Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2013)
Heft: 20

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: 17.07.2025

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

317

htr
16. Mai 2013
Nr. 20 / Fr. 4.50
AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
www.htr.ch

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE

hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

1002893
Schweiz. Nationalbibliothek
Periodikadienst
Hallwylerstrasse 15
3005 Bern

Musterschüler

Der zukünftige Präsident der Hotelfachschule Thun, Philipp Näpflin, will die betriebliche und schulische Weiterbildung stärker fördern.

Seite 5

Tourismusbank

Eine neue Tourismusbank nach österreichischem Vorbild drängt sich nicht zwingend auf, stellt eine Studie aus dem Wallis fest.

Seite 4

Food-Islands

Offene Verpflegungsstationen mit unterschiedlichen Angeboten sind im Vormarsch. Sie gelten in der Personalverpflegung als Zukunftsmodell.

Seite 15

Weltmeister

An der Weinmesse Vinea 2013 in Sierre bewerben sich 100 Winzer um den Pinot-Noir-Weltmeistertitel.

Seite 19

Inhalt

aktuell	2–5
people	6
cahier français	7–10
fokus	11–14
caterer & service	15
dolce vita	16–20

Seilbahn-Fusionen

Mutige Entscheide

Um Kooperationen oder gar Fusionen kommen die schweizerischen Seilbahnen kaum herum.

DANIEL STAMPFLI

Der Kostendruck ist in der Schweizer Seilbahnbranche nach Meinung von Seilbahnen Schweiz (SBS) sehr gross. Entsprechend dürfte es in den kommenden Jahren «sicher weitere Seilbahnunternehmen geben, die Zusammenarbeitsformen mit Nachbarunternehmen oder gar Fusionen prüfen werden», sagt SBS-Sprecher Andreas Keller. Ob eine Fusion sinnvoll ist, müsse jeweils lokal beurteilt werden.

Zu einer Fusion hat man sich im Saastal entschieden: Definitiv zusammengehen zum neuen Fusionsprodukt Saastal Bergbahnen AG werden die Saas-Fee Bergbahnen und die Bergbahnen Saas-Almagell. Sollte die Bevölkerung von Saas-Balen der Fusion ebenfalls zustimmen, würde in einem zweiten Schritt noch diesen Sommer die Integration der Skilift AG Saas-Balen stattfinden. «Das Zusammengehen ist zwingend notwendig, dies hätte jedoch schon viel früher geschehen sollen», sagt Rainer Flaig, CEO der Saas-Fee Bergbahnen.

Seite 3

Kulinarik

Die Aromen aus dem Orient

Safran, Cayennepfeffer, Kurkuma und Co. geben orientalischen Gerichten die nötige Würze – auch im Hotel. dolce vita, Seite 20. Fotolia

Lausanne

Verjüngungskur für das Beau-Rivage

27 Mio. Franken investiert das Hotel Beau-Rivage Palace in Lausanne. 36 der 98 Zimmer wurden bereits erneuert. Die anderen werden bis im Mai 2014 renoviert. Die Investitionen sollten beendet sein, wenn Ende 2014 das Royal Savoy als drittes 5-Sterne-Haus in Lausanne eröffnet wird. lb/dst

Seite 10

Agrotourismus

Symbiose statt Konkurrenz

Angebote wie «Ferien auf dem Bauernhof» oder «Übernachtung im Stroh» werden in der Hotelbranche oft etwas belächelt oder gar als unliebsame Konkurrenz beargwöhnt, auch wenn diese mit jährlich 300 000 Logiernächten kaum als bedrohlich einzustufen ist. Der Geschäftsführer der Dachorganisation Agrotourismus, Oliver von Allmen, zeigt sich im Gespräch mit der htr jedoch zuversichtlich, dass in den landwirtschaftlichen Tourismusdienstleistungen ein grosses Potenzial steckt, von dem in Zukunft nicht nur der einzelne Anbieter, sondern eine ganze Region profitieren kann.

Tatsächlich kann die Vielfalt der agrotouristischen Dienstleistungen und Produkte die Attraktivität einer Tourismusregion steigern und zum Teil auch einen Mehrwert für die Hotellerie schaffen. Beispielhaft sind etwa Angebote von regionalen Spezialitäten im Hofladen, geführte Wanderungen in der Biosphäre des Val Müstair oder stilvolle Exkursionen in die Rebberge des Lavaux. ste

fokus Seite 11 bis 14, Seite 9

Kommentar

Umworbene Kinder mit fordernden Eltern

B0104
02/135

GERY NIEVERGELT

Schweiz Tourismus lanciert diese Woche eine neue Familienkampagne mit der gut gemachten App «Family Trips», der Broschüre «Familien auf Tour» und einem Wettbewerb. Kinder sind gerade für unsere Branche eine wichtige Zielgruppe. Wer in jungen Jahren schöne Ferien genoss, kehrt gerne an den Ort jener unvergesslichen Erlebnisse zurück.

Doch sind Familien für den Hotelier ein gutes Geschäft? Voraussetzung ist eine klare Positionierung. Ich kenne Betriebe, wo Familien explizit willkommen sind, Paare und Alleinstehende aber auch. Das läuft nicht optimal, weil die Ansprüche und Erwartungen der Gäste sehr unterschiedlich sind.

Wer dagegen das Konzept eines Familienhotels konsequent umsetzt und mit immer neuen Ideen und Angeboten aufwartet, kann auf gute und treue Kundschaft zählen. Nur bedingt es enormen Einsatz und ausgeprägte Leidenschaft für den Beruf.

Denn Kinder im Hotel können anstrengend sein, ihre Eltern oft noch mehr. Was Pädagogen und Staatsbeamte kennen, erfahren Hoteliers auch: Längst nicht alle, aber viele Eltern halten sich heute im Grunde nicht mehr zuständig für so was Lästiges wie die Erziehung ihrer Sprösslinge. Dafür ist erstens die Schule zuständig, zweitens der Staat, und in den Ferien sind es halt die Hoterliersfamilie und die Mitarbeitenden.

Man kann mir entgegnen, auch Paare könnten anstrengend sein. Stimmt. Aber sie sind leiser.

Täglich aktuell: www.htr.ch

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

9 771662 334000 20

ANZEIGE

Aus der Region

Zentralschweiz

Sehr gutes Jubiläumsjahr für die Schifffahrt

zvg

Im 2012, dem Jahr des 175. Jubiläums, transportierten die Dampf- und Motorschiffe der **Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV)** rund 2,5 Millionen Passagiere. Das waren so viele wie seit Anfang der 1990er-Jahre nicht mehr. Der Verkaufsertrag stieg um 4% auf 27,5 Mio. Franken. Der Jahresgewinn stieg um 27% auf 2,8 Mio. Franken. Fürs laufende Jahr rechnet die SGV wegen wirtschaftlich schwieriger Rahmenbedingungen nicht mit einem weiteren Wachstum.

Ex-Buchhalter der Titlisbahnen legt Berufung ein

Gegen das Urteil des Obwaldner Kantonsgerichts hat der ehemalige Buchhalter der Titlisbahnen Berufung eingelegt. Der heute 37-Jährige wurde unter anderem wegen mehrfacher Veruntreuung zu drei Jahren Freiheitsstrafe verurteilt. Gemäss dem erstinstanzlichen Urteil investierte der Mann als Buchhalter der Titlisbahnen von 2009 bis 2010 mit 24 Transaktionen rund 10 Mio. Franken Firmengeld auf asiatische Konten, ohne dass er die Kompetenz dazu gehabt hatte. Dem Buchhalter wurden von dubiosen Geschäftspartnern am Telefon hohe Renditen versprochen.

Lungern: Bahnen fahren auch im Sommer nicht

zvg

Die Sommersaison kann von den **Bahnen Lungern-Schönbüel** nicht aufgenommen werden. Der Betrieb war bereits im März von den Behörden eingestellt worden. Eine Wiedereröffnung am 11. Mai 2013 hatte das Bundesamt für Verkehr nicht erlaubt. Die Einstellung des Betriebs per 25. März hatte die Aufsichtsbehörde mit der wiederholten Nichteinhaltung gesetzlicher Vorgaben durch das Unternehmen Panorama-Welt Lungern-Schönbüel AG begründet.

Erfolgreiche Gotthard-Raststätte

Die Gotthard-Raststätte konnte im Geschäftsjahr 2012 den Gesamtbetriebsertrag um 0,7% auf 26,6 Mio. Franken steigern. Der Cashflow ging um 9,3% auf 2,4 Mio. Franken zurück. Der Jahresgewinn beträgt 1,015 Mio. Franken. Im Vorjahr hatte noch ein Verlust von 0,5 Mio. Franken resultiert. Der Generalversammlung wird die Ausschüttung einer Dividende von 6,50 Franken je Aktie beantragt. dst

Chinesen klicken anders

Welches Bild haben chinesische Gäste vom Ferienland Schweiz? Eine Studie der Universität der italienischen Schweiz fördert überraschende Erkenntnisse zutage.

GERHARD LOB

Die Luzerner Kapellbrücke ist für Chinesen ein bevorzugtes Sujet. swiss-image.ch / Christof Sonderegger

Es ist doch eher erstaunlich, dass ausgesprochen häufig offizielles Werbematerial der Schweiz («official communication») in den Blogs der Chinesen vorkommt, welche die Schweiz besucht haben. Genauso überraschend ist es, dass zwar der öffentliche Verkehr in allen Facetten gezeigt wird, Bilder der pittoresken gelben Postautos aber gänzlich fehlen.

Die Universität der italienischen Schweiz (USI) ist in einer Forschungsarbeit von Hu Tu, Nadzeya Kalbaska und Lorenzo Cantoni den Fragen nachgegangen, wie Chinesen die Schweiz sehen und welche Bilder sie von einer Reise in die Schweiz mit nach Hause bringen. Die drei Wissenschafter haben zu diesem Zweck den Blog San Weibo untersucht. Es ist das bekannteste Social Network Chinas, in dem Nutzer-generierte Inhalte verbreitet werden. Der Untersuchungszeitraum lag zwischen Juli 2011 und Juli 2012. Es wurden Fotos ausgewertet, welche ins Netz gestellt wurden, aber auch thematische Beiträge.

Weder Hotels noch Geschäfte finden Niederschlag

Unter den Einzelsujets sticht die Kappellbrücke von Luzern mit dem Wasserturm hervor, während überraschenderweise weder Hotels noch Geschäfte gezeigt werden, wie die Tessiner Untersuchung weiter ergab. Und dies, obwohl die Chinesen als ausgabefreudige Einkaufstouristen bekannt sind. Weiterhin fehlen Bilder vom helvetischen Nightlife sowie von einheimischen Personen.

Weniger überraschend sei, so die Forschenden, dass in den Blogs Fotografien von der Natur besonders häufig zu finden sind, vorab Berge (18 Prozent) und Seen (11 Prozent). Schokolade und Käse folgen als Sujets, aber auch Eisenbahnen und historische Altstädte.

Auswertung von Blogs wichtig für Destinationen

Die USI-Forschenden kommen zum Schluss, dass das Image der Schweiz in China gut sei, aber noch besser sein könnte. Interessant ist ihrer Meinung nach, «dass die offiziellen Werbeaktivitäten der Schweiz auf beträchtliche Aufmerksamkeit stossen.» Sie zeigen sich zudem überzeugt, dass die Auswertung von Blogs für das Management einer Destination als Hilfsmittel von grosser Wichtigkeit sein kann.

Noch stellen Chinesen einen eher kleinen Anteil an der Gesamtzahl ausländischer Touristen in der Schweiz dar. Doch die Wachstumsraten sind eindrücklich und bringen manchen einheimischen Touristiker ins Träumen. So stieg die Zahl der Logiernächte der Chinesen in Schweizer Hotels und Kurhäusern von 171 793 (2005) auf 595 264 (2011). Das entspricht einer Verdreifachung. Allerdings wird gerade bei den Hotels oft mit sehr geringen Margen gearbeitet.

Die Welttourismusorganisation (UNWTO) erwartet, dass bis zum Jahr 2020 jährlich 100 Millionen Chinesen eine Auslandsreise antreten. In Europa waren es 2012 bereits 4,6 Millionen. Dabei steht für Chinesen die Schweiz als europäisches Reiseland gemäss dem Webportal Ctrip.com an erster Stelle. In einer Umfrage erklärten 80 Prozent junger Chinesen, in die Schweiz reisen zu wollen. Interessant ist zudem, dass chinesische Touristen besonders gerne auf Shopping-Tour gehen.

