

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2013)
Heft: 8

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 02.07.2025

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



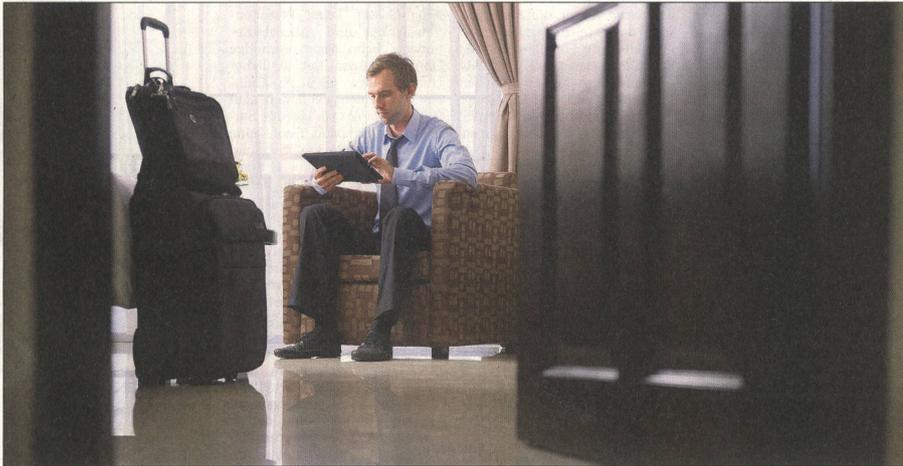
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

1022883
Schweiz
Parti für den Tourismus
Hallwylstrasse 15
3008 Bern

B0271
02/13

W-LAN im Hotel

Kostenlos ins Netz



Nicht mehr ausschliesslich ein Bedürfnis von Businessgästen: der draht- und kostenlose Zugang ins Internet.

Fotolia

Eine Mehrheit der Gäste will gratis ins Internet. Immer mehr Hotels, auch im Feriensegment, investieren deshalb in dieses Angebot.

ALEX GERTSCHEN

Auf der Website von Schweiz Tourismus, «myswitzerland.com», kann man bei der Hotelsuche seit Neuestem als Kriterium «Gratis W-LAN» anklicken. Der Service entspricht einem starken Bedürfnis: Internet-Reiseportale schliessen aus Umfragen und Auswertungen von Kundendaten unisono, dass bei Touristen unter den erwünschten Gratsdienstleistungen W-LAN im Zimmer die Priorität darstellt. Bemerkenswert ist, dass nicht mehr ausschliesslich Businessgäste das Internet draht- und

kostenlos nutzen wollen. Mittlerweile äussern viele Ferientouristen und insbesondere Familien mit Kindern diesen Wunsch. Schweiz Tourismus hat laut Geschäftsleitungsmitglied Thomas Winkler W-LAN als Suchkriterium eingeführt, weil nunmehr die «kritische Masse» an Hotels mit dem entsprechenden Angebot vorhanden sei. Noch vor wenigen Jahren hätten nur wenige Betriebe diese Dienstleistung kostenlos angeboten, sagt er im Interview mit der htr hotel revue. Die Angebotsneuerung ist mit Ertragsausfällen und Mehrauf-

wand verbunden. Das kostenlose W-LAN kostet zum Beispiel den 17 Sorell-Hotels in der Schweiz jährlich einen sechsstelligen Betrag. Insbesondere für kleine Betriebe ist der Service finanziell belastend. Aber konkrete Zahlen will niemand nennen. Thomas Winkler hält den kostenpflichtigen Internetzugang gerade in teuren Hotels für ein «Auslaufmodell». In den USA geht der Trend allerdings in genau diese Richtung: Immer mehr Häuser wollen von den Gebühren profitieren. **Seite 9 und 11 bis 13**

Kommentar

Olympia geht nicht nur die Bündner etwas an



GERY NIEVERGELT

Olympia 2022 in Graubünden – der Countdown läuft. Zehn Tage bleiben den Befürwortern noch, um eine Mehrheit der Bündner Stimmbürger von den Vorteilen des Grossprojekts zu überzeugen. Olympische Winterspiele brächten der für den Kanton existenziell wichtigen Tourismusbranche gewaltige Impulse. Doch Olympia betrifft nicht nur die Bündner, sondern die ganze Schweiz. Dabei geht es um weit mehr als um Finanzierungsbeiträge und Defizitgarantien. Die Spiele machen nur dann Sinn, wenn sich eine grosse Mehrheit der Schweizer mit der olympischen Idee identifiziert und bereit ist, gemeinsam auf dieses Ziel hinzuarbeiten – im Bewusstsein, dass das Grossereignis dem ganzen Land und im Speziellen dem gesamten alpinen Tourismus notwendige Impulse verleihen kann.

Es wäre deshalb gut, wenn sich zum gegebenen Zeitpunkt auch die Stimmbürger des ganzen Landes zu Olympia 2022 äussern könnten. Erst mit der Zustimmung auf nationaler Ebene wäre die Durchführung eines derart grossen Anlasses glaubwürdig legitimiert.

Entschieden würde letztendlich anderswo, nämlich am Sitz des Internationalen Olympischen Komitees. Aber als Nicht-Bündner mit Schweizer Pass möchte man doch nicht nur mitfinanzieren, sondern auch mitreden und mitgestalten. Auch deshalb wäre es jammerschade, wenn die Bündner Stimmberechtigten den Olympia-Traum am 3. März bereits platzen liessen.

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



ANZEIGE

Chips

Ob an Apéros, in der Minibar oder als Garnitur: Gemüse- und Kartoffelchips haben ihren festen Platz in der Hotellerie.

Seite 20

Wahlen im Wallis

Grüner Tourismus-Oekonom will in den Regierungsrat

An Zivilcourage mangelt es ihm nicht: Der grüne Walliser Regierungsratskandidat Christophe Clivaz vertritt als Touristik-Wissenschaftler Ansichten, die bei der Mehrheit der Walliser Bevölkerung für Kopfschütteln sorgen. So befürwortet er das Raumplanungsgesetz wie auch die strikte Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative oder die Förderung des ÖV. **Seite 10**

Tourismusförderung

Im Wallis soll ein Tourismusfonds Hotellerie und Bergbahnen helfen

Die Walliser Regierung hat den Grossen Rat beauftragt, die Schaffung eines Tourismusfonds zu prüfen. Dieser soll von den Gemeinden, dem Kanton, der Kantonbank und weiteren Bankinstituten gespiessen werden. Der Fonds soll touristischen Unternehmen für Um- und Ausbauten sowie Renovationen Bürgschaften, Darlehen und Afonds-perdu-Beiträge gewähren.

Der Idee eines Tourismusfonds steht der Walliser Volkswirtschaftsdirektor Jean-Michel Cina offen gegenüber. Die Regierung sei ohnehin daran, die Beherbergungsstrategie neu aufzuleisen und die Bergbahnförderung zu überprüfen, so Cina. An der Neukonzeption der Walliser Beherbergungsstrategie arbeitet auch Patrick Bérold,

Direktor der Walliser Hoteliers, mit. Er setzt vor allem auf ein erweitertes Tätigkeitsfeld der SGH auf nationaler Ebene.

Eine eigene Hotelförderung will der Regierungsrat des Kantons Graubünden auf die Beine stellen. Vor wenigen Tagen endete die Vernehmlassungsfrist zum neuen Wirtschaftsentwicklungsgesetz. **Seite 3**

Inhalt

aktuell	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-13
caterer & service	15
dolce vita	16-20

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

SÜPRO
Supro Nahrungsmittel AG

Guter Geschmack hat immer Saison.

www.supro.ch

stars&hotels

You are welcome!

[WWW.SWISSHOTELFILMAWARD.CH](http://www.swisshotelfilmaward.ch)

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association
Protel

Schweiz

e-domizil und TUI Suisse kooperieren

Bei der Online-Vermittlung von Ferienwohnungen und Ferienhäusern kooperieren e-domizil und TUI Suisse Ltd. Dadurch wird das vollständige Angebot der e-domizil AG mit mehr als 180 000 Ferienwohnungen in über 70 Ländern auch über www.tui.ch/ferienhaus buchbar.

Zentrum für Wintersport: Entschimmelt im 2013



Swiss-Image

Im laufenden Jahr wird der Bundesrat entscheiden, ob er das Nationale Zentrum für Wintersport realisiert. Es soll als Ausbildungs- und Trainingsstätte für Schneesportarten geführt werden. Vorerst hatte der Bund Andermatt als Standort für das Wintersportzentrum in Aussicht gestellt. Unterdessen haben bereits das Berner Oberland (Meiringen), Graubünden (Splügen, Unterengadin), Obwalden (Engelberg) und das Wallis (Fiesch) Interesse angemeldet. Der Bundesrat hat die VBS beauftragt, bis Ende Juni 2013 ein Leistungssportkonzept vorzulegen.

Zentralschweiz Ex-Buchhalter der Titlisbahnen wurde verurteilt

Der frühere Buchhalter der Titlisbahnen, der dem Unternehmen mit dubiosen Investitionen Liquiditätsprobleme bescherte, ist zu einer Freiheitsstrafe von drei Jahren verurteilt worden. Wie das Kantonsgericht Obwalden bekannt gab, werden zwei Jahre bedingt bei einer Probezeit von drei Jahren vollzogen. Der heute 37-Jährige wurde wegen mehrfacher Veruntreuung im Gesamtwert von rund 10 Mio. Franken und der mehrfachen Urkundenfälschung schuldig gesprochen. Gerichtspräsident Guido Cotter übt indes auch Kritik an den internen Kontrollen der Titlisbahnen.

Apartmenthotel in der «Brau» in Hochdorf



ZVG

Mitte März und nach einer Bauzeit von knapp einem Jahr soll das «Lucerne Business Apartments Brau» fertig sein. Laut der «Neuen Luzerner Zeitung» beinhaltet das 4,5-Millionen-Projekt 32 möblierte Zimmer. Der Low-Cost-Betrieb richtet sich insbesondere an Geschäftsleute. Im Hotel gibt es weder eine Rezeption noch einen Gastronomiebetrieb. Einzig für den technischen Dienst und die Reinigung sind zwei Vollzeitstellen geplant. Der Betrieb soll mit Teilzeitmitarbeitenden aufrechterhalten werden. dst

Löhne nicht unter Druck

Die Personenfreizügigkeit hat in der Schweiz zu keinem generellen Lohndruck geführt. Dies ergab eine Untersuchung der Universität Genf im Auftrag des Seco.

DANIEL STAMPFLI

Zu den wichtigsten Ergebnissen der ökonomischen Analyse des Observatoire Universitaire de l'Emploi der Universität Genf gehöre die Erkenntnis, dass alle beobachteten Auswirkungen auf Löhne zwar von geringem Ausmass sind, dass es aber auch Gewinner und Verlierer gibt. Zu den grössten Verlierern gehören laut Untersuchung junge (einheimische und ausländische) tertiär gebildete Arbeitskräfte (Universität, Fachhochschule oder höhere Berufsbildung), die bereits über eine Berufserfahrung von 10 bis 15 Jahren verfügen. Ohne Freizügigkeitsabkommen (FZA) zwischen der Schweiz und den EU-/EFTA-Staaten wären ihre Real-löhne im Jahr 2010 rund 1,6 Prozent höher ausgefallen.

Ein vergleichbarer Verlust von 1,4 Prozent ist bei älteren ausländischen Arbeitskräften mit mehr als 35 Jahren Berufserfahrung mit Primarschulbildung erkennbar. Als interessant werden die Genfer Forscher die Feststellung, dass die Real-löhne von jungen tertiär

gebildeten Arbeitskräften seit Inkrafttreten des FZA gesunken sind.

Höhere Real-löhne für niedrig qualifizierte Arbeitnehmer

Für niedrig qualifizierte einheimische Arbeitskräfte erweise sich das Freizügigkeitsabkommen eher von Vorteil, denn ihre Real-löhne seien um 1,1 Prozent gewachsen, so die Analyse der Universität Genf. Einerseits können sie aufgrund der Komplementarität zwischen ansässigen und höher qualifizierten Personen, die neu aus anderen europäischen Staaten zugewandert sind profitieren, weil dadurch die Nachfrage nach weniger qualifizierten Arbeitskräften tendenziell gesteigert wird.

Andererseits sind Einheimische teilweise vor der direkten Konkurrenz der niedrig qualifizierten neu zugewanderten Arbeitskräfte geschützt, die auf jene Tätigkeitsbereiche spezialisiert sind, in denen es kaum ausländische Konkurrenz gibt.

Auf Erwerbstätige, die über einen Sekundarabschluss (Lehre, Matura, Lehrpatent) verfügen, hat das Freizügigkeitsabkommen gemäss Studie nur geringe Auswirkungen. Sowohl die Erfahrungen als auch die jüngsten können davon profitieren, während die Löhne der anderen An-

gehörigen dieser Gruppe leicht gesunken sind.

Keine Aussagen zu Löhnen im Gastgewerbe

«Ich war von den Ergebnissen nicht wirklich überrascht», sagt Peter Gasser, Leiter Personenfreizügigkeit und Arbeitsbeziehungen beim Seco. Bisherige Untersuchungen mit ähnlicher Übungsanlage seien zu ähnlichen Resultaten gekommen. Laut Gasser lässt die vorliegende Studie der Universität Genf keine



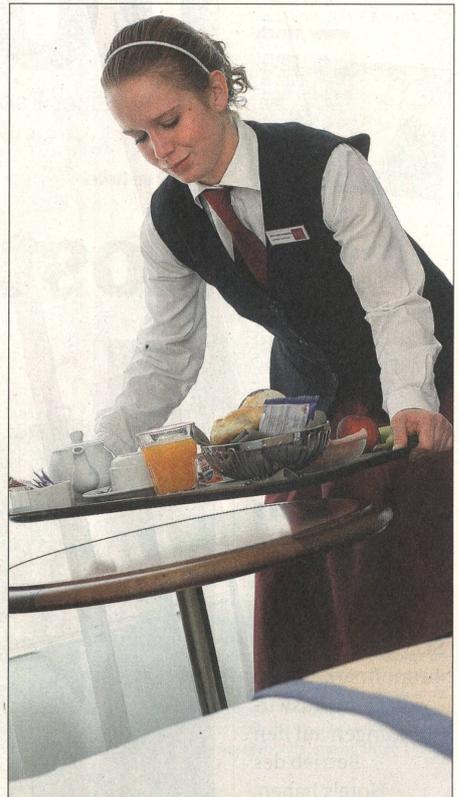
«Es lassen sich keine Aussagen für die Beschäftigten im Gastgewerbe machen.»

Peter Gasser Mitglied der Geschäftsleitung Seco

Rückschlüsse auf einzelne Branchen oder Berufe zu. Dies, da die Anlage der Untersuchung auf Berufsgruppen und Berufserfahrungen basierte und nicht einzelne Branchen analysiert hat. «So betrachtet lassen sich keine Aussagen betreffend Auswirkungen auf die Löhne der im Gastgewerbe Beschäftigten machen», so Gasser. Es sei aber nicht

ausgeschlossen, dass mit einer späteren Untersuchung auch die Auswirkungen auf einzelne Branchen und Berufe, etwa des Gastgewerbes, erhoben würden.

Peter Gasser ist überzeugt, dass sich das Anrufen der Ventilklausel nicht auf die Löhne auswirkt. Auch mit der Ventilklausel stünden den schweizerischen Arbeitgebern noch genügend ausländische Arbeitskräfte zur Verfügung. Das Anrufen der Ventilklausel sei



Alain D. Bollat

Ob sich die Personenfreizügigkeit auf die Löhne der Gastgewerbeberufe ausgewirkt hat, wurde konkret nicht erhoben.

ohnehin nur noch bis 2014 möglich. Im Raum steht zurzeit die Frage, ob der Bundesrat die Ventilklausel für die gesamte EU aufrufen soll. Ein Entscheid könnte im April fallen.

Die Personenfreizügigkeit zwischen der Schweiz und der EU sowie der EFTA wurde im Jahr 2002 eingeführt. Die Auswirkungen auf die Löhne in der Schweiz wurden

schon verschiedentlich wissenschaftlich untersucht. Die jüngste Studie der Universität Genf, welche die aktuellsten Daten der Lohnstrukturerhebung des Bundesamtes für Statistik miteinbezieht, ergänzt die bisherigen Analysen zum Thema. Sie reißt sich in die Mehrheit der Studien ein, die nur geringe Effekte feststellen.

Kempinski St. Moritz wird verkauft

Die österreichische Immobilienfinanz Group verkauft Kempinski Residences und Hotel in St. Moritz. Über Käufer und Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

DANIEL STAMPFLI

Es sei ein Kaufvertrag über 100 Prozent der Anteile an der Les Bains St. Moritz Holding AG unterzeichnet worden, teilt die Immobilienfinanz Group in einer Ad-hoc-Meldung mit. Das Closing der Transaktion werde voraussichtlich im März 2013 erfolgen. Sowohl über Käufer als auch zum Kaufpreis sei Stillschweigen vereinbart worden. Österreichische Medien sprechen von einem internationalen Investor.

«Dieser Verkauf beweist das Funktionieren unseres Konzeptes der Immobilienmassen und

die konsequente Umsetzung unserer Konzernstrategie, die einen Rückzug aus Nebenmärkten und der Asset-Klasse Hotel vorsieht», lässt sich Eduard Zehetner, Vorstandsvorsitzender der Immobilienfinanz Group, in der Medienmitteilung zitieren.

Die Liegenschaft in St. Moritz besteht aus einem 5-Sterne-Hotel, das von Kempinski betrieben

wird, dem Casino St. Moritz und den Kempinski-Hotel-Residences sowie diversen Nebengebäuden. Sie umfasst eine Nettoumfäche von etwa 34 000 Quadratmetern.

«Für uns ändert sich gar nichts, da der Verkauf nur die Immobilie betrifft.»

Bettina Welter Hotel Kempinski St. Moritz trifft. Insofern bleibt für uns alles beim Alten», erklärt die Sprecherin von Kempinski St. Moritz,

Bettina Welter. Der neue Eigentümer, mit welchem im Vorfeld Gespräche geführt worden seien, werde mit Kempinski weiterarbeiten. «Die Frage ist vielmehr, ob er bereit ist, stärker zu investieren», so Bettina Welter. Gegenüber dem «Standard» erklärt Raimund Kirchleitner von Immobilienfinanz: «Der künftige Eigentümer verfolgt eine langfristige Strategie für Standort und Nutzung, in die sich das lokale Management-Team in St. Moritz bereits aktiv einbringt.» Gegenüber der htr will Kirchleitner keine Auskunft geben.

Migros fasst ihren Grosshandel fürs Gastgewerbe unter Saviva zusammen

Die Migros-Industrie ist letztes Jahr am stärksten im Gastro-Grosshandel gewachsen. Dank CCA-Akquise.

Gewachsen ist die Industrie der Migros (M-Industrie) 2012 nicht in den Migros-Geschäften, sondern vor allem über das Grossverbrauchergeschäft: Dank der Steigerung der Beteiligung an Cash & Carry Anghern (CCA) auf 80 Prozent konnte der grösste Schweizer Detailhändler hier den Umsatz um 23,9 Prozent auf 776 Mio. Franken steigern. Beim Absatz über die Migros-Geschäfte verzeichnete die M-Industrie dagegen einen Umsatzrückgang von 0,5 Prozent. Dank CCA-Übernahme resultierte aber ins-

gesamt ein leichtes Umsatzplus von 1,6 Prozent. Ohne die Negativsteuerung – sprich Preissenkung – um 1,8 Prozent hätte sogar ein Plus von 3,4 Prozent resultiert. Der gute Geschäftsgang im Gastro-Grosshandel veranlasst die Migros, diesen neu unter einer Dachmarke zusammenzufassen: CCA, Scana und Méral werden bis Ende Jahr unter «Saviva» zusammengeführt. Die Markeneinführung ist für Juni vorgesehen. Geschäftsführer ist André Hüslér, ehemals Leiter Migros-Gastronomie. gsg

Basel bietet besten Service

Von den fünf grössten Schweizer Städten bieten die Basler Hotels die höchste Servicequalität. Im europäischen Vergleich belegt die Schweiz den sechsten Rang.

Eine Untersuchung der Gästebewertungen von hotel.info ergab, dass die Stadt Basel punkto Freundlichkeit und Kompetenzen des Hotelpersonals mit einer Bewertung von 8,66 Punkten und deutlichem Abstand auf Platz 1 liegt. Es folgen Bern (8,04 Punkte), Zürich (8,01), Lausanne (7,76)

und Genf (7,62). Die Rhonestadt verfügt über noch viel Aufholpotenzial, schreibt der Hotel-Reservierungsservice hotel.info in einer Medienmitteilung.

Im Vergleich der Länder Europas nehmen Finnland und Deutschland mit jeweils 8,36 Punkten die Spitzenposition ein. Österreich (8,35) wird ebenfalls eine sehr gute Servicequalität attestiert. Die Schweiz liegt mit 8,26 Punkten bei der Länderwertung im oberen Drittel und verpasst im Europavergleich die Top 5 nur knapp.

Die Niederlande bilden mit 7,82 Punkten das Schlusslicht der europäischen Top 20. Noch mehr

Aufholpotenzial zeigt das Hotelpersonal in Russland, Dänemark und dem Vereinigten Königreich. Die Bewertung der Metropole London mit 7,36 Punkten lässt dabei zumindest im Hotelbereich an der sprichwörtlichen britischen Höflichkeit zweifeln, so hotel.info.

Übernachtungsgäste bewerten das über www.hotel.info gebuchte Hotel nach ihrer Abreise anhand eines Punktesystems (0 bis 10). Nebst Kriterien wie Zimmerqualität und Preis-Leistungs-Verhältnis kann unter anderem auch die Freundlichkeit und Kompetenz des Personals beurteilt werden. dst

Walliser prüfen Fonds

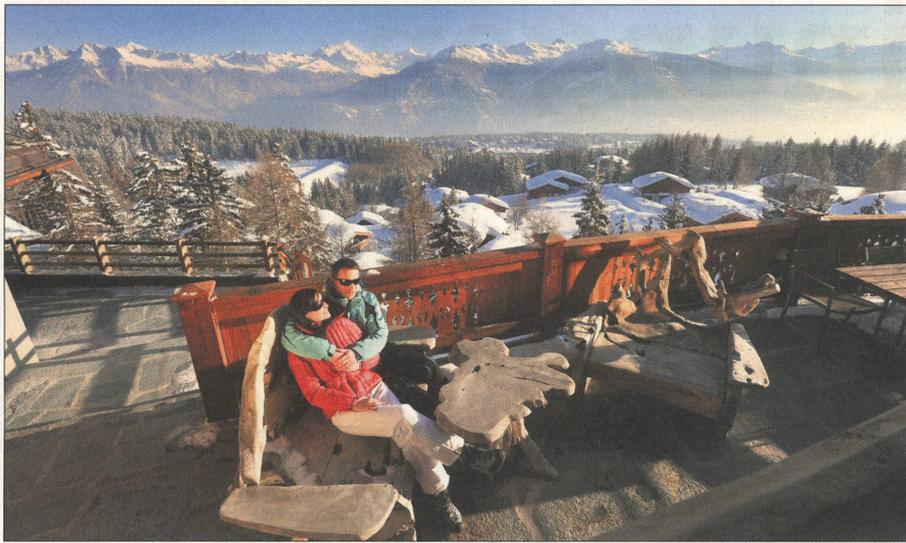
Der Walliser Grosse Rat macht Druck: Er verlangt von der Regierung, einen Tourismusfonds zu prüfen. Dieser soll helfen, die Hotellerie und die Bergbahnen zu modernisieren.

Theres Lagler

Der starke Franken drückt noch immer und die Zweitwohnungsinitiative stellt die Hoteliers vor zusätzliche finanzielle Herausforderungen: Aus diesen Gründen hat die Walliser Grossrätin Anne-Lyse Salamin Perruchod (CVP) letzte Woche im Parlament einen Vorstoss eingereicht. Er beauftragt die Walliser Regierung, die Einrichtung eines kantonalen Fonds zu prüfen, welcher der touristischen Infrastruktur zugutekommt. Viele Hotels seien veraltet, und viele Bergbahnanlagen müssten erneuert werden, begründete Salamin Perruchod ihr Anliegen. Doch die Finanzierung sei äusserst schwierig. Der Vorstoss wurde stillschweigend überwiesen. Er sieht vor, dass der Fonds von den Gemeinden, dem Kanton, der Kantonbank und weiteren Bankinstituten gespiessen wird. Er soll touristischen Unternehmen für Um- und Ausbauten sowie Renovierungen Bürgschaften, Darlehen und A-fonds-perdu-Beiträge gewähren.

Staatsrat Cina will eine neue Beherbergungsstrategie

Der Walliser Staatsrat hat den Vorstoss noch nicht im Plenum behandelt, doch Volkswirtschaftsdirektor Jean-Michel Cina



Swiss Image

Nicht überall ist die Hotelinfrastruktur so gut ausgestattet wie hier: Ausblick vom «Le Crans Hotel und Spa» in Crans-Montana.

steht der Idee offen gegenüber. «Wir sind ohnehin daran, unsere Beherbergungsstrategie neu aufzugreifen und die Bergbahn-Förderung zu überprüfen», erläutert Cina. Im Rahmen dieser Arbeiten werde auch nach Möglichkeiten gesucht, mehr Mittel zur Verfügung zu stellen. So hat der Kanton beispielsweise festgestellt, dass die Mittel aus der Neuen Regionalpolitik (NRP) längst nicht ausreichen, um alle hängigen Bergbahn-Vorhaben finanziell zu unterstützen. Bei der Beherbergung gehe es darum, mit einem Modernisierungsschub eine höhere Auslastung zu erzielen. Bereits heute kennt der Kanton Wallis die einzelbetriebliche

Hotelförderung. Er setzt dafür seit dem letzten Jahr 9 Millionen Franken in der Form von zinslosen Darlehen ein (siehe Tabelle).

Walliser Hotelierverein arbeitet mit, hofft aber auch auf den Bund

Patrick Béro, Direktor der Walliser Hoteliers, arbeitet an der Neukonzeption der Walliser Beherbergungsstrategie mit. Er setzt seine Hoffnungen aber vor allem auf ein erweitertes Tätigkeitsfeld der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) auf nationaler Ebene. Das Problem liegt für ihn auf der Hand: «Häufig fehlt die nötige Rentabilität, um Renovierungen überhaupt noch finanzieren zu können.»

Lex Weber Bundesrat informiert voraussichtlich heute über die Folgen

Welche Auswirkungen hat die Zweitwohnungsinitiative, die vor rund einem Jahr angenommen wurde, auf den Tourismus in den Berggebieten? Konkrete Antworten auf diese Frage dürfte der Bundesrat heute liefern. Er hat beim Staatssekretariat für Wirtschaft zwei Studien in Auftrag gegeben, die im Verlauf des Tages publiziert werden sollen. Eine Studie wurde von BAK Basel Economics verfasst. Sie befasst sich mit den volkswirtschaftlichen Folgen der Lex

Weber. Die andere Studie wurde von der Beratungsfirma BHP Hanser und Partner erstellt. Sie beleuchtet die betriebswirtschaftlichen Folgen. Dabei geht es insbesondere um die Auswirkungen auf die Finanzierung von Beherbergungsbetrieben und Tourismusinfrastrukturen. Die Abklärungen zur Einrichtung einer Tourismusbank nach österreichischem Vorbild liegen derzeit noch nicht vor.

Weitere Informationen:
www.htr.ch/hotelfinanzierung

Bündner Zustupf für Hotellerie

Der Regierungsrat des Kantons Graubünden will eine eigene Hotelförderung auf die Beine stellen. Das zeigt ein Blick in den erläuternden Bericht zum neuen Wirtschaftsentwicklungsgesetz, dessen Vernehmlassung vor wenigen Tagen zu Ende ging. Hotelbetriebe sollen in Ergänzung zur Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit durch ein kantonales Investitionsprogramm gefördert werden. Der Kanton rechnet gemäss ersten Abklärungen mit jährlichen A-fonds-perdu-Beiträgen in der Höhe von 2 Millionen Franken. Graubünden liegt damit

immer noch unter den Förderbeiträgen der Kantone Wallis und Tessin (siehe Tabelle).