Gemäss einer Untersuchung von China Internet Watch betrug der mittlere Tax-Free-Shopping-Betrag von Chinesen 1041 Dollar und lag damit deutlich höher als jener der Japaner und Russen. In Luzern, aber auch in Luganos Einkaufsstrasse Via Nassa weiss man dies. Chinesen gehören dort zu den besten Kunden.

Unesco-Mandat: Promotion für das Welterbe

Die Unesco hat der Universität der italienischen Schweiz in Lugano (USI) ein wichtiges Mandat anvertraut. Demnach soll an der USI das Kommunikationskonzept für die nachhaltige Entwicklung und die Vermarktung der Unesco-Welterbestätten entwickelt werden. Die Generalsekretäre von Unesco-Kommissionen aus mehreren Ländern trafen sich aus diesem Anlass kürzlich in Lugano. Es ging insbesondere darum, nachhaltige und vernünftige Konzepte zur Promotion der Welterbestätten in Schwellenländern zu implementieren. Federführend ist die Fakultät für Kommunikationswissenschaft unter Dekan Lorenzo Cantoni. gl

Logiernächte im Zwischenhoch

Die Zahl der Logiernächte hat im März gegenüber dem Vorjahresmonat um 4,7 Prozent zugenommen. Das positive statistische Resultat ist in Anbetracht der frühen Ostertage mit Vorsicht zu geniessen.

Gemäss den Erhebungen des Bundesamtes für Statistik verzeichnete die Hotellerie in der Schweiz im März 2013 3,2 Millionen Logiernächte. Das sind 143 000 mehr als im März des letzten Jahres. Mit diesem positiven Resultat konnten die rückläufigen Logiernächte-Zahlen der ersten beiden Monate in diesem Jahr aufgefangen werden. Für das erste Quartal 2013 resultiert ein leichtes Plus von 0,7 Prozent.

Der positive Vergleich mit den Vorjahreszahlen ist allerdings zu relativieren, da die Ostertage mit ihren hohen Frequenzzahlen dieses Jahr im März lagen, einen Monat früher als 2012. Ob das statistische Resultat «nur» als Zwischenhoch oder sogar als Trendwende zu werten ist, wird sich nach der Bekanntgabe der Aprilzahlen zeigen.

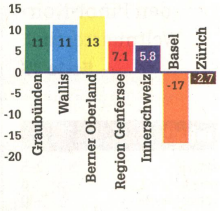
Besonders deutlich war der Anstieg der Logiergäste aus europäischen Ländern (+7,4 Prozent). In absoluten Zahlen wies Nachbar Deutschland mit 46 000 zusätzlichen Logiernächten (+9,8 Prozent) den höchsten Zuwachs aus. Auch Gäste aus Frankreich, England, Spanien und Belgien verbuchten mehr Logiernächte, während Italien und Holland rückläufige Zahlen lieferten.

Abnehmend war die Zahl der Logiernächte von Gästen aus Übersee. Das Minus bei den japanischen Gästen konnte von den Touristen aus China nur teilweise ausgeglichen werden.

Von der Zunahme der Logiernächte haben vor allem die Bergregionen profitiert, wie die Grafik rechts verdeutlicht. Eine empfindliche Einbusse von 23 000 Logiernächten gab es für die Region Basel. Dies dürfte vor allem auf die Uhren- und Schmuckmesse Baselworld zurückzuführen sein, welche dieses Jahr erst Ende April, also einen guten Monat später als im Vorjahr stattfand. ste

Logierzahlen nach Tourismusregionen

Veränderung gegenüber Vorjahr in %



Quelle: BFS, BAK Basel

Schweizer und Deutsche sorgen für neuen Rekord von Bed & Breakfast

Angesichts der Frankenstärke und der Wirtschaftskrise ist die Organisation mit den Resultaten 2012 zufrieden.

Nachdem schon in den vergangenen Jahren jeweils ein starker Anstieg der Übernachtungen in privaten Unterkünften in der Schweiz zu verzeichnen war, nahm im Jahr 2012 die Zahl der Logiernächte um 10,2% zu. Bed and Breakfast Switzerland führt dies vor allem auf die Zunahme der Anzahl Gäste aus der Schweiz und aus Deutschland zurück.

Insgesamt wurden von den 988 im Jahr 2012 befragten Anbietern 441 061 Logiernächte verzeichnet. Die Gäste aus der Schweiz sind mit einem Anteil von 46,8% am besten vertreten, auf die deutschen Gäste entfallen 19,5%. Die höchste Nachfrage verzeichnete das Berner Oberland, dicht gefolgt vom Wallis. Insgesamt kommt Bed & Breakfast auf eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,5 Tagen. Mit 8,3 Tagen bleiben die Tschechen am längsten. dst

Rücktritt nach 27 Jahren

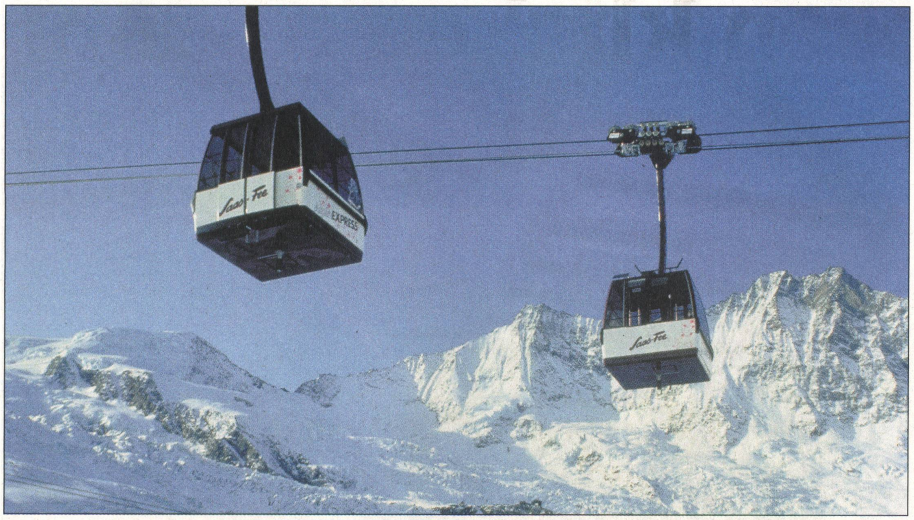
Wechsel an der Spitze der Victoria-Jungfrau Collection: Auf Wirtschaftsanwalt Peter Bratschi folgt der Hotelier Beat R. Sigg.

Scheidender VJC-Präsident: Peter Bratschi. Christine Künzler

Hauptereignis der ruhigen Generalversammlung der Victoria-Jungfrau Collection vom vergangenen Freitag in Bern war der Rücktritt von Präsident Peter Bratschi. Auf den 71-jährigen Berner Wirtschaftsanwalt, der die VJC während 27 Jahren präsidierte, folgt der bisherige Vizepräsident und «Eden-au-Lac»-Direktor Beat R. Sigg.

Die GV wurde allgemein zur reinen Männersache. Im neu konstituierten Verwaltungsrat fehlen Frauen ebenso wie auf der Liste der für ihre Verdienste geehrten Mitarbeitenden der in der Gruppe vereinten Hotels.

Bratschi hätte seine Amtszeit lieber mit einem Gewinn abgeschlossen. Insgesamt steht die Gesellschaft aber gesund da und weist eine Eigenkapitalquote von über 50 Prozent auf. gn



Die Fusion im Saastal soll den Saas-Fee Bergbahnen in Zukunft wieder mehr Gäste und damit höhere Frequenzen bringen. zvg

Bahnen im Saastal rücken zusammen

Die Bergbahnen von Saas-Fee und Saas-Almagell fusionieren. In einem zweiten Schritt wird der Skilift von Saas-Balen integriert.

DANIEL STAMPFLI

Das neue Fusionsprodukt, die Saastal Bergbahnen AG, soll «eine ertragsstarke touristische Dienstleistungsunternehmung und eine tragende Säule der Wirtschaft des Saastals sein», welche die Destination Saas-Fee/Saastal prägt. So steht es in der Fusionsbroschüre, mit der für die Fusion geworben wurde. In der Zwischenzeit hat die Bevölkerung von Saas-Almagell dem Vorhaben mit über 75 Prozent zugestimmt. Die Aktionäre der Saas-Fee Bergbahnen haben ebenso grünes Licht erteilt. Somit wird die Fusion definitiv vollzogen, wie Rainer Flaig, CEO der Saas-Fee Bergbahnen, bestätigt. Die Integration der Skilift AG Saas-Balen finde in einem zweiten Schritt noch diesen Sommer statt, sofern die Bevölkerung von Saas-Balen der Fusion zustimmt.

Gesamtprodukt statt kleinräumlichem Wettbewerb

Das Saastal besitze das Potenzial, sich wieder zu einer bedeutenden Schweizer Destination zu entwickeln. Voraussetzung sei, dass alle touristischen Kräfte auf die gleiche Zielsetzung ausgerichtet werden, sind die Fusionspartner überzeugt. «Für uns ist es wichtig, dass es eine einheitliche professionelle Struktur gibt und dass man das Gesamtprodukt betrachtet und nicht etwa den Wettbewerb unter den Nachbarorten», so Rainer Flaig, der auch CEO der neuen Saastal Bergbahnen AG wird. Alles aus einer Hand, heisse heute das Schlagwort. «Das Zusammengehen ist zwingend notwendig, dies hätte jedoch schon viel früher geschehen sollen», sagt Flaig weiter.

Christian Laesser, Leiter des Forschungszentrums Tourismus und Verkehr an der Universität St. Gallen, wertet die Fusion als positiv. Aus geografischer Sicht könne der Destinationsgedanke besser vorangetrieben werden. Mittels Koordination werde es einfacher, straffere Führungsstrukturen zu schaffen. Allerdings seien die Synergiepotenziale begrenzt, allzu grosse Sparmassnahmen also nicht möglich. Die Grösse der einzelnen Bahnen spiele bei der Fusion keine Rolle, so Laesser. Konkret zum Saaser Fusionsprojekt will sich Seilbahnen Schweiz (SBS) nicht äussern. Jedes Unternehmen müsse selbst beurteilen, ob eine Fusion Sinn mache. Tendenziell biete eine Fusion den Vorteil, dass Doppelspurigkeiten abgebaut werden können, etwa im Verwaltungsbereich. Eine Chance könne auch sein, wenn dank Zusammenschluss das Marketing professionalisiert und schlagkräftiger werden könne. Auch SBS erachtet den Spielraum für Kostenoptimierungen als beschränkt.

Kooperation als Minimalstandard

Die Bergbahnen Hohsaas AG in Saas-Grund machen momentan beim Zusammenschluss noch nicht mit. «Wir sind aber guter Hoffnung, dass dies dereinst der Fall sein wird», sagt Rainer Flaig. Zurzeit werde in verschiedenen Bereichen zusammengearbeitet. Die Bergbahnen Hohsaas müssen gemäss Christian Laesser nicht zwingend in die Fusion eingebunden werden. Es reiche schon, wenn koordiniert zusammengearbeitet werde, etwa im Hinblick auf die Investitionsplanung.

«Es dürfte in der Schweiz in den nächsten Jahren sicher weitere Seilbahnunternehmen geben, die Zusammenarbeitsformen mit Nachbarunternehmen oder gar Fusionen prüfen werden, so SBS-Sprecher Andreas Keller. Oberstes Ziel sollte dabei sein, dass die Unternehmen gestärkt in die Zukunft schreiten und sich am Markt mit innovativen, qualitativ hochstehenden Angeboten behaupten können.

Weniger Tourimusbüros im Tessin

Entwurf für das neue Tourismusgesetz: Sechs lokale Tourismusbüros werden schliessen. Und der kantonale Verkehrsverein wird zur Agentur.

GERHARD LOB

Nach zweieinhalb Jahren Vorbereitungszeit und etlichen Sitzungen ist das Kind endlich geboren: Der Tessiner Staatsrat hat dieser Tage den Entwurf für das neue Tourismusgesetz in die Vernehmlassung geschickt. Da die wichtigsten Akteure bereits bei der Ausarbeitung der Vorlage beteiligt waren, ist nicht mit grossen Änderungen oder Widerstand zu rechnen. Die Botschaft soll noch im Sommer zuhanden des Grossen Rates verabschiedet werden; das Gesetz möglichst auf 1. Januar 2015 in Kraft treten.

Wichtigste Neuerung ist die Reduzierung der regionalen Tourismusbüros von 10 auf 4. Als Organizzazioni turistiche regionali (OTR) werden nur die Verkehrsvereine von Lugano, Mendrisio, Lago Maggiore (Ascona/Locarno) sowie Bellinzona bleiben. Die Tourismusbüros im Leventina- und Bleniotal, in Biasca, im Maggiatal, im Gambarogno und in Tenero verschwinden. Die verbleibenden Regionalbüros erhalten neben der Gästeinformation und Organisation von Events auch Aufgaben im Bereich des Destinationsmanagements.