Die Bündner Regierung will die Mittel vor allem in die Qualitätssteigerung bestehender Hotels stecken. Sie denkt dabei an umfassende Erneuerungen oder an die Aufwertung eines Betriebs bei der Sterne-Klassifikation. Dieses Ansinnen stösst aber nicht überall auf Gegenliebe. Die Vernehmlassung ist zwar noch nicht ausgewertet, doch die Stellungnahme einzelner Parteien zeigt, dass eine harte Debatte bevorsteht. Die FDP will die ganze Gesetzesvorlage ablehnen. Zur Hotelförde-

lung schreibt sie: «Es ist nicht Aufgabe des Kantons, in Infrastrukturanlagen der Hotellerie zu investieren. Wir beurteilen einzelbetriebliche Förderung als sehr problematisch. Eine willkürfreie Anwendung ist in der Praxis nicht möglich.» Auch die SP will die Vorlage zurückweisen: «Die einzelbetriebliche Förderung von Hotels, losgelöst von einer Debatte über die Zukunft des Wintermassentourismus und des Ausbaus des Sommertourismus, macht aus unserer Sicht keinen Sinn.» FDP und SP machen zusammen 50 Sitze im 120-köpfigen Parlament aus.

Vergleich Kantone engagieren sich in der Hotelförderung unterschiedlich stark

Kanton	GR	TI	VS
Tourismusförderung			
Projekte	0.5 Mio.	–	2 Mio.
Marketing	7 Mio.	2 Mio.	2.5 Mio.
Veranstaltungen	0.5 Mio.	2.75 Mio.	3.5 Mio.
Beherbergung	0.3 Mio. Darl.	6 Mio.	7.5 Mio. Darl., 9 Mio. ab 2012
Bergbahnen	0.5 Mio.		
(Anteil NRP-Mittel)	2.5 Mio. Darl.	0.75 Mio.	12 Mio. Darl.

Bei den Kantonsbeiträgen handelt es sich entweder um A-fonds-perdu-Beiträge (Lesebeispiel 0,5 Mio.) oder um zinslose Darlehen (Lesebeispiel 0,3 Mio. Darl.).

Quellen: Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden/Kanton Wallis

«Le feu sacré» bald in Bern

Am 28. Mai 2013 findet der Schweizer Ferientag in Bern statt. Wer sich jetzt anmeldet, profitiert von einem Frühbuche-Rabatt.



Der diesjährige Schweizer Ferientag, der am 28. Mai im neu gestalteten Berner Kursaal stattfinden wird, steht unter dem Motto «Le feu sacré», im Sinne von Leidenschaft. Dabei soll Leidenschaft im Tourismus erkannt, zugelassen und gefördert werden, wie Schweiz Tourismus in der Einladung zum Schweizer Ferientag schreibt.

Auch Bundesrat Alain Berset wird am Ferientag dabei sein.

Keynote-Speaker ist Bundesrat Alain Berset, Vorsteher des Eidgenössischen Departements des Innern EDI. Nebst spannenden Referaten und Podiumsdiskussionen – unter anderem zum Markt Frankreich – wird am 28. Mai auch der Award für das «Freundlichste Hotel der Schweiz» vergeben. Das etwas andere Referat wird Mike Müller, Schauspieler und Kabarettist, halten.

Wer sich bis am 7. April anmeldet, bezahlt 410 Franken, danach 510 Franken.

Infos und Anmeldung:
www.stnet.ch/de.cfm/ferientag

Drittes Wachstumsjahr in Folge für deutsches Gastgewerbe

Auch für das laufende Jahr erwarten die Dehoga-Verantwortlichen ein Plus.

Im Jahr 2012 stieg der Umsatz der Hotel und Restaurants in Deutschland nominal um 2,1% und real um 0,2% gegenüber dem Vorjahr. «Wir freuen uns über das dritte Wachstumsjahr in Folge für die Branche», kommentiert Dehoga-Präsident Ernst Fischer die Zahlen des Statistischen Bundesamtes.

Die Beherbergungsbetriebe zählten 2012 insgesamt mehr als 407 Millionen Übernachtungen, ein Plus von 4% gegenüber 2011 und damit ein erneuter Rekord, wie der Deutsche Hotel- und

Gaststättenverband (Dehoga) weiter mitteilt. Die Beherbergungsbetriebe setzten nominal 3,1% mehr um als im Vorjahreszeitraum (real 1,4%). Mit einem nominalen Umsatzanstieg von 1,7% verbuchten die Restaurants, Kantinen und Caterer ebenfalls ein Plus, real ging der Umsatz allerdings um 0,5% zurück.

Auch für 2013 zeigt sich Dehoga vorsichtig optimistisch. Ernst Fischer: «Wir rechnen für das laufende Jahr mit einem nominalen Umsatzplus von 1,8%» dst

Aus der Region

Graubünden

hotelleriesuisse macht sich für Olympia stark

hotelleriesuisse steht hinter der Olympia-Kandidatur «Graubünden 2022». Der Verband sieht die Durchführung der Spiele als Chance, die Schweiz als Winterdestination schlechthin zu positionieren und nachhaltig zu stärken. Ganz im Interesse von hotelleriesuisse seien sinnvolle Investitionen in die Infrastruktur sowie die Berücksichtigung umfassender Aspekte der Nachhaltigkeit, teilt der Verband mit. Auch würden Olympische Spiele die Zusammenarbeit unter den Leistungsträgern fördern und dem alpinen Tourismus in der Schweiz neue Impulse geben.

Berner Oberland

Gratis-Skibus kommt bei den Gästen gut an



ZVG

Seit letztem Dezember verkehrt in der Region Saanen, Gstaad und Rougemont ein Gratis-Skibus – sehr zum Gefallen der Feriengäste, die dieses Angebot regelmässig nutzen. Bis jetzt haben mehr als 12000 Fahrgäste den Pendeldienst genutzt, teilen die Bergbahnen Destination Gstaad AG mit, die für den Busbetrieb zuständig sind. Ziel des neuen Dienstleistungsangebots ist, den Individualverkehr in der Region zu reduzieren.

Ostschweiz

Sellziehen um Sonntagsverkauf in Rapperswil

Der Streit um Ladenöffnungszeiten am Sonntag zwischen der Migros und der Gewerkschaft Unia geht eine Runde weiter. Zankapfel ist eine M-Express-Filiale in der Rapperswiler Altstadt in der Nähe des Bahnhofs. Beide Parteien sind mit dem salomonischen Entscheid des St. Galler Amts für Arbeit nicht zufrieden und rekurrieren an das Verwaltungsgericht.

Bern

Petition für Erhalt der TGV-Strecke nach Paris



ZVG/Alain D. Bollat

Gegen die geplante Streichung der TGV-Verbindung Bern-Neuenburg-Paris sind in zwei Monaten 13000 Unterschriften gesammelt worden. Die Petition richtet sich an das UVEK und an die SBB, welche die Stilllegung der defizitären Bahnverbindung in Erwägung ziehen. Laut Mitteilung der Neuenburger Kantonsregierung sei das Ziel von 6000 Unterschriften deutlich übertroffen worden.

aktuell – wo Meinungen gemacht werden 10 Wochen lang für CHF 29.00

Bilden Sie sich 10 Wochen lang für CHF 29.00 Ihre eigene Meinung! Oder beziehen Sie die htr hotel revue gleich im Jahresabonnement für CHF 169.00.

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

htr hotel revue



Der Tessiner Anwalt Mauro Dell'Ambrogio war vorher Chef des Staatssekretariats für Bildung und Forschung, welches mit dem BBT zum SBFI zusammengelegt wurde.

Der oberste Berufsbildner

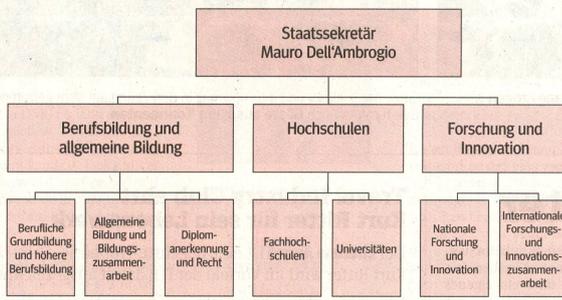
Mauro Dell'Ambrogio leitet seit Anfang Jahr das neue Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI. Er warnt vor einer Akademisierung der Berufsbildung.

GUDRUN SCHLENZCK

Mauro Dell'Ambrogio, Sie leiten das neue SBFI seit Anfang Jahr. Was sind Ihre ersten Ziele?
Viele Stakeholder haben Angst, dass sie mit dem neuen Bundesamt etwas verlieren könnten. Mein kurzfristiges Ziel ist deshalb, Ruhe in die Wahrnehmung des Amtes von aussen zu bringen, u. a. mittels einer offenen Informationspolitik.

Eine der Leitlinien der BFI-Politik ist die Gleichwertigkeit der allgemeinbildenden und berufsbezogenen Bildungswege. Was schwebt Ihnen bei der Höheren Berufsbildung (HBB) vor?
Wir haben mit den Fachhochschulen, welche die Berufsbildung als deren Spitze aufwerten sollten, unsere Erfahrung gemacht: Diese stehen jetzt mehr und mehr in der Kritik, zu akademisch geworden zu sein. Von den gleichen Kreisen wird aber nun eine ähnliche Entwicklung bei der Höheren Berufsbildung für eine Verbesserung der internationalen Anerkennung gefordert. Doch nur für eine solche sollte man nicht seine Seele verkaufen: Auf den dualen Bildungsweg sind wir ja grundsätzlich zu Recht stolz. Eine internationale Anerkennung könnte aber mit einer Verschulung der HBB einhergehen.

Müssen die Fachhochschulen also wieder praxisnäher werden?
Sollte der Vorwurf an die Fachhochschu-



Die Gesetze geben wie bereits beim BBT die Struktur des SBFI vor. Organigramm htr

len stimmen, dass sie den Kontakt zur Praxis verloren haben, um international kompatibel zu werden, dann sollte man den gleichen Fehler auf jeden Fall nicht bei der HBB machen.

Ist der Trend zur Akademisierung aufzuhalten?
Das ist kein neuer Trend. Die Branchen selbst sind hier nicht ganz unschuldig. So ist eine EHL in Lausanne heute eine Hochschule. Ich bin mir sicher, dass die Kunden aber auch weiter in die Schweiz zur Hotelausbildung gekommen wären, wenn die EHL eine Höhere Fachschule geblieben wäre.

Begrüssen Sie die Akademisierung?
Ich denke, die Schweiz hat ein gesundes Gleichgewicht zwischen dualer beruflicher und universitärer Ausbildung. Das sollte trotz einer gewissen zunehmenden Akademisierung so bleiben. In Ländern, in denen die Akademisierung überproportional forciert wurde, kämpft man mit der Arbeitslosigkeit von Uni-Absolventen und mit hohen Drop-out-Raten.

Obwohl Sie die Bedeutung der HBB betonen: Diese ist im Organigramm des SBFI nur als Subkategorie aufgeführt und nicht auf gleicher Stufe mit beispielsweise den Fachhochschulen.

Im BBT war die Organisation genau nach der gleichen Logik aufgebaut, keinen hat das gestört. Beim neuen Staatssekretariat ist das nun auf einmal ein Problem. Dabei richten sich unsere Organisationsstrukturen ganz klar nach dem Gesetz: Es gibt eines für die Berufsbildung, eines für die Fachhochschulen bzw. die Universitäten und eines für Forschung und Innovation.

Für die Berufsbildung sind für die Jahre 2013 bis 2016 seitens der öffentlichen Hand plus 1 Mrd. Franken vorgesehen. Wie stark profitiert die HBB?
Auch die HBB profitiert von dieser Erhöhung. So werden die Kosten für die Höheren Berufsprüfungen neu bis zu 80 Prozent vom Bund finanziert.

Aber absolut entfallen nur 13 Prozent der BFI-Ausgaben auf die Berufsbildung.
Über alles gesehen ist das so. Trotzdem: Die Berufsbildung hat in den letzten fünf bis acht Jahren am meisten von einer Erhöhung der Bundesmittel profitiert. Absolut fließt mehr Geld in die Berufsbildung als jeweils in die Universitäten und Fachhochschulen.

Fachpersonal ist in fast allen Branchen knapp. Was wird falsch gemacht in der Bildungspolitik?
Es ist utopisch, mit dem Bildungssystem die Bedürfnisse der Arbeitswelt in 10 oder 20 Jahren konsequent zu decken. Noch vor wenigen Jahren fehlten Fachleute in der Finanzbranche,

jetzt versuchen sich Banker umzuschulen. Nicht mal bei den Lehrern lösen wir das Problem des Ungleichgewichtes auf dem Arbeitsmarkt, obwohl der Staat hier selbst Arbeitgeber ist. Zudem ist die Berufswahl eine private Entscheidung. Warum werden junge Mädchen lieber Coiffeuse als Hotelfachangestellte? Das ist wahrscheinlich nicht mal eine Lohnfrage. Da ist namentlich die Tourismusbranche gefordert, das Berufsbild zu verbessern.

Mobilität wird immer wichtiger. Sprachkompetenz wird aber beispielsweise dem Koch nicht vermittelt. Sind wir ehrlich: Eine Sprache lernt man am besten über ihre Anwendung. Deshalb setzen wir lieber auf Austauschprogramme wie das EU-Programm Leonardo da Vinci. Dieses ist aktuell jedoch noch zu wenig bekannt. In Brüssel diskutiert man deshalb, dieses künftig unter dem womöglich zugkräftigeren Titel «Erasmus for all» in Anlehnung an das erfolgreiche Erasmus-Programm der Unis laufen zu lassen.

Die Botschaft zum neuen Weiterbildungsgesetz hätte eigentlich schon Anfang Jahr stehen sollen: Warum die Verspätung?
Es gab bei der Vernehmlassung sehr viele verschiedene Meinungen. Die Bereinigung nahm mehr Zeit in Anspruch als erwartet.

Was war der grösste Knackpunkt? Niemand wehrt sich gegen die Weiterbildung im Allgemeinen. Aber Finanzierung und Definitionen sind naturgemäss kontroverse Punkte. Zumal wir den Auftrag haben, keinen zusätzlichen Subventionstatbestand zu schaffen.

Die Nachdiplomstudiengänge (NDS) wurden im Entwurf zum neuen Weiterbildungsgesetz als nicht formale Weiterbildung eingestuft. Wird es zu einer eigenständigen Aberkennung kommen?
Das kann man so nicht sagen. Nicht jedes NDS ist gleich. Das hängt davon ab, inwieweit ein NDS formalisiert und staatlich geregelt werden kann und soll. Aber die Arbeitswelt muss sich gut überlegen, ob sie die staatliche Anerkennung will: Das bedeutet auch ein Verlust von Gestaltungsfreiheit.

Standpunkt Die Schweiz braucht mehr Botschafter und «Botschaften»!



FELIX DIETRICH*

Stellen Sie sich vor, wir hätten die letzten Jahre keinen Didier Cuche, keinen Roger Federer, keine Nicola Spirig und keinen Dario Cologna gehabt? – Auch wenn ich die Arbeit unserer diplomatischen Schweiz oder von Schweiz Tourismus sehr schätze, Hand aufs Herz, wir wären arm dran ohne derartige herausragende Sportler. Die Schweiz wäre allenfalls in Erscheinung getreten im Zusammenhang mit Finanzskandalen, geplatzten Immo-

«Wann hören wir auf, den Medien sensationsbehaftete Botschaften zu liefern?»

lienblasen oder überrissenen Pharmagewinnen. Fertig das schöne, leicht kitschige Klischee des Landes von Kühen und Weiden, Schokoladen, Käse und Uhren? Fertig das Image der Gnomen aus Zürich, die das Geld und Vermögen aller Welt sicher und diskret aufbewahren. Dabei produzieren wir auch heute Qualitätsprodukte, geniale Technologie und hervorragende Dienstleistungen in einer noch immer einmaligen Natur- und Bergwelt. Unterschätzen wir auch die Sicherheit, das flächendeckende Netz unseres öffentlichen Verkehrs und dessen Zuverlässigkeit nicht. Nach der letzten Abstimmung über die Beschränkung der Zweitwohnungen haben wir die Chance, Zeichen zu setzen und mit einer verschärften Raumplanung neue Richtlinien zu geben. Wann werden wir im In- und Ausland wieder ernst genommen? Wann kehrt das Vertrauen in die Verantwortlichen unserer Institutionen wieder zurück? Wann hören wir auf, den Medien sensationsbehaftete Botschaften zu liefern? Olympia 2022 ist eine Chance zu beweisen, dass mit nachhaltigen und weissen Winterspielen Zeichen gesetzt werden könnten und das Land eine schwierige, aber nicht unlösbare Aufgabe anpacken könnte, die weltweit von sich reden machen würde. Geben wir der Kandidatur für die Olympischen Winterspiele 2022 die Möglichkeit zu beweisen, dass es machbar ist. Damit könnten die Schweiz und das IOC endlich wieder einmal punkten und dies würde, wenn wir es gut und richtig machen, eine Lawine von positiven Botschaften auslösen und der Marke Schweiz den Wert zurückgeben, den sie verdient!

* Felix Dietrich ist Hotelier im Hotel Waldhaus in Sils.

ANZEIGE

HESSER

Mit 5% mehr Umsatz und 5% weniger Kosten kann das Ergebnis um 30-40% gesteigert werden. Wir analysieren den Betrieb und zeigen auf Erfolgsweg auf, wie das Ergebnis verbessert werden kann.

Poststrasse 2, 8808 Pfäffikon
055 410 15 57, hesser@bluewin.ch

Fire on Ice in St. Moritz

Der St. Moritzer Veranstaltungswinter ist mit dem **dritten Renntag des White Turf** zu Ende gegangen. Dem Publikum wurde auf dem gefrorenen See ein grosses Spektakel geboten.

ALEX GERTSCHEN

Rund 14000 Zuschauer haben am Sonntag auf dem gefrorenen St. Moritzersee dem White Turf beigewohnt. Damit konnten an den Renntagen vom 3., 10. und 17. Februar insgesamt 38000 Personen begrüsst werden – so viele wie noch nie in der langen Geschichte der Galopp- und Trabrennen im Engadiner Nobelort. Der Grand Prix von St. Moritz wurde dieses Jahr bereits zum 74. Mal ausgetragen.

Ein Höhepunkt des White Turf ist das Skikjöring, bei dem sich Skifahrer an Seilen von unberittenen Pferden ziehen lassen. Dieses wilde Rennen war 1906 erstmals zwischen St. Moritz und Champfèr ausgetragen worden und ist laut den Tourismusverantwortlichen in dieser Form weltweit einzigartig.

Mit dem White Turf ist der St. Moritzer Veranstaltungswinter zu Ende gegangen, der im Januar mit den Bob- und Skeletonweltmeisterschaften begonnen hatte. Danach machte ein gewohnt exklusives Publikum dem prestigeträchtigen Poloturnier auf dem gefrorenen See seine Aufwartung. Vom 28. Januar bis am 1. Februar dauerte das Gourmet Festival.



Grosses Spektakel: Die Pferderennen auf dem St. Moritzersee sind seit Jahrzehnten ein **Höhepunkt des Gesellschaftslebens** im Nobelort.



Dieses Jahr hat das White Turf so **viele Zuschauer angezogen** wie noch nie in seiner langen Geschichte.



Gewohnt exklusiv und international: In den Zelten auf dem gefrorenen See tummeln sich **Gäste aus allen Kontinenten**.

Sesselrücken

Ein «alter Hase» kommt nach Leukerbad

Friedmann Roessler, langjähriger Direktor des Lindner Congress Hotel in Frankfurt, stellt sich mit 69 Jahren einer neuen Heraus-



ZVG

forderung. Der unermlidliche Hotelfachmann, der sich über 54 Jahre Berufserfahrung ausweisen kann, übernimmt die Direktion der Lindner Hotels & Alpentherme Leukerbad. Mit so einem alten Hasen könne kein junger Kollege mithalten, heisst es in einer Mitteilung der Lindner Hotels.

Thomas Lüthi verlässt Bern Tourismus

Der 42-jährige Vizedirektor von Bern Tourismus, **Thomas Lüthi** (Bild), verlässt per Ende April die Berner Tourismuszentrale und



ZVG

übernimmt eine neue Herausforderung als Geschäftsleitungsmitglied und Marketingleiter der Velux AG. Lüthi war während neun Jahren als Leiter Marketing für Bern Tourismus tätig. Zum Vizedirektor ad interim hat der Vorstand von Bern Tourismus **Michael P. Keller** ernannt.

Mandarin Oriental München mit neuem Management

Seit Februar 2013 ist **Wolfgang M. Greiner** (Bild) als General Manager für das Münchner Luxushotel Mandarin Oriental verantwort-



ZVG

lich. Greiner ist in München aufgewachsen und war unter anderem im Elbow Beach Resort, Bermuda (gehört heute zur Mandarin Oriental Group), und im Mandarin Oriental, Miami, tätig. Er hat den Posten des General Managers von **Lars Wagner** übernommen, der nun als General Manager im Mandarin Oriental in Genf tätig ist. Zu den Besonderheiten des Mandarin Oriental, München, gehört das Gourmetrestaurant Mark's und die Dachterrasse mit beheiztem Pool.

Hoher Bahnhof für Minister

Einer der vier **chinesischen Vize-Ministerpräsidenten** hat auf dem Jungfrauojoch den höchst gelegenen Bahnhof Europas besucht.

Am Montag die Arbeit, am Dienstag das Vergnügen: Nachdem Hui Liangyu, einer der vier chinesischen Vize-Regierungschefs, sich zu Wochenbeginn in Bern mit drei Bundesräten unterhalten hatte, beehrte er am folgenden Tag das Jungfrauojoch. Begleitet wurde er von einer 30-köpfigen Delegation. Von Urs Kessler, dem Direktor der Jungfrauabahn, nahm der hohe Gast einen Kristall entgegen.

Liangyu war der Besuch der Jungfrauabahn ein persönliches Anliegen – wie so vielen seiner

Landleute. Im Januar hatte Interlaken Tourismus vermeldet, 2012 hätten 50 Prozent mehr Chinesen im Einzugsgebiet über-

nachtet. Die Jungfrauabahn verfügt laut eigenen Angaben bereits seit 1997 über ein eigenes Vertriebsnetz in Asien. axg



ZVG

Stefan Pfister (Leiter Marketing Jungfrauabahn), **Urs Kessler** (CEO Jungfrauabahn), **Hui Liangyu** (Vize-Ministerpräsident China), **Wu Ken** (chinesischer Botschafter in Bern) auf der Kleinen Scheidegg.

Travel Industry Club ehrt Kurt Ritter für sein Lebenswerk

Der **Lifetime Award** ist eine begehrte Trophäe. Kurt Ritter wird im Vorfeld der ITB damit ausgezeichnet.

Kurt Ritter erhält eine weitere Ehrung: Der Travel Industry Club ehrt den Ex-Präsident & CEO von Rezidor mit dem begehrten «Lifetime Award» für seine Leistung in der internationalen Hotellerie. Unter seiner Führung ist Rezidor zu einem der weltweit am schnellsten wachsenden Hotelunternehmen geworden. Der 66-jährige Ritter war seit 1989 Präsident & CEO bei der Rezidor Hotel Group und trat Ende 2012 in den Ruhestand. Der Berner Oberländer Hoteller wird den renommierten «Lifetime Award» am 5. März 2013 an der «Award Night» des Travel Industry Clubs in Empfang nehmen können. Der Anlass findet am Vorabend der ITB Berlin statt. gsg



ZVG

Kurt Ritter machte Rezidor zu einer weltweiten Hotelgruppe.



Da machen selbst die Chinesen grosse Augen: Textilien made in Switzerland

Die einzige Leinenweberei für die Hotellerie- und die Gastronomie-Branche in der Schweiz stellt seit über 140 Jahren hochwertige Textilien her. Der Burgdorfer Traditionsbetrieb zählt heute zu den modernsten Jacquardwebereien in Europa.

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

Schwob
textiles of Switzerland

ANZEIGE

Europe

Ibis propose le plus de chambres

D'après le cabinet d'études français MKG Hospitality, la marque Ibis du groupe Accor propose le plus grand nombre de chambres d'hôtels en Europe avec près de 122 000 chambres disponibles. Une augmentation de 5769 chambres par rapport à 2012 qui lui permet de devancer Best Western dont le parc n'a progressé que de 995 chambres. Mercure, une deuxième marque du groupe Accor occupe la troisième place de ce classement.

Espagne

Un Hôtel Indigo ouvre à Barcelone



L'ouverture de l'Hôtel Indigo, plaza Catalunya, à Barcelone marque les débuts de l'enseigne d'hôtels boutiques du groupe Intercontinental en Espagne. L'établissement dispose de 77 chambres et deux suites. L'enseigne devrait aussi arriver prochainement sur le marché français. Elle vient de gagner un appel d'offre sur La Canebière, à Marseille. Lancée au Etats-Unis en 2004, la chaîne Hôtel Indigo dispose d'un réseau de plus de 50 hôtels.

Neuchâtel

Un week-end populaire pour le bicentenaire

Le canton de Neuchâtel fêtera le bicentenaire de son entrée dans la Confédération le vendredi 12 septembre 2014. Des festivités populaires seront organisées dans tout le canton les 13 et 14 septembre avec un budget de 1,8 million de francs. Le conseiller national Laurent Favre présidera une association créée pour ce bicentenaire. La population est invitée à participer à un vaste appel à projets qui sera lancé en avril.

www.bicentenaire2014.ch

Valais

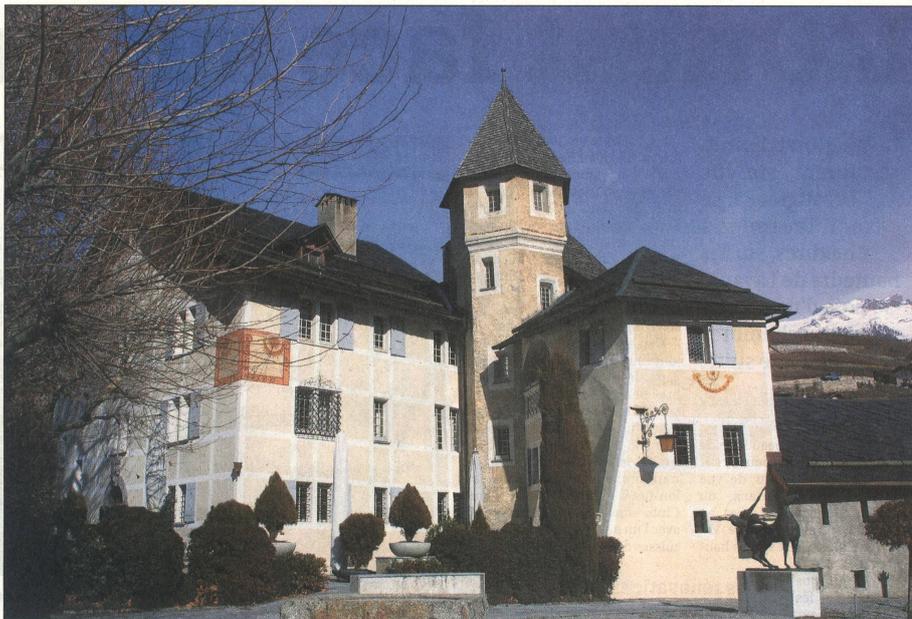
Un projet d'hôtel au Bouveret



Un projet d'hôtel trois étoiles d'une centaine de lits est dans l'air au Bouveret (VS). S'exprimant dans «Le Nouvelliste», le président de Port-Valais, Pierre Zoppello, estime que pour aller dans l'avant «la commune doit préciser aux promoteurs la manière dont le terrain pourra être mis à disposition». L'assemblée primaire devra décider si le terrain (12 000 m²) doit être mis en vente ou bénéficier d'un droit permanent de superficie. aca

Un diplômé de l'EHL d'origine gruérienne, Fabrice Thorin, prendra, le 25 février, la succession de Dominique Fornage à la tête du Château de Villa, à Sierre. Rencontre.

PIERRE THOMAS



A Sierre, le Château de Villa change de direction et reste un lieu incontournable du vin valaisan.

Son «curriculum vitae» est impressionnant. Né à Lausanne, il y a 48 ans, Fabrice Thorin a occupé de nombreuses fonctions en Suisse romande et a tissé un vaste réseau de relations. La sœur de sa grand-mère n'était autre que «Tante Marthe», une cuisinière gruérienne que le critique du Monde, La Reynière, avait comparé, jadis, aux «mères lyonnaises». «Aux Sciernes d'Albeuve, j'avais toujours le nez dans les fourneaux et je fabriquais des bricoles», raconte le futur «châtelain» de Villa.

Elève puis enseignant en service à l'École hôtelière de Lausanne

Fabrice Thorin est, du reste, tombé tout petit dans une marmite, puisque son grand-père tenait des établissements publics à Lausanne, à la piscine de Mon-Repos, puis à Payerne. Après avoir appris le métier de pâtissier-confiseur, puis un stage en cuisine, en 1985, il entre à l'École hôtelière de Lausanne (EHL). Ensuite, il enchaînera les postes en station (Gstaad), autant qu'en plaine (Bulle). Il sera directeur de la restauration de l'World Trade Center lausannois. Avant de retourner à l'EHL, mais pour y enseigner le service, cette fois.

Installé sur La Côte vaudoise, il prend alors part à l'aventure de Paléo, le festival de musiques du monde, à Nyon, appelé par Daniel Rossellat, au moment de l'organisation de la Fête fédérale de lutte (2001). Après avoir été bénévole, il sera, de 1999 à 2010 le

premier permanent du secteur restauration et boissons de cette véritable PME. Puis, après ce bail de onze ans, Fabrice Thorin prend du recul et s'engage dans l'entreprise DSR, où il est responsable de secteur, soit de 13 établissements entre Lausanne et le pied du Jura vaudois. Des EMS et des restaurants d'entreprise, qu'il gère au niveau de la qualité et des relations humaines, jusqu'à ces jours.

Mais qu'est-ce qui a poussé ce père de deux adolescents de 15 et 17 ans à mettre le cap sur le Valais? Ce passionné de montagne, membre du Club alpin suisse, section de Nyon - La Dôle qui exploite la cabane d'Arpittetaz, au-dessus de Zinal, et golfeur à ses heures, entend retourner là où il a aussi vécu.



«J'ai l'intention de relancer un concours de dégustation valaisan.»

Fabrice Thorin
Directeur du Château de Villa

Sa mère tenait une boutique à Sierre. Et il a participé à la relance d'un hôtel trois étoiles à Crans-Montana, au début des années 1990, Le Green, qu'il a tenu durant deux ans.

Il s'est illustré au championnat de dégustation des vins vaudois

Au passage, Fabrice Thorin, compagnon du Guillon, s'est illustré au championnat de dégustation des vins vaudois, le Verre d'Or, qu'il a terminé, deux ans de suite, à la quatrième place. «J'ai bien l'intention de relancer un concours de dégustation valaisan», dit-il, lui qui prend la succession de Dominique Fornage, grand dégustateur devant l'Éternel, fondateur du Label Nobilis, précurseur de la Sélection des vins du Valais. Se fondant sur les

avis de deux commissions de dégustation, l'une pour les vins, l'autre pour les produits du terroir, mises sur pied par l'ancien conseiller d'Etat valaisan Serge Sierro, président de la Fondation du Château de Villa, le nouveau responsable entend ouvrir largement ce fief reconnu non seulement aux vins et aux fromages, mais à tous les produits du terroir valaisan.

«C'est un écrin magnifique pour les mettre en valeur», s'exclame-t-il. Il entend aussi créer des forfaits hôteliers et exploiter davantage le Sensorama et les salles de la demeure historique.

Enfin, il aimerait élargir la palette des mets au-delà de la fameuse raclette pour faire du Château de Villa une étape incontournable du Valais du goût.

Sensible au jus fraîchement pressé

Face à des clients de plus en plus connaisseurs en matière de jus de fruit, les hôtels jouent la carte de la qualité. Car au-delà de leur saveur, les jus de fruits s'illustrent par leur apport nutritif.

MICHEL BLOCH

Synonyme de fraîcheur et de santé, les jus de fruits sont devenus incontournables au buffet petit-déjeuner des grands hôtels. La qualité est-elle pour autant toujours au rendez-vous? «Les jus de fruits sont bénéfiques en raison des sels minéraux et de la vitamine C qu'ils contiennent. L'idéal est de les boire le plus fraîchement pressés possible, car la vitamine C s'oxyde progressivement sous les effets de l'oxygène de l'air», expli-



Les grands hôtels privilégient les jus de fruits frais.

que Régine Blat, diététicienne diplômée établie à Montreux. «Conservés dans les règles de l'art, les jus, y compris les pré-pressés, gardent une partie des vitamines et la pulpe contient des fibres aux effets positifs», précise-t-elle.

Les hôteliers semblent l'avoir compris: les jus de fruits fraîchement pressés ou les jus pré-pressés et conservés dans d'excellentes conditions sont les solutions habituellement retenues. Ainsi, le Beau-Rivage Palace de Lausanne

propose au petit-déjeuner «un cocktail de fruits frais de saison pressés dans la matinée ainsi qu'un cocktail de fruits composé de fruits et de légumes aux vertus spécifiques, par exemple un jus de betterave - pomme - orange», détaille Alexandra Hemmeler, responsable RP et communication.

Au Fairmont Le Montreux Palace, Gisèle Sommer, coordinatrice des relations publiques, relève que «l'hôtel sert tous les jours des jus de fruits pressés frais: orange, pamplemousse, pomme ou carotte y compris dans le service en chambre. Dans les brunchs du dimanche, il y a une station de jus de fruits frais et faits à la minute devant le client.» Au Grand Hotel Park à Gstaad, l'option du jus de fruits fraîchement pressé a également été retenue. «Les gens y sont de plus en plus sensibles», note le directeur Jean-Yves Blatt.

Un choix que confirme Muriel Jaquet, diététicienne diplômée

ES de la Société suisse de nutrition. Selon elle, «les meilleurs jus d'un point de vue diététique sont les 100% jus de fruits et les smoothies (fruits mixés), qui contiennent vitamines, sels minéraux et fibres alimentaires». Pour les conserver, elle conseille de les stocker au frais et à l'abri de la lumière. Il en va de même pour les jus de fruits pré-pressés achetés auprès de maisons spécialisées.

Philippe Vuillemin, directeur de l'Hôtel de la Cigogne à Genève, en fait l'expérience et en est satisfait. «La qualité des jus pressés est excellente et très appréciée de nos clients», estime-t-il. Christopher Rudolph, directeur du Grand Hôtel du Lac à Vevey, abonde dans ce sens. «Leur qualité est telle qu'elle convient à la quasi-totalité des clients. Il arrive très rarement que des clients demandent des jus fraîchement pressés; dans ce cas, nous les leur préparons.»

En bref

Fribourg

Du sang neuf pour la télécabine de Charmey

Les 7 membres du conseil d'administration de Télécabine Charmey-Les Dents Vertes en Gruyère SA ont démissionné en bloc, rapporte «La Liberté». Cette décision anticipe les résultats d'une étude commandée par la commune de Charmey en vue d'une nouvelle orientation touristique. Le conseiller en charge de l'étude, Daniel Fischer, et la commune saluent cette décision. Le conseil assumera ses responsabilités jusqu'au 12 avril.

Nouveau gérant recherché avant la démolition



L'Hôtel du Lac à Estavayer fermera le 25 février, révèle «24 heures». Nicolas Baechler, qui dirige l'hôtel depuis 15 mois, avoue ne pas s'être rendu compte de l'ampleur des volumes et des coûts d'exploitation. Un nouveau gérant est recherché avant la démolition de l'établissement prévue d'ici à 2014. Il cédera la place au complexe hôtelier Othello. lb

L'Orient face au Léman

Hôtel discret, restaurant coté, vue prestigieuse. Le Baron Tavernier, à Chexbres, sur les hauteurs de Lavaux, se dote d'un spa, de nouvelles chambres et d'une suite.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

On utilise beaucoup de superlatifs pour décrire les points de vue qu'offre Lavaux: du Signal de Grandvaux à l'ouest, au Mont-Pèlerin, au-dessus de Vevey, voire plus à l'est sur les hauteurs de Montreux. Il faut tous les oublier et les multiplier pour qualifier le dégagement qu'offre Le Baron Tavernier à Chexbres: du restaurant-terrasse extérieur, le bien nommé «Deck», on plonge quasiment dans le Léman, et si le dégagement est moins spectaculaire depuis les chambres, la vue n'en impressionne pas moins.

Le Baron Tavernier? Un quatre étoiles de 18 chambres de luxe, classé dans la catégorie «unique»,

qui a succédé en 2005 à l'ancien et vétuste Hôtel Bellevue. Il a été racheté et joliment mis en valeur par un amoureux de la région et de l'Orient, suivant le vrai baron-baroudeur Tavernier qui le parcourt de long en large, de la Perse à la Chine, sur les traces de Montesquieu et de bien d'autres.

Huit nouvelles chambres, une suite, un spa et un salon-fumeur

L'établissement grandit aujourd'hui encore. Il augmente sa capacité d'accueil de huit chambres de luxe et d'une suite, d'un spa exclusif à l'enseigne de Valmont, dont il deviendra officiellement le 1er avril prochain l'un des 25 membres certifiés. A ces transformations s'ajoute un salon-fumeur privatif, le Havana Club, aménagé en collaboration avec l'un des grands importateurs suisses de cigares. Il sera géré sur le modèle du club et sera, à l'instar du spa, uniquement accessible à des membres.

«Ces rénovations nous permettront de recevoir des groupes dans le haut de gamme.»

Mehtaf Daoud
Directeur du Baron Tavernier

Mehtaf Daoud, son directeur depuis un an, s'en explique: «L'augmentation de notre capacité d'accueil devrait nous permettre de recevoir des groupes dans le haut de gamme.» Il en va de même pour les séminaires: deux terrasses privatives augmentent



Le restaurant gastronomique «Le Baron» jouit d'une vue plongeante sur le lac Léman.

sans contester l'attrait du Baron Tavernier sur le marché des séminaires.

Positionné sur le marché du tourisme d'affaires suisse

Sans compter les atouts déjà connus, ou méconnus, de l'établissement: une pinte vaudoise à l'enseigne du «Bon sauvage», le restaurant gastronomique «Le Baron» qui ne se pique guère d'étoile mais mérite ses mentions, et l'incomparable «Deck»,

magnifique terrasse panoramique ouverte sur le lac de fin mars à fin septembre, et qui offre une vue s'étendant des Alpes à la rade de Genève.

Ces nouveaux aménagements devraient permettre d'augmenter le volume d'affaires de 20 à 25%, escompte la direction, sans articuler de chiffres, prévenance et discrétion orientale oblige. Sur les marchés, c'est essentiellement sur les entreprises suisses (multinationales segmentées par dé-

partement et petites et moyennes entreprises) que le Baron Tavernier veut clairement se positionner.

«Lavaux est d'un incontestable attrait, souligne encore Mehtaf Daoud. Il nous permet de jouer tout à la fois sur les groupes, le secteur loisirs individuels et les séminaires.» Une vision en parfaite adéquation avec la politique volontariste de Montreux-Riviera Tourisme sur ce segment particulier.

ANNONCE

Recevez:
un mini-check
Eclairage gratuit
500 CHF de réduction
sur une prestation de
conseil en éclairage
2 500 CHF
pour des LED

votre partenaire
1to1 energy

Offre spéciale Watt à la carte LED **FMB**®

Profitez jusqu'au 31 janvier 2014 de l'offre spéciale Eclairage de FMB. La participation est limitée à 60 établissements. Pour bénéficier de notre contribution aux coûts, inscrivez-vous sur: www.bkw.fmb.ch/offre-led.

BKW FMB Energie SA, Viktoriaplatz 2, 3000 Berne 25, tél. 0844 121 120, sales@bkw-fmb.ch

Dans quels hôtels le WiFi est-il gratuit? Un nouveau service de Suisse Tourisme montre que de nombreux hôtels offrent cette prestation. Mais celle-ci est souvent mal communiquée.

ANDREAS GÜNTERT



Le symbole WiFi ou W-LAN devrait être placé en tête de la page d'accueil du site Internet des hôtels qui proposent ce service gratuitement.

Fotolia

L'argument du wifi gratuit

À u Wireless Local Area Network, en abrégé W-LAN, et plus connu en français sous la dénomination WiFi: ces acronymes désignent un besoin qui s'est développé à une vitesse fulgurante en quelques années - également parmi les clients des hôtels qui souhaitent bénéficier d'un accès rapide à Internet sans frais supplémentaires. Pourtant, quels sont les établissements qui proposent ce service? L'émission «Espresso» de la radio suisse allemande, qui se penche sur des questions de consommation, n'avait eu d'autre choix que de réaliser sa propre enquête. Apparemment, les hôteliers suisses ne parviennent pas à mettre cet argument en avant, alors qu'il répond à un désir souvent exprimé par la clientèle.

Suisse Tourisme (ST) a réagi et intégré le WiFi gratuit au nombre de ses critères de sélection. Les

500 hôtels qui ont conclu un partenariat de marketing avec ST ont été interrogés à ce propos. Sur cette base, ST répertorie ces jours-ci, 220 hôtels, dont 29 en Suisse romande, qui proposent à leurs hôtes une connexion internet gratuite. «Ainsi, le client peut également choisir un établissement en fonction de ce nouveau critère», relève Thomas Winkler, membre de la direction de ST.

Le WiFi aussi en campagne

Cependant, ce nombre n'est pas exhaustif car beaucoup d'autres hôtels ont franchi le pas. Ce recensement fait

néanmoins apparaître des informations étonnantes. D'une part, le WiFi n'est pas uniquement demandé dans les villes par les voyageurs d'affaires. Les lieux de villégiature ne sont pas en reste, ainsi que le démontrent l'Hôtel-restaurant du Cerf à Sonceboz dans le Jura bernois (3 étoiles), l'Hôtel du Pillon - Relais du Silence aux Diablerets (3 étoiles) ou le site agritouristique d'Ossona à Saint-Martin, dans le val d'Hérens.

Florian Russ, directeur du marketing pour la région Allemagne-Suisse-Autriche auprès du site de réservations en ligne «hotels.com», souligne que «de nombreuses personnes souhaitent surfer sur Internet pendant leurs vacances, ce qui se fait par le biais du bulletin météo, des offres de loisirs dans la région ou envoyer une carte postale digitale à leur famille.»



«Peu d'établissements mentionnent ce service pourtant très apprécié.»

Thomas Winkler
Membre de la direction de ST

Un service gratuit qui mérite d'être valorisé sur le site web

Deuxième surprise: même si les hôteliers assument les dépenses supplémentaires provoquées par ce service gratuit, ils n'en font que rarement état sur leur site Internet. Thomas Winkler regrette que «si peu d'établissements mentionnent ce service pourtant très apprécié.»

Roman Hirsbrunner, directeur de l'agence de communication Maxomedia, qui développe des projets digitaux pour Interhome, Best Western, les CFF ou la Victoria Jungfrau Collection, déclare: «Une icône judicieusement placée sur la page d'accueil doit attirer l'attention d'emblée sur cette prestation». Nombreux sont les responsables qui publient sur le site Internet des photographies d'ambiance destinées à faire naître l'envie de séjourner dans leur hôtel. Cependant, cet objectif ne devrait pas porter ombrage à un sujet aussi essentiel que le «WiFi gratuit», ainsi que le spécialiste le précise. «Une description correcte de cette prestation sur le site Internet peut représenter un avantage décisif car, lorsqu'elle est reconnue par des moteurs de recherche à l'instar de Google, elle assure une place de choix à l'établissement sur la liste des résultats.»

Comment se hisser dans les premiers résultats de Google

Afin de frayer son chemin à travers les algorithmes de Google, il est utile de faire figurer la mention WiFi sous la forme de liens hyper-

textes dans diverses rubriques du menu, tels le service ou le confort. «Cette astuce permet de s'élever considérablement dans la hiérarchie des résultats», conclut Roman Hirsbrunner.

Telle est la devise que devraient adopter les hôteliers qui équipent leurs établissements en conséquence. Marco Fornara, directeur des hôtels Sorell, qui proposent depuis le début de l'année le WiFi gratuit dans toutes les chambres et les espaces publics, n'en doute pas un seul instant: «Cette information doit figurer en première page du site web, car il s'agit d'un instrument de marketing que nous payons afin de permettre à nos hôtes d'en bénéficier gratuitement. Il serait donc regrettable qu'ils ne soient pas informés de cette nouvelle prestation que nous mettons à leur disposition.»

Traduction Jean-Pierre Ammon
d'un texte en page 11

Belle de nuit comme de jour

L'Union des villes suisses publie un rapport sur les mesures envisageable pour canaliser la vie nocturne urbaine. Il devrait permettre de définir une stratégie.

Joyeusement vivante, la ville de nuit côtoie parfois les débordements, qui peuvent lui donner des allures de champ de batailles. Violents, accidentés, alcoolisés. Face aux défis nocturnes qui se posent dans les communes urbaines, l'Union des villes suisses a mis en place un groupe de travail. Il en ressort un rapport de 32 pages, téléchargeable sur leur site internet.

Il s'agit d'un catalogue de mesures pour endiguer les effets négatifs de la vie nocturne, sans forcément la proscrire. Car comme l'affirme Marcel Guignard, président de l'Union des villes suisses et maire d'Aarau: «Une vie nocturne animée est fondamentalement un élément positif, puisque la diversité des loisirs figure en bonne

place, aujourd'hui sur la carte de visite des villes.»

Le rapport se veut constructif. Il liste les mesures déjà appliquées dans certaines villes suisses et l'expérience qu'elles en retirent. Lausanne est citée pour son «heures blanches» où tous les bars et cafés doivent fermer entre 5 h. et 6 h. du

matin; Genève pour son interdiction de vendre de l'alcool entre 21 h. et 7 h.; Zurich pour son réseau de transports publics de nuit non-stop le week-end. Autant d'exemples qui devraient nourrir la réflexion des autorités compétentes et leur permettre de définir une stratégie. lb



Réputée pour sa vie nocturne animée, Lausanne (ici le Flon), réfléchit à des mesures pour anticiper les débordements.

Les gens

Un Neuchâtelois ambassadeur pour l'Unesco

Jean-Frédéric Jauslin deviendra en septembre ambassadeur auprès de l'Unesco et de l'Organisation internationale de la francophonie, à Paris. Il remplacera Rodolphe Imhoof, qui part à la retraite à la fin du mois.



L'intérim sera assumé par Jean-Jacques Dardel, ambassadeur de Suisse à Paris. Le Neuchâtelois de 58 ans dirigeait l'Office fédéral de la culture depuis huit ans. Il a mené à bien la loi sur l'encouragement de la culture. Il avait dirigé la Bibliothèque nationale pendant quinze ans.

Un député vaudois administrateur de la CGN

Stéphane Montangero entre au conseil d'administration de la Compagnie générale de Naviga-



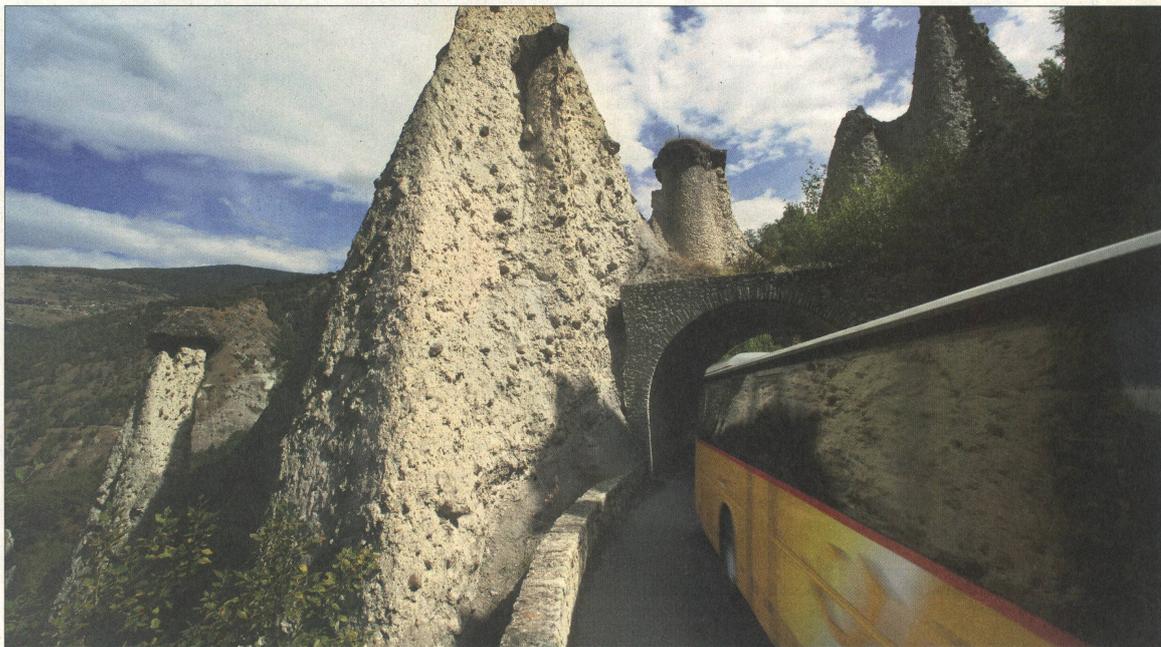
tion sur le lac Léman (CGN), en tant que représentant du personnel. Ce député socialiste au Grand conseil a notamment présidé la commission du Grand conseil vaudois concernant la rénovation du «Vevey», du «Ville de Genève» et du chantier naval. Cette nomination de l'assemblée générale extraordinaire fait suite à la volonté exprimée par les actionnaires de la compagnie de renforcer la représentation du personnel.

Un Montreuisien à la tête du Georges V

Christian Clerc est le nouveau directeur du palace parisien Four Seasons Georges V. Le Montreuisien dirigeait jusqu'à maintenant le Four Seasons Washington DC. Il est également nommé vice-président régional en charge des hô-



tels du groupe à Milan, Florence, Genève et Marrakech. Diplômé de l'École hôtelière de Lausanne, il avait entamé sa carrière en 1989 à l'Intercontinental de Genève. Il travaille depuis plus de vingt ans à l'étranger. A Paris, il succède à Christopher Norton, en poste depuis 2006. aca



Christophe Clivaz estime qu'il faut trouver des solutions en termes de transports publics pour diminuer l'empreinte climatique des stations.

Swiss-Image

vue environnemental est le déplacement du lieu de résidence au lieu de villégiature car la très grande majorité des touristes se déplacent en voiture. Il est donc urgent de trouver des solutions en termes de transports publics, notamment en développant un système pour le transport des bagages.

Quel sont les clefs du tourisme de demain?

Il faut s'adapter sans arrêt. Consolider les infrastructures hivernales existantes et développer des activités estivales. La randonnée par exemple pourrait mieux être mise en valeur. Les randonneurs ont un pouvoir d'achat supérieur à la moyenne qui s'arrête volontiers dans un lieu agréable pour dépenser, mais qui n'ont souvent pas l'occasion de le faire par manque d'offre.

Que pensez-vous de l'observatoire du tourisme valaisan?

Il existe enfin, mais il ne doit pas se limiter au quantitatif. Il faut par exemple analyser les modifications de pratiques touristiques. Ou la relation symbolique que les propriétaires entretiennent avec leurs résidences secondaires, pour savoir pourquoi ils ne sont pas favorables à la location.

En vert et contre tout

Professeur d'économie touristique Christophe Clivaz se présente au Conseil d'Etat valaisan. Avec des idées atypiques sur la LAT, les résidences secondaires et les transports.

ALEXANDRE CALDARA

Christophe Clivaz, votre position sur la Loi d'aménagement du territoire et celle des Verts vous singularise de tous les autres partis du canton. Quelles sont ses fondements? Je suis favorable au maintien des terres agricoles et à la protection du paysage. L'agenda 21 du Conseil d'Etat vise aussi à limiter et densifier les zones à bâtir. Il s'oppose donc à ses propres objectifs.

Dans votre argumentaire vous remplacez la loi dans son processus?

Avec la révision de la LAT, les cantons auront cinq ans pour adapter leur plan directeur, puis

les communes leur plan d'affectation. L'ensemble du processus prendra 20 ans. D'ici là, au rythme des dernières années, le Valais comptera pas loin de 100 000 habitants supplémentaires qui s'installeront surtout en plaine.

Le problème se pose autrement dans les communes de montagne?

Si des surfaces doivent être dézonées, il s'agit d'abord de viser celles qui ne sont pas équipées, qui sont excentrées, mal situées, thésaurisées indument. Le Valais a loupé le coche l'année passée au parlement en ne proposant pas un système national de prélèvement et d'utilisation de la plus-value. Mais on pourra faire comme les Grisons qui ont gelé 1000 hectares de zones à bâtir cette dernière décennie.

Au niveau de la politique touristique, vous trouvez

important la mise en location des lits en résidences secondaires?

Les stations ne devraient pas s'occuper uniquement de posséder des Rolls Royce de domaine skiable, mais aussi des lits chauds en station. Un moyen est de convaincre les propriétaires de résidences

secondaires de mettre leur logement en location en soutenant financièrement la rénovation, que ce soit par une aide à fonds-perdu ou par une défiscalisation des revenus générés par la location.

Comment peut-on mieux aider l'hôtellerie de montagne?

Les conditions-cadre ne me semblent pas favorables en Suisse. Je ne trouve, par exemple, pas normal qu'un hôtelier doive payer 7000 francs pour déposer son dossier au crédit hôtelier. Je pense qu'il faut encourager la coopération

entre les hôtels qui permet de réduire les frais comme dans la vallée de Saas.

Vous aimeriez aussi développer des postes de coordinateurs sur le modèle des Alpes vaudoises?

Je constate que souvent les acteurs prestataires d'une station ont tendance à faire le contraire de ce qui est prévu dans la stratégie que la

commune a défini. Un poste de coordinateur, financé par le canton, permettrait d'accompagner les destinations dans leur positionnement et la mise en place de structures de gouvernance plus intégrées.

Comment peut-on diminuer l'empreinte climatique d'une station?

L'activité du voyage qui est la plus problématique du point de



«S'il faut dézoner, il convient d'abord de viser les surfaces qui ne sont pas équipées»

Christophe Clivaz
Candidat au Conseil d'Etat valaisan

Une année 2013 charnière

Jean-Michel Cina est le conseiller d'Etat en charge du tourisme et il entend bien le rester, après le scrutin du 3 mars prochain. «Afin de concrétiser et terminer le travail de fonds effectué lors de cette législation pour replacer le Valais comme destination hivernale de pointe», dit-il.

Après le refus par le peuple fin 2009 de la loi sur le tourisme, «il s'agissait de ne pas baisser les bras.» Ce qui a notamment donné naissance cette année à Valais/Wallis Promotion, une structure adoptée à l'unanimité par le parlement, pour un financement de 40 millions sur quatre ans,

ainsi que la mise en place de l'Observatoire valaisan du tourisme en collaboration avec l'Ecole suisse de tourisme de Siere.

Une autre décision importante, selon Jean-Michel Cina, aura été l'abrogation du devoir pour les destinations de reverser deux-tiers de la taxe sur l'hébergement à anciennement Valais Tourisme. Ce qui représente 3 millions en plus pour les destinations et supprime les flux financiers entre elles et la structure de promotion. Le groupe de travail «structures et financement», placé sous la présidence de Luc Fellay, fournit une boîte à outils aux communes touristiques pour choisir un nou-

veau modèle de gouvernance. En 2013, les enjeux porteront sur les structures d'hébergement: «En réponse à l'initiative Weber, nous devons trouver une stratégie pour augmenter l'occupation des structures existantes.»

A la suite d'une demande du Seco, le canton devra aussi réactualiser sa stratégie de soutien aux remontées mécaniques. Au parlement fédéral, l'élargissement du champ d'application du crédit hôtelier sera un dossier important. Enfin le Conseil fédéral devrait annoncer jusqu'à juin la réorientation du soutien aux destinations alpines. Le Valais sera attentif. aca

SUN TOP 3100®

Résistant au vent et aux intempéries jusqu'à 75 km/h!

KASTLISTORES

Kästli & Co. AG
Tél. 031 340 22 22
www.kaestlistores.ch

Les clients félicitent particulièrement les hôtels équipés par Dialock pour leur

Fonctionnalité optimale
Confort excellent
Organisation parfaite
Haute sécurité
Portes à l'apparence soignée
Ouverture et fermeture de manière simple et sans contact

Commandez la documentation dialock
Incluant la liste de référence des hôtels suisses:
Tel. +41 (0) 21 632 81 81, crissier@haefele.ch
Häfele Suisse SA
Bois-Genoud 1a, CH-1023 Crissier

HAFELE
FUNCTIONALITY FOR YOU

„Offrez à vos clients un linge de table haut de gamme“

Leinenweberei Bern AG®
Tissage de Toiles Berne SA

www.lwbern.ch

ANNONCE

www.pistor.ch

toutpourlacuisine

pistor



Ob Business oder Freizeit: Der surfende Hotelgast trägt nicht mehr zwingend einen Anzug, auch Ferienhotels sehen sich dazu bewegt, W-LAN kostenlos anzubieten.