Der kantonale Verkehrsverein (ETT), dem bisher ausschliesslich die Promotion oblag, wird hingegen als Agenzia turistica ticinese (ATT) in eine Aktiengesellschaft überführt. Diese wird vor allem die OTRs unterstützen und koordinierend wirken. Mit je 15% der Aktien besitzen die OTRs die Mehrheit am ATT. hotelleriesuisse, Gastroticino und der Campingplatzverband werden je 5% halten und auch im Verwaltungsrat vertreten sein. Dem Kanton bleibt ein Anteil von 25%. Der Kanton wird der ATT einen jährlichen Kredit von 6 Mio. Franken überweisen, um dessen Aktivitäten vom Verlauf der Logiernächte unabhängig zu machen. Die Kurtaxen und andere Abgaben gehen hingegen direkt an die regionalen Tourismusbüros.

Ja zum neuen Alkoholgesetz

Die WAK des Nationalrates ist ohne Gegenstimme auf die beiden Vorlagen eingetreten, welche das geltende Alkoholgesetz ersetzen sollen.

Anlässlich der Frühjahrssession 2013 hat der Ständerat den Entwurf zum Spirituosensteuergesetz mit 23 zu 8 Stimmen und den Entwurf zum Alkoholhandelsgesetz ohne Gegenstimme genehmigt. Die Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK) des Nationalrates beantragt ihrem Rat nun einstimmig, auf beide Vorlagen einzutreten. Mit ihrem Entscheid vom Dienstag bestätigt sie die Notwendigkeit, das von 1932 stammende Alkoholgesetz zu ersetzen und die Gesetzgebung an die heutigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Realitäten anzupassen. Ein Antrag auf Rückweisung der beiden Entwürfe an den Bundesrat wurde mit 17 zu 6 Stimmen bei einer Enthaltung abgelehnt. Die Kommission wird die Detailberatung voraussichtlich im Juni aufnehmen.

Die WAK des Nationalrats nahm auch Stellung zur Volksinitiative von Gastrosuisse, welche die gleiche Besteuerung von Lebensmitteln und gastgewerblichen Leistungen fordert. Wie die Kommission mitteilt, anerkennt sie, dass es durch den tieferen Steuersatz für Take-away-Speisen zu einer Wettbewerbsverzerrung zuungunsten der gastgewerblichen Leistungen komme. Sie diskutierte, ob dem Anliegen des Initiativkomitees mit einem indirekten Gegenvorschlag in Form einer Kommissionsinitiative entgegenzukommen sei. Sie wird an ihrer nächsten Sitzung Ende Juni über den Inhalt eines allfälligen Gegenvorschlags entscheiden. dst

Schweiz Tourismus setzt vermehrt auf das Segment Familie

Im Zentrum der neuen Kampagne stehen Tools zum raschen Auffinden des passenden Familienerlebnisses.

Schweiz Tourismus (ST) setzt ihre neue Familienkampagne vor allem in der Schweiz, Deutschland, den Niederlanden und Belgien ein. Dabei spannt ST mit Swisscom zusammen. Laut ST erweist sich die Partnerschaft als ideal, um nebst einer Broschüre mit mehrtägigen Familien-Touren durch die Schweiz eine Familien-App zu realisieren.

ST und Swisscom haben die neue Broschüre «Familien auf Tour» produziert, die drei Touren zu den Top-45-Familienerlebnissen der Schweiz vorstellt: in drei Tagen durchs Tessin, in fünf Tagen in der Ostschweiz und in Graubünden unterwegs oder während sieben Tagen Westschweiz, Wallis und Berner Oberland erkunden. Mit der App «Family Trips» bringen ST und Swisscom das Familienerlebnis Schweiz kompakt auf mobile Endgeräte. Familien können jedes Erlebnis bewerten. dst

MySwitzerland.com/broschueren
MySwitzerland.com/familytrips

Aus der Region

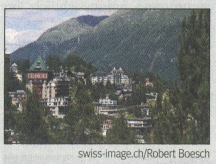
Berner Oberland

Baugesuch für Resort in Oberried eingereicht

Die Oberried Projekte AG hat das Baugesuch für den etappierten Bau des Ferienresorts auf dem Areal der Feuerwerksfirma Hamberger in Oberried am Brienzersee eingereicht. Insgesamt sind 145 Wohneinheiten geplant, wie dem «Berner Oberländer» zu entnehmen ist. Die Oberried Projekte AG ist eine Tochtergesellschaft der niederländischen Dormio Leisure Development BV und der First Projektmanagement AG.

Graubünden

St. Moritz soll ein Tourismusdepartement erhalten



swiss-image.ch/Robert Boesch

In der Gemeinde **St. Moritz** soll ein Tourismusdepartement geschaffen werden, wie den Bündner Medien zu entnehmen ist. Gemeinde und Kur- und Verkehrsverein wollen mit neuen Strukturen Synergien nutzen und den Tourismus stärken. In das neu zu schaffende Tourismusdepartement sollen die operativen Aufgaben des Kur- und Vekehrsvereins (KVV) integriert werden. Weiterhin vorbehalten bleibt dem KVV die Führung der Marke St. Moritz.

Rhätische Bahn vermeldet geringen Gewinn

Im Jahr 2012 hat die Rhätische Bahn (RhB) einen kleinen Gewinn in der Höhe von 155 000 Franken erwirtschaftet. Dies sind 103 000 Franken mehr als im Vorjahr. Mit 336 Mio. Franken konnte der Betriebsertrag ebenfalls leicht übertroffen werden. Mit 125 Mio. Franken wurde ein insgesamt fast gleich hoher Verkehrsertrag wie im Vorjahr erwirtschaftet.

Zürich

Ausbau des Kongresshauses vorgeschlagen

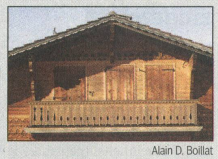
zvg

Die Betriebsgesellschaft des **Zürcher Kongresshauses** schlägt vor, während der geplanten Renovation des alten Hauses auch einen sanften Umbau vorzunehmen. Dadurch gebe es neue Räume am alten Ort, und Zürich bleibe als attraktive Kongressstadt erhalten. Beginnen soll der Umbau des über 70-jährigen Kongresshauses und der über 115-jährigen Tonhalle nach den Festwochen 2016. Die Wiedereröffnung der aneinandergebauten Häuser ist für Herbst 2017 vorgesehen. Die Kosten für die Erweiterung werden auf rund 30 Mio. Franken geschätzt. dst

htr hotel revue
Nr. 20 / 16. Mai 2013

Schweiz

Bund aktualisiert Liste der Zweitwohnungsorte



Alain D. Boillat

Neu fallen 30 Gemeinden in diversen Kantonen nicht mehr unter die Verordnung über **Zweitwohnungen.** Daher streicht das Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) diese aus dem Anhang der Zweitwohnungsverordnung. Die Gemeinden hätten den Nachweis erbracht, dass ihr Zweitwohnungsanteil unterhalb 20 Prozent liegt. Es sei damit zu rechnen, dass das ARE in den nächsten Monaten weitere Gesuche genehmigt. Deshalb werde der Anhang der Zweitwohnungsverordnung voraussichtlich im Herbst 2013 erneut angepasst.

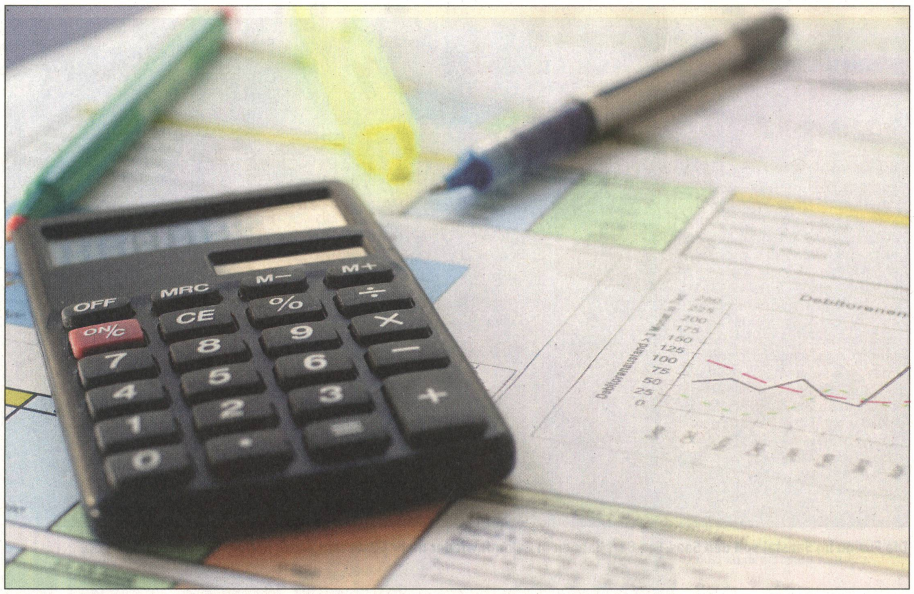
Rekordergebnis für Swiss Budget Hotels

zvg

An der Generalversammlung von **Swiss Budget Hotels** konnte der Präsident Paul Jans erneut ein Rekordergebnis für die 130 Hotels vermelden. Letztes Jahr wurden über das eigene Reservationssystem inklusive Channel Management fast 22 000 Buchungen registriert und ein Umsatz von 7,735 Mio. Franken generiert. Bei Direktbuchungen über die eigene Website, welche für Mitglieder von Swiss Budget Hotels kommissionsfrei sind, wurde eine Erhöhung von 216% verzeichnet. Die Mitglieder haben Nicole Ebinger für den zurücktretenden Robert Michel neu in den Vorstand gewählt. dst

Braucht die Schweiz eine Tourismusbank nach österreichischem Vorbild? Eine Studienarbeit des Walliser Tourismusobservatoriums kommt zum Schluss: eher nein.

THERES LAGLER



Exakt kalkulieren: Das ist bei touristischen Projekten in der Schweiz genauso zentral wie bei Projekten in Österreich. Alain D. Boillat

Auf dem Prüfstand

Die Forderung liegt auf dem Tisch: Der Ständerat verlangt in einem Postulat, dass die Einführung einer Tourismusbank nach österreichischem Vorbild geprüft wird. Es ist davon auszugehen, dass das Staatssekretariat für Wirtschaft in seinem Tourismusbericht, der Ende Juni erwartet wird, dazu Stellung nimmt. Unabhängig davon hat Sandra Bürcher, eine wissenschaftliche Mitarbeiterin des Tourismusinstituts der HES-SO Wallis, eine Arbeit verfasst, die demnächst auf der Homepage des Walliser Tourismusobservatoriums (www.tourobs.ch) aufgeschaltet wird. Bürcher hat die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) mit der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) verglichen und fördert Interessantes zutage.

Setzt man beispielsweise die bewilligten Kredite 2012 (siehe Tabelle unten) in Relation zu den Logiernächten, ergibt sich folgendes Bild: Die SGH investierte im letzten Jahr 1,2 Franken pro Logiernacht und Jahr, die ÖHT 1,6 Franken. Aufgerechnet auf die Anzahl Hotels bewilligte die SGH 8 236 Franken pro Hotel und Jahr, die ÖHT 11 136 Franken. Die Unterschiede bei der Beitragshöhe sind somit nicht so frappant, wie bisher angenommen.

Kommt dazu, dass die Tourismusförderung der Schweiz auf mehrere Säulen abstützt: Nebst dem Beitrag an Schweiz Tourismus, gibt es Innotour und die Neue Regionalpolitik für touristische Projekte und Infrastrukturvorhaben. In Österreich kommt ab geplanten Investitionen von 100 000 Euro in der Regel die Tourismusbank ins Spiel. Ein Blick auf das Tätigkeitsfeld der ÖHT zeigt, dass über 85 Prozent der Fördersumme in die Hotellerie fliesst (siehe Tabelle rechts). Seilbahnen erhalten für den Betrieb im engeren Sinn keine Unterstützung. Fördermittel der ÖHT gibt es höchstens für Beschneiungsanlagen, Freizeiteinrichtungen oder die Berggastronomie.