Fotolia

Werben mit gratis W-LAN

Ein neuer Service von Schweiz Tourismus zeigt, dass auch beachtlich viele Ferienhotels gratis W-LAN anbieten. Die Dienstleistung wird insgesamt jedoch zu wenig beworben.

ANDREAS GÜNTERT

Zu Jahresbeginn haben die Sorell-Hotels den Schalter umgelegt. Seither gilt in den Schweizer Häusern der Gruppe: gratis W-LAN in allen Zimmern und Räumlichkeiten. Ein markanter Schritt für die Hotel-Sparte der Zürcher ZFV-Gruppe, die 17 Häuser an zehn Standorten betreibt. Ein teurer dazu: «Der Wegfall der Gebühren dürfte jährlich eine sechsstellige Summe ausmachen», sagt

«Der Wegfall der W-LAN-Gebühren kostet jährlich eine sechsstellige Summe.»

Marco Fornara
Leiter der Sorell-Hotels, ZFV-Gruppe

Auch der Landgasthof macht die Entwicklung mit

Wireless Local Area Network, kurz W-LAN oder auch WiFi genannt: Die Akronyme bezeichnen ein Bedürfnis, das sich innerhalb weniger Jahre rasant verbreitet hat – auch unter Hotelgästen, die mit ihren Smartphones und Laptops möglichst schnell und kostenlos ins Internet gelangen wollen. Doch welche Unterkünfte bieten den Service an? Als die Konsumentensendung «Espresso» letztes Jahr über das Thema berichtete, musste es eine eigene Liste zusammenstellen. Die Schweizer Hotels schaffen es offensichtlich nicht, diesen wichtigen Gästewunsch selber zu bewirtschaften.

Schweiz Tourismus (ST) hat reagiert und auf der Website kostenloses W-LAN als Selektionskriterium aufgenommen. Dazu waren letzten Herbst die rund 500 Hotels, die mit ST eine Marketing-Kooperation pflegen, um die entsprechende Angabe gebeten worden. In diesen Tagen nun macht ST die rund 220 Hotels erkenntlich, in denen der Internetzugang gratis ist. «Somit kann der Gast sein Hotel anhand der Sterne, aber auch des kostenlosen W-LAN auswählen», sagt ST-Geschäftsleitungsmitglied Thomas Winkler (vgl. Interview). Die Liste der von ST aufgeführten Hotels ist nicht flächendeckend.

Eine Vielzahl weiterer Betriebe ist auf den Trend aufgesprungen. Dennoch fördert die Zusammenstellung überraschende Erkenntnisse zutage, die wohl allgemeingültig sind. Zum einen ist W-LAN nicht nur für Geschäftsleute in Städten, sondern auch in Feriengebieten ein grosses Thema. In der Liste tauchen Betriebe wie das Zwei-Sterne-Haus Alpenblick im bernischen Helligenschwendi oder der Landgasthof Lengmatta in Davos Frauenkirch auf.

Internet-Symbol gehört auf die erste Seite der Website

Florian Russ, beim Internet-Reiseportal «hotels.com» Marketing Director für die DACH-Region, kommentiert: «Viele Menschen möchten auch im Urlaub online gehen können, um etwa den Wetterbericht anzuse-

hen, lokale Freizeitangebote zu suchen, mal eben das Online-Banking zu überprüfen oder der Familie eine «digitale Postkarte» zu senden.»

Zweite Überraschung: Obwohl viele Hoteliers einiges an Mehraufwand und Ertragsverlusten in Kauf nehmen, um ihren Gästen kostenloses W-LAN zu ermöglichen, künden sie auf ihrer Website nur selten davon. Thomas Winkler ist «immer wieder erstaunt darüber, dass die wenigsten Hotels auf ihrer eigenen Homepage diese gefragte Dienstleistung prominent publizieren.»

Roman Hirsbrunner, Geschäftsführer der Kommunikationsagentur Maxomedia, die für Kunden

wie Interhome, Best Western, SBB und die Victoria Jungfrau Collection digitale Kreationen entwirft und umsetzt, sagt: «Eine zielführende Strategie ist es bestimmt, schon auf der ersten Seite des Web-Auftritts ein Icon zu platzieren, das den kostenlosen Internetzugang ankündigt.»

Wie gelangt man in die Algorithmen von Google?

Zwar verfolgen viele ChefTouristen den Ansatz, ihre Website vor allem für die Inspiration einzusetzen; demzufolge verbreiten sie auf ihrer Website mit grossflächigen Bildern Ambiance. Aber auch diese «Stimmungsmacher» dürften das Thema «free W-LAN» nicht

vergessen, mahnt Hirsbrunner. «Fast noch wichtiger als die prominente Ankündigung ist es, diesen Service so auf der Website zu beschreiben, dass er bei Suchmaschinen wie Google als relevant erkannt wird und so hilft, dem Hotel einen guten Platz im organischen Page-Ranking zu sichern.» Lies: Wer denn eine kostenlose Dienstleistung eingeführt hat, muss auch dafür besorgt sein, dass die potenziellen Gäste davon erfahren.

Um in die Algorithmen von Google zu gelangen, soll man laut Hirsbrunner das kostenlose W-LAN unter verschiedenen Menüpunkten wie Service oder Komfort verankern und verlinken. «Dies

kann helfen, bei Suchmaschinen besser platziert zu werden», sagt der Kommunikationsexperte.

Tue Kostenloses – und sprich darüber

«Tue Kostenloses und sprich darüber»: So müsste die PR-Lozung derjenigen Hoteliers lauten, die ein entsprechendes W-LAN-Angebot lancieren. Zumindest für Marco Fornara von den Sorell-Hotels ist dies klar; die Gratis-Offensive prangt auf der ersten Seite der Website: «Das ist ein Marketing-Instrument, das uns einiges kostet. Also zeigen wir natürlich, dass wir ein neues Goodie, eine kostenlose Zugabe haben für unsere Gäste», sagt er.

Auch Ferienreisende wollen gratis surfen

Thomas Winkler ist bei Schweiz Tourismus (ST) für Portal-Management, E-Marketing und E-Business Solutions zuständig. Er hält kostenpflichtiges Internet in Luxushotels für ein Auslaufmodell.

Herr Winkler, kostenloses W-LAN steht schon länger ganz oben auf der Hotelgästewunschliste. Warum macht ST das entsprechende Angebot erst jetzt transparent?

Ich hätte es schon vor Jahren gerne als Filterkriterium eingeführt. Aber damit dies Sinn macht, braucht es eine kritische Masse an Hotels, die freien Internetzugang anbieten. Vor ein paar Jahren gab es erst wenige Hotels mit diesem kostenlosen Gästeservice.

Wie wichtig ist diese Dienstleistung heute?
Kostenloses Internet ist so relevant für Gäste, dass es zum

De-facto-Standard geworden ist, der vorausgesetzt wird. Kurz: W-LAN ist wichtiger als der Föhn im Zimmer. Ebenfalls ein Faktum ist, dass heute viele Gäste mit Smartphone und Notebook unterwegs sind – und dies längst nicht nur auf Business-Trips. Gemäss der amerikanischen Marktforschungsfirma CCS Insight nutzen 58 Prozent der Reisenden ihr iPad auch während den Ferien – und erwarten, dass sie sich im Hotel kostenlos einwählen können.

Der Wunsch nach kostenlosem W-LAN in Ehren – aber für den Hotelier ist das mit Kosten verbunden, ohne dass ein Return on Investment offensichtlich ist.
Es ist richtig, dass die Installation und der Betrieb von drahtlosen Internetzugängen mit Kosten verbunden sind. Insbesondere bei grösseren Betrieben braucht es neben entsprechenden Bandbreiten eine aufwändige Installation. Kostenloses Internet muss in

den Zimmerpreis eingebunden werden. Ich denke, dass es psychologisch sehr klug ist, diese Dienstleistung zu offerieren, weil sie für viele Gäste ein wichtiges Kriterium ist, sich für das eine oder andere Hotel zu entscheiden. Der potenzielle Schaden von kostenpflichtigem WiFi ist viel grösser als jener eines minimalen Preisaufschlags für den Gast.

Oft stellen Luxus-Hotels ihren Gästen hohe Beträge für W-LAN-Nutzung in Rechnung. Ist dies zeitgemäss?

Gerade im Luxussegment fällt mir auch international auf, dass die Betriebe teilweise immer noch recht hohe Gebühren für den W-LAN-Service erheben. Es macht sogar den Anschein,

dass mehr Sterne höhere Gebühren für die Internet-Benutzung mit sich bringen. Dies ist definitiv ein Auslaufmodell und hat sich in den letzten zwölf Monaten zum Positiven verändert.

Was war der höchste Preis, den Sie je für W-LAN im Hotel bezahlen mussten?

In der Schweiz habe ich noch nie in einem Hotel für die Internet-Nutzung bezahlt, da ich hierzulande für den Zugang stets mein iPhone gebrauchte. Aber – man glaubt es kaum – ich habe in San Francisco, quasi im Herzen des Silicon Valley, im Hotel Palace für 24 Stunden W-LAN-Nutzung 20 Dollar bezahlt. Auf den Malediven werden auf einer 3-Sterne-Insel für 24 Stunden rund 18 Dollar verlangt.

Aber dort habe selbst ich meine Ferien ohne Internet genossen. ag

Thomas Winkler, Geschäftsleitung Schweiz Tourismus.



Teure, aber notwendige Investition

Um den Erwartungen der Gäste gerecht zu werden, investieren viele Hotels in moderne W-LAN-Installationen. Diese können gerade für kleinere Betriebe sehr belastend sein.

MELANIE ROTH

Immer mehr Hoteliers in der Schweiz reagieren auf das verbreitete und wachsende Bedürfnis der Gäste nach einem unkomplizierten, schnellen und kostenlosen Internetzugang. Diesen Eindruck erhält, wer sich bei den hiesigen Telekommunikationsanbietern umhört.

Noch wollen viele Hotels weder Kosten noch Risiken tragen

Matthias R. Koch, CEO der in Zweidlen im Zürcher Unterland domizilierten Monsoon Networks AG, sagt: «Bereits über 90 Prozent der von uns versorgten Hotel- und Restaurant-Standorte haben vollständig oder teilweise auf Gratis-W-LAN umgestellt.»

Mitbewerber Cablecom sieht in den Hotels eine spannende Zielgruppe und startet eine grosse Kampagne bezüglich kostenlosem W-LAN. Jan Sommer, Account Manager SME & Hospitality bei Cablecom, sagt: «Wenn wir in Hotels neue Lösungen installieren, dann um deren Gästen kostenloses Internet anzubieten.» Aber es gebe immer noch Hotels,

die nur die gewöhnliche Bandbreite kostenlos anbieten und für einen schnellen Internetzugang einen Preis erhöhen.

Auch die Swisscom zählt unter ihren Hotspot-Partnern, die sich für ein Modell mit Gratis-Zugang für Kunden entschieden haben, viele Hotels. «Allerdings bleiben viele Betriebe beim ursprünglichen Modell: Sie verkaufen ihren Gästen ein Produkt aus unserem Sortiment und werden am Umsatz beteiligt», erklärt Mediensprecher Olaf Schulze.

Entscheidendes Wahlkriterium

Hohe Kosten sind das Hauptargument dafür, dass sich die Schweizer Hoteliers auch heute noch gut überlegen, ob sich Gratis-W-LAN für ihren Betrieb rechnet. Meistens sprechen sie aber nur ungern darüber, wie viel sie für das Angebot bezahlen, das bei den Gästen ganz oben auf der Wunschliste steht.

Fixpreise pro Zimmer und Monat sind zwar nicht unumgänglich (vgl. unten stehenden Text), aber verbreitet. Üblich ist ebenso, dass die Betriebe für solche Dienstleistungen pro Jahr einen fünfstelligen Betrag bezahlen müssen – was gerade bei kleinen Hotels ins Gewicht fällt.

Im Hotel Goldener Schlüssel in Bern hat man sich dennoch vor einem Jahr entschlossen, von der zeitbegrenzten, kostenpflichtigen Variante für den Gast auf Free-

W-LAN umzusteigen und im ganzen Haus einen Gratiszugang zum Internet anzubieten. «Wir haben die Zeichen der Zeit erkannt», erklärt Marianne Troxler, «und schnell gemerkt: Der Gast hat heute einfach kein Verständnis mehr dafür, in einem Hotel für W-LAN zu bezahlen.»

Das Haus in der Berner Altstadt beherbergt viele Businessgäste. «Für sie ist dieser Service ein Punkt, der darüber entscheidet, bei uns zu buchen oder nicht. Bie-

ten wir das nicht an, bleiben die Gäste aus», so Troxler weiter. Den meisten Gästen sei aber nicht bewusst, dass dieser Service für ein kleines Hotel mit 34 Zimmern mit grossen Kosten verbunden sei.



«Wir geben mehr W-LAN-Zugangscodes an Kinder als an Business-Gäste.»

Hans-Jörg Walther
Direktor, Rifflalp Resort 2222m

Billigere Angebote im Ausland

Hans-Jörg Walther, Direktor des «Rifflalp Resort 2222m» in Zermatt, versteht seine Kollegin aus dem Flachland. «Für kleinere Hotels ist diese Investition nicht ohne», sagt er. In einem 5-Sterne-Superior-Hotel wie dem «Rifflalp Resort» gehöre Gratis-W-LAN zum Standard wie der Concierge und die Bar, die Kosten würden nicht gross ins Gewicht fallen. Vergleiche man allerdings die hiesigen Preise mit jenen, die Hotels im Ausland bezahlen, dann sei W-LAN teuer.

Dem stimmt Sven Flory, im Luzerner Art Deco Hotel Montana für den Verkauf und das Marketing zuständig, zu: «Der Service ist nicht billig – aber ein Muss.» Das Hotel Montana bietet bereits seit vier Jahren gratis W-LAN an. «Für unsere vielen Businessgäste ist das ein Standard, den wir anbieten müssen», erklärt Flory.

Längst seien es aber nicht mehr nur Geschäftsleute, die diese Dienstleistung wünschten. In den Restaurants und der Bar des Hotels habe das Personal immer ein



Die Wolken, die die Freiheit versprechen – und den Hoteliers beträchtliche Kosten beschern.

Augen darauf, ob ein Gast den Dienst womöglich benötige, und biete dann von sich aus den Zugangscode an.

Eine Familie, vier Köpfe und acht Zugangscodes

Die Erfahrung, dass auch Ferientouristen den Gratiszugang ins Internet sehr schätzen, wird auch im «Rifflalp Resort» auf 2222 Meter Höhe gemacht. «Hier kommt der Spassfaktor rein», sagt

Direktor Hans-Jörg Walther. Pro Gerät gibt das Zermatter Luxus-hotel einen Zugangscode ab.

Die Menge der nachgefragten Codes hat sich laut Walther in den vergangenen Jahren verdreifacht. Reise eine vierköpfige Familie an, brauche diese nicht selten acht verschiedene Codes. Dabei hätten die Hauptabnehmer gewechselt: «Wir geben mittlerweile mehr Zugangscodes an Kinder als an Business-Gäste.»

ANZEIGE

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Sales im Tourismus
Weiterbildung für die Branche

Grundkurs 18./19. März 2013
Aufbaukurs 8./9. April 2013

Expertinnen und Experten geben Antworten auf die drängenden Fragen bezüglich Verkauf und Vertrieb im Tourismus. In den Kursen werden die wichtigsten theoretischen Inputs mit erprobten Praxisbeispielen verbunden.
Infos und Anmeldung: www.htwchur.ch/tourismus

Welche Player bestimmen den Erfolg?
Wie nutzt man den Billboard-Effekt?
Mit welchen Pricingmodellen arbeitet man in der Branche?
Turning Lookers into Bookers – aber wie?
Welche Vertriebswege eignen sich für Destinationen?
Sales im Tourismus
Wie kann die eigene Website für den Verkauf optimiert werden?
Wie werden Bewertungsplattformen zur Verkaufsförderung genutzt?
Welche Kriterien sind wichtig bei der Rekrutierung von Sales Personen?
Wie funktioniert erfolgreicher Verkauf?

STUDIERN FÜRS LEBEN
Tel. +41 (0)81 286 24 24
E-Mail itf@htwchur.ch
www.htwchur.ch
FHO Fachhochschule Ostschweiz

Anbieter übernehmen selbst die Sorgfaltspflichten

In der Schweiz gibt es drei Anbieter von Internet-Zugängen. Die Vielfalt ihrer Produkte stellt Hoteliers vor eine schwierige Wahl.

MELANIE ROTH

W-LAN wird in der Schweiz von der Swisscom, Cablecom und der Firma Monsoon Networks angeboten. Letztere ist Partnerin von Orange und Sunrise, die selber keine W-LAN-Produkte für Endkunden anbieten. Eine kleine Umfrage zeigt: Von der Installation bis hin zu rechtlichen Sorgfaltspflichten nehmen die Unternehmen dem Hotelier fast alle Aufgaben ab, die W-LAN mit sich bringt.

Das vielfältige Angebot entspricht den breit gefächerten Bedürfnissen der Hotels. Die htr hotel revue hat eine kleine Auswahl vorgenommen:

– Planung und Installation der Vorrichtung im Hotel. Inbetriebnahme, Betrieb und Unterhalt des Netzwerkes.

– Übernahme von rechtlichen Sorgfaltspflichten, zum Beispiel die Aufbewahrung von Daten für die Behörden bei Missbrauch. Die Haftung liegt in solchen Fällen beim Anbieter.
– Zwischen Gratis-W-LAN und Bezahl-W-LAN sind beliebige Zwischenlösungen möglich: zum Beispiel ein Gratiszugang nur für teure Zimmerkategorien oder zu bestimmten Tageszeiten, etwa vor-

mittags und nachmittags, um am Mittag den Zugang für Restaurantgäste nicht zu blockieren.

– Die Zugänge können vollautomatisch, zum Beispiel per SMS, oder in Form eines Gutscheins vergeben werden.

– Endkundenbetreuung zum Beispiel mittels einer Kundenhotline.

Die Preise variieren stark – je nach der erwünschten Dienstleistung. Entsprechend schwer ver-

gleichbar sind die Angebote. Der Hotelier tut gut daran, zu vergleichen und sich individuell beraten zu lassen.

Cablecom verlangt zum Beispiel für die Installation 500 Franken pro Zimmer, danach fallen je nach Bandbreite 100 bis 150 Franken monatlich an. Monsoon bietet für den Betrieb drei Preisklassen an: Für kleine Standorte wie Restaurants, Bars und Foyers gibt es Mini-Hotspots für 34 Franken im Monat. Hotels mit bis zu 60 Zimmern zahlen 190, sonst 280 Franken monatlich.

Bei der Swisscom erhält der Hotelier gegen eine monatliche Gebühr ein spezifisches Angebot. Die Preise sind jeweils Gegenstand von Verhandlungen und werden von Faktoren wie der technischen Lösung, der Vertragslaufzeit oder den Installationskosten beeinflusst.

Weitere Informationen unter:
solutions.monsoon.net
www.swisscom.ch/hospitality
www.upc-cablecom.biz/b2b/hospitality_new



Bei Internetanschlüssen sind Rat und Tat von Experten teuer.

In den USA verdienen hochpreisige Hotels mit W-LAN-Gebühren viel Geld. Günstigere Häuser sehen hierin eine Chance: Gerade mit Blick auf ausländische Gäste bieten sie Internet gratis an.

HARALD WEISS



Fotolia

Abgeschieden und doch verbunden sein: In den USA machen gerade teure Hotels mit dem grossen Gästebedürfnis nach einem ubiquitären Internetzugang gutes Geld.

«Surfin' USA» kein Gästehit

Von Ausnahmen abgesehen gibt es in den USA im Hochpreissegment kein Hotel, das beim W-LAN nicht abkassiert. Wer für eine Übernachtung 400 oder 500 Dollar ausbeut, der könne auch 40 oder 50 Dollar für die Internetnutzung zahlen, ist die vorherrschende Meinung. Kein Wunder, geht die Gästezufriedenheit seit einigen Jahren zurück. Laut den Marktforschern J.D. Power and Associates liegt dies hauptsächlich daran, dass der Internetzugang als teuer und langsam empfunden wird. Inzwischen erachteten die Gäste kostenloses Internet als so selbstverständlich wie das Bett und eine warme Dusche.

Steigende Einnahmen locken Nachahmer an

Allerdings wird die Unzufriedenheit am Angebot nichts ändern. Laut PKF Hospitality Research haben die amerikanischen

Hotels 2011 mit W-LAN-Gebühren 269 Dollar pro Zimmer verdient – 51 Prozent mehr als 2009. Laut dem Blog HotelChatter kostete 2012 der Zugang durchschnittlich 13,95 Dollar pro Gerät und 24 Stunden. Solche Einnahmen locken Nachahmer. Verschiedene Hotelgruppen, die W-LAN bis anhin kostenlos angeboten haben, wollen ein Bezahlmodell einführen. Zu ihnen gehören Wyndham, Ramada und die Motel-Kette Super 8.

Die Entwicklung setzt sich bei Upscale-Hotels fort. Diese nutzen hierbei die technische Ausdifferenzierung des Internetzugangs. So bieten fast alle führenden Häuser unterschiedliche Zugangsgeschwindigkeiten zu unterschiedlichen Preisen an, wobei neue Angebote verhältnismässig teuer

sind. In vielen Hotels gehen die gestaffelten Preise hinauf bis zu 50 Dollar für 24 Stunden. Zurzeit prüfen die Ketten Marriott und Carlson die Einführung gestaffelter W-LAN-Preise.

«Noch vor wenigen Jahren wurde W-LAN nur von Geschäftsreisenden verlangt.»

Dave Garrison
CEO Technologieanbieter iBahn

«Noch vor wenigen Jahren wurde W-LAN nur von Geschäftsreisenden verlangt, doch seit den Tablets will jeder überall online sein», sagte

Dave Garrison, CEO von iBahn, dem grössten Internettechnologie-Anbieter im Hotelsektor, kürzlich «USA Today». Eine Auswertung der iBahn-Zugangsdaten hat ergeben, dass 40 Prozent der Gäste zwei W-LAN-Geräte mit sich führen und 25 Prozent drei oder mehr Geräte im Gepäck haben.

Nur wenige Hotels verzichten auf den kostenpflichtigen Internetzugang. Starwood, Ritz Carlton und Hilton bieten ihren Gold-Mit-

gliedern den Zugang gratis an – doch gilt dieser stets für die langsamste Kategorie. Wer Filme vom Internet herunterladen will, muss sich für einen kostenpflichtigen Zugang entscheiden.

Nicht sauberes Bettzeug, aber ...

Am einfachsten entgeht der Gast dem Wucher mit der Wahl eines Hotels in den tieferen Preissegmenten. Schliesslich bieten laut dem Blog HotelChatter insgesamt 60 Prozent aller Unterkünfte einen kostenlosen Anschluss an. Diese ansehnliche Zahl ist zu relativieren, weil sie nicht nur Mittelklassehotels wie Starwoods Four Points by Sheraton (FPS), La Quinta, The Hampton und Holiday Inn umfasst, sondern auch Tausende von Strassenmotels und billige Familienbetriebe, die nicht unbedingt

sauberes Bettzeug haben, aber eben kostenloses Internet.

Stacy Trevino, die Sprecherin von FPS, sagt: «Wir müssen zwar derzeit kräftig in unsere Internet-Infrastruktur investieren, aber wir wollen keine neuen Gebühren einführen.»

«Für viele ausländische Gäste kommt für Kommunikation nur W-LAN in Frage.»

Stacy Trevino
Sprecherin Four Points by Sheraton

Viele Mittelklassehotels werben intensiv mit kostenlosem W-LAN und sind damit bei den Handlungsreisenden und anderen Budget-Business-Gästen erfolgreich. «Ich suche mir auf meinen Reisen nur noch Hotels mit freiem W-LAN aus. Alles, was ich brauche, ist ein Bett, eine Dusche und W-LAN», sagt Neil Glick, Immobilien-Makler aus Washington D.C.

Eine weitere Zielgruppe der kleineren oder günstigeren Hotels sind ausländische Gäste. Zu diesem Segment haben sie eigentlich

kaum Zugang. Aber dank eines kostenlosen W-LAN sind sie immer häufiger im Geschäft. «Ausländische Gäste wollen mit ihrem Smartphone oder Tablet nicht die hohen Roaming-Gebühren bezahlen, für viele kommt nur W-LAN für die Kommunikation in Frage», so Trevino von FPS.

Ist W-LAN demnächst ein überflüssiges Angebot?

Die Bedeutung von W-LAN als Goldesel für die einen und Attraktivitätsmerkmal für die anderen könnte aber bald schwinden. Mit der neuen Technologie LTE gibt es für Smartphones und Tablets über das Mobilfunknetz eine wesentlich schnellere Datenübertragung. «Die Hotels sollten mit weiteren Investitionen vorsichtig sein, es ist gut möglich, dass schon in wenigen Jahren keine Nachfrage mehr nach W-LAN besteht», warnte Peter Misk, Analyst bei der Investmentbank Jefferies & Co, gegenüber «USA Today».

Urlauber erwarten Gratis-Internetzugang

Internet-Reiseportale veröffentlichen zahlreiche Studien über das Verhalten und die Vorlieben ihrer Kundschafte. Einer der Befunde sticht ins Auge: Für Hotelgäste entspricht gratis W-LAN einem starken Bedürfnis.

ANDREAS GÜNTERT

Fast alle grösseren Reiseportale versuchen ihre Medienpräsenz und Reputation mit Studien über das Verhalten und die Vorlieben ihrer Kundschafte zu fördern. Eine Erkenntnis, die immer wieder verbreitet wird, lautet: W-LAN steht zuoberst auf der Liste der kostenlos erwünschten Hotel-Dienstleistungen.

Den Publikationen ist deshalb Beachtung zu schenken, weil «hotels.com», «hrs.de», «holiday-check.ch» oder «trivago.ch» auf eigentlichen Bergen von Informationen sitzen; sie können die Datenspur ihrer User auswerten. «Big Data» erlaubt so kleine, aber aufschlussreiche Einblicke.

«Bleisure», «Byod» und andere Gesellschaftsphänomene

So wird ebenfalls festgestellt, dass gratis W-LAN in den letzten zwei Jahren über die Geschäftshotellerie zu einem wichtigen Thema geworden ist.

Woher kommt dieser Imperativ der Gäste? Drei gesellschaftliche Phänomene dürften die wichtigsten Treiber sein. Zum einen ist «Bleisure» zu nennen. Das Kofferwort setzt sich aus den Begriffen Business und Leisure (Freizeit) zusammen und meint eine Le-

bensweise, in der nicht mehr strikte zwischen Arbeits- und Privatleben unterschieden wird, beide Bereiche vielmehr ineinander fließen. Die dauernde Erreichbarkeit ist die Maxime dieses –

wohl nicht immer freiwillig gewählten – Lebensentwurfs.

Von der stürmischen Verbreitung der Kommunikationstechnologien zeugt der Begriff «Byod» – «bring your own device». Tech-

nologie-affine Menschen bringen heute vermehrt ihre eigenen Geräte ins Büro und haben sie auch privat dabei. Mit der Lancierung des iPhone ab 2007 wurde es richtig einfach, drahtlos zu surfen. Drei Viertel der Schweizer Internet-Nutzer – so eine Studie von Accenture – gehen heute mobil ins Netz. Diesen Komfort will offenbar eine Gäste-Mehrheit nicht einmal mehr beim ersehnten «Natur»-Erlebnis missen.

Das Internet als Scholle der modernen Nomaden

Dazu gesellt sich eine vom Internet stimulierte «Gratis-Mentalität»: Man ist nur ungern bereit, für Commodity-Services, also Dienstleistungen schwach unterscheidbarer Art, Geld hinzulegen. E-Mail, WhatsApp, Twitter, Facebook, Instagram – all das muss für den modernen Nomaden stets in Griffweite sein, und zwar kosten-

los. – Alle wollten zurück zur Natur, sagte einst Rousseau. Hoteliers würden heute wohl ergänzen: Aber niemand will das Internet zurücklassen.