Einzelbetriebliche Förderung 2012
Die Schweiz und Österreich im Vergleich

	SGH[1]	ÖHT[2]
Bewilligte Kredite	43	160
Bürgschaften/Haftungen	0	15
Ausgelöste Investitionen	185	589
Darlehensbestand Ende 2012	135	868
Bürgschaften/ERP-Treuhandkredite Ende 2012	0	417
Personalkosten	2,7	2,2
Anzahl Mitarbeiter	18	35

[1] Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit
[2] Österreichische Hotel- und Tourismusbank

Alle Angaben – ausser die Anzahl Mitarbeiter – in Mio. Schweizer Franken.
Quelle: Tourismusobservatorium Wallis

Österreichische Tourismusbank Kaum Gelder für Restaurants und Seilbahnen

	2010	2011	2012
Betriebsgrössenoptimierung Hotellerie	27%	29%	31%
Qualitätsverbesserung Hotellerie	25%	23%	25%
Wellness	14%	15%	18%
Hotelneubau	13%	7%	1%
Seminar-, Fitness-, Kinderspielräume	4%	4%	6%
Personalzimmer	5%	6%	5%
Garagen	1%	1%	1%
Hotellerie insgesamt	**89%**	**85%**	**87%**
Restaurantneubau	3%	3%	1%
Restaurantverbesserungen	1%	4%	5%
Restaurants insgesamt	**4%**	**7%**	**6%**
Beschneiungsanlagen	4%	7%	4%
Infrastruktur (Golfplätze)	2%	1%	2%
Freizeitsparks	1%	–	1%
Infrastruktur insgesamt	**7%**	**8%**	**7%**

Die Schwerpunkte der Investitionen der ÖHT in Prozent
Quelle: Tourismusobservatorium Wallis

ANZEIGE

DIESE WOCHE SCHENKT'S FÜR PROFIS EIN!

Gültig vom 13. bis 18. Mai 2013

Lassen Sie unsere Weinberater Ihre Reiseführer sein. Das CCA-Weinsortiment bietet Ihnen von Raritäten bis zu Klassikern alles, was sich Weinliebhaber wünschen – zu besten Marktpreisen.

Alle CCA-Weine finden Sie auf: www.cca-angehrn.ch/wein

-10%

auf alle Weine
inkl. Aktionen
exkl. Champagner
und Schaumweine

Cash+Carry
CC A Angehrn
Frische für Profis.

Der zukünftige Präsident der Hotelfachschule Thun und Direktor des 4-Sterne-Hotels Bern, Philipp Näpflin, will die berufliche Weiterbildung stark fördern. zvg

Mit Bildung an die Spitze

Der designierte Präsident der Hotelfachschule Thun (HFT), Philipp Näpflin, will die Weiterbildung für junge Berufsfachleute fördern. Er sieht darin interessante Aufstiegsperspektiven.

CHRISTINE KÜNZLER

Philipp Näpflin, Sie sind ab 2014 Präsident der Hotelfachschule Thun (HFT). Wo sehen Sie den grössten Handlungsbedarf in Ihrem zukünftigen Aufgabenbereich?
Akuten Handlungsbedarf gibt es wenig, denn mein Vorgänger Köbi Häberli übergibt mir eine gesunde Schule. Momentan sind es mehr äussere Einflüsse, die unsere Aufmerksamkeit beanspruchen, etwa das neue Finanzierungsgesetz für Höhere Fachschulen. Zudem stehen wir mitten im Strategieprozess und definieren die nächsten Handlungsfelder. Auch die neue Bildungsstrategie von hotelleriesuisse wird die zukünftige Ausrichtung der HFT beeinflussen.

Institutionen wie die HFT tragen eine grosse Verantwortung, denn es fehlt an qualifizierten Fachleuten. Wie wollen Sie dieses Problem lösen?
Indem wir ein vollumfängliches Ausbildungsprogramm anbieten. Wir holen Fachleute mit Berufslehren ab. Das ermöglicht uns, fähige Mitarbeitende auszubilden. Und es gibt mannigfaltige Möglichkeiten, sich nach der Hotelfachschule weiterzubilden. Das NDS etwa stellt eine sehr gute Weiterbildung sicher. Letztlich liegt es auch an uns Hoteliers, den Mitarbeitenden attraktive Arbeitsplätze zu bieten. Damit meine ich nicht nur die Löhne, sondern auch die Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten.

Wie fördern Sie in Ihrem Betrieb, dem Hotel Bern, Ihre Mitarbeitenden?
Wir legen grossen Wert auf deren Aus- und Weiterbildung. So ermuntern wir etwa langjährige Mitarbeitende ohne Berufslehre, in unserem Betrieb – bei gleichem Lohn – eine Lehre zu absolvieren oder den Lehrabschluss nachzuholen. Unsere Kadermitglieder machen zum Teil mehrjährige Weiterbildungen. Ich fördere dort, wo ich Potenzial sehe – auch mit finanziellen Mitteln – vorausgesetzt, der Mitarbeitende ist bereit dazu.

Welche Erfahrungen machen Sie bei der Rekrutierung von optimalen Mitarbeitenden?
Ich messe sie nicht nur an den Noten, sie müssen auch ins Team passen. Klar ist es nicht einfach, gute Fachleute zu finden, doch es gibt sie – auch aus der Schweiz. Leistungsbereitschaft und der Teamgedanke haben Priorität, der Rest ist sekundär.

Gibt es unter den drei Berner Best-Western-Hotels Kooperationen im Personalbereich?
Das ist vorgesehen. Noch ist die Kooperation zu jung, das Hotel Bern gehört erst seit März zu Best Western.

Als bisheriger Stiftungsrat der Hotelfachschule Thun können Sie den Stellenwert der Schule beurteilen …
Unsere Schule geniesst einen sehr hohen Stellenwert. Sie nimmt eine führende Position ein im Kreis der anerkannten schweizerischen Hotelfachschulen. Einerseits, weil Thun über eine hervorragende Schulleitung und über ein sehr gutes Bildungsangebot verfügt. Und andererseits, weil sie vom Branchenverband hotelleriesuisse als Stiftungsgeber mitgetragen wird und damit hohe Qualität garantiert ist.

Ein Vorteil, der die HFT von ihren Mitbewerberinnen abhebt?
Die anerkannten Schulen lassen sich nicht mit ‹besser› oder ‹schlechter› gegeneinander ausspielen. Ausschlaggebend für die Wahl einer Hotelfachschule ist oft der Hintergrund der Absolventen. Luzern etwa richtet sich eher an Maturanden, Thun an Branchenleute mit Berufsbildung. In Hoteliersfamilien spielt auch die Tradition eine Rolle, wenn die Eltern Luzern oder Zürich besucht haben, melden sich die Jungen auch dort an. Thun ist eine jüngere Schule, dort muss die Tradition noch wachsen. Die HFT unterscheidet sich von den anderen Hotelfachschulen durch ein klar positioniertes Lehrprogramm. Unser Ausbildungsstandard ist auf einem qualitativ hohen Niveau. Viele, die nach Thun kommen, bringen bereits Branchenwissen mit. Das ist ein grosser Vorteil. Dass wir auf dem richtigen Weg sind, zeigen die intakten Marktchancen unserer Abgänger sowie viele erfolgreiche Karrieren.

«Ich empfehle den HFT-Absolventen, die Chancen zum Weiterkommen immer wieder zu nutzen.»
Philipp Näpflin
Designierter HFT-Präsident

Wo sehen Sie Stärken und Schwächen der schweizerischen Bildungslandschaft generell?
Das duale Berufsbildungsprinzip ist eine der grössten Stärken. Auch wer eine Lehre macht, kann später einen akademischen Berufsweg einschlagen, niemand muss sich mit 16 entscheiden, welchen Beruf er mit 35 ausüben will. Eine eigentliche Schwäche sehe ich nicht, jedoch eine Gefahr: die, dass zu viele Berufe akademisiert werden könnten. Klar braucht es ein gutes Grundwissen, denn wer heute Hoteldirektor werden will, muss sich mit Zahlen herumschlagen, er ist nicht nur Gastgeber, sondern auch Manager.

Stichwort Berufslehre: Bezüglich Kochnachwuchs sieht es zurzeit eher düster aus. Sie selber haben eine Kochlehre absolviert – wie motivieren Sie einen Schulabgänger zu dieser Grundausbildung?
Heute ist kochen in, eine Kochlehre ist sexy, ich denke da etwa an Jamie Oliver. Doch dieser Effekt hält nur kurzfristig an, schon nach einem halben Jahr Küchenalltag kann der Koller kommen. Ich würde also einem jungen Menschen bewusst machen, dass die Lehre erst ein Einstieg in die Berufswelt ist, dass es vorerst darum geht, Grundwissen zu erlernen. Später hat er viele Möglichkeiten. Er kann bis zum eidg. diplomierten Küchenchef aufsteigen oder über gezielte Weiterbildung ins Management einsteigen. Es gilt, die Jungen dafür zu sensibilisieren, dass es kaum einen anderen Berufszweig gibt mit so vielen Aufstiegsmöglichkeiten wie das Gastgewerbe.

Welchen Satz geben Sie den HFT-Absolventen mit auf den Weg?
Die Augen offen halten und die Chancen zum Weiterkommen immer wieder nutzen.

Zur Person Ein Praktiker wird HFT-Präsident

Philipp Näpflin (39) wird 2014 neuer Präsident der Hotelfachschule Thun. Er ersetzt Jakob Häberli, der nach 22 Jahren zurücktritt. Näpflin, heute Mitglied des Stiftungsrats der HFT, ist gelernter Koch und führt seit 2011 das 4-Sterne-Hotel Bern. Zuvor war er Direktor im Thuner «Freienhof» und war untere anderem im Davoser 5-Sterne-Hotel Steigenberger Belvédère für das WEF verantwortlich. Der Nidwaldner Philipp Näpflin ist verheiratet und Vater von zwei Kindern. ck

Standpunkt

Eigentlich in zwei Stunden erreichbar!

ELIA FRAPOLLI

Das Adverb «eigentlich» bedeutet so viel wie «im Grunde genommen» oder «in Wahrheit». Damit ist auch schon gesagt, dass es dann verwendet wird, wenn es gilt, gewisse Ansichten zu revidieren. Der Spot von Ticino Turismo mit den drei Töfflibueben, den Sie sicherlich im TV gesehen haben, endet mit dem Slogan «Eigentlich in zwei Stunden erreichbar».
Mit dieser Botschaft wollen wir in Erinnerung rufen, dass das Tessin besser erreichbar ist, als viele

«Das Tessin ist der sympathischste und familienfreundlichste Kanton.»

denken. Tatsächlich schafft man die Strecke Zürich–Bellinzona sowohl mit dem Auto als auch mit der Bahn in gut zwei Stunden – und gelangt in eine völlig andere Welt. «Plötzliches Italien», frohlockte schon Kafka nach dem Verlassen des Gotthard-Tunnels.
Noch heute weckt das Tessin Sehnsüchte. Für die Schweizer ist das Tessin der sympathischste, einzigartigste und familienfreundlichste Kanton (Quelle: www.kantonsimage.ch). Das Idyll wäre nahezu perfekt, wenn es nicht die Bilder der Blechlawinen gäbe, die sich jeweils vor Ostern, Auffahrt, Pfingsten und während den Sommerferien vor dem Gotthard bilden.
Die Aussicht auf Wartezeiten vor dem Gotthard hält viele potenzielle Gäste von einer Reise ins Tessin ab. Zur Verbesserung des Verkehrsflusses und aus Sicherheitsgründen plädiert das Tessin schon seit Langem für eine zweite Röhre. Bis zu deren Eröffnung wird aber noch viel Wasser den Ticino hinunter fliessen.
Doch eigentlich spielt das gar keine Rolle. Denn es gibt viele Wege, die am Gotthard-Stau vorbei ins Tessin führen. Wer etwa wie die Töfflibueben auf der historischen Route über den Gotthard-Pass fährt, entdeckt am Wegesrand Attraktionen, die vom Transitverkehr links liegen gelassen werden. Ebenfalls äusserst erlebnisreich sind Fahrten über den Lukmanier, Nufenen, San Bernardino oder durchs Centovalli.
Wer also nach dem Motto «Der Weg ist das Ziel» ins Tessin reist, verwandelt bereits die Anreise in ein Highlight. Was spricht gegen dieses Vorgehen? Eigentlich nichts!

Elia Frapolli ist Direktor von Ticino Turismo.

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 Erfolgsbasis auf, wie das Ergebnis verbessert werden kann.

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

htr hotel revue
Nr. 20 / 16. Mai 2013

Neustart mit Rock und Pop

Mit exklusiven Konzerten und vielen Gästen sind im **Hotel Schweizerhof** in Luzern die 52 neu renovierten Superior-Doppelzimmer und Junior-Suiten eingeweiht worden.