Die Top Ten der meist gewünschten Gratisleistungen im Hotel

- | | |
|--------------------------------------------------------|-----|
| 1. W-LAN im Zimmer | 60% |
| 2. Parkplatz direkt beim Hotel | 36% |
| 3. Late-Check-Out bis 15 Uhr | 30% |
| 4. Persönlicher Shuttle-Service (Bahnhof/Flughafen) | 28% |
| 5. Gutschein für Wellness-Bereich | 27% |
| 6. Flasche Mineralwasser | 24% |
| 7. Gutschein für das Hotelrestaurant oder die Hotelbar | 17% |
| 8. Upgrade in die nächsthöhere Zimmerkategorie | 15% |
| 9. Auffüllen der Minibar | 13% |
| 10. Obstschale auf dem Zimmer | 13% |

Eine Umfrage des Hotelportals HRS aus dem Frühjahr 2012 zeigt den hohen Wert auf, den Reisende kostenlosem W-LAN gegenüber anderen Gratisleistungen beimessen.

ANZEIGE

EuroTime

Fokussieren Sie sich auf das Wesentliche

Die Branchensoftware für Personalplanung und Zeiterfassung

www.swit-ag.ch **SWIT**

Angebote dieser Firmen finden Sie auf www.hotelmartplatz.ch



hotel
marktplatz.ch

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

Eine Mensa wird grüner

Ab dem Frühjahrssemester ist jedes zweite Menu der Uni Basel ohne Fleisch. Damit hat die Uni dem Druck der Studenten nachgegeben. Ziel ist die CO₂-Reduktion.

GU DRUN SCHLENZCEK

Mit dem neuen Semester wird die Küche der Mensa Basel grüner – und vor allem ökologischer. Verpfleger SV Group tischt ab dem 25. Februar täglich zwei vegetarische Menus auf. Damit ist die Hälfte des Menü-Angebotes ohne Fleisch. Einmal die Woche wird eines der Vegi-Menüs sogar vegan sein – also komplett ohne tierische Zutaten. Das ist zwar deutlich weniger, als die Studenten im Herbst letzten Jahres ursprünglich forderten: eine völlig fleischlose Mensa. Doch es ist deutlich mehr, als die Basler Mensa bis dato in Sachen Fleischreduktion vorzuweisen hat: Zwischen 20 und 25 Prozent

schätzt Kornell Otto, SV Group, den aktuellen Vegi-Konsum der Studenten und Mitarbeiter der Uni Basel. Der Schweizer Durchschnitt in der Firmen- und Schulverpflegung des Caterers ist in der Schweiz deutlich tiefer: zwischen 15 und 17 Prozent.

Nur noch Kräuter als Flugware



Projektleiter Kornell Otto.

Jedenfalls scheinen sich die Studenten mit der neuen Stossrichtung zufriedenzugeben: Die Skuba, die studentische Körperschaft der Universität Basel, hat an ihrer letzten Studierendenratsitzung beschlossen, das Referendum für

eine «Vegi-Mensa» zurückzuziehen. Damit erfüllt die angekündigte Urabstimmung zu diesem Thema.

Für den Caterer SV Group kamen die Wünsche der Basler Studierenden zum richtigen Zeitpunkt: Der Verpflegungsspezialist lancierte just im letzten Herbst

sein neues Nachhaltigkeitsprogramm «One Two We», dessen Projektleiter Kornell Otto ist. An der Basler Universität könne man das Programm fast eins zu eins umsetzen, freut sich der gelernte Hotelier. Bis Ende Jahr wolle man 20 Kunden von «One Two We» überzeugen.

Der Verzicht auf Tierisches ist nur ein Punkt. Übergeordnet steht das Bestreben, den CO₂-Ausstoss an der Uni Basel bis 2015 um

«Für eine attraktive Vegi-Küche brauchen wir frische Kräuter im Winter.»

Kornell Otto
SV Group

20 Prozent zu reduzieren. Dazu soll insbesondere die Reduktion des Anteils der Flugware am Food & Beverage-Einkauf auf 0,1 Prozent beitragen. Eingeflogen werden nur noch im Winter frische Kräuter. «Frische Kräuter braucht es für eine attraktive Vegi-Küche», begründet Otto. Der fast vollständige Verzicht auf eingeflogene Ware heisst: kein Lamm oder Rindfleisch mehr aus Übersee, keine neuen Kartoffeln, Spargeln oder Erdbeeren, bevor die Schweizer Ernte diese auf den Markt bringt. Mit dem WWF



ZVG

100 Prozent vegan: Für SV Schweiz muss es vor allem attraktiv sein.

er aber vorderhand nicht weniger Kosten. Im Gegenteil: «Ob der Einkauf sogar teurer wird, ist abzuwarten. Wir denken, dass die Kosten sich die Waage halten», meint Otto. Preistreiber seien die Saisonalität und auch Spezialprodukte für das vegetarische und vegane Angebot. «Schweizer Spargeln sind teurer als eingeflogene aus Übersee», verdeutlicht Otto. Für die Studenten bleiben die Preise für die vier Tagesmenüs unverändert.

Schweiz wurde ein Saisonkalender entwickelt, der 30 Gemüsesorten umfasst und dem ein Ampelsystem hinterlegt ist. An der Uni Basel können für die durchschnittlich verkauften 900 Menüs pro Tag in Zukunft nur «grüne» Produkte zum Einsatz: in der Regel solche aus der Schweiz, dem europäischen Raum oder via Schifffahrt importiert.

Weniger Fleisch heisst nicht gleich weniger Kosten

Die Angebotsumstellung hat die Einkaufsabteilung der SV Group im letzten halben Jahr in Atem gehalten: Einen halben Tag pro Woche war das Einkaufsteam damit beschäftigt, zudem wurde die Stelle der Projektleitung neu geschaffen. Weniger Fleisch im Menüangebot heisst für den Cate-

Als Herausforderung betrachtet Otto, die Mensa-Konsumenten vom vegetarischen Angebot zu überzeugen: «Wir wollen, dass der Kunde sich für ein Vegi-Gericht entscheidet – nicht weil es vegetarisch ist, sondern weil es ein attraktives Menu ist.» An der Uni Basel werde das Vegi-Sortiment insbesondere aus Pasta-Tellern, Currys und Gerichten mit Fleischersatzprodukten bestehen.

impresum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Ressortleiter/innen:

aktuell: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldara/aca
fokus: Alex Gertschen/axe
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sg

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/lt;
Guidrun Schlenzcek/sg

Grafik und Produktion: Roland Gerber/rg;
Andrea Husterstein/ah; Daniel Steiml/st
Korrektorat: Paul le Grand.

Volontärin: Salome Müller/smü

Online Redaktion: Natalie-Pascalie Alleschy/npa.
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Danijela Bosnjak.

Verlag

Leitung: Barbara König,
Assistent: Alain Hänti.
Stellensinerte: Angela di Renzo Costa,
Patricia Nobs/Wyss
Geschäftsanzügen: Emanuel Müller,
Michael Müller.

hoteljob.ch: Denise Karam

Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Beglaubigt 2012, verkaufte
Auflage: 9031; (Stadteingabe: 940)
Leser: 85000 (Studie DemoScope 2009)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 169.–,
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

Abonnement: 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.

ANZEIGE

Hier bestimmen Sie den Inhalt!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

Events

Weltwein-Festival im Grand Resort Bad Ragaz

Vom 25. bis 27. April findet zum neunten Mal das Weltwein-Festival im Grand Resort Bad Ragaz statt. Während dreier Tage präsentieren Winzer und Köche in diversen Veranstaltungen ihr Können. Mehr als 300 Spitzenweine von 50 renommierten und aufstrebenden Weingütern stehen den Besuchern am täglichen Degustationsforum zum Probieren bereit. Insgesamt sind über 50 Persönlichkeiten aus der Genusswelt am Weltwein-Festival anwesend.

www.weltweinfestival.ch

Winterthur: Fotoausstellung zu Welternährung



zvg/Georg Gerster

Die Fotostiftung Schweiz in Winterthur zeigt vom 15. März bis 26. Mai 2013 die monografische Ausstellung «Wovon wir leben – Flugbilder von Georg Gerster». Der Schweizer Fotograf widmet sich in der Schau dem Thema der verfügbaren Ressourcen. Mit Flugaufnahmen wie «Erntemuster in der Pampa» (Argentinien, 1967) will Gerster gemäss Communiqué «Respekt für die Schönheit und Einzigartigkeit unseres Planeten wecken».

www.fotostiftung.ch

Giardina 2013: Lebensfreude im Garten

Die 15. Ausgabe der Gartenmesse Giardina findet vom 13. bis 17. März in Zürich statt. Sie widmet sich in diesem Jahr den Fokusthemen «Aktivität im Garten: pure Lebensfreude» und «Bodenbeläge: Ästhetik und Funktion». Rund 260 Aussteller der Schweizer Gartenbranche belegen alle sieben Hallen der Messe Zürich. Das entspricht einer Fläche von über 30000 Quadratmetern. Beispielgärten von Landschafts- und Gartenarchitekten liefern Ideen für grossflächige Gärten bis zu kleineren Terrassenbegrünungen.

www.giardina.ch

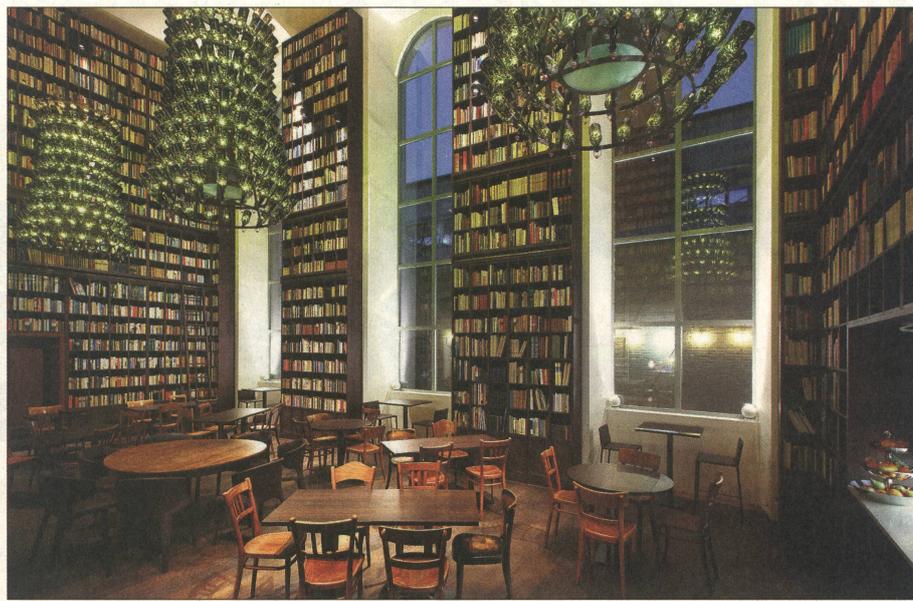
Weinfeldern wieder Treffpunkt für Feinschmecker



zvg

Mit der Wein- und Gourmet-Messe Schlaraffia steht Weinfeldern (TG) erneut im Zeichen des Geniessens und Degustierens. Vom 7. bis 10. März 2013 findet die Messe zum 13. Mal statt und präsentiert Schweizer sowie internationale Weine und Delikatessen von über 130 Ausstellern. Mit Whisky- und Bier-Degustationen, einer Barista-Show, verschiedenen Kochdemonstrationen und zahlreichen weiteren Aktivitäten bietet die Schlaraffia ein reiches Rahmenprogramm.

www.schlaraffia.ch



Die «Library» im Zürcher B2 Boutique Hotel + Spa mit ihrer elf Meter hohen Bücher-Wand.

zvg/B2 Boutique Hotel + Spa Hürlimann-Areal Zürich

Lesespass im Hotel

Welche Bücher können in einer Hotelbibliothek punkten? Literaturexperte Stefan Zweifel und Hoteliers mit ihren Einschätzungen und Erfahrungen.

SUSANNE WAGNER

Die Bibliothek in Hotels besteht häufig aus einem Sammelstadium liegendebliebener Bücher von Hotelgästen. Dies findet Stefan Zweifel, Leiter der Sendung Literaturclub im Schweizer Radio und Fernsehen SRF, eine etwas lieblose Art, eine Hotelbibliothek zusammenzustellen: «Das ist schade, denn mit der richtigen Auswahl an Büchern kann man der Hotelbibliothek ein bestimmtes Profil geben.» Weil Gäste oft nur wenige Tage bleiben, eignen sich besonders Kurzgeschichten und Erzählungen. «Eine Auswahl wichtiger

Erzählungen, etwa von Edgar Allan Poe, Adalbert Stifter oder Thomas Mann, ist immer passend», so Stefan Zweifel. Aber auch Thomas Manns Roman «Der Zauberberg» gehöre in jede Hotelbibliothek, weil er die Hotelsituation widerspiegeln. Für den Literaturkritiker weist eine gute Hotelbibliothek idealerweise die deutliche Handschrift einer Person auf – etwa eines kundigen Mitarbeiters oder des Direktors.

Tipp: Werke von Schriftstellern aus der Region

Im Hotel Hof Weissbad, das zu «Bibliotels» gehört (siehe Box), ist

eine Bibliothekarin für die Auswahl zuständig. Pro Monat kauft sie 25 bis 30 neue Bücher, darunter auch aktuelle Werke von Donna Leon, Hansjörg Schneider oder Rolf Dobelli. Das Hotel verfügt auch über eine Aussenbibliothek, die in Form von Bücherkästen auf dem ganzen Gelände verteilt ist. «Die Gäste reagieren sehr positiv, nehmen die Bücher auch mit nach Hause und senden sie fast ausnahmslos mit der beigelegten Adresse an uns zurück», sagt Christian Lienhard, Gastgeber im Hotel Hof Weissbad.

Auch Romane, Krimis und Sachbücher über Appenzeller



«Mit der richtigen Auswahl kann man der Hotelbibliothek ein Profil geben.»

Stefan Zweifel
Leiter «Literaturclub» SRF

Traditionen gehören zur Bibliothek. Gemäss Stefan Zweifel ist dies eine gute Art, um eine bestimmte Haltung auszudrücken: «Denkbar wäre es, auch Schriftsteller aus der Region zu berücksichtigen oder Autoren, die mit der Gegend etwas zu tun haben: etwa Nietzsche im Engadin.» Auch mit Reiseliteratur, etwa wie die des grossen

schweizerischen Reiseschriftstellers Nicolas Bouvier, können Hotelbibliotheken punkten. Oder mit historischen Reiseführern der Gegend. Beliebt sind auch Text- oder Bildbände über Hotels oder Hotelbars. Das B2 Boutique Hotel + Spa in Zürich übernahm rund

50000 Bücher eines ehemaligen Antiquariats. 33000 davon beziehen eine beeindruckende Wand in einer Höhe von elf Metern, die übrigen sind in den Zimmern und in der Lobby verteilt. «Die oberen Bereiche der Library sind vor allem wissenschaftliche Fachliteratur zu Recht, Medizin, Sprachen und allgemeine Literatur», sagt General Manager Katrin Wolf. Ein Literaturspezialist sortierte die Bücher nach literarischem Wert vor. Die Kinderbücher sind unten auf Augenhöhe, und die Bücher zu Essen und Trinken findet man rund um das Buffet. Einzelne Gäste wünschen, dass ein bestimmtes Buch für sie aufbewahrt wird, damit sie beim nächsten Besuch weiterlesen können. Hier wird auch der dekorative Zweck der Bücher geschätzt: In der Lounge sind gar grosse Atlanten zu Bartischchen umgebaut worden.

Bücher als mögliches Positionierungsmittel für Hotels

Wonach soll sich ein Hotel bei der Ausrichtung seiner Bibliothek nun richten? Literaturexperte Stefan Zweifel findet die aktuelle Bestsellerliste in der Schweiz und Deutschland etwas langweilig. Viel gehalten wird für ihn die «SWR-Bestenliste», die von Literaturkritikern gestaltet wird. «Ein Hotel könnte sich auch damit positionieren, dass es nur Bücher von George Simenon hat oder ausschliesslich Krimis. Oder Neuübersetzungen von Kinder- und Jugendbuchklassikern wie etwa «Die Schatzinsel», so Zweifel. Zu grossen klassischen Hotels passen die grossen Romane und Erzählungen von Lew Tolstoi, Fjodor Dostojewski und Thomas Mann. Stefan Zweifel: «Als ich Tolstois «Anna Karenina» in der neuen Übersetzung von Rosmarie Tietze las, hatte ich total Lust, das Buch in einem Belle-Epoque-Hotel zu lesen.»

Fakten «Bibliotels» für spezielles Leseangebot in Hotels

Bibliotels ist eine Kooperation von Tourismusbetrieben mit Verlagen, Buchhändlern und Bibliotheken, um in Hotels ein vielfältiges Leseangebot zu schaffen. Rund 50 Hotels aus 6 Ländern sind bis jetzt Mitglied – in der Schweiz sind es aktuell das Hotel-Landgasthof Wassberg in Forch (ZH) und das Hotel Hof Weissbad (AI).

www.bibliotels.com

Literaturführung durch Basler Hotels

Nächste Woche startet in Basel wieder der beliebte Stadtrundgang «Hotelzimmer als Schreibstuben». Der Ausflug bietet auch Abstecke in die Hotels Kraft und Les Trois Rois.

SALOME MÜLLER

Reisende Autoren und getriebene Literaten nutzen nicht selten ihre Hotelzimmer als Rückzugs- und Schreibort. Der deutsche Literaturnobelpreisträger Hermann Hesse etwa lebte mit seiner zweiten Ehefrau Ruth Wenger einige Zeit in einem Apartment im Basler Hotel Kraft. Im heutigen Hotelzimmer Nummer 401 begann er sein Werk «Der Steppenwolf». Solche und andere Geschichten und Anekdoten erfährt man auf dem Stadtrundgang «Hotelzimmer als Schreibstuben» in Basel,

den die Germanistin Martina Kuoni durchführt.

Am 28. Februar findet heuer der erste von insgesamt vier geplanten Spaziergängen um Schriftsteller, die in Basel gelebt und gearbeitet haben, statt. «Mit diesen Stadtführungen begegnet man einer Stadt anders als mit herkömmlichen. Entlang der Lebensstätten von Schriftstellern und ihrer literarischen Treffpunkte findet eine Vermischung von Örtlichkeit und Akteur statt», erklärt Kuoni die Besonderheit ihrer Führungen. Seit 2010 ist sie als freischaffende Veranstalterin, Vermittlerin und Moderatorin tätig und

Martina Kuoni



zvg/Jürgen Bauer

arbeitet unter anderem mit Tourismusorganisationen, Hotels und Literaturhäusern zusammen.

Gestartet wird der 90-minütige Literatur-Rundgang beim Literaturhaus Basel, wo aus man in die Falkenstrasse spaziert.

Dort stand einst das «Gambinos», ein Restaurant mit Bühne, auf der Erika Mann in den 1930er Jahren mit ihrem Kabarettprogramm «Die Pfeffermühle» auftrat. Ein weiterer Stopp ist die ehemalige Reich'sche Buchhandlung, jetzt die

Bijouterie Bucherer, in der Freien Strasse: Da verdiente sich Hesse als junger Buchhändlergehilfe sein Geld. Mit 20 bis 25 Teilnehmern pro Rundgang – die Anzahl der Besucher ist limitiert – erachtet Kuoni das Interesse als gross: Fünfmal wurde der Spaziergang im letzten Jahr

«Literarische Führungen ermöglichen eine andere Sicht auf die Stadt.»

Martina Kuoni
Veranstalterin

durchgeführt. Es war die erfolgreichste von den insgesamt 24 Führungen und Reisen, die sie in verschiedenen Schweizer Städten anbietet. Gebucht werden die Führungen oft von Privatpersonen, für private Anlässe oder auch Firmenevents. Zum Abschluss der Führung besucht Kuoni mit den Teilnehmern entweder das «Kraft» oder die Bibliothek des Hotels «Les Trois Rois», in dem Thomas Mann logierte, wann immer er in Basel zu Besuch war. «Zurzeit bin ich mit



Im Hotel Kraft war Hermann Hesse regelmässig zu Gast.

dem «Trois Rois» im Gespräch, ob für die Hotelgäste Rundgänge im Haus selbst ins Angebot aufgenommen werden sollen», so Kuoni.

www.literaturspur.ch

Eine Welt zum Naschen

Das besondere Konzept Bei ihm spielt das Dessert die Hauptrolle: Der Berner Donat Berger setzt im «Apfelgold» ausschliesslich auf Süssspeisen.



Gehört zu den Klassikern: die «Schoggibombe».

narisches Highlight», schwärmt der Gastronom. Er liebte es, von diesem Buffet zu «schnousen», wie es im Berndeutschen heisst, also zu naschen.

Und während sich nach der Ausbildung das Gros seiner Kommilitonen der Hotellerie und klassischen Gastronomie zuwandte, gründete Berger alsbald mit seiner Frau das «Schnouse am Mittwoch», ein Gastro-Event, an dem sie für jeweils zehn Personen einen Dessert-Sechsgänger kredenzen. Der 32-Jährige, der sich von Foodblogs ebenso inspirieren lässt wie von antiquarischen Kochbüchern, sagt: «So fand ich nicht nur einen Weg, meine

«Beim Dessert-Sechsgänger kann ich testen, ob und wie ein Dessert ankommt.»

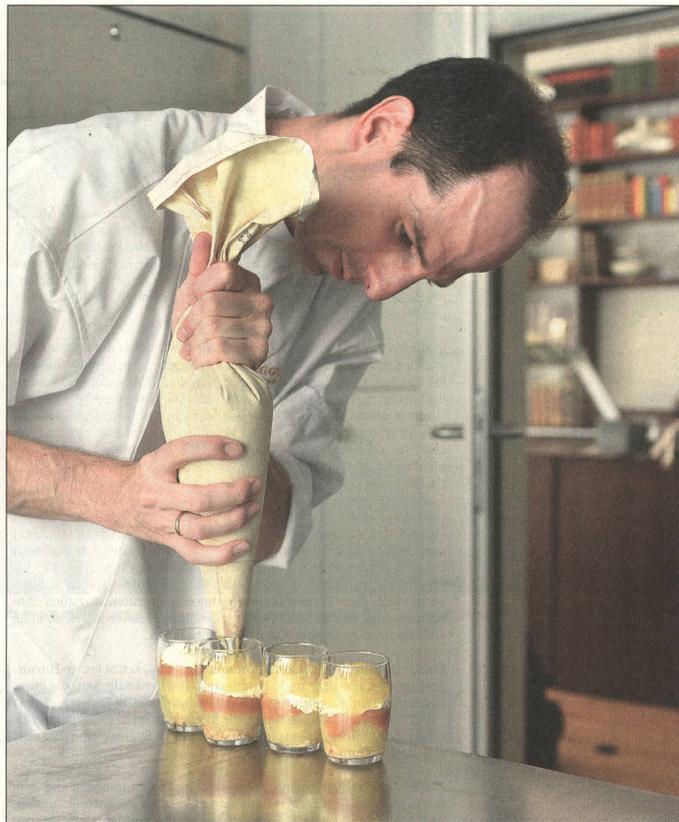
Donat Berger
Inhaber «Apfelgold»

Für ein Stück «Schoggibombe» geht so manche Berner Naschkatze weit – seit letzten August bis in die hintere Länggasse. Hier, in diesem Berner Wohnquartier, hat Donat Berger zusammen mit Karin Hänzli, seiner Frau, das «Apfelgold» eröffnet, ein gemütliches Lokal mit gerade mal 24 Sitzplätzen und einer Vitrine voller süsser Köstlichkeiten: Desserts. Aber Desserts fern der mancherorts üblichen Patisserie-Einfalt, Desserts «ohne Firlefanz, ohne Kunstanspruch auf dem Teller», wie er es nennt. Denn Berger bevorzugt klassische bis wahrhaftige Kreationen. Etwa eine Marquise au chocolat. Oder Tartelettes au citron, wie sie in Paris üblich sind. Einen Walnuss-Rum-Kuchen, einen Apfel-Caramel-Trifle oder eben eine verführerische «Schoggibombe».

Donat Berger, Absolvent der Hotelfachschule Luzern, hegt seit jeher eine besondere Affinität zum letzten Gang eines klassischen Menüs, dem Nachtschicht. Sie führt zurück in seine Kindheit, als an Weihachten die ganze Familie zusammenkam und eine jede Tante etwas zum Dessertbuffet beisteuerte. «Das war mein kuli-

in meinem Ordner anzuhäufen begonnen, zu testen und zu sehen, ob ein Dessert ankommt, ob es schmeckt, schön aussieht und ob man es gut schneiden kann. Wir erhielten auch eine Antwort auf die Frage: Würde so ein Angebot in Bern Anklang finden? Na, und ob: Innert Kürze waren die «Schnouse»-Abende über Monate hinweg ausgebucht, und als die passende Liegenschaft gefunden war, stand dem eigenen Lokal nichts mehr im Weg.

Geöffnet ist das «Apfelgold – desserts et livres» von Donnerstag bis Sonntag und nur tagsüber. «Desserts werden nun mal vorzugsweise zwischen 14 und

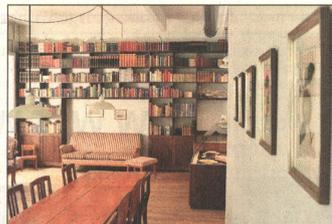


Immer um eine gute Mischung besorgt: Donat Berger achtet darauf, dass neben Torten auch Crèmes und Desserts im Glas wie das Apfel-Caramel-Trifle im Angebot sind.

Bilder: zvg/Manuel Liebersax



Bieten monatlich einen Dessert-Sechsgänger für zehn Personen: Karin Hänzli, Donat Berger.



Im Zentrum: Die Bücherwand mit Kochbüchern, die ebenso zum «Schnousen» einladen.

17 Uhr genossen», zeigen Bergers Erfahrungen. Und auch wenn das Lokal mit seinem mit Sorgfalt bedachten Vintage-Stil und der Bücherwand an ein Tea-Room gemahnt – es ist mehr als das. Im Angebot sind etwa auch regionale Biere, Schweizer Weine und

sortenreine Apfelsäfte. Täglich produziert Berger zwischen sechs und zehn Süssspeisen von Tartes über Mousses im Glas bis zu Rouladen. Eine gute, möglichst breite Mischung, hat er gemerkt, ist das A und O. Daneben widmet er sich seinem Dessert-Catering, dem

monatlichen «Schnouse am Mittwoch» sowie den Desserts für das Restaurant im Globus Bern: Dieses beliefert er zweimal wöchentlich jeweils mit drei seiner Kreationen.

www.apfelgold.ch

Österreichische Klassiker modern interpretiert



In seinen fünf New Yorker Lokalen zelebriert Kurt Gutenbrunner die Küche, die ihn auch bekannt gemacht hat: die kulinarischen Traditionen Österreichs vom Wiener Kaffeehaus über das Fin de Siècle bis zur Moderne. In seinem Buch «Neue Cuisine. Die elegante Küche Wiens» verrät der Österreicher nun über 100 seiner besten Rezepte. Darunter finden sich österreichische Klassiker wie Wiener Schnitzel oder Apfelstrudel, aber auch moderne eigene Kreationen aus marktfrischen Zutaten wie die

Erbensuppe mit Minze, Morchein in Sherrysauce mit Griessnockerln oder Hummer mit Kirsch, Dicken Bohnen und Sauce Béarnaise. Präsentiert werden die Speisen mit Accessoires aus der Wiener Werkstätte und vor Kunstwerken der Neuen Galerie in New York, wo sich auch Kurt Gutenbrunners Café Sabarsky befindet.

Kurt Gutenbrunner, **Neue Cuisine. Die elegante Küche Wiens**, Collection Rolf Heyne, 224 Seiten, ISBN 3-89910-546-X, Fr. 53.90

Das kreative Spiel der Zutaten und Aromen

Ein umfassendes Nachschlagewerk für Köche und Küchenchefs, die das kreative Spiel mit Geschmacks- und Aromakombinationen suchen, ist dieses Lexikon: Alphabetisch geordnet von A wie Achiotesamen bis Z wie Zucchini sind Hunderte von Grundzutaten, Kräutern und Gewürzen mit den jeweils dazu passenden

Neue Bücher



geschmacklichen Affinitäten und Kombinationen aufgelistet. Dabei sind neben klassischen Paarungen auch viele überraschende und neue Spielarten zu entdecken. Auch die wichtigsten der Küchen sind mit ihren typischen Zutaten und Aromen repräsentiert. Das Buch zeigt, welche Kombinationen harmonieren, wie sich interessante Geschmackseffekte erzielen lassen, wie Aromen sich verstärken und hervorheben lassen, welche Rolle die Grundgeschmacksempfindungen spielen und wie man sie miteinander in Einklang bringt.