DANIEL STAMPFLI

Gespannt lauschten die Gäste den Antworten der **Uriah Heep** auf die Fragen von **Phil Dankner.** Zuvor hatten die britischen Rock-Musiker ein Konzert im Rahmen des «The Retro Festivals» gegeben. Bilder: zvg

Im Zuge der stetigen Neupositionierung als Festivalhotel ist dieses Flair nach der Renovation von 52 Zimmern neu auch in jedem einzelnen Zimmer des Hotels Schweizerhof in Luzern erlebbar. Es werden Geschichten von 52 Persönlichkeiten wie Schriftsteller, Musiker oder Schauspieler erzählt, welche diese im Hotel Schweizerhof erlebt haben. Auch Anekdoten von Festivals dürfen nicht fehlen, wie zum Beispiel als Konzertgast B.B. King 2002 im Zeugheersaal spontan zu seiner eigenen Gitarre griff.

Festivalstimmung herrschte auch bei der Eröffnungsfeier der neu renovierten Zimmer vergangene Woche. Zur Eröffnung des 2. «The Retro Festivals» am Donnerstag kamen die zahlreich erschienenen Gäste in den Genuss eines Konzerts der legendären britischen Altherrenband Uriah Heep, welche vor ausverkauftem Haus abrockte. Offiziell eröffnet hatte das Festival Art Director Phil Dankner, welcher auch sonst «Schweizerhof»-Kunden im Seminar- & Bankettbereich bei musikalischen Wünschen berät. Am Freitag ging ein Konzert der britischen Pop-Legende Rick Astley über die Bühne. Unter dem Publikum war auch DJ Bobo auszumachen, der offenbar unbedingt das Konzert von Rick Astley besuchen wollte. Nach beiden Konzerten gab es einen exklusiven Talk mit den Musikern.

V. l: **Thomas Kleber** (Astoria, The Hotel, Renaissance Luzern), **Patric Vogel** (Luzern Hotels), **Roman Omlin** (Leiter Verkauf & Marketing Schweizerhof), **Kai Kenngott** (GM The Hotel Luzern).

V. l.: **Clemens Hunziker,** Direktor Hotel Schweizerhof Luzern; **Guido Henzmann,** verantwortlicher Architekt Ligno in-Raum AG; Moderator **Rainer Maria Salzgeber.**

STV-Direktor **Mario Lütolf** (links) und **Andy Wolf,** Moderator Radio Pilatus.

Für Tourismus-Engagement geehrt

Drei Persönlichkeiten und Organisationen wurden für ihren Einsatz für den Tourismus in der **Zentralschweiz** geehrt: der Verein und die Stiftung für die Erhaltung der Museggmauer, die Stanserhorn-Bahn sowie René Kamer.

DANIEL STAMPFLI

Gewinner der Tourismus-Awards (v. l.): **René Kamer,** Railaway; **Beat Fischer,** Präsident Stiftung für die Erhaltung der Museggmauer; **Helen Haas,** Präsidentin der Stiftung für die Erhaltung der Museggmauer; **Jürg Balsiger,** Direktor Stanserhorn-Bahn. zvg

400 Gäste aus der Zentralschweiz feierten am vergangenen Samstag im Verkehrshaus Luzern wichtige Persönlichkeiten aus dem Tourismus. Das Festival der Gastfreundschaft wurde vom Tourismus-Forum Luzern organisiert, das dieses Jahr das 20-jährige Bestehen feiert. Besonders spannend wurde es bei der Bekanntgabe und Vergabe der Tourismus Awards 2013. Der «Award für herausragende Leistungen zum Wohl des Luzerner Tourismus» ging an den Verein und die Stiftung für die Erhaltung der Museggmauer in der Stadt Luzern.

Den «Award für die Innovation des Jahres zum Wohle des Zentralschweizer Tourismus» durfte Jürg Balsiger, Direktor der Stanserhorn-Bahn, für die Cabrio-Bahn entgegennehmen. Im vergangenen Jahr wurde die Cabrio-Bahn mit dem Tourismuspreis Milestone ausgezeichnet.

Der «Award für die unternehmerische Leistung und für sein Lebenswerk zum Wohl des Zentralschweizer Tourismus» ging an René Kamer. Er hat den Freizeitbereich der SBB in kurzer Zeit zum wichtigen Geschäftszweig «Railaway» entwickelt. Auch Railaway wurde bereits mit dem Milestone ausgezeichnet, und zwar im Jahr 2005.

Sesselrücken

HSG-Rektor wird neuer SGH-Präsident

Der Rektor der Universität St. Gallen (HSG), **Thomas Bieger,** (Bild), ist für die Amtszeit 2013 bis 2015 zum neuen Präsidenten der

zvg

Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) gewählt worden. Er tritt die Nachfolge von **Ulrich Immler** an, der an der GV im Juni altershalber zurücktreten wird. Thomas Bieger ist u. a. auch Präsident der Jungfraubahnen Management AG und Vize-Präsident der Bergbahnen Disentis AG.

Neu im Vorstand von Schweiz Tourismus

Der Bundesrat hat **Anja Wyden Guelpa** (Bild) als neue Vertreterin des Bundes in den Vorstand von Schweiz Tourismus gewählt. Die

zvg

40-jährige Walliserin ist Staatskanzlerin des Kantons Genf und verfügt über grosse Politik- und Verwaltungserfahrung. Anja Wyden Guelpa wird im ST-Vorstand Nachfolgerin von **Isabelle Aubert,** welche im letzten November gestorben ist.

Ein Schweizer wird Präsident der EHMA

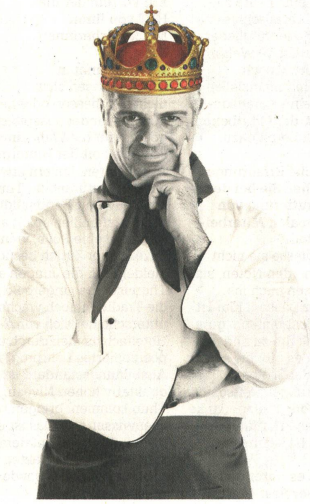
Der CEO der KKL Luzern Management AG, **Hans E. Koch,** ist zum Präsidenten der European Hotel Managers Association EHMA für

zvg

die Amtsperiode 2013 bis 2015 gewählt worden. Der Absolvent der Hotelfachschule Lausanne wirkte in renommierten Hotels in der Schweiz und in Asien. ste

ANZEIGE

Wenn
DER GAST
ein Restaurant
weiterempfiehlt, dann
IST
der Wirt
KÖNIG



Testen Sie das Empfehlungs- und Reservations-System Foratable 3 Monate gratis:

- Automatische Weiterempfehlungen
- Über 30 Medien- und Tourismus-Partner
- Reservationsannahme per Telefon
- Gäste-Feedbacks

JETZT kostenlos 3 Monate testen:
www.foratable.info/mehrgaeste
office@lunchgate.com Telefon +41 43 501 00 47

lunchgate forAtable

Projet tchèque à Crans

La parcelle Mérignou à Crans-Montana devrait être finalement cédée au promoteur tchèque Radovan Vitek. Le projet comprend un hôtel 5 étoiles et un hôtel 3 étoiles.

LAETITIA BONGARD

La parcelle au lieu-dit Mérignou, à deux pas du téléphérique de Cry d'Er à Crans-Montana, devrait avoir trouvé son nouvel acquéreur. Le projet de l'entrepreneur milliardaire tchèque Radovan Vitek a remporté les faveurs du conseil d'administration des remontées mécaniques Crans-Montana Aminona (CMA), propriétaire de ladite parcelle. Cette décision intervient après cinq ans de rebondissements. Les projets de la société Reallugano (htr du 4.10.12) et du promoteur Maxence Garanjoud ont donc été abandonnés.

Le projet retenu inclut un hôtel 5 étoiles de 150 lits et un hôtel 3 étoiles également d'une centaine de lits. Ce dernier prendra place dans l'ancienne gare des cabines de Chetzeron. L'investissement total est estimé entre 150 et 200 millions de francs. «La promesse de vente doit être signée ces prochains jours», assure Philippe Magistretti, président de CMA. Il se dit confiant, mais tient à souligner: «Il s'agit du premier pas d'une grande marche. La promesse de vente ne signifie pas encore que nous pourrons construire.»

Signe que le projet suit la bonne direction: le conseil d'administration a accepté lundi à l'unanimité d'augmenter le capital-actions ainsi que le nombre de membres (de sept à neuf). Radovan Vitek l'intègre et détiendra environ 10% du capital-actions, à raison de 4 millions de francs. L'autre siège devrait revenir à l'association des six communes de Crans-Montana.

La vente de cette parcelle permettra de financer des investissements dans les remontées mécaniques à hauteur de 30 millions de francs. «Des installations neuves doivent permettre de réduire nos coûts d'exploitation de 500 000 francs et d'augmenter notre chiffre d'affaires», explique Philippe Magistretti. L'objectif est d'assurer un seuil plancher de 23 millions de francs, mieux encore d'atteindre les 25 millions de francs. Cette saison, le chiffre d'affaires de CMA a atteint 22 millions de francs.

> «Le succès de mes entreprises passées est une garantie de sérieux.»
> **Radovan Vitek**
> promoteur tchèque

Les contours du projet sont encore flous. Dans une interview accordée au «Nouvelliste» Radovan Vitek confie qu'il va «sous peu engager les frais pour l'étude et la préparation du projet architectural en vue du dépôt du permis de construire, du plan financier.» Philippe Magistretti confirme: «Il y a encore fort à faire. Selon les conseillers de M. Vitek, les deux hôtels devraient accueillir leurs premiers hôtes au plus tard dans cinq ans.»

L'investisseur tchèque, qui a ses papiers à Crans-Montana, est à la tête de Czech Property Investments SA (CPI). La société possède des appartements, des espaces de vente, des bureaux, des salles de conférence, des halles de stockages ainsi que 7500 lits hôteliers dans 17 hôtels à Prague et en République tchèque. Radovan Vitek a notamment racheté le Palais Maeterlinck à Nice. «Le succès de mes entreprises passées est une garantie de sérieux», dit-il. Son attachement à Crans-Montana l'encourage beaucoup à s'engager dans ce projet. Il se montre convaincu: «L'hôtellerie doit redevenir l'un des moteurs de la station.»

Retour de l'hôtellerie Projets et lits en gestation sur le Haut-Plateau

Philippe Rubod, directeur de Crans-Montana Tourisme, s'est fixé comme objectif de créer 1000 chambres d'hôtels à Crans-Montana sur dix ans. Aperçu des projets en cours.

Projet Aminona Luxury Ressort and Village (ALRV): projet en 5 parties pour un total de 1100 lits, devisé à 650 millions de francs. Autorisation de construire obtenue pour la zone 2 (l'hôtel de 315 chambres). Selon les dernières estimations, le chantier ne devrait pas débuter avant le mois d'août. Le Russe Vladimir Marakutsa demeure le chef du projet.

Projet Mérignou: un hôtel cinq étoiles de 150 chambres et un hôtel trois étoiles d'une centaine de chambres. Projet de l'investisseur tchèque Radovan Vitek (lire ci-dessus).

Projet de Christian Constantin: appartements et un hôtel cinq étoiles sup. de 225 lits. Le permis de construire a été délivré pour l'hôtel et les habitations, opposition d'Helvetia Nostra sur l'hôtel. Celle-ci a été écartée mais fait l'objet d'un recours. Investissement pour l'hôtel: 85-90 millions de francs (hors terrain).

Projet Mario Botta: nouvel Hôtel Rhodania du groupe Lindner, 115 chambres, 4 étoiles sup. A l'enquête. Investissement d'environ 60 millions.

A court terme, la station devrait pouvoir compter sur:

Le Crans Ambassador Hôtel: 63 chambres cinq étoiles et une dizaine de suites. Réouverture annoncée le 15 juin 2013. Fermé depuis mai 2005.

L'hôtel d'altitude Chetzeron dans l'ancienne station de télécabine, confort 4 étoiles: 4 chambres déjà disponibles, les 12 restantes devraient être terminées pour la saison 2013/2014 ou à l'été 2014. lb

Crans-Montana, ici le Lac Moubra, abrite plusieurs projets hôteliers. Aboutiront-ils? ldd

En bref

Vaud

Villars obtient le nouveau label «Flocon Vert»

Villars-sur-Ollon est la première station suisse à obtenir le label Flocon Vert. Décerné par l'association française Mountain Riders, cette nouvelle certification s'adresse aux stations de montagne s'engageant pour un tourisme de montagne responsable. Villars, qui a déposé sa candidature, a été choisie au même titre que la station française des Rousses pour ses actions engagées depuis plusieurs années dans le développement durable. Cet engagement porte sur 31 points répartis en 8 thématiques tels que le transport, les déchets, l'aménagement du territoire, l'énergie, l'eau, les aspects sociaux. lb

ANNONCE

En bref

Vaud

Un partenariat original pour le Mirador

ldd

Le restaurant «Au Chalet» de l'Hôtel Mirador Kempinski vient de présenter un partenariat original avec l'Office des vins vaudois. Il permettra à 65 vins de 14 vignerons de Chardonne de figurer à la carte, au verre et à la bouteille. Le client pourra aussi acheter directement la bouteille sur place. aca

Valais

Marketing ciblé pour les Portes du Soleil suisses

L'association Promotion Suisse des Portes du Soleil est née la semaine dernière. Elle réunit les communes et OT de Champéry et Val-d'Illiez, les remontées mécaniques Télé Champéry-Les Crosets, Télémorgins et Télé-Torgon. Son budget marketing s'élève à 820 000 francs. Il pourrait atteindre le million lorsque les communes de Troistorrents et de Vionnaz l'auront rejointe, courant 2014, selon «Le Nouvelliste». lb

Un boutique wine tour

Le Swiss Riviera Wine Tours propose une nouvelle forme d'œnotourisme dans le Lavaux. Orienté vers une clientèle à la recherche d'expériences confidentielles.

ALEXANDRE CALDARA

Sac à dos, cervelas et coup de blanc ou petit train bucolique, jusqu'ici l'œnotourisme en Lavaux ressemblait à cela. Un modèle que ne renie pas l'économiste Nicolas Abundo. Mais l'idée de Swiss Riviera Wine Tours (SRWT), sa petite entreprise lancée en juillet dernier et opérationnelle depuis le mois d'octobre, est de séduire un autre public. Des tours de quatre ou sept heures en petits bus luxueux, nommés boutique wine tours qui prévoient d'emmener de 2 à 6 personnes à la fois, à travers ce terroir unique des parcelles en pentes ascendantes pouvant atteindre 300 mètres avec des angles à 90 degrés. «Nous voulons offrir un grand confort sans jamais nous éloigner de nos valeurs: la défense de l'authenticité», déclare l'entrepreneur. Un modèle nouveau en Suisse, déjà éprouvé dans le Bordelais, en Champagne et en Toscane. Les Nords-Américains se laissent déjà séduire par le nez du projet, les Russes et les Chinois adhèrent aussi et se font guider à travers six régions viticoles et 28 appellations d'origine contrôlée, dans un site classé au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis juin 2007. Nicolas Abundo travaille avec trois petits bus et huit guides, dont deux spécialisés dans le patrimoine.

Responsable des guides, Llyod Ivarsson donne le ton érudit et divertissant: «Connaissez-vous les trois soleils du Lavaux? Le premier direct, le second du lac, le troisième de la pierre la nuit.» Ancien tenancier de l'Hôtel Post de Zermatt de 1957 à 2000, ce citoyen américain se distingue aussi dans des concours de dégustations vaudois. A Chexbres, sur la terrasse de la capite de la vigneronne Christelle Conne, on déguste viande séchée et Gruyère. Lloyd Ivarsson défend «l'identité culturelle du Chasselas, sa subtilité, son intelligence, le territoire qui s'exprime. Les touristes apprécient que l'on ne soit pas de vulgaires imitateurs de Cabernet». Auparavant dans la cave de Christelle Conne, on a admiré des coupes de terre de schiste, d'argile et de galets comme des œuvres d'art. La cave en contient une, à découvrir derrière les cuves, un petit vitrail de Jean Prahin. Nicolas Abundo, spécialisé dans les détails patrimoniaux, nous signalera la propriété du maître verrier, La Paleyere située au milieu des vignes de la commune de Chexbres. Il raconte comment dès le 12e siècle les évêques de Lausanne et des moines cisterciens ont contribué au développement des vignes en terrasses. Tous les hôtels cinq étoiles de la Riviera et de Lausanne envoient des clients au tour, ainsi que des établissements dans le même créneau comme le Tralala de Montreux. L'utilité de cette offre convainc Montreux Riviera Tourisme. Son directeur Christophe Sturny vient de mettre sur pied une rencontre avec 50 vignerons où SRWT a été présenté. Certains jouent déjà le jeu avec modestie et sincérité comme Jacques-Henri Chappuis qui nous guide dans son petit chariot sur rails dans un coin escarpé, sous les grandes lettres de l'appellation Dézaley qui ornent la colline. Au Château de Gérolles, on connaît depuis longtemps les secrets de l'œnotourisme, mais un petit jardin secret peut aussi s'ouvrir. Nicolas Abundo propose aussi un tour du Chablais et des formules adaptées à la clientèle corporate.

> «Offrir un grand confort sans nous éloigner de la défense de l'authenticité.»
>
> **Nicolas Abundo**
> Swiss Riviera Wine Tours

Le vignoble de Lavaux vu depuis Rivaz. swiss-image.ch/Christof Sonderegger

ANNONCE

Beauté fragile des traditions

La campagne d'été de Suisse Tourisme observée pour nous par l'ethnologue Marc-Olivier Gonseth. Elle permet de réchauffer un débat congelé par le classement.

ALEXANDRE CALDARA

Conservateur au Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN), Marc-Olivier Gonseth ne connaissait pas la campagne d'été de Suisse Tourisme (ST). Il en prend connaissance avec plaisir: «Il s'agit d'un glissement progressif du patrimoine directement suscité par la recherche Unesco ratifiée par la Suisse en 2008.» A l'instar de l'Office fédéral de la culture, ST a en effet préféré le terme de «traditions vivantes» à celui de «patrimoine culturel imatériel» proposé par l'Unesco.

«Il est normal que les acteurs sociaux concernés en première ligne s'emparent du sujet et le versent dans l'escarcelle touristique. Que la focale se resserre autour de cette dynamique disparate et que la façon dont le monde du tourisme le traite devienne un nouvel objet pour les chercheurs.»

Le MEN participe depuis 2009 avec l'Institut d'ethnologie de l'Université de Neuchâtel à une étude sur le sujet. Il propose en ce moment l'exposition Hors-Champs. Elle présente les enjeux dans un bac à glaçons qui questionne certaines congélations du débat. Comme l'obsession du classement et même la mise en musée. Pour lui, la campagne touristique permet le réchauffement par sa propre dynamique qui va amener problèmes et solutions.

> «En choisissant le vivace et le spectaculaire on reste près de la carte touristique.»
>
> **Marc-Olivier Gonseth**
> Conservateur du MEN

Chaque canton suisse a établi une liste de traditions vivantes, puis une nouvelle sélection au niveau national s'est déroulée pour retenir 167 objets. Marc-Olivier Gonseth remarque que la brochure touristique «La Suisse typique» n'en compte plus que 100. «La dynamique patrimoniale pourrait se centrer sur des activités qui risquent de disparaître, comme le jeu de quilles à la Neuchâteloise qu'on nous a fait découvrir et que de moins en moins de gens pratiquent. Mais la liste nationale comporte une majorité de traditions qui ont déjà une vitalité suffisante, comme le carnaval de Bâle ou la Saint-Martin dans le Jura. En choisissant le vivace et le spectaculaire on reste très près de la carte touristique.»

Pour l'ethnologue, il est intéressant de constater que certains acteurs économiques majeurs, comme le monde horloger neuchâtelois, n'ont pas recherché à faire partie de cette liste. Ils y ont finalement été intégrés avec les autres destinations horlogères. Il note que l'image touristique retient toujours un même geste horloger: le regard avec une loupe sur le mécanisme.

Comme d'autres intellectuels, Marc-Olivier Gonseth est passé par un rejet profond de la Suissitude de 1960 à 1990. Aujourd'hui, il juge positivement un tourisme basé sur l'expérience, l'immersion et axé sur un tissu de traditions pas lavées de leur origine: «La valorisation de moments originaux et festifs par opposition à des produits homogénéisés et globalisés.»»

Il trouve malin la campagne française de ST avec le rugbyman Sébastien Chabal en Gruyères: «C'est un médiateur parfait, il se détache du fond de l'image, il permet le pont entre les cultures.» En guise de clin d'œil, Marc-Olivier Gonseth rappelle que son musée possède la plus belle terrasse de la région, mais qu'il se tiendra toujours dans le hors-champs.

www.men.ch

La vitalité de certaines traditions. swiss-image.ch/Beat Müller

En bref

Suisse

Les nuitées ont progressé au mois de mars

L'hôtellerie suisse a enregistré une augmentation de ses nuitées en mars 2013 de 4,7% pour atteindre 3,2 millions. Les visiteurs étrangers et indigènes ont tous deux augmenté, à raison de +5,1% et +4,2%. Dans cette comparaison, l'Office de la statistique relève que le week-end pascal est tombé fin mars en 2013 mais début avril en 2012. lb

Terravin veut se donner de la visibilité

ldd

Pierre Monachon et Philippe Herminjard, président et secrétaire-gérant du label Terravin, ont présenté récemment leur rapport d'activité 2012. Seuls 221 vins ont reçu la vignette or et noir soit 4,8 de la production AOC vaudoise. Un seuil trop faible selon Philippe Herminjard qui estime «qu'en-dessous de 10% du marché AOC, nous ne sommes pas assez visibles». Le gérant n'a qu'un credo: «Promouvoir». aca

ANNONCE

Avec TELE, les incontournables en un clin d'œil.

Le plus grand magazine de programmes TV de Suisse incluant les chaînes numériques! Semaine après semaine, TELE vous offre la grille de programmes la plus complète avec plus de 90 chaînes par jour. Son planificateur de films très pratique montre en un clin d'œil les programmes à ne pas manquer. Commandez dès à présent TELE pour vos hôtes, à des conditions avantageuses. Informations et commande au 0800 851 951, par mail marketing.pm@axelspringer.ch ou sur **www.tele.ch.**

ALLEZ À L'ESSENTIEL.

Le Beau-Rivage Palace de Lausanne a confié la rénovation de ses chambres à Pierre-Yves Rochon. Un investissement qui tombe à pic pour affronter l'arrivée d'un concurrent.

LAETITIA BONGARD

L'une des nouvelles junior suites du Beau-Rivage Palace signée Pierre-Yves Rochon. Les teintes de la chambre font écho à l'environnement extérieur. F. Rambert/ldd

Cocons à 27 millions

Hier soir, les 36 chambres rénovées du Beau-Rivage Palace de Lausanne ont accueilli leurs premiers hôtes. Des cocons feutrés, apaisants et spacieux dans des tons vert tilleul, beige clair ou bleu ciel, en écho au panorama alentour. L'architecte d'intérieur Pierre-Yves Rochon signe ce nouveau design, une touche de modernité dans le prolongement de la tradition (lire ci-dessous).

Débutés en automne, les travaux viennent de s'achever. Ils reprendront en octobre. «La rénovation des 98 chambres de l'aile Palace devrait être terminée en mai 2014», indique François Dussart, directeur général de l'établissement membre de l'organisation «Leading hotels of the world». L'investissement total, qui comprend également la toiture et l'isolation, représente un montant de 27 millions de francs pour Beau-Rivage Palace SA, dont la Fondation Sandoz détient une très large majorité du capital-actions.

Les 70 chambres restantes, situées dans l'aile historique Beau-Rivage, devraient suivre. Le directeur ne peut garantir pour l'heure qu'elles se pareront du même décor, mais affirme tenir à une certaine uniformité.

Le Lausanne Palace rénove également toutes ses chambres

L'important investissement du Beau-Rivage Palace coïncide à peu de chose près avec l'ouverture prévue fin 2014 d'un troisième cinq étoiles à Lausanne, le Royal Savoy. L'arrivée de ce nouveau concurrent sur le marché a-t-elle contribué à entreprendre ces travaux? «Il n'y a absolument aucun lien, les contacts ont été pris bien auparavant, déclare François Dussart. Il s'agit d'un cycle normal, les dernières rénovations datant d'il y a douze ou quinze ans. Mais il s'avère que le timing est bon.»

Du côté du Lausanne Palace, le directeur général Jean-Jacques Gauer, avoue que cette ouverture a accéléré le processus de rénovation de son établissement. Depuis deux ans, les 140 chambres font l'objet d'une rénovation totale. «Nous procédons par étapes de 20-25 chambres. Nous devrions être plus ou moins à jour pour l'ouverture du Royal Savoy», annonce Jean-Jacques Gauer. Un investissement de 7 millions de francs, trois styles de chambres «deux contemporaines et une plus chargée», mais pas d'architecte star. Pour des raisons de coûts et de vision. «Est-ce que les gens viennent parce que c'est Rochon ou Starck?, interroge Jean-Jacques Gauer. Ils font de très belles choses, mais on peut aussi parvenir à quelque chose de très bien avec des moyens plus modestes.»