Andrew Kornenburger, Karen Page, **Das Lexikon der Aromen- und Geschmackskombinationen**, AT Verlag, 280 Seiten, ISBN 3-03800-617-3, Fr. 39.90

nen, AT Verlag, 280 Seiten, ISBN 3-03800-617-3, Fr. 39.90

Ein Produkt – drei Rezeptvarianten – viele Ideen

ESS

Stefan Neugebauer, der mit einem Michelin-Stern ausgezeichnete innovative Küchenchef vom Restaurant Schwarzer Hahn im Deidesheimer Hof im Deutschen Deidesheim, hat seine besten Rezepte in einem Buch zusammengefasst: «Essenzen» bietet verständliche Rezepte mit neuen Ideen zwischen Klassik und Innovation. Das Kochbuch gliedert die

Rezepte dabei nicht nach der gewohnten Menüreihenfolge, sondern nach Produkten, die als Basis für jeweils drei Rezeptvarianten dienen. Beim Thema Ei etwa stellt Stefan Neugebauer folgende drei Rezepte vor: Spiegelei mit Petersilienpüree und Senf-Weisswurst-Vinaigrette, Florentiner Ravioli mit Mandelblütenschaum und Périgord-Trüffel oder pochiertes Ei mit Speckschaum, Kaisergranat und Topinambur. Mit diesem kulinarischen Dreiklang bietet der Spitzenkoch für jedes Können nachkochbare Rezepte und zeigt zudem auf, welches Geschmackspotenzial auch in vermeintlich einfachen Produkten steckt. Die stilvollen Fotografien stammen vom norwegischen Foodfotografen Björn Kray Iversen.

Stefan Neugebauer, **Essenzen**, Neuer Umschau Buchverlag, 212 Seiten, ISBN 3-86528-709-3, Fr. 59.90

Alle Bücher sind erhältlich auf www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

Hotellerie

Six Senses Hotels erschliessen neue Länder

Mit fünf neuen Häusern in fünf Ländern vergrössert sich das Management- und Entwicklungsunternehmen Six Senses Hotels Resorts Spas. Die Hotels in der Dominikanischen Republik, Kolumbien, Bhutan und auf der karibischen Insel St. Lucia sollen im Jahr 2016 fertiggestellt werden. Die Eröffnung des Six Senses «Qing Cheng Mountain» in China findet Ende dieses Jahres statt. Six Senses Hotels Resorts Spas erarbeitet derzeit ebenso eine neue visuelle Identität, die Anfang März vorgestellt werden soll.

500-jähriges Appenzellerhaus wird 3-Sterne-Hotel

In Heiden (AR) soll im Frühjahr 2015 das 3-Sterne-Superior-Hotel Muhr seine Türen öffnen. Das über 500 Jahre alte Appenzellerhaus mit der Pension Nord wird dafür umfassend renoviert und um einen Neubau erweitert. Zudem wird eine Tiefgarage gebaut. Das Hotel soll rund 50 individuell eingerichtete Zimmer führen. Im Neubau kommen nebst dem Restaurant Nordstern eine Bar, ein Wellnessbereich sowie Seminarräume unter. Die Dr. Bettina Muhr AG kaufte Anfang 2012 die in eine Park- und Wiesenanlage eingebettete Pension von den Brüdern Andres und Edwin Stehli.

Gastronomie

Restaurant im Zürcher Seefeld bittet zu Tisch



Das Zürcher Restaurant Trattoria and Soul führt neu das «il tavolo», zu Deutsch «das Tischchen». Die 640 Zentimeter lange Tafel bietet Platz für 22 Personen und eignet sich für ein gemütliches Beisammensitzen vor oder nach einer Veranstaltung. Unweit des Restaurants liegt das Zürcher Opernhaus. Mittags kann zwischen einem Mittagmenü oder A-la-carte ausgewählt werden, abends gibt es ein 2-Gang-Menü mit traditioneller Hausmannskost.

Goldener Koch Rolf Fuchs auf Schweizer Tour



Der Gewinner des Goldenen Kochs 2012, Rolf Fuchs, geht auf eine Reise quer durch die Schweiz. Mit Unterstützung seines Commis Philipp Maurer wird er sein dreigängiges Siegermenü zum Besten geben. Auf seiner «Tour Culinaire Suisse» kocht der Küchenchef des Restaurants Panorama (Steffisburg) am 11. März 2013 im «Lausanne Palace & SPA». Weitere Stationen sind das Rheinhof Fischerzunft in Schaffhausen am 18. März und das «Bellevue Palace Bern» am 8. April.

www.goldenerkoch.ch

Online

Buchungsplattform «Get your Guide» expandiert

Das Schweizer Start-up-Unternehmen «Get your Guide» will seine Position in Europa weiter ausbauen und den französischen, italienischen sowie spanischen Markt erschliessen. Die weltweit grösste Online-Buchungsplattform für Touren, Attraktionen und Ausflüge am Urlaubsort führt ein Angebot von über 18100 Produkten und mehr als 1780 Destinationen. «Get your Guide» hat Niederlassungen in Zürich, Berlin und Las Vegas.

Bier

Feldschlösschen mit leichtem Umsatzplus



Die Brauerei Feldschlösschen hat im Jahr 2012 etwas weniger Bier verkauft als im Jahr davor. Das Biervolumen ging um ein halbes Prozent zurück. Der Umsatz allerdings weist ein Plus von 0,6 Prozent auf. Angesichts des schwierigen Marktumfelds seien die Resultate solid, so Feldschlösschen in einer Mitteilung. In der Schweiz will man das Getränke-sortiment noch ausbauen. smü

Kolumne

Der grausame Februar



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 über die schönen Seiten des Lebens.

Für den Lyriker T. S. Eliot war der April der grausamste Monat – aber Eliot schrieb in Zeiten vor der globalen Erwärmung. Er musste nie mit Temperaturen zurechtkommen, die wild auf und ab springen wie ein Rodeopferd. In Eliots Tagen war ein Winter zuverlässig und dauerhaft kalt. Der April mit seinem launischen Frühlingswetter war der Monat, der einen so schlecht behandelte wie ein labiler Liebhaber.

In diesen Zeiten des Klimawandels haben wir einen neuen Kandidaten für den grausamsten Monat. Den Februar. Er beginnt mit Tauwetter, das naive Vögel dazu bewegt, zu singen anzufangen, und Frischluftfans zum Lüften ihrer Bedecken. Dann verdunkelt sich der Himmel wieder und wirft Schnee in Mengen auf die Erde, so dass die Fenster überall in Europa wieder geschlossen werden. Es ist ein bisschen so, wie wenn man in der Küche eines Restaurants arbeitet und nicht weiss, ob der Chef Jamie Oliver oder Gordon Ramsay ist. Gibt es Lächeln oder Geschrei? Sonnenschein oder Schneeregen?

Und dann gibt's auch noch den gleichermassen konfliktbeladenen Valentinstag, an dem Langzeit-Paare nervös werden (wie viel soll man ausgeben?) und ganz neue Paare in Verlegenheit kommen (soll man ihn einfach ignorieren?). Hotels bieten herzförmige Betten an, zu Preisen, die einem Tränen in die Augen treiben, Floristen reiben sich zuversichtlich ihre Krämehände, Männer überprüfen ängstlich ihre Bankauszüge, und normalerweise selbständige Frauen lassen auffällig viele Bemerkungen zum Thema Schmuck fallen.

Eine Freundin, die in einem Restaurant arbeitet, kennt einige Horrorgeschichten, die sich um Valentinstags-Geschenke drehen, die gutes Essen und Trinken verdorben haben. Perlohrringe, in Torten versteckt – und verschluckt. Billige Ringe, die in erstklassigem Champagner zischen. Schriftliche Heiratsanträge, verstaubt in Speisekarten, die heraus- und auf brennende Kerzen fallen.

Dieses Jahr erhielt meine Freundin ein Diamantenhalsband von ihrem Partner – wofür sie sehr dankbar war. Aber sie vertraute mir an, dass sie auf sämtliche Diamanten verzichten würde, wenn sie, nur gerade einmal, einfach aus ihrem Restaurant herausgehen könnte spät nachts – müde und mit schmerzenden Füessen – und ihren Freund

entdecken würde, der auf sie wartete und sie nach Hause bringen würde. «Warum nur», fragte sie, «kann er problemlos die Strecke zu seiner Stammkneipe unter die Füsse nehmen, ist aber unfähig, den gleich langen Weg zu gehen, um mich nach der Arbeit abzuholen?»

Das muss wohl das Traurigste am Februar sein. Es ist der Monat der erwarteten Romantik. Die beste Romantik kann das ganze Jahr über auftreten. Wirkliche Romantik ist, wenn jemand sich die Zeit nimmt, über jemand anderes nachzudenken – was könnte diese Person brauchen, gerade jetzt – und dies dann möglich macht.

Als ich letztes Jahr nicht mehr ein und aus wusste aufgrund von Abgabeterminen und weil unser Haus renoviert wurde und unsere Wohnung voller Staub war, da traf ich einen Freund im Café. Er übergab mir eine Buchungsbestätigung: eine Nacht in einem Hotel, fünf Minuten von unserem Haus entfernt. Zwanzig Stunden lang genoss ich ein grosses weisses Bett, saubere Böden, Schlaf, Ruhe und Einsamkeit.

Für mich war genau dies wahre Romantik. Nicht die überzuckerte Zweier-Romantik – aber einfach Mitgefühl, Vorstellungskraft und den Glauben an menschliche Verbundenheit. Keine rosa Karten in Herzform, keine Bettlaken aus Satin, keine langstieligen Rosen. Ruhig neben jemandem hergehen kann schon genug sein; jemandem Gesellschaft leisten für eine kurze Wegstrecke in diesem merkwürdigen, schwierigen Leben.

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

Unsere Kolumnisten

Christoph Ammann, Reisejournalist
Christoph Bruni, Affineur de fromages
Thomas Harder, Markenspezialist
Christoph Kokemoor, Chefsommelier
Sarah Quigley, Schriftstellerin und Autorin

ANZEIGE

www.swisshotels.com



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

Der offizielle
Schweizer Hotelführer

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Mitte Februar herrscht im Herzen der Chianti-Region jeweils Hochbetrieb. Weinfach- und Medienleute aus aller Welt degustieren den neuen Jahrgang. Ein Augenschein vor Ort.

RENATE DUBACH

Florenz, Samstagmorgen, 16. Februar 2013: Ein milder und sonniger Tag, Touristen in kleinen und grossen Gruppen flanieren durchs Zentrum. Wenige Gehminuten vom Dom entfernt platzen rund 70 Chianti-Produzenten Flaschen des Jahrgangs 2012 auf die Tische des noblen Palazzo Borghese. «Das Weinjahr 2012 war etwas einfacher als das Jahr zuvor», hatte kurz vorher Giovanni Busi, der Präsident des Consorzio Vino Chianti, zur Eröffnung der zweiten Auflage der «Anteprima Chianti 2013» erklärt. Was wohl auch heisst, dass der Chianti-Jahrgang 2012 zwischen den einzelnen Regionen keine grossen Unterschiede hervorbringt. Obwohl Busi und sein Team gerade daran arbeiten, dass man unter «Chianti» auch ausserhalb Italiens verschiedene und eigenständige Weine versteht. «Ich komme gerade aus Japan zurück, wir gehen mit unserer Road Show auch in die USA, nach Russland und China. In diesen Ländern sind die Herkunftsbezeichnungen Chianti DOCG und Chianti Classico DOCG kein Begriff. Aber unsere beiden Konsortien bekämpfen sich nicht gegenseitig, das macht keinen Sinn. Wir arbeiten daran, immer neue Konsumenten zu finden, auf der ganzen Welt.»

Neue Sangiovese-Sorten sollen mehr Ertrag bringen

Mit diesem Ziel vor Augen und besonders, um auch etwas jüngere Weinfans anzusprechen, wurde ein neues Logo geschaffen, ein weisses «C» auf rotem runden Grund, das – um 90 Grad gekippt



Hauptsache Sangiovese: Ein Chianti muss mindestens 70% – ein Classico mindestens 80% – dieser Traubensorte enthalten. zvg

Sonnige Vorpremiere in der Toskana

– an ein «Smiley» erinnert. «Wir sind auf Facebook und Twitter, um ein jüngeres Publikum zu erreichen», führt Busi aus. Aber auch zuhause in der Toskana hat der Präsident ein paar schwierige Aufgaben zu lösen. «Letztes Jahr haben wir mit 670 000 Hektolitern um einiges weniger produziert als 2011 mit 800 000 Hektolitern. Das führt zu immer höheren Preisen, die in den letzten zwei Jahren von etwa 70 bis 80 Euro pro Hektoliter auf 120 bis 140 Euro

gestiegen sind.» Giovanni Busi hat eine Lösung parat: «Wir müssen den erlaubten Ertrag pro Hektar von 9000 auf 11 000 Kilogramm erhöhen.» Damit die Qualität aber gleich hoch bleibe, müsse man dafür die neuen Sangiovese-Reben anpflanzen, die «fantastisch» dafür seien, lobt Busi.

Asiatische Weinfachleute sind gut vertreten

Inzwischen hat sich die Menge der Degustierenden vervielfacht – es wird eng. Wer sich nicht von Tisch zu Tisch drängen mag, setzt sich gemütlich in den Spiegelsaal. Dort gibt es rund 80 Plätze und ein Dutzend Kellner, die jeden



«Letztes Jahr produzierten wir mit 670 000 Hektolitern um einiges weniger als 2011.»
Giovanni Busi
Präsident Consorzio Vino Chianti

gewünschten Wein holen und servieren.

Auffallend viel Degustierende kommen aus Asien. Einer davon ist der Südkoreaner YouSuk Oh, der Weine sucht, die er in sein Heimatland exportieren kann: «Chianti hat bei uns einen klingenden Namen, deshalb bin ich hier.» Die Weinexpertin Mari Yasuda ist nur für diesen Nachmittag aus Japan angereist, sie gibt zuhause Weinkurse und will in Florenz herausfinden, ob sie Unterschiede zwischen den einzelnen Chianti-Regionen entdecken kann. «Bis jetzt habe ich das aber nicht geschafft», meint sie lächelnd und weist darauf hin, wie

wichtig Chianti in Japan ist: «Er ist einer der bekanntesten Weine bei uns, jede auch noch so kleine Weinhandlung hat wenigstens einen Chianti im Sortiment.»

Chianti Classico Neue Kategorie, frisches Symbol

«Wichtige Neuigkeiten» verkündete Sergio Zingarelli, der das Consorzio der Chianti-Kernzone

präsentiert, am Dienstag an der Classico Preview in Florenz. Neu gibt es die Kategorie «Gran Selezione» für die besten und teuersten Weine. Zudem wurde das Gallo-Nero-Symbol aufgefrischt: Der verjüngte Hahn mit dem offenen Schnabel wird künftig auf dem Flaschenhals oder der Rücketikette platziert. rd



Im Palazzo Borghese in Florenz wird der Jahrgang 2012 geprüft. Renate Dubach

Hochprozentiges mit Wachstumsplus

Dank guter Obsternte 2011/2012 verbucht die Schweiz ein leichtes Plus bei der einheimischen Spirituosenproduktion. Der Import bleibt nach wie vor auf hohem Niveau.

Wegen der ertragsreichen Schweizer Kirschen- und Zwetschgenenernte im Jahr 2011 kann die Eidgenössische Alkoholverwaltung ein gutes Brennjahr 2011/2012 vermelden. Die inländische Spirituosenproduktion betrug 19 889 Hektoliter reinen

Alkohol und liegt damit 12 Prozent über dem Zehnjahresdurchschnitt. Das macht 18 Prozent des Schweizer Spirituosenmarkts aus und entspricht dem Ertrag von 2009/2010. Je nach Qualität und Quantität der Obsternte schwankt die Spirituosenproduktion um den Mittelwert von 17 810 Hektoliter.

Ebenfalls gewachsen ist der Export: Mit 3103 Hektoliter reinem Alkohol ist die Ausfuhr 2012 gegenüber dem Vorjahr um 11 Prozent gestiegen. Das ist vor allem dem Export von Absinth (209 Hektoliter) und anderen Produkten auf der Basis von Trinksprit wie Likören und Bitter

(1631) zu verdanken. Den grössten Marktanteil macht indes immer noch der Spirituosenimport aus, der mit 88 664 Hektoliter 82 Prozent des Schweizer Markts für sich einnimmt. Am meisten wurde Whisky importiert (18 938 Hektoliter), gefolgt von Wodka (15 695), Likören, Bitter und anderen Aperitifs (14 900). Demzufolge wurden beinahe 4,5-mal mehr Spirituosen aus dem Ausland eingeführt als in der Schweiz hergestellt.

Insgesamt lässt sich sagen, dass der Schweizer Spirituosenmarkt seit über zehn Jahren relativ stabil ist. Der Schweizer Konsum entwickelt sich seit mehreren



Alain D. Bollaert

Der Konsum von Spirituosen in der Schweiz liegt relativ konstant bei 1,6 Liter reinem Alkohol pro Kopf und Jahr.

Jahren parallel zum Bevölkerungswachstum und liegt konstant bei 1,6 Liter reinem Alkohol pro Kopf und Jahr.

Durch die Zunahme der Inlandproduktion und das konstant hohe Niveau der Importe sind auch die Einnahmen aus der Spi-

rituosensteuer leicht gestiegen. Im Jahr 2012 hat die Eidgenössische Alkoholverwaltung zusammen mit der Eidgenössischen Zollverwaltung 294,9 Millionen Franken eingenommen. 2011 waren es 291,2 Millionen Franken. smt

News

Erste Konferenz zu Food Waste in der Schweiz

Foodwaste.ch ist die unabhängige Informations- und Dialogplattform zum Thema Lebensmittelverluste in der Schweiz. Am 13. Juni organisiert sie die erste Konferenz für Lösungsansätze gegen Lebensmittelverschwendung. Die Schweiz produziert rund 2 Mio. Tonnen Food Waste pro Jahr: Das entspricht 30 Prozent aller verfügbaren Lebensmittel. Die Konferenz findet an der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften in Zollikofen statt.

www.foodwaste.ch

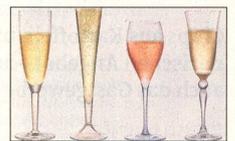
Bell Schweiz mit stabilem Umsatz



Fotolia

Der Fleischverarbeiter Bell Schweiz hat sein Absatzvolumen im Jahr 2012 um 1,4 Prozent auf 122,5 Millionen Kilogramm steigern können. Weniger stark zugenommen hat der Umsatz: Dieser ist mit 0,6 Prozent auf 1,76 Milliarden Franken leicht gestiegen. Schweizer Fleisch und Seafood erwiesen sich als Wachstumstreiber: Das Absatzvolumen bei Seafood vergrösserte sich um 15,2 Prozent beziehungsweise um 634 Tonnen auf 5680 Tonnen. Damit ist Bell grösster Schweizer Anbieter von frischen Seafoodprodukten.

Champagner: Weltweiter Absatz rückläufig



zvg

Während sich der weltweite Absatz der Champagner-Häuser und -Winzer im vergangenen Jahr stabilisiert hat, ging der Abverkauf von Champagner-Flaschen um 4,4 Prozent zurück. Im Jahr 2012 wurden 308,8 Millionen Flaschen Champagner verkauft, 2011 waren es 322,9 Millionen Flaschen. Das Exportgeschäft ist ebenfalls rückläufig: Die Winzer und Genossenschaften der Champagne verbuchten ein Auslieferungsminus von 4,8 Prozent. Der Champagner-Gesamtverband «Comité Champagne Épernay» wird die Zahlen u. a. für die Schweiz im März bekannt geben.

Asthmarisiko steigt nach intensivem Fastfood-Verzehr

Für eine internationale Studie zum Zusammenhang von Fastfood und Krankheiten hat die Universität von Auckland (Neuseeland) die Daten von rund 180 000 Kindern und 320 000 Jugendlichen erfasst. Wenn die Probanden dreimal oder häufiger in der Woche Fastfood assen, stieg das Risiko für schweres Asthma um 39 Prozent bei den Jugendlichen und um 27 Prozent bei den Kindern. Ebenso stieg das Risiko für Heuschnupfen und juckende Ekzeme. Der regelmässige Verzehr von Obst hingegen verringerte die Asthmasymptome um bis zu 14 Prozent. smt



Ein Sack voller feiner Pommes Chips: ein Klassiker beim Apéro, an Banketten und im Minibar-Sortiment.

Fotolia

Knusprige Scheiben für den Gast

Chips aus Kartoffeln und Gemüse gehören in der Hotellerie und Gastronomie fest zum kulinarischen Angebot – auch hausgemachte. Produkte von Schweizer Snackproduzenten, die auch das Gastgewerbe beliefern, setzen auf das Gesundheitsbewusstsein der Konsumenten.

SABRINA GLANZMANN

Das Bedürfnis nach Natürlichkeit und gesunden Zutaten bei der Ernährung beschäftigt auch die Chips- und Snackindustrie je länger desto stärker – der neuste Streich von Zweifel macht's deutlich. In seiner Premium-Linie «Secrets» hat das führende Unternehmen der Schweizer Snackproduktion (der Marktanteil liegt bei rund 50 Prozent) jüngst eine Kombination von Kartoffelchips und getrockneten Tomatenscheiben lanciert. Denise Spirig, Manager Brand Business Development, zur Entwicklung: «Die internationalen Marktdaten zeigen uns, dass reine

Gemüsechips nach wie vor Nischenprodukte sind.» Seit Jahren gebe es zwar frittierte Gemüsechips auf dem Markt, aber das sei nicht das, was der Konsument aktuell primär wolle. Das Unternehmen verspricht sich deshalb viel von der Einführung des Produkts, das es in dieser Art bisher noch nicht gab: eine Mischung von Kartoffelchips mit Tomaten, die mittels speziellem Verfahren so luftgetrocknet werden, dass sie Farbe und Aroma behalten. Damit möchte Zweifel gezielt auch die «gehobene Gastronomie und Hotellerie» ansprechen. Konkrete Zahlen nennt Spirig nicht, aber das Gastgewerbe mache einen «bedeutenden Anteil» am durchschnittlichen Jahresumsatz von 200 Mio. Franken aus.

Chips als Beilage und Garnitur auf dem Teller

Auch die Bischofszell Nahrungsmittel AG (Bina), ein Unternehmen der Migros-Gruppe, bearbeitet mit der Marke «Terra Chips» neben dem Detailhandel Hotel- und Restaurantkunden im höheren Segment. Zu den Kun-

den zählen etwa das «Seedamm Plaza» in Pfäffikon oder das «Ferienart» in Saas Fee. Über die klassischen Einsatzbereiche wie Apéros, Bankette, Bar und Minibar hinaus würden die Terra Chips auch als Menu-Beilage und Garnitur serviert, sagt Reto Gnos, Business Unit Leiter Culinarium – etwa im Restaurant Holy Cow in Lausanne. Auch Bina hat die gesundheitsbewussten Chipsesser im Visier: Der Rohstoff wird bei einer niedrigen Temperatur von 125 Grad durch Vakuumtechnologie frittiert, so haben die Chips 50 Prozent weniger Fett als «normale» Chips. Dieses Konzept ist auch im Gastgewerbe gefragt:

Letztes Jahr stieg das Absatzvolumen gegenüber dem Vorjahr in diesem Segment um 4 Prozent. «Noch immer der Renner» ist laut Gnos in der Gastronomie die Sorte Wasabi. Grosse Nachfrage erreichten auch die Blue Chips aus blauen St. Galler Kartoffeln, von denen pro Saison um die 200 Tonnen für Retail- und Gastkunden verarbeitet werden. Genau diese Sorte wird im Hotel Radisson Blu in St. Gallen



«Die Chips aus Gurken, Sellerie oder Peperoni kommen bei den Gästen super an.»

Dany Lützel
GM Radisson Blu Hotel, St. Gallen



Auch für Hotels und Lokale: Die Terra Blue Chips von Bina.

gleich selbst zu Chips gemacht und zu Chateaubriand gereicht. Neben der Zusammenarbeit mit Chipsproduzenten ist es in Hotel- und Restaurantküchen mittler-

weile Usus, Kartoffel- und Gemüsechips für die verschiedensten Zwecke selbst herzustellen. Laut General Manager Dany Lützel würden etwa Chips aus Gurken, Karotten, Sellerie oder Peperoni als bunter Apéro-Snack bei den Gästen «super gut» ankommen. Und als Garnitur stellt das Küchenteam um Chef Jan Brosinsky neben den blauen Chips unter anderen solche aus Zucchini, Randen oder Pastinaken her.

Kartoffelchips sollen in der Hotellerie erfunden worden sein

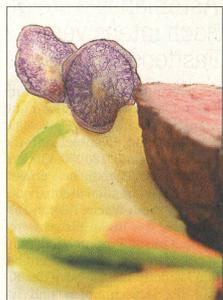
Auch im Landhotel Hirschen im solothurnischen Erlinsbach wird eigene Chipsherstellung gross geschrieben – passend zur Philosophie von Chef Albi von Felten. Blaue Kartoffelsorten oder rote wie die «Burgundy red» kommen hier zum Einsatz, und auf spezielle Anfrage werden für Bankette Gemüsechips aus Pro-Specie-Rara-Sorten hergestellt. In der Hotelküche des Grand Resort Bad Ragaz ist das Trocknen, Dörren, Backen oder Frittieren von Gemüse- und Kartoffelchips laut Küchenchef Renato Wüst «365 Tage im Jahr» fester Produktionsbestandteil. Während Zweifel-Chips an Bar, Minibar und Apéros gereicht werden, kommen an Banketten auch die hausgemachten Produkte zum Zug. Das «Dolder Grand» in Zürich arbeitet mit der

britischen Marke «Burts Potato Chips» aus Devon zusammen – aktuell ist diese gerade mit Chips mit Guinness-Geschmack im Gespräch. «Aber als Garnitur und Menu-Ergänzung sind hausgemachte Chips aus Gemüse und Kartoffeln in unserem Haus unverzichtbar», so F&B Operations Manager Oliver Moritz.

Gemüse- und vor allem Kartoffelchips und die Hotellerie – eine eigentlich alte Verbindung. So sollen nämlich die ersten Kartoffelchips 1853 im Hotel Moon Lake in Saratoga Springs, New York, von Küchenchef George Crum erfunden worden sein. Laut Überlieferung habe ein Gast sich derart lange über zu dicke Bratkartoffeln beschwert, bis Crum ganz dünne Scheiben servierte, die sich nicht mehr mit der Gabel essen liessen. Aber der Gast war begeistert.



24 000 Tonnen Kartoffeln werden bei Zweifel jährlich zu Chips verarbeitet.



Chateaubriand mit hausgemachten blauen Kartoffelchips (Radisson Blu Hotel St. Gallen).

Rezepte Viele knackige Snacks

Knusprige Inspiration für die Hotel- oder Restaurantküche gefällig? «Chips & Frites hausgemacht» gibt sie. Autorin Orathay Souksisavanh, Köchin mit professioneller Ausbildung, liefert in ihrem neuen Buch alles, was es für perfekte Chips braucht. Dazu gehören etwa Hinweise zur richtigen Schneidetechnik, zum Frittierfett und zur Vielfalt der möglichen Zutaten.

Das Spektrum der Rezepte reicht von der Zubereitung klassischer Pommes Chips aus Kar-



toffeln oder Frites aus Süsskartoffeln über Chips aus farbigem Gemüse (z.B. Karotten, Randen, Pastinaken) bis zu solchen aus Früchten oder Krevetten. Selbst Chips aus Lotuswurzeln gehören

dazu. Der Autorin geht es auch darum zu zeigen, wie sich mit verschiedenen Chips gezielt Akzente auf dem Teller setzen lassen.

Viele der vorgestellten Rezepte sind auch für die Ofenzubereitung geeignet. Tipps und Inputs für passende Dips zu den hausgemachten Chips und Frites runden das Buch ab.

Orathay Souksisavanh, **Chips & Frites hausgemacht**, Fona Verlag AG, 72 Seiten, ISBN 978-3-03780-490-2, ca. CHF 16.90. Das Buch erscheint Ende April 2013.

PROFIL

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

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

Nr. 8 · 21. Februar 2013

htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFILU

INSZENIERUNG HEUTE WICHTIGER DENN JE

Das Freizeitverhalten ändert sich mit den zunehmenden Möglichkeiten der multimedialen Informationsmittel. Der Gast hat seine Vorstellungen und Erwartungen über ein Reise- und Ausflugsziel oder über eine Veranstaltung bereits vor Beginn schon geprägt.

Wer braucht Inszenierung - und welche?

Anbieter im Tourismus werden dank Inszenierung deutlicher wahrgenommen. Egal, ob es sich um ein Hotel, ein Restaurant, eine Veranstaltung, ein Geschäft, eine Bergbahn oder um eine Destination handelt. Inszenierung hilft, die Sinne anzusprechen. Eine Abgrenzung zu Kitsch und Klischee wird gelingen, wenn die Inszenierung auf Kultur, Natur und Landschaft oder Historie beruht. Die visuelle Ebene ist nur ein Element der Inszenierung. Es geht um die Ansprache oder mehr noch um die Resonanz der Sinnesorgane, Augen, Ohren, Nase, Zunge und sogar der Haut. Der Anspruch, möglichst viele Sinne zu erreichen, ist Planungsaufgabe. Die Inszenierung dient der Imagebildung und hilft der Bekanntheits- und Attraktivitätssteigerung. Es geht um Emotionen, die ausgelöst werden. Diese sind immer echt, passend und begründet!

Eine Veranstaltung, die beispielsweise regionalen, handwerklich hergestellten Käse in den Mittelpunkt stellt, wird zum Festival für alle Sinne, wenn die Produzenten die Käsesorten vorstellen und erläutern. Die Käseproduktion demonstriert eine Schaukäse- und Säumer der Sbrinzroute mit ihren Maultieren wägen wie früher Käse mit Waag-

schalen. Die Dekoration mit Holz, Stroh und Heublumen widerspiegelt die herbstliche Atmosphäre. Der Duft von Bratkäse breitet sich in der kühlen Luft aus und lädt zum Verweilen bei Ländlermusik ein. Käsefeste, inszeniert zu «cheese-festivals» in Luzern, Bern, Thun und anderen Orten sprechen Einheimische und Gäste gleichermaßen an.

Erfolgersprechende Inszenierungen

Inszenierungen sind Elemente eines gesamten Konzepts, z. B. für Veranstaltungen. Die Basis ist die eigene Situation und die des Umfelds. Dazu gehört die Beleuchtung der Gästestruktur. Kurz gesagt eine 360-Grad-Analyse. Diese ist Grundlage für das Konzept einer erfolgversprechenden Inszenierung. Ziele, Partnerdefinition und Finanzierung bilden den Kern des Konzepts. Planung und Organisation folgen, ebenso das Einholen von Genehmigungen. Es ist klar zu definieren, ob es ein einmaliger oder wiederkehrender Anlass sein soll. Eine Positionierung ist nur mit kontinuierlich durchgeführten Veranstaltungen erfolgversprechend. Apropos Timing: Für mittelgroße Veranstaltungen ist der Zeitaufwand von der Idee bis zur Durchführung mit rund zwei Jahren zu veranschlagen. Dann kann es an die Umsetzung, die Durchführung der Veranstaltung gehen.



Rolf-Peter Pfaff
Pfaff Consulting GmbH
Tourismus & Veranstaltungen
www.pfaffconsulting.ch
www.cheese-festival.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Je mehr man liebt,
um so tätiger
wird man sein»

Vincent van Gogh

AGENDA

28. FEBRUAR

«Input: Professioneller Umgang mit Hotelbewertungen», von hotelleriesuisse, Hotel Cascada, Luzern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

4.-5. MÄRZ

«Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus - Stufe II», von hotelleriesuisse, Hotel Cascada, Luzern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

5. MÄRZ

«Ganzheitliche Sicherheit in der Hotellerie», von hotelleriesuisse, Hotel Schweizerhof, Lenzerheide
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

20. MÄRZ

«Fachtagung Diätetik», vom Schweizer Kochverband, Luzern
www.hotelgastrounion.ch

20. MÄRZ

«Microsoft Office Kompakta», vom Berufsverband Hotel Administration - Management, Luzern
www.hotelgastrounion.ch

25. MÄRZ

«Farb- und Stilharmonien entdecken», vom Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft, Visika GmbH, Bern
www.hotelgastrounion.ch

18. APRIL

«Inspirationsforum zu den neuesten Trends», vom SBKPV
www.hotelgastrounion.ch

21.-25. APRIL

«Zauberhafte kulinarische Reise», vom Berufsverband Restauration, Pilsen/Prag, Tschechien
www.hotelgastrounion.ch

Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

**Der Weg
zum Ziel...**

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



Für nur 150.- Franken können Sie hier ein

Stelleninserat schalten

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

Gesucht: Salzstreuer

Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



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

ARBEITSSICHERHEIT

Jährlich ereignen sich in unserer Branche über 13.000 Berufsunfälle. Die Kosten bei den Versicherungen belaufen sich auf über 41 Millionen Schweizer Franken. Dazu kommen hohe Kosten für Ausfalltage, Ersatzpersonal und Entschädigungen für Überstunden. Deshalb gibt «Profil» jede Woche Tipps zur Unfallverhütung.

ELEKTRISCHE UND TECHNISCHE EINRICHTUNGEN, UNTERHALT UND GEBÄUDE

Gasflaschen Gefährdung:

- Gefahr einer Explosion

Mögliche Massnahmen:

- Mitarbeitende über Handhabung und Lagerung von Gasflaschen instruieren
- Regelmässige Kontrolle der Schläuche, Ventile und Dichtungen
- Gasflaschen sind im Freien oder bei guter Lüftung zu lagern, keinesfalls in Unterflurräumen
- Gasflaschen gegen Umfallen sichern

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

BEWERBUNGSINTERVIEW: DAS GILT ES ZU BEACHTEN

Das Bewerbungsgespräch ist sowohl dem zukünftigen Chef wie dem Bewerber wichtig. Der Chef muss die richtigen Fragen stellen, und der Bewerber die guten Antworten geben. Doch was soll der Vorgesetzte fragen?

Für Sie als zukünftigen Chef gilt dasselbe wie für den Stellensuchenden: Sie müssen sich gut auf das Interview vorbereiten. Sie sollten das Dossier genau lesen und sich überlegen, welche Fragen Sie stellen wollen, wo noch Unklarheiten sind und so weiter. Denken Sie daran, dass Sie den Betrieb repräsentieren. Ihr Auftreten ist auch Imagepflege. Als Interviewer sind Sie einer der wichtigsten Erstkontakte für neue Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen. Ihr Auftritt, Ihre Begeisterung und Ihre Überzeugung werden dem Bewerber lange in Erinnerung bleiben und mit dazu beitragen, ob er sich für Ihr Unternehmen entscheidet. Zudem wollen Sie herausfinden, ob der Bewerber die richtige Person für Ihren Betrieb ist. Sie sollten stets versuchen, die Eignung des Bewerbers objektiv zu beurteilen; trotzdem ist der erste Eindruck wichtig (wirkt der Bewerber sympathisch, passt er zum Team usw.), zumal sich in Situationen wie dem Bewerbungsgespräch subjektive Eindrücke niemals vollständig ausschalten lassen. Grundsätzlich haben Bewerbungsgespräche eine überschaubare Struktur:

- Vorstellung von Betrieb und Ihrer Position**
 - Begrüssung, Fragen nach der Anreise, Vorstellen der Personen
 - Dank für das Interesse am Unternehmen
 - Vertraulichkeit betonen
 - Infos über Unternehmen und Arbeitsplatz
- Vorstellung des Bewerbers**
 - Vortrag zur persönlichen Situation, Herkunft, Familie, Wohnort, Lebenslauf etc.
 - Vortrag zum beruflichen Werdegang

Fragen an den Bewerber

- Zu Chronologie, persönlichen Umständen, Details aus dem beruflichen Umfeld, Grund der Veränderungsabsicht, Zukunftsvorstellungen. Lassen Sie den Bewerber möglichst viel von sich erzählen. Stellen Sie dabei offene Fragen und vermeiden Sie geschlossene Fragen (Ja-/Nein-Antworten) oder Suggestivfragen.
- Lassen Sie den Bewerber konkrete Sachverhalte, Situationen, Erlebnisse und Erfahrungen schildern. Geben Sie sich nicht mit allgemeinen Aussagen zufrieden, sondern haken Sie gegebenenfalls nochmals nach. Prüfen Sie das Fachwissen. Anschlussfragen an den Bewerber (zum Beispiel: «Was waren Ihre Gründe in dieser Situation?», «Wie haben Sie sich dabei gefühlt?», «Welche Ziele haben Sie dabei verfolgt?»)

Fragen des Bewerbers an die Unternehmung

- Arbeitsumgebung, Mitarbeiter, Führungsstil, Betriebskonzept, Marktanteile, Markteinschätzung und -potenziale, Lohn und Pensionskasse.
- Beenden Sie das Gespräch niemals abrupt innerhalb der ersten halben Stunde, auch wenn Ihre Entscheidung bereits zu einem sehr frühen Zeitpunkt feststehen sollte. Jedes Gespräch sollte einen professionellen und verbindlichen Rahmen erhalten. Geben Sie am Ende des Gespräches keinen Entscheid bekannt, auch wenn er für Sie klar sein sollte. Vereinbaren Sie einen Termin, bis wann Sie sich gegenseitig Bescheid geben.

Mario Gsell

BUCHTIPP

PRAKTISCHES HANDBUCH FÜR UNANGENEHME ARBEIT

Bald müssen wir alle in den sauren Apfel beissen und das wohl unbeliebteste Formular ausfüllen, das es gibt: die Steuererklärung! Denn in den meisten Kantonen muss die Steuererklärung bis zum 15. März auf dem Steueramt der Wohngemeinde abgegeben werden. Der Beobachter-Ratgeber bringt alle aktuellen Zahlen, die man beim Ausfüllen der Formulare für 2012 braucht. Welche Kantone kennen das Splitting für Ehepaare? Wie hoch ist der Abzug für die Kinderbetreuung? Was gilt bei Berufsauslagen und Weiterbildungskosten? Solche und andere Fragen beantwortet der Ratgeber übersichtlich und kompetent. Der Autor beschreibt bevorstehende Neuerungen und hilft so bei der langfristigen Optimierung. Steuerbegünstigte Altersvorsorge, Eigenmietwert und Bausparen, steuerlich günstige Nachfolgeregelung für KMU – hier erfahren Steuerpflichtige, wie sie heute und in Zukunft Steuern sparen. Praktisches Handbuch für alle Steuerpflichtigen in der Schweiz – sowohl für Angestellte als auch für Selbständigerwerbende und Eigenheimbesitzer. Mit diesem Ratgeber geht das Ausfüllen schneller und leichter.



«Steuern leicht gemacht»

Beobachter-Edition von Bernhard Kislig 9. aktualisierte Auflage, Januar 2013

ISBN 978-3-85569-597-3 CHF 36.00

AUS- UND WEITERBILDUNG

Das Intensivseminar GASTRO SUISSE

Der Schweizer Wein-Sommelier®
Kompaktes Weinwissen für GastroProfis

Termine: berufsbegleitend
Level 2: Start Frühling: 18.02.13, Start Herbst: 23.09.13
Level 3: Start Frühling: 25.03.13, Start Herbst: 22.10.13

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

ARCADIA TABERNA ROMANA

SENIORENRESIDENZ TALGUT ITTIGEN

Die Seniorenresidenz Talgut Ittigen bietet älteren Menschen ein Zuhause mit Komfort und Sicherheit. Zur Residenz gehört das Spezialitätenrestaurant Arcadia, welches angelehnt an das Römische Reich die mediterrane Küche pflegt. Das Arcadia Taberna Romana wurde von Gault & Millau mit 13 Punkten ausgezeichnet.

Unser bisheriger Küchenchef verlässt unseren Betrieb nach langjähriger Tätigkeit, um eine neue Herausforderung anzunehmen. Deshalb suchen wir für unsere Gastronomie auf den 1. April 2013 oder nach Vereinbarung

eine/n jüngere/n Küchenchef/in

Als Teammitglied bereiten Sie frische Speisen für das à la carte Restaurant Arcadia Taberna Romana, den Bankettbereich, die Seniorenverpflegung und die Pflegeabteilung zu. Sie stehen in Kontakt mit Lieferanten, sorgen für eine bedürfnisgerechte Lagerhaltung und überwachen die Einhaltung der Hygienevorschriften. Ideen der Mitarbeitenden lassen Sie zu und unterstützen mit Ihrer Kreativität den Leiter Gastronomie. Für die Ausbildung der Lernenden sind Sie verantwortlich.

Von unserer/unserem neuen Kadermitarbeiter/in erwarten wir eine abgeschlossene Ausbildung mit entsprechender Weiterbildung. Zudem haben Sie Erfahrung in der gehobenen Gastronomie und besitzen ein sehr hohes Qualitätsbewusstsein. Ihre bisherigen Erfahrungen im Bankettbereich und in der Gemeinschaftsgastronomie unterstützen Sie bei den täglichen Arbeiten. Sie sind flexibel, belastbar und loyal – angenehme Umgangsformen sind für Sie eine Selbstverständlichkeit.

Wir bieten Ihnen eine spannende, abwechslungsreiche Tätigkeit in einem nicht alltäglichen Betrieb und eine Zusammenarbeit mit einem engagierten Team. Ihr Arbeitsplatz ist modern eingerichtet und gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Die Anstellungsbedingungen sind fortschrittlich.

Haben wir Ihr Interesse für diese aussergewöhnliche Stelle geweckt?

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an die Seniorenresidenz Talgut Ittigen, Herrn Walter Kunz, Leiter Gastronomie, Talgut-Zentrum 34, 3063 Ittigen.

KADER



IHRE CHANCE IM SONNIGEN WALLIS
Partnerin/- in gesucht - für das Matterhorn Valley Turm Hotel Grächen/erhof

Wir suchen:

- einen jungen dynamischen Partner der anfänglich in geregelter Kaderanstellung mit uns unser Hotel führt und später dieses in Eigenverantwortung übernehmen kann
- gut ausgebildeten, dynamischen und flexiblen, diplomierten Hotelfachmann (oder gleichwertige Ausbildung) mit Unternehmerrgeist und dem Wunsch zur Selbstständigkeit
- Partner mit Fachwissen im Bereich Zimmervermarktung (SEO, Yield Management etc.)
- neben Deutsch wären Englisch und Französisch von Vorteil

Wir bieten:

- wirtschaftlich gesunden und renommierten Familienbetrieb
- gut etablierte Gastronomie
- Einsatz in den verschiedenen Abteilungen des Hotels
- partnerschaftliches, vertrauensvolles Verhältnis und Mitspracherecht bei der strategischen Ausrichtung des Hotels
- Möglichkeit nach einer intensiven Einführungsphase zur Selbstständigkeit (Nachfolgeregelung)
- Mitsprache/Gestaltung in projektiertem, bewilligtem Hotelausbau

Wenn Sie diese Chance zur geführten Selbstständigkeit ergreifen möchten, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugnissen und Referenzliste. Eintrittstermin für diese Chance wäre ab Herbst 2013 oder nach Vereinbarung.

Ansprechpartnerin: Jacqueline Fux (Eigentümerin), Postfach 127, 3925 Grächen. Tel.: +41 79 220 39 55 E-Mail: jacqueline.fux@gmail.com

www.matterhornvalleyhotels.ch

Weiterbildungsangebote

www.hoteljob.ch

CRESTA PALACE

Das Cresta Palace Hotel – ein Bergjuwel inmitten der eindrucksvollen Engadiner Bergwelt – sucht für die kommende Sommersaison engagierte und motivierte Mitarbeiter, welche sich den Herausforderungen der folgenden Positionen stellen möchten:

- Chef de réception
- Reservationssekretärin
- Commis de cuisine
- Chef de partie
- Commis de rang
- FS/Be-Praktikant/
- Chef de rang

Wenn Sie eine Anstellung in einem traditionsreichen Haus mit grosser Stammkundschaft und viel Teamgeist interessiert, dann freuen wir uns auf Ihre ausgefüllten Bewerbungsunterlagen (inkl. Lichtbild) an:

Cresta Palace Hotel | Personalbüro | Via Maistra 75 | CH-7505 Celerina/Schlarigna
jobs@crestapalace.ch

CRESTA PALACE, CH-7505 Celerina/St. Moritz
T +41 (0)81 836 56 56 www.crestapalace.ch

Top neue Küche | 4-Stern-Superior Hotel | Profi-Management

Brillant kochen, den persönlichen Kontakt zum Hotel-/Restaurant-Gast aktiv pflegen, kreativ und vorausschauend Angebote planen sowie attraktives Präsentieren kulinarischer Köstlichkeiten sind die wichtigsten Schwerpunkte! Dank kürzlich erfolgter substanzieller Um- & Neubauten erwartet Sie eine top neue Küche! Ort des Geschehens: Bestbekannte, lifestyle-geprägte Feriendestination nur eine gute Autostunde von Zürich entfernt.

Hoch motivierte Mitarbeitende, der im Hotel spürbare Spirit, professionelles Management und ein ausgewogener Angebotsmix charakterisieren das Besondere des Hauses. Drei Restaurants – das Gourmet-Restaurant auf Stufe 15 GM – eine weit über 1000 m² grosse ausgezeichnete Wellness-Oase und eine insgesamt hervorragende Hotel-Infrastruktur mit gelungener Innenarchitektur bilden ein harmonisches Ganzes.

**Küchenschef/in mit Flair für das Besondere
oder Executive Sous-chef mit Potential zur Führung der 12–14-köpfigen Brigade**

In einem anerkannten Spitzenbetrieb haben Sie bereits einige Jahre Führungspraxis gesammelt. Diese wertvollen Erfahrungen in einem namhaften Hotelbetrieb umzusetzen sehen Sie gleichermassen als Chance und Herausforderung. Ihr Idealprofil: Exzellenter «Hands-on Chef de Cuisine» oder erfahrener, starker Sous-chef mit entsprechenden Leistungsausweisen auf dem Sprung zum Executive Chef.

Weitere Highlights der Stelle: Ganzjährige Anstellung trotz saisonalen Charakters, kurze Entscheidungswege, Mitglied des Kadets, Freiraum für Direktkontakt zum Gast. Der Eintritt kann auf Mitte Mai erfolgen oder früher nach Vereinbarung. – Interessiert? Organisatorisch starke Küchenfachpersonen informieren wir gerne in einem persönlichen und vertraulichen Gespräch! Idealerweise vorab CV/Foto online 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

Exklusives Hotel – Leadership – Spitzenküche

Sie kochen auf hohem Niveau und setzen Akzente in den Bereichen Angebotsplanung, Kalkulation und Rezepturen! Drei Schwerpunkte prägen die spannende Aufgabe: Modernstes Küchenmanagement, Top Cuisine und die Leitung einer kompetenten grossen Crew. Unser Auftraggeber ist ein weit über die Landesgrenzen hinaus bekanntes First Class Hotel mit spektakulärer Architektur und Premium Spa-Angebot in einer kleinen aber feinen Deutschschweizer Resort Destination.

Der kulinarische Fokus liegt auf marktfrisch, optisch ansprechend, innovativ und dem Zeitgeist entsprechend. Raffinierte Gourmetdiners ergänzen sich optimal mit saisonalen und regionalen Spezialitäten. Das Ganze leicht, bei 1A-Qualität und unter Verwendung möglichst vieler einheimischer Erzeugnisse. Dabei liegen Ihnen Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte ebenso am Herzen wie der Wunsch für anspruchsvolle Gäste aus aller Welt verführerische Kreationen zu produzieren.

**Executive Chef mit Flair für Haute Cuisine w/m
oder starker Sous-chef mit Potential zur Führung der 25-köpfigen Brigade**

In einem von Punkten, Sternen, Hauben oder ähnlich ausgezeichneten Erstklassbetrieb haben Sie bereits einige Jahre Führungserfahrung gesammelt. Hohes Qualitätsniveau auch in einem grösseren Umfeld sicherzustellen sehen Sie gleichermassen als Chance und Herausforderung! Idealprofil: Exzellenter «Hands-on Chef de Cuisine» oder ein erfahrener ambitionierter Executive Sous-chef mit entsprechenden Leistungsausweisen auf dem Sprung zum Küchenschef.

Highlights der Stelle: Kurze Entscheidungswege, Mitglied des Kadets, professionelles Management, attraktive Entlohnung und ganzjährige Anstellung trotz saisonalen Charakters. Angedachter Eintrittstermin: Mitte Mai, anfangs Juni oder nach Vereinbarung. – Interessiert? Am besten vorab CV/Foto via Mail senden oder anrufen. Organisatorisch starke Küchenfachpersonen – Damen und Herren – informieren wir gerne in einem persönlichen, vertraulichen Gespräch!

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

Hammer & Hammer
CONSULTING & COACHING

**Für ein renommiertes Speiserestaurant in der Stadt Zürich suche ich
eine Persönlichkeit als Gastgeber/in
(Leiter Restaurant und Mitglied der Geschäftsleitung)**

Der lebhafteste und sehr gut frequentierte Betrieb steht für eine authentische schweizerische Gastgeberkultur. Ein beliebter Treffpunkt für Gäste aller Schichten, Generationen und Nationen.

Die Gastgeberfunktion beinhaltet neben dem kompetenten Empfang und der Platzierung der Gäste auch die Gästebetreuung und die Mithilfe im Service. Gleichzeitig liegt die Verantwortung für das Reservationswesen, die Serviceüberwachung, die Mitarbeiterausbildung und Einsatzplanung in diesem Aufgabenbereich. Als Mitglied der Geschäftsleitung sind Sie für die laufende Weiterentwicklung und die Qualitätssicherung mitverantwortlich.

Sie bringen fundierte fachliche Kenntnisse im Gastronomiebereich mit, haben eine abgeschlossene gastronomische Grundausbildung und idealerweise einen Hotelfachschulabschluss und weisen bereits einige Jahre Führungserfahrung in ähnlicher Funktion aus.

Sie sind eine frontorientierte Fachperson und eine talentierte/r, verkaufsgewandte/r Gastgeber/in, welche/r sich mit Freude und grossem Engagement für das Wohl der Gäste einsetzen will. Sie führen ca. 35 Mitarbeitende team- und zielorientiert, sind belastbar und motiviert, in einem zeitweise etwas hektischen, gut organisierten Betrieb unterstützend mitzuwirken. Muttersprache Deutsch, konversationsfähig in Englisch und weiteren Sprachen.

Eintritt: nach Übereinkunft

Schriftliche Bewerbungen richten Sie bitte an:

Gabriela A. Hammer
Hammer & Hammer Consulting & Coaching
Postfach 3057
8022 Zürich

Life-Style, Harmonie, starke Marke, magische Momente

Gastronomie & Hotellerie in höchst vollendeter Form, der perfekte Mix aus jugendlich-frischem Auftritt und der scheinbare Gegensatz aus elegant-luxuriös und smart casual-unkonventionell verschmelzen zu einem schlicht einzigartigen Ambiente. Fazit: Eines der besten 5-Sterne-Superior-Hotels der Schweiz. Dies an besonders attraktiver Lage in einer der exklusivsten, weltweit bekannten Deutschschweizer Premium Destinationen mit Life-Style-Charakter.

Was können dynamische Hands-On Gastroprofis erwarten: Die seltene Chance ein einmaliges «Produkt» der Spitzenhotellerie aktiv mitzugestalten und weiter zu entwickeln! Die Highlights: Mehrere ausgezeichnete Restaurants und F & B Outlets, beeindruckende Bar-Lounge, exklusiver Spa und wunderschön ausgestattete Komfortzimmer und Suiten sowie ein weitsichtiges Top Management Team. Ein Asst.-Rest.-Manager, ein Chef de Service sowie rund 30 Mitarbeitende sind Ihnen unterstellt.

Leiter/in der Restaurants eines Luxus Resorts 5***S
Operations Manager für div. F & B Outlets, grosse Bar, Bankett & Room Service**

Das kulinarische Angebot reicht von sinnlicher Kreativküche über klassisch-traditioneller sowie internationaler Spitzenküche bis hin zu avantgardistischen Küchenproduktionen im Rahmen neuer F & B-Trends. Optimal für sprachlich gewandte - D/E/J plus vorzugsweise Französisch - und rhetorisch geschickte Gastgeberpersönlichkeiten, die sich im Umfeld von hoch anspruchsvollen Gästen, wichtigen Persönlichkeiten des täglichen Lebens und internationaler Prominenz wohlfühlen.

Ausbauart Position für Damen und Herren aus der Spitzenhotellerie, ca. 30–45, idealerweise mit Auslands-Erfahrung, ausgezeichneten Weinkenntnissen, Führungsqualitäten sowie entsprechender Restaurant-Leitungspraxis. Trotz saisonalen Charakters sind Sie ganzjährig angestellt! Komfortables Studio oder Kader-Wohnung vorhanden. Eintritt: Juni, Juli. – Stehen Sie für Service Excellence? Suchen Sie das Aussergewöhnliche? Dann CV/Foto online senden oder anrufen. Wir sind gespannt auf Sie!

Ansgar Schäfer & Anja Gieger

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

CAMPUS SURSEE
Seminarzentrum

EIN ORT FÜR KOPF, HERZ UND BAUCH.



BAULÜÜT.
Grill und mehr · Bar · Lounge

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

NEUERÖFFNUNG! Auf April 2013 suchen wir mehrere

Restaurationsfachleute 100%

Aufgaben

- Fachkompetenter Service auf gehobenem Niveau
- Selbstständiges Führen einer Servicestation inkl. Inkasso

Ihr Profil

- ausgebildete Restaurationsfachperson (m/w) mit top Fachkenntnissen
- Freude an Gästen aus dem Bauhauptgewerbe
- natürliche Freundlichkeit, gepflegtes Erscheinungsbild, charmanter Umgang mit Gästen
- teamangepasstes und selbstständiges Arbeiten gewohnt
- sehr gute Deutschkenntnisse (Schweizerdeutsch von Vorteil)

Wir bieten Ihnen

- attraktive Öffnungszeiten: Mo – Sa, 11:15 – 14:00 Uhr und 17:00 – 24:00 Uhr
- neuer Betrieb mit moderner Infrastruktur
- fortschrittliche Anstellungsbedingungen
- Mitarbeiter-Aufenthaltsraum für Zimmerstunde

Allfällige Fragen beantwortet Ihnen gern Thomas Hegnauer, Leiter Gastronomie, Tel. 041 926 23 23.

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

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



**Verkaufsberater/in
im Grossraum Bulle/Bern – Berner Oberland**

Auf den 1. August 2013 suchen wir infolge Pensionierung des jetzigen Stelleninhabers für unseren Vertriebsbereich Professional eine/n fest angestellte/n Verkaufsberater/in im Grossraum Bulle, Bern sowie des gesamten Berner Oberlandes.

Ihre Aufgaben

Sie übernehmen nach gründlicher Einarbeitung vollverantwortlich die Betreuung der Gastronomie-Kunden sowie die Betreuung der CC-Märkte. Sie setzen die erfolgreiche Arbeit im Rayon fort und sorgen für den weiteren Ausbau.

Ihre Qualifikation

Ihre gastronomische und/oder kaufmännische Ausbildung haben Sie erfolgreich absolviert. Sie können nachweisliche Erfolge im Aussendienst vorweisen, haben Spass am Verkauf und die Bereitschaft zu vollem Engagement. Sie besitzen die Fähigkeit zu begeistern, selbständig zu planen und die Vertriebspolitik innerhalb der Ihnen überlassenen Freiräume kreativ umzusetzen. Einwandfreies Deutsch (Wort und Schrift), Französisch und Englisch (von Vorteil) sowie gute Computer-Kenntnisse von MS Office sind ein Muss.

Unser Angebot

Sie erwartet der Führungsstil und das Klima eines sehr erfolgreichen Markenartiklers. Über Einzelheiten (Einkommen, Prämien, Sozialleistungen, Spesen, Firmen-Auto) informieren wir Sie gern in einem persönlichen Gespräch.

Interessiert?

Nutzen Sie die Chance, eine interessante und zukunftssichere Aufgabe zu übernehmen. Senden Sie uns Ihre vollständigen Unterlagen mit ausführlicher Darstellung der heutigen Aufgaben, tabellarischem Lebenslauf, Foto, Zeugniskopien, Gehaltsangabe und möglichem Eintrittstermin bis spätestens 1. März 2013 an:

DUNI AG

Peter Nobs, Geschäftsführer – Lettenstrasse 11 – 6343 Rotkreuz
Telefon 041 798 01 71 – www.duni.com

Duni – der führende Anbieter von Konzepten, Produkten und Service-Leistungen



Duni agiert global und ist weltweit Trendsetter und führender Anbieter von Konzepten, Produkten und Serviceleistungen, die den Alltag unserer Kunden angenehmer und das tägliche Leben einfacher machen. Wir bieten Lösungen rund ums Essen und Trinken – für zu Hause, in Restaurants und Hotels, auf der Reise sowie für die Meal-Service-Industrie. Duni beschäftigt ca. 2000 Mitarbeiter in über 30 Ländern. Die grössten Märkte sind Mittel- und Nord-europa, Asien und der pazifische Raum sowie USA.