«La rénovation des 98 chambres de l'aile Palace devrait être terminée en mai 2014.»
François Dussart
Directeur Beau-Rivage Palace

La clientèle business en baisse

A en croire les statistiques, l'hôtellerie lausannoise a bien résisté l'année dernière: elle a pour la troisième année consécutive dépassé le million de nuitées hôtelières, avec une légère baisse de 0,52%. Stefano Brunetti Imfeld, président d'Hôtellerie lausannoise, tient à préciser: «Les catégories supérieures ont connu des baisses plus importantes.»

Face à la conjoncture tendue pour les hôtels de luxe, surtout par rapport à la clientèle affaires, la question se pose inévitablement de la place pour un troisième 5 étoiles à Lausanne. «Ce n'est pas mon rôle d'analyser le marché, déclare Stefano Brunetti, mais je pense que ce ne sera pas facile, le marché 5 étoiles n'est pas extensible.» François Dussart et Jean-Jacques Gauer parlent de «saine concurrence». «La concentration de qualité devrait attirer la quantité. Mais il est certain que nous devrons partager une part du gâteau», analyse François Dussart.

Steve Nikolov, directeur ventes et marketing de «Bürgenstock Selection» dont fait partie le Royal Savoy, relève le fait que les deux autres établissements appartiennent aux 5 étoiles sup. «Il y a donc une niche à exploiter entre les 4 étoiles sup. et les 5 étoiles sup.»

Il précise le positionnement de l'établissement, dont la commercialisation a déjà commencé «Nous visons surtout la clientèle business et MICE, mais aussi loisirs grâce à notre spa. Nous n'avons pas encore d'objectifs en termes de répartition.» Pour rappel, l'hôtel sera doté de 200 chambres et suites, d'un centre de conférences, d'un restaurant et d'un spa. L'investissement s'élève à un milliard de francs.

Au Beau-Rivage jeu de miroir face au lac

Dans ce qu'il nomme «Tradition en mouvement», le Beau-Rivage Palace cherche à mêler héritage et esprit contemporain. Un souci de la perfection qui l'a guidé vers la chef Anne-Sophie Pic, le spa Cinq mondes, et aujourd'hui, l'architecte d'intérieur français Pierre-Yves Rochon. Cette référence de l'hôtellerie classique a signé entre autres la décoration de l'Hôtel Savoy à Londres, du Shangri-La à Paris, de l'Hôtel du Lac à Vevey.

François Dussart s'en explique: «Il ne s'agit pas de stars, mais de personnes en accord avec l'esprit de la maison. Ces partenariats confirment notre volonté de nous entourer de personnes de qualité, nous permettant d'offrir une vraie plus-value, de renforcer l'image du Beau-Rivage.»

Poser un regard neuf sur un établissement plus que centenaire. Chargé de cette mission, Pierre-Yves Rochon a rapidement ciblé l'USP du lieu. «La beauté du décor, l'omniprésence du lac l'a particulièrement séduit», rapporte le directeur. D'où sa volonté de laisser entrer cette étendue dans la chambre, par des jeux de miroir, des reflets, des rappels de tonalité. «Nous voulions que l'atmosphère paisible du lac se ressente à l'intérieur, d'où le choix de couleurs douces», explique François Dussart. Un système de domotique a également été installé dans toutes les chambres. Il permet de gérer automatiquement chauffage et électricité.

Pierre-Yves Rochon donne davantage d'espace aux salles de bain, considérant celles-ci comme une nouvelle pièce à vivre. Certaines bénéficient d'une vitre, permettant de jouir de la vue sur le lac depuis la baignoire. Toutes possèdent une télévision intégrée au miroir. Des mosaïques italiennes décorent le sol.

Une importance particulière a été accordée au choix des matériaux, au savoir-faire traditionnel, à l'artisanat. Des lustres de verre soufflé Murano, des miroirs biseautés, des pièces de menuiserie et d'ébénisterie taillées sur mesure, comme les têtes de lit réalisées par l'entreprise Wider de Montreux.

Ce souci du détail n'échappe pas à René Pochon, ensemblier décorateur au Beau-Rivage Palace depuis 25 ans. Il relève les finitions des tentures murales, la précision des raccords, la qualité des tissus choisis provenant des maisons anglaises GP & Backer et allemandes Zimmer & Rohde, des «valeurs sûres». «Ce nouveau décor met en exergue toutes nos capacités. J'ai participé à tous les chantiers du Beau-Rivage, mais celui-ci représente le nec plus ultra», partage-t-il avec fierté et émotion. lb

ANNONCE

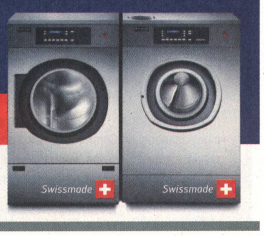
Économisez avec une buanderie à domicile – moins de deux francs par kilo de linge en moyenne

Les avantages d'une buanderie à domicile:
- Indépendance
- Rapidité
- Respect du linge
- Hygiène et désinfection
- Solution économique

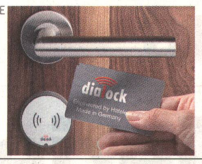
Nous vous communiquons avec plaisir et gratuitement vos données personnelles.
Il suffit de nous contacter: kostenrechnung@schulthess.ch

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

SCHULTHESS
La lessive: Le savoir-faire



ANZEIGE



HÄFELE
FUNCTIONALITY FOR YOU

Häfele Schweiz AG, Dammstr. 29, CH-8280 Kreuzlingen
Tel. +41 (0) 71 686 82 20, Fax +41 (0) 71 686 82 82
info@haefele.ch, www.hafele.com

Tourismus und Landwirtschaft ergänzen sich gut. Der ganz grosse Durchbruch des Agrotourismus ist aber noch nicht geschafft, wie ein Besuch im Val Müstair zeigt.

ALEX GERTSCHEN

Im idyllischen Val Müstair nimmt die Nachfrage nach agrotouristischen Angeboten zwar stetig zu, das Potenzial ist aber noch lange nicht ausgeschöpft. zvg

Agrotourismus hat Zukunft

Bei Lamprechts gibt es einen Auflauf, Gemüse und Bauernwürste zu Mittag. Die Bauernfamilie wohnt im Weiler Craistas, hoch über dem Val Müstair, dessen Wiesen an diesem nasskalten Frühlingstag in einem satten Grün leuchten. Das Tischgespräch dreht sich um den Hof Pütschai Josom, der wenige Fahrminuten von Craistas entfernt liegt und zu einem agrotouristischen Vorzeigeangebot des Tals, ja ganz Graubündens geworden ist.

Nachdem Lamprechts den Hof seit Jahren gepachtet hatten, kauften sie ihn 2009. Seither können Touristen in den rund 900 Jahre alten Gemäuern übernachten und den landwirtschaftlichen Betrieb begleiten – als Zuschauer oder «Hilfskräfte». Letztes Jahr war die sechs Zimmer zählende Unterkunft an 165 Tagen gebucht. Heuer dürfte dieser Wert deutlich übertroffen werden. Mit Frühstück kostet die Übernachtung pro Person 70 Franken, ab dem dritten Tag 55 Franken. Um den Grossandrang zu bändigen, erhöhten Lamprechts die Preise bereits nach dem ersten Betriebsjahr.

Laut Vater Rico stammen mittlerweile rund 15 Prozent der betrieblichen Einnahmen aus dem Agrotourismus; bringt er die Subventionen aus den landwirtschaftlichen Erträgen in Abzug, sind es gar 30 Prozent. «Und dieser Anteil wird weiter steigen», sagt der 48-jährige Bauer.

Zusätzliche Arbeitsplätze in der Bergregion

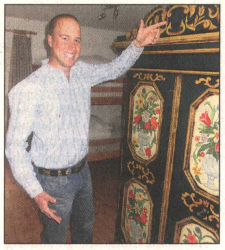
Der Erfolg zeigt sich daran, dass Lamprechts immerhin noch zu dritt am Mittagstisch sitzen. Im Gegensatz zu seinen drei Geschwistern hat Reto, der Älteste, das Val Müstair nicht verlassen müssen. Der 29-Jährige möchte eines fernen Tages den Betrieb von seinem Vater übernehmen. Bis dahin wird das Einkommen dank dem Gastgewerbe auf Pütschai Josom wohl weiterhin für drei reichen.

> «Der Agrotourismus steht und fällt mit dem Engagement der Bauern.»
>
> **Urs Wohler**
> Direktor TESSVM

Seit rund zwei Jahrzehnten gelten touristische Angebote, die den Gast direkt mit der Landwirtschaft in Berührung bringen, als zukunftsträchtig. Urs Wohler, der Direktor der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM), erinnert sich, dass der Kanton Graubünden in den frühen 1990er-Jahren agrotouristische Initiativen lanciert hat. In jenen Jahren sind auch die Angebote «Ferien auf dem Bauernhof» und «Schlafen im Stroh» entstanden. Doch der erhoffte, ja beschworene Boom ist bis heute nicht wirklich spürbar. Kaum jemand in der Branche spricht dem Agrotourismus dessen grosses Potenzial ab; zu eindrücklich ist die Entwicklung, die er in den letzten Jahrzehnten – mit massiver politischer Unterstützung – im Südtirol genommen hat. Auch die Biosphäre Entlebuch gilt als ermutigendes Beispiel. Kaum jemand sieht aber im Agrotourismus viel mehr als ein Nischenprodukt.

Für Wohler hat dies wenig mit der Nachfrage und viel mit dem Angebot zu tun: «Der Agrotourismus steht und fällt mit dem Engagement des einzelnen Bauers.»

Die Gemeinde Val Müstair, die 2009 aus der Fusion von sechs «cumüns» hervorgegangen ist, zählt auf ihren 78 Quadratkilometern Fläche knapp 1600 Einwohner, Tendenz fallend. Selbst in dieser wirtschaftlich kargen Umgebung ist der Leidensdruck unter den Bauern zu gering, als dass sich der Agrotourismus auf breiter Front durchgesetzt hätte.



Reto Lamprecht im 900 Jahre alten Hof Pütschai Josom.

Die Bäuerin Vreni Lamprecht ist gerne auch Gastgeberin. Fotos axg

Annelies Albertin, die Leiterin des lokalen Büros der TESSVM in Tschierv, meint, dass das Angebot angesichts der Nachfrage eindeutig zu klein sei. Von den 51 Bauernbetrieben der Gemeinde sind nur deren 4 im Agrotourismus engagiert.

Lama-Trecking und geführte Schneeschuh-Wanderungen

Isidor Sepp machte vor 13 Jahren den Anfang, als er «Schlafen im Stroh» einführte. Die Nachfrage war gering. Mittlerweile entspricht seine Einsicht einem breiten Konsens, dass die pieksenden Strohhalme vielen Gästen zu viel des Rustikalen sind. Doch die ersten, sympathischen Besucher im Stroh weckten bei Sepp eine Begeisterung für den Agrotourismus, die nicht mehr verebbt ist.

Der Bauer aus Müstair nimmt Touristen sommers auf Lama-Trekkings und winters auf Schneeschuh-Wanderungen mit. Damit macht er höchstens 5 Prozent des Umsatzes. Wichtiger ist die Ferienwohnung, die er vor vier Jahren beim Bau seines neuen Hofes ins Wohnhaus integrierte. Sie generiert 10 bis 15 Prozent der Einnahmen, hat mit Agrotourismus allerdings wenig zu tun. «Die Gäste könnten an der Landwirtschaft teilnehmen, interessieren sich aber kaum», bedauert Sepp.