2011 betrug der Nettoumsatz Fr. 550 Mio.

Duni ist seit November 2007 an den nordischen Börsen OMX kotiert. Am Schweizer Standort in Rotkreuz beschäftigen wir 22 Mitarbeiter.

Sie sind unser Gastgeber!



Stv. Chef de Service (m/w) 100%

Das Restaurant Olivo ist mit 15 Gault Millau-Punkten ein Aushängeschild des Grand Casino Luzern. Es besticht durch mediterrane Gastfreundschaft und kulinarische Spezialitäten rund ums Mittelmeer. Sie verwöhnen unsere anspruchsvollen Gäste mit mediterranem Charme und Freundlichkeit.

Interessiert? Detaillierte Informationen finden Sie unter www.grandcasinoluzern.ch. Ihre vollständige Bewerbung senden Sie bitte an: Grand Casino Luzern AG – Personalabteilung – Haldenstr. 6 – Postfach – 6002 Luzern – recruiter@grandcasinoluzern.ch



www.grandcasinoluzern.ch

25636-976



In Locarno, am Lago Maggiore ...

Stolz blicken wir auf knapp vier erfolgreiche Jahre im «Ristorante SENSI» zurück und mit grossem Elan in die Zukunft! Auf das Frühjahr 2013 suchen wir einen neuen

Küchenchef m/w

Italianità und eine Prise aus der asiatischen Küche sind der Kern unseres Angebots – Traditionelles zeitgemäss präsentiert!

Liegen Ihnen Qualität in Produkt und Zubereitung am Herzen – sind Sie ein Teamleader, der mit grosser Professionalität seine Mitarbeiter führt und dabei stets auch die familiären Werte der Unternehmung verkörpert?

Für diese Aufgabe erwarten wir eine fundierte mehrjährige Berufserfahrung sowie beste Kenntnisse der italienischen Sprache.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen per Post oder E-Mail an:

hjakob@ristoranti-ff.ch / Herr H. P. Jakob Dir.

Ristoranti Fred Feldpausch, Via Varena 20, 6600 Locarno
www.ristoranti-ff.ch

25637-975



Küchenchef (w/m)

Gastronomie im Stadion Letzigrund
Badenerstrasse 500, 8048 Zürich

per 25. März 2013

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Den ausführlichen Stellenbeschrieb finden Sie unter www.zfv.ch



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



25636-975



Das Sunstar Hotel Grindelwald**** ist ein vielseitiges und aktives Haus mit Wellness-Oase und Seminarräumen mit fantastischer Aussicht. Die Angebotspalette im heimatlichen Gletscherdorf Grindelwald und in der ganzen Jungfrau-Region ist gross.

Für unser vielseitiges Ferien- und Seminarhotel suchen wir

Seminarkoordinator m/w

Eintritt nach Vereinbarung
In dieser abwechslungsreichen und spannenden Aufgabe sind Sie für den gesamten administrativen Bereich im Seminarwesen verantwortlich.

Unsere Erwartungen an Sie:

Als Seminar- & Eventkoordinator betreuen Sie unsere Kunden vom ersten Kontakt an und während des Anlasses bis hin zur Rechnungsstellung. Sie planen Anlässe mit bis zu 250 Personen und führen diese mit dem ganzen Team durch. Weiter arbeiten Sie sehr eng mit der Gruppenreservation und dem Front-Office zusammen.

Als Grundlage bringen Sie eine fundierte Ausbildung in der Hotellerie mit und konnten bereits Erfahrungen im Front-Office oder der Reservierung sammeln.

Sie sprechen Deutsch, Englisch sowie von Vorteil Französisch und haben Kenntnisse in Fiedelo V8 und evtl. Sales & Catering.

Auch wir haben einiges zu bieten:

Gute Weiterbildungsmöglichkeiten
Eine solide und starke Hotelgruppe im Hintergrund
Ein hohes Mass an Eigenverantwortung und Selbstständigkeit

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto an:

Herr Yves P. Timonin, Gastgeber/Direktor
Sunstar Hotel Grindelwald
Dorfstrasse 168
3818 Grindelwald/Schweiz
Tel. 033 854 77 77, E-Mail: direktion.grindelwald@sunstar.ch

Sunstar ZEIT, DIE BLEIBT.
HOTELS *****

AROSA | DAVOS | FILMS | KLOSTERS | LENZERHEIDE | GRINDELWALD | WENGEN

25639-974

Möchten Sie im CabriO zur Arbeit fahren?

Chef de Partie / 2. Stv Küche

Drehrestaurant Rondorama Stanserhorn
6370 Stans

25650-976

Luzerner Psychiatrie

ambulante · stationäre · kinder- und jugendpsychiatrie

Die Luzerner Psychiatrie ist die grösste Anbieterin von psychiatrischen Dienstleistungen im Kanton Luzern. Das Unternehmen ist an 21 Standorten vertreten und beschäftigt rund 900 Mitarbeitende.

Für die Klinik St. Urban mit 220 Patientenbetten und für den gehobenen Bankettbereich des ehemaligen Klosters St. Urban, suchen wir per 1. August 2013 oder nach Vereinbarung einen

Koch mit Zusatzausbildung Bäcker/Konditor (m/w) 100%

Ist Kochen und Backen Ihre grosse Leidenschaft? Verbindet Ihre Küchenphilosophie aussergewöhnliche Kreativität mit Qualitätsbewusstsein?

In unserer modernen Küche bieten wir Ihnen als initiative, team- und leistungsorientierte Persönlichkeit eine abwechslungsreiche Stelle an, in welcher Sie unsere Patienten und Gäste mit Ideenreichtum verwöhnen können. Dienstleistungsbereitschaft sowie Flexibilität sind für Sie selbstverständlich.

Voraussetzung für diese Stelle ist eine abgeschlossene Lehre als Koch, ergänzt mit der Zusatzausbildung als Bäcker / Konditor.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an Marcel Pauli Küchenchef, Telefon 062 918 50 71.

Luzerner Psychiatrie
Personalmanagement
Schafmattstrasse 1
CH-4915 St. Urban
www.lups.ch
personalmanagement@lups.ch



25631-970

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von



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 1.80
4-farbig CHF 2.35
Kaderrubrik Stellen
s/w CHF 2.05
4-farbig CHF 2.57

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 1.80
4-farbig CHF 2.35

Immobilienanzeigen

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.80
4-farbig CHF 2.35

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

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

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

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:

Hotellerie* Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG, 6043
Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

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

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

Viamala

Viamala Tourismus ist die regionale Tourismusorganisation für die Talschaften am Hinterrhein und ist sowohl für die Gästeinformation als auch für den Marktauftritt und die Kommunikation zuständig.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n engagierte/n Mitarbeiter/in (100%) für den Bereich

Marketing / Content

Sie sind verantwortlich für die Inhalte im Internet sowie für die Produktion sämtlicher Imprinte. Als flexible/r Mitarbeiter/in werden Sie nach Bedarf auch mit weiteren Aufgaben betraut (Angebotsgestaltung) und helfen sporadisch auch in der Gästeinformation mit.

Sie verfügen über eine Ausbildung im Tourismus oder Marketing, sind initiativ, teamfähig und belastbar. Sie besitzen sehr gute Fähigkeiten bei der Texterstellung und -bearbeitung, verfügen über stilichere Deutsch- sowie vorzugsweise auch über Italienischkenntnisse und bringen gute IT-Anwenderkenntnisse mit. Der Arbeitsort ist Thusis (teilweise Splügen).

Interessiert? Dann erwarten wir gerne Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto an Viamala Tourismus, Denise Dillier, Bodenplatz, 7435 Splügen.

Das Erfahrungsreich im Internet: www.viamala.ch

graubünden

Marché RESTAURANT

Für unser **Marché-Restaurant Deitingen Nord** suchen wir per sofort eine/n engagierte/n

Teamleiter Restaurant (w/m)

In dieser Kaderposition sind Sie zuständig für:

- Gästebetreuung und -beratung
- Führung und Förderung der Mitarbeiter
- Bestellwesen
- Unterstützung der Personalplanung
- Schichtführung

Das bringen Sie mit:

- Ausbildung in der Gastronomie
- Team- und Kommunikationsfähigkeit
- Führungserfahrung

Wir bieten Ihnen ein internes Förderprogramm mit interessanten Aufstiegsmöglichkeiten und einen nicht ganz alltäglichen Arbeitsplatz. Wir freuen uns auf Ihre qualifizierte Bewerbung per E-Mail.

Marché Deitingen Nord, Martin Held
Autobahnrestaurant A1, CH-4543 Deitingen
martin.held@marche-restaurants.com



Häberli's Schützenhaus ist ein moderner Gastronomiebetrieb vor den Toren der Stadt Bern mit Bistro, Brasserie, Gourmet- und Bankettsaal. Eine gedeckte Sommerterrasse sowie die Vinothèque Le Millésime ergänzen das Angebot.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir in Jahresstelle

Servicefachmitarbeiter/in

für den gepflegten A-la-carte-Service

Wenn Sie Freude haben, in einem jungen, motivierten Team mitzuarbeiten, und eine Portion Eigenverantwortung mitbringen, erwarten wir gerne Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf. Nur Schweizer und Bewilligung B oder C.

Häberli's Schützenhaus
Jakob Häberli
Oberdorfstrasse 10
3053 Münchenbuchsee
www.haerberli.com

ALLGEMEINE BERUFSSCHULE ZÜRICH SUCHT: BERUFSSCHULEHRPERSON FÜR BERUFSKUNDE BILINGUAL HOTELFACHFRAU/-MANN

An der Allgemeinen Berufsschule Zürich werden in der Grundbildung über 2500 Lernende in rund 16 verschiedenen Berufen unterrichtet.

Zur Ergänzung unseres Teams im Berufsfeld Hotelfachfrau/-mann suchen wir auf Beginn des Herbstsemesters 2013/14 (Beginn 19. August 2013) eine Lehrperson für das Fach Berufskunde (4 Wochenlektionen), die bereit ist, in Zukunft zweisprachigen Fachunterricht zu erteilen. Das heisst, Sie bringen bereits gute Englischkenntnisse mit und sind bereit, eine dementsprechende pädagogische Ausbildung zu absolvieren.

Ihr Verhältnis zu Jugendlichen ist geprägt von pädagogischem Flair. Sie verfügen über eine erfolgreiche Berufserfahrung (abgeschlossene Berufslehre und die Berufsprüfung Hotellerie-Hauswirtschaft sind Bedingung, die Höhere Fachprüfung ist von Vorteil). Zu Ihren Fähigkeiten gehören didaktisches Geschick, Geduld und die Eigenschaft, zuhören zu können; aber auch Durchsetzungsvermögen und Überzeugungskraft. Die Zusammenarbeit im Team und die Loyalität zur Schule sind für Sie selbstverständlich. Ihrem beruflichen Werdegang entsprechend sind Sie in der Lage, aktuelle Entwicklungen im Gebiet der Hotellerie-Hauswirtschaft in zukunftsgerichtete Unterrichtskonzepte umzusetzen und jugendliche Lernende auf dem aktuellen Stand des Wissens zu unterrichten.

Die Anstellung erfolgt gemäss der kantonalen Mittel- und Berufsschullehrerverordnung des Kantons Zürich. Weitere Auskünfte erteilen Ihnen gerne:
Elisabeth Zbinden, Fachgruppenleiterin Hotellerie, E-Mail: elisabeth.zbinden@a-b-z.ch;
Brigitta Walsler Zalusardo, Rektorin der Allgemeinen Berufsschule Zürich, E-Mail: brigitta.walsler@a-b-z.ch.
Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte bis 31. März 2013 an die Allgemeine Berufsschule Zürich, Ausstellungsstrasse 60, 8090 Zürich.



MITTELSCHUL- UND BERUFSBILDUNGSAMT
KANTON ZÜRICH | BILDUNGSDIREKTION



abz
ALLGEMEINE BERUFSSCHULE
ZÜRICH

SUISSE ROMANDE

To join our marketing team as soon as possible, we are searching for a:

Market Manager overseas countries

Responsibilities include:

- Represent and promote Geneva to the Middle Eastern, South American and Russian markets targeting bed night increase through different distribution channels essentially B2B;
- Guarantee the promotion of Geneva and grow its positive image by organizing or participating to sales calls, workshops, promotional events, promotional and media actions, etc.;
- Organize and participate in selected Switzerland tourism actions;
- Generate visits of familiarization trips for TOs and TAs;
- Further develop and maintain a network of key partners in the designated markets;
- Develop and maintain the contact network and distribution channels;
- Develop and maintain a high level of knowledge about Geneva as a destination (culture, economics, trends...).

Minimum requirements hard skills:

- Hotel management, travel or marketing degree with a minimum 3 years' experience in tourism promotion/marketing/project management, experience abroad is a plus;
- Fluent in English and French (written and oral mandatory), good knowledge of either Arabic, Russian, Spanish or Portuguese is a plus;
- Representing skills and willing to travel, flexible about working evenings and week-ends;
- Passionate and aware of Middle Eastern, South American and Russian values and cultures;
- Unbeatable knowledge about Geneva as a destination (politics, culture, tourism...).

Required soft skills:

- Team oriented as well as very comfortable working independently;
- Proven ability to build consensus and work effectively within a cross-departmental team;
- Excellent communication and interpersonal skills;
- Open minded and receptive to different cultures;
- Proven ability to manage multiple projects;
- Curious, honest, energetic and proactive.

Please send us your cover letter, CV and picture before February 25th of 2013 to the following address: rh@geneve-tourisme.ch

GENÈVE
UN MONDE EN SOI®



Gastroprojekte
www.schauss.ch
0041 79 704 10 44

Für Ihr

- **Betriebskonzept**
- **Produktentwicklung**
- **Kostenrechnung**
- Wenige % entscheiden über Sein oder Nichtsein!
- Für Sie sind wir aktiv!**

Historisches Hotel-Restaurant am Murtensee sucht für lange Sommersaison enthusiastische, begeisterte

- **Servicefachkraft D/F**
- **Koch/Metzger**
- **Etagemitarbeiterin**
- **Küchenhilfe/Allround**

Auf Ihre kurze Bewerbung freuen wir uns
RS Gastroprojekte
Murtenstrasse 15, CH 3210 Kerzers



Koch (Chef de Partie) (w/m)

Sorell Hotel Tamina
Am Platz 3, 7310 Bad Ragaz

per 01. April 2013

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Den ausführlichen Stellenbeschrieb finden Sie unter www.sorellhotels.com oder www.zfv.ch





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.

Beausite Park Hotel
 Spa Jungfrau Wengen
 Schweiz

Das 4*-Superior-Hotel ist eines der führenden Hotels in der Jungfrau-Region. 2013 wurde es auf TripAdvisor zum viertbesten Hotel in der Schweiz gewählt.

Wir suchen per 20. Mai 2013 oder nach Vereinbarung einen motivierten, kreativen und kompetenten

Commis de Cuisine
 (mit Aufstiegsmöglichkeiten zum Chef de Partie)
 für die kommende Sommer- und Wintersaison 2013

Anforderungsprofil:
 Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung als Koch und bringen Berufserfahrung mit. Sie sind motiviert und engagiert und haben einen hohen Qualitätsanspruch.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
 Beausite Park Hotel
 Daniel Schüpfer und Denise Mani
 3823 Wengen
 T 033 856 51 61 / hotel@parkwengen.ch

INTERNATIONAL

Kanada/Ontario – Sommer 2013 Juni bis September gesucht
2 Hotelfachangestellte sowie 2 Köche/Köchinnen
 in abgelegenes Buschresort unter CH-Führung, Schweizer Jugendaustausch – bist Du unter 30, Allrounder/in, selbst. Arbeiten gewöhnt, flexibel, kreativ, mit abgeschlossener Berufslehre und offen für Neues? Englischkenntnisse von Vorteil!

Wir freuen uns auf Deine Bewerbung inkl. Handschriftprobe:
 Barbara und Martin Seelhofer
 Gasterweg 1, 8730 Uznach

SVIZZERA ITALIANA

CASTELLO DEL SOLE
 ASCONA




**ALLGEMEINE BERUFSSCHULE ZÜRICH SUCHT:
 BERUFSSCHULEHRPERSON FÜR BERUFSKUNDE
 HOTELFACHFRAU/-MANN**

An der Allgemeinen Berufsschule Zürich werden in der Grundbildung über 2500 Lernende in rund 16 verschiedenen Berufen unterrichtet. Zur Ergänzung unseres Teams im Berufsfeld Hotelfachfrau/-mann suchen wir auf Beginn des Herbstsemesters 2013/14 (Beginn 19. August 2013) eine Lehrperson für das Fach Berufskunde mit einem Unterrichtpensum von 4 Wochenlektionen.

Ihr Verhältnis zu Jugendlichen ist geprägt von pädagogischem Flair. Sie verfügen über eine erfolgreiche Berufserfahrung (abgeschlossene Berufslehre und die Berufsprüfung Hotellerie-Hauswirtschaft sind Bedingung, die Höhere Fachprüfung ist von Vorteil). Zu Ihren Fähigkeiten gehören didaktisches Geschick, Geduld und die Eigenschaft, zuhören zu können; aber auch Durchsetzungsvermögen und Überzeugungskraft. Die Zusammenarbeit im Team und die Loyalität zur Schule sind für Sie selbstverständlich. Ihrem beruflichen Werdegang entsprechend sind Sie in der Lage, aktuelle Entwicklungen im Gebiet der Hotellerie-Hauswirtschaft in zukunftsgerichtete Unterrichtskonzepte umzusetzen und jugendliche Lernende auf dem aktuellen Stand des Wissens zu unterrichten.

Die Anstellung erfolgt gemäss der kantonalen Mittel- und Berufsschullehrerverordnung des Kantons Zürich. Weitere Auskünfte erteilen Ihnen gerne:
 Elisabeth Zbinden, Fachgruppenleiterin Hotellerie, E-Mail: elisabeth.zbinden@ab-b-z.ch;
 Brigitta Walsler Zalunardo, Rektorin der Allgemeinen Berufsschule Zürich, E-Mail: brigitta.walsler@ab-b-z.ch.
 Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte bis 31. März 2013 an die Allgemeine Berufsschule Zürich, Ausstellungsstrasse 60, 8090 Zürich.

abz
 ALLGEMEINE BERUFSSCHULE
 ZÜRICH

**MITTELSCHUL- UND BERUFSBILDUNGSAMT
 KANTON ZÜRICH | BILDUNGSDIREKTION**

Das Castello del Sole ist eines der führenden Hotels der Südschweiz. Es wurde mehrmals als Ferienhotel Nr. 1 in der Schweiz ausgezeichnet, unter anderem im Hotelrating der Sonntagszeitung 2008/2009/2010 sowie in der BILANZ 2009/2012. Unser Restaurant «Locanda Barbarossa» (à la carte) ist mit 17 GaultMilliau Punkten bewertet. Der Exklusive SPA-Bereich verfügt über eine Fläche von 2'500m². Den Gästen werden 38 luxuriöse Suiten und Junior-Suiten sowie 43 Zimmer angeboten. Der einzigartige Resort umfasst 14ha.

**GESTALTEN SIE MIT UNS DIE SAISON 2013.
 SAISONDAUER VOM 22. MÄRZ BIS 20. OKTOBER!**

Folgende Stellen sind durch kompetente und teamfähige Mitarbeiter zu besetzen:

RÉCEPTION: RÉCEPTIONISTINNEN D,E,F
KÜCHE/PÂTISSERIE: COMMIS PÂTISSIER

Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau P. Hungerbühler, Leiterin Human Resources. Wir freuen uns, mit Ihnen zusammen unsere anspruchsvollen Gäste empfangen und verwöhnen zu dürfen.

GAULTMILLIAU
 «GAULTMILLIAU HOTEL DES JAHRES 2007»
 CASTELLO DEL SOLE

HOTEL CASTELLO DEL SOLE - CH-6612 ASCONA
 TELEFON +41 91 791 02 02 - FAX +41 91 792 11 18
 www.castellodelsole.com - info@castellodelsole.ch

hoteljob.ch ist mehr als nur eine Stellenplattform!



SERVICE / RESTAURATION

Alle Jobangebote **258**

Lehrstellen/Praktikum **920**

Bewerberprofile

Kursagenda

Aus- und Weiterbildungsprofile

Kurse
Berufsportraits
Lehrstellen
Jobangebote
 Ratgeber
 Veranstaltungen
Praktikumstellen
Bewerberdossiers

Weiterbildung
News
 Karrietipps

hoteljob.ch

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



KEYSTONE

ENERGIE-STRATEGIE 2050

Energiestrategie ist für viele ein Schlagwort. Doch ein genauer Blick auf die Massnahmen zeigt, dass jeder davon betroffen sein wird.

Die Energiestrategie 2050 basiert auf dem Szenario «politisches Massnahmenpaket», welches vor allem auf die Förderung von Energieeffizienz, den Ausbau der Stromproduktion aus neuen erneuerbaren Energien und die Erhöhung von Abgaben auf Energieverbräuche setzt. Grundsätzlich und damit unabhängig von jedem möglichen Szenario werden die Kosten für Energie bzw. deren Verwendung weiterhin ansteigen, so dass die Optimierung der Energiebeschaffung und des Energieinsatzes eine immer bedeutendere Rolle einnehmen wird.

Veränderungen für die Hotellerie

Folgende Massnahmen haben Auswirkungen auf die Hotellerie: Die Verwendung von Strom für Widerstandsheizungen und Warmwasseraufbereitung wird ab 2015 mit einer Sanierungspflicht innert zehn Jahren verboten. Die Warmwasseraufbereitung muss bei wesentlichen Sanierungen ab 2020 zum grös-

sten Teil durch erneuerbare Energien erfolgen. Es gibt neu eine Pflicht zur Energieinspektion bezüglich der Gebäudetechnik und zur Betriebsoptimierung der Gebäude. Gleichzeitig gibt es steuerliche Anreize zu Investitionen mit energetischer Wirkung und zur Durchführung von Gesamtanierungen anstatt Teilsanierungen. Weiter sollen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, die sich zu Gesamtenergieeffizienzzielen verpflichten, ab 2021 gleichzeitig von der CO₂-Abgabe und dem Netzzuschlag befreit werden können. Die Effizienzvorschriften für Elektrogeräte sollen auf weitere Gerätekategorien ausgeweitet und periodisch den technischen Möglichkeiten angepasst werden, was steigende Anschaffungskosten für Elektrogeräte zur Folge haben kann. Ebenfalls sind neue Gebrauchsvorschriften für Elektrogeräte nicht ausgeschlossen.

Finanzielle Förderungen

Die Mittel für die wettbewerblichen Ausschreibungen werden zwischen 2013 und 2020 von 25 auf 50 Millionen Franken/Jahr erhöht. Für die Zeit nach 2020 ist ein weiterer Ausbau auf rund

100 Millionen/Jahr vorgesehen. Veränderungen gibt es auch bei der kostendeckenden Einspeisevergütung (KEV): Bei Photovoltaik (PV) gibt es Investitionshilfe von 30% für kleine PV-Anlagen anstatt der bisherigen Vergütung. Zudem ist die Einführung der Eigenverbrauchsregelung vorgesehen, was den Eigenverbrauch von selbst produziertem Strom möglich macht. Gefördert werden ebenfalls Wärmekraft-Kopplungsanlagen (WKK) bis 20 MW. Somit ist möglicherweise eine WKK-Anlage für (grössere) Hotelleriebetriebe eine Alternative – gerade dann, wenn ein entsprechender Wärmebedarf (für z. B. Schwimmbad, Wellness) vorhanden ist. Bei all diesen Punkten wird eine kompetente Beratung benötigt, um alle Möglichkeiten optimal auszuschöpfen.



Chris-André Cotting
Leiter Vertrieb KMU-Kunden und
Vertriebspartner
BKW FMB Energie AG

Mattig-Suter und Treuhand- und Partner Schwyz Revisionsgesellschaft

ZU VERKAUFEN 3-Sterne Hotel-/Gastrobetrieb in einer beliebten Oberwalliser Ski- & Wanderstation

Region / Verkaufsobjekt: Beim Verkaufsobjekt handelt es sich um einen 3-Sterne Hotel-/Gastrobetrieb in einer beliebten Ski- & Wanderstation im sonnigen Oberwallis an vorzüglicher Lage. Mit freier Sicht auf die Berglandschaft ist Erholung garantiert!

Kurzbeschreibung: gut investierter, wirtschaftlich erfolgreicher 3-Sterne Hotel-/Gastrobetrieb mit modernen & grosszügig eingerichteten Zimmern, frischer & gutbürgerlicher Schweizer-Küche, hervorragendem Service und herzlicher Atmosphäre

Liegenschaften: Betriebseneigene Hotelliegenschaft im Baurecht
Nutzfläche: 770m²; Grundstück: 403m² (hohe Ausnützung)
Kauf weiterer nichtbetriebsnotwendigen Immobilien möglich

Raumprogramm: Hotel mit 16 Hotelzimmer / 37 Betten
Restaurant, Saal und Gartenterrasse (Total ~125 Sitzplätze)

Gästestruktur: 80% Schweizer Kunden; Rest aus benachbarten EU-Staaten
Gästabewertung HolidayCheck: 5.6 von max. 6
100%ige Weiterempfehlungsrate
Aktivsportler / Tagesausflügler / Geniesser

Verkaufsgrund: Persönliche Neuorientierung des heutigen Eigentümers

Übernahme: per sofort oder nach Vereinbarung

Spezielle Stärken: privilegiert Standort (unverbaubare, freie Bergsicht; kurze Entfernung zu touristischen Anlagen und öffentlicher Infrastruktur; Passantenanlage; etc.)
hoher Stammkundenanteil
Geringe Euro-Abhängigkeit
gute Ausstattung / hohe Ertragskraft

Weitere Infos / Kontakt: Treuhand- & Revisionsgesellschaft Mattig-Suter und Partner
Lothar Gwerder
Bahnhofstrasse 28
6430 Schwyz
Tel.: 041 819 54 00
Fax: 041 819 54 01
Mail: lothar.gwerder@mattig.ch

SWISS Hotel
SANTA ELENA / MONTEVERDE COSTA RICA

Zu verkaufen oder Miete/Kauf
Kleines Berghotel mit Restaurant in Monteverde/Costa Rica

Aus gesundheitlichen Gründen, aber auch altershalber, bieten wir unser schönes Berghotel zum Verkauf an. Das Miramontes mit 650 m² Gebäudefläche liegt an guter Lage in Monteverde/Costa Rica auf zwei Grundstücken mit 4000 m². Es verfügt über 10 Zimmer, ein Restaurant mit 40 Plätzen, eine Bar mit 10 Plätzen, 8 Nebenräume, Parkplatz, Garten und einen Trinkwasserturm (3500 l) mit Aussichtsplattform. Schätzwert der Bank \$ 640 000.- Infos zum Hotel findet man unter: www.swisshotelmiramontes.com

Interessenten melden sich bitte bei: Walter Faisthuber, miramont@racsa.co.cr Tel. 0506 2645-5152

Ideales Pächterpaar gesucht per Herbst/Winter 2013 oder nach Vereinbarung für ein beliebtes Gourmetlokal in der Region Basel

Sie sind ein aufgestelltes jüngerer Schweizer Wirtepaar, mit Leib und Seele Gastgeberin und träumen von einem eigenen Betrieb?

Sie wünschen sich ein stilvolles Dorffestaurant und möchten ein gemütliches Feinschmeckerlokal führen? Sie haben Erfahrung in Küche und Service der gehobenen Gastronomie und bringen das betriebswirtschaftliche Know-how mit?

Charmantes Haus mit kleiner Wohnung, Zentrumslage. Ganzjahresbetrieb. 60 Plätze mit flexibler Aufteilung. Inventar vorhanden. Attraktive Konditionen (Details werden bei Eignung im persönlichen Gespräch mitgeteilt).

Wenn Sie echtes Interesse bekunden und die Fragen mit «Ja» beantworten können, dann danken wir Ihnen für Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen und freuen uns darauf, Sie kennen zu lernen.

An Chiffre 25653-9762, htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

reception@hotelleriesuisse

Schlüsselkompetenzen für den Hotelpfänger erwerben

www.hotelleriesuisse.ch/
weiterbildung
Telefon 031 370 43 01

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus

JETZT BUCHEN

stars&hotels
Swiss Hotel Film Award

You are welcome!