Grosse Nachfrage nach regionalen Landwirtschaftsprodukten

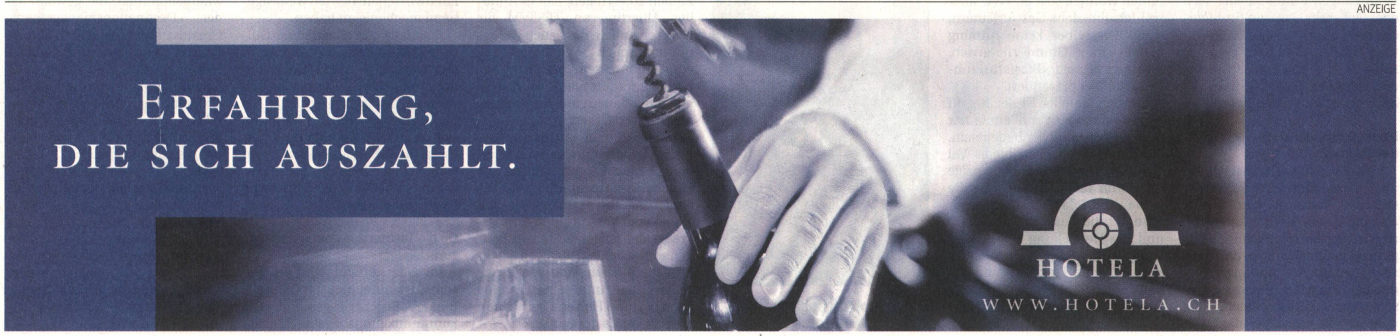
Ein ganz anderes Kundenecho löst der Hofladen aus, in dem Sepp und seine Frau Monica das ganze Frischfleisch-Sortiment des Natura-Beefs sowie Bündnerfleisch, Salsiz und andere Spezialitäten anbieten. Rund die Hälfte der Einnahmen stammt aus dem Hofladen des Bauernpaars.

Der Tourismus ist noch wichtiger, wenn man bedenkt, dass Sepp überdies mehrere Hotels direkt beliefert. Diesbezüglich ist das Val Müstair durchaus avantgardistisch: Laut Gabriella Binkert Becchetti, der Direktorin der «Biosfera Val Müstair», sind 15 der 18 Hotels in der Gemeinde Mitglied der Biosphäre. Damit sind sie verpflichtet, ein Frühstück mit mindestens sieben einheimischen Grundprodukten und mindestens zwei «Biosfera-Spezialitäten-Menüs» anzubieten.

Die Biosphäre verweist auf einen Aspekt des Agrotourismus, der über «Schlafen im Stroh» und andere Angebote hinausreicht: Im Zuge der 2003 angestossenen Entwicklung hin zu einem ökologisch

Fortsetzung auf Seite 12

ANZEIGE



htr hotel revue
Nr. 20 / 16. Mai 2013

Hotellerie kann profitieren

Viele Hoteliers stehen dem Agrotourismus gleichgültig bis ablehnend gegenüber. Einige Beispiele zeigen aber, dass hier eine gute Symbiose entstehen kann.

ALEX GERTSCHEN

Schlafen im Stroh kommt allenfalls bei den kleinen Gästen gut an, ist aber sonst eher ein agrotouristisches Auslaufmodell. zvg

Beat Blumer, der Direktor des Zürcher Claridge Hotels, befand sich vor zwei Jahren in den Wanderferien im Val Müstair, als ihm die Idee kam: Wieso nicht mit den Agrarprodukten aus der hochalpinen Biosphäre einen gastronomischen Akzent setzen? Gedacht, getan. Seit letztem Jahr fährt ein Angestellter des «Claridge» alle zehn Tage ins entfernte Tal, um Käse, Milch, Frischfleisch, Kartoffeln und andere Waren zu beziehen – «was gerade geerntet wird», sagt Blumer. Die Produkte, die auf dem Frühstücksbuffet-Tisch und im Menü mit dem Logo der Biosphäre gekennzeichnet sind, werden von den Gästen hoch geschätzt. «Sie befriedigen ein wachsendes Bedürfnis», sagt Blumer erfreut.

Agrotourismus als Reduktion von Komplexität

Dieses Bedürfnis gibt den Impuls für alle agrotouristischen Angebote: Den Gästen sollen Einblicke in die Ursprünge gewährt werden, sowohl der Lebensmittel wie der Welt an sich. Agrotourismus ist Reduktion, eine touristische Antwort auf die Komplexität einer Welt, die hinter der globalisierten Arbeitsteilung unkenntlich wird.

Pierre René Grond hat im Hotel Helvetia in Müstair Erfolg mit einheimischen Produkten. axg

Blumer betont, dass ein Hotelier keine Extravaganzen leisten müsse, um diese Komplexität für den Gast ein Stück weit zu reduzieren. Es brauche weder einen Hotelgarten noch eine exklusive Herkunftsregion. «Wir können nicht alle Produkte aus dem Val Müstair beziehen. Entscheidend ist, dass der grösste Teil des Frühstücksbuffets aus der Schweiz stammt», sagt er.

Es ist offensichtlich, dass die agrotouristischen Möglichkeiten für ein Hotel im ländlichen Raum und in den Bergen grösser sind. Der «Schweizerhof» in Lenzerheide setzt laut Gastgeber Andreas Züllig seit fast 20 Jahren so weitgehend als möglich auf Produkte aus der Region. Seit rund 10 Jahren kommen Bäuerinnen in der Hochsaison jeweils freitags ins Hotel, um ihre Produkte zu verkaufen. Vier bis fünf Mal pro Jahr erzählen Bäuerinnen und Winzer im «Schweizerhof» aus ihrem Alltag.

Dass diese Veranstaltungen stets sehr gut besucht sind, zeugt laut Züllig von den Chancen, die der Agrotourismus für die Profilierung eines Hotels bietet – gerade bei der städtischen Kundschaft. Doch weiss er auch um die Grenzen der Nachfrage: «Wir haben eine Zeitlang den Kindern eine Übernachtung im Stroh eines nahen Bauernhofs angeboten. Aber dies war nicht der Renner.»

Auch Bernhard Müller, der Direktor des «Bären» in Wilderswil, hat die Erfahrung gemacht, dass agrotouristische Aktivitäten während des Tages auf Interesse stossen, die Gäste die Nacht aber lieber auf der Matratze statt im Stroh verbringen.

Auf seine Initiative ist Anfang Mai der «Gewerbe- und Tourismusverein Wilderswil» gegründet worden. Er hat zur Belebung des Dorfes beitragen. Müller hofft, dass die Bauern und Handwerker aus der Umgebung einmal wöchentlich Markt halten werden, oder dass am 1. August – wie einst – wieder Glocken und Kühe die Optik und Akustik der Strassen bestimmen.

Unterschiedliche Finanzierungsmöglichkeiten

Für Müller hat dies mit einer strategischen Ausrichtung zu tun: Während die Destination Interlaken in den traditionellen Märkten Verluste verzeichne, empfange er just aus Ländern wie Grossbritannien und Deutschland mehr Gäste. «Ich bin überzeugt, dass wir mit agrotouristischen und anderen Angeboten, die eng mit unserer Kultur und Natur verbunden sind, weiterhin punkten können», sagt der Hotelier.

> **«Mit agrartouristischen Angeboten können wir punkten.»**
> **Bernhard Müller**
> Direktor Hotel Bären, Wilderswil

Gerade weil agrotouristische Angebote auf Anklang stossen, aber relativ wenige Touristen gewillt sind, auf einem Bauernhof zu übernachten, bieten sie für die Hotellerie Chancen. Diese sind umso mehr zu betonen, als in der Branche noch immer allenthalben Stimmen zu vernehmen sind, die von einer unfairen Konkurrenz sprechen. Insbesondere stösst auf, dass Besenbeizen nicht dieselben Sicherheits- und Hygienebestimmungen erfüllen (müssen).

Ein Besuch im Val Müstair (vgl. Hauptgeschichte auf Seite 11 und 12) fördert eine weitere Ungleichbehandlung zutage: Die Bauernfamilie Lamprecht aus der Ortschaft Craistas ist laut eigenen Aussagen für den Kauf und die Sanierung eines Hofes relativ einfach zu Bankkrediten gekommen. Dies hatte mit ihrem überzeugenden – und mittlerweile äusserst erfolgreichen – agrotouristischen Projekt zu tun, aber auch mit der zuvor vom Kanton gewährten Investitionshilfe.

Die Familie Grond hingegen, die ihr 3-Sterne-Hotel Helvetia in Müstair umbauen und erweitern möchte, blitzt seit Jahren bei den Banken ab. «Trotz überdurchschnittlich guter Abschlüsse vermögen wir sie von unserem Projekt nicht zu überzeugen. Sie fordern sehr viel Eigenkapital», sagt Hotelier Pierre René Grond.

Laut Urs Wohler, dem Direktor der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG, ist Grond kein Einzelfall im Val Müstair. Viele Hotels bedürften der Investitionen, doch erhielten sie nicht die Mittel dazu. Er würde es befürworten, wenn die «Biosfera Val Müstair» für die wirtschaftliche Entwicklung der Region zusätzliche öffentliche Gelder beanspruchen würde, von denen ein Teil auch in Hotelprojekte fliessen könnte.

Dafür kämen nicht zuletzt agrarpolitische Töpfe infrage. Sollte Wohlers kühne Idee eines Tages Realität werden, so handelte es sich um das wohl erstaunlichste Beispiel des Potenzials, das sich der Hotellerie in der Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft bietet – zumindest im entlegenen Val Müstair …

Fortsetzung von Seite 11

und wirtschaftlich nachhaltigen Val Müstair sind das Gastgewerbe und zahlreiche Bauern eine qualitativ neue, enge Beziehung eingegangen.

Am Anfang stand laut Annelies Albertin von TESSVM die Prämisse, dass eine ökologische Landwirtschaft «gewinnbringend» sein kann, nicht zuletzt touristisch. Die Bedingungen waren günstig, weil damals bereits vier von fünf Bauern im Val Müstair einen Bio-Betrieb führten. Konkrete agrotouristische Angebote waren wichtig, um die einzelnen Akteure zur Zusammenarbeit zu animieren.

Identitätswandel in der Bevölkerung

Claudia Bättig, die Gastgeberin im 3-Sterne-Hotel Central in der Ortschaft Valchava, schrieb sich als eine der Ersten im Mitgliedsregister der Biosphäre ein. Zu Beginn sei in ihrer Branche die Skepsis vor einer Art Musealisierung des Val Müstair verbreitet gewesen, sagt sie. Heute teilten die meisten die Ansicht, dass der Schutz und die Förderung regionaler Produkte – auch des Gewerbes – den Tourismus stärkten.

Laut Pierre René Grond, dem Inhaber des Hotels Helvetia in Müstair und Präsidenten des lokalen Gastgewerbes, war dafür ein Identitätswandel in der ganzen Bevölkerung vonnöten. Der Wert der Kultur- und Naturlandschaft im Münsterland sei früher weder zu Hause noch in der Schule vermittelt worden, sagt er. «Wie aber soll ich ihn dem Gast erläutern, wenn ich selber keine Ahnung habe?», fragt Grond rhetorisch, während er sein «Biosfera-Frühstücksbuffet» präsentiert.

Für den Hotelier ist der Begriff «Agrotourismus» vor allem in der Angebotsgestaltung bedeutsam. Ob die Biscuits «Schaibietas Val Müstair», die er und der einzige Bäcker im Tal herstellen, oder die Düfte- und Pflanzenwoche, während der die Gäste den Ursprung und die Herstellung lokaler Gesundheitsprodukte kennenlernen, oder die Trekkings und Lebensmittel von Isidor Sepp, die Grond seiner Kundschaft empfiehlt: Für ihn haben all diese Anstrengungen eine agrotouristische Identität.

In der Vermarktung möchte er den Begriff hingegen nicht allzu hoch hängen. «Agrotourismus soll als eines von mehreren Angeboten kommuniziert werden. Wir sollten uns nicht auf ihn reduzieren», sagt Grond.

Wo also steht der Agrotourismus im Val Müstair? Was für Schlüsse können gezogen werden, die auch für andere ländliche Ferienregionen gelten dürften? Biosphäre-Direktorin Gabriella Binkert Becchetti sagt, man habe die halbe Wegstrecke zurückgelegt – nicht mehr und nicht weniger. Aus ähnlichen Gründen wie im restlichen Graubünden sind zwischen 2008 und 2012 die Logiernächte um gut 17 Prozent gesunken. Ohne über empirische Zahlen zu verfügen, hält es Annelies Albertin von TESSVM für wahrscheinlich, dass auch die agrotouristischen Angebote «uns vor Schlimmerem bewahrt» haben. Sie fordert wie Binkert Becchetti die Bauern auf, ihr Engagement zu verstärken.

Isidor Sepp organisiert Lama-Trekkings für Hotelgäste. axg

Dabei können unternehmenslustige Bauern durchaus auf staatliche Unterstützung zählen. Die Familie Lamprecht erhielt für die Sanierung ihres Hofes Pütschai Josom vom Kanton einen Anstosskredit, der Folgekredite von Banken ermöglichte. Hingegen scheitern die Ausbaupläne von Pierre René Grond und seiner Familie für das Hotel Helvetia seit Jahren an der Skepsis der Banken.

Ein limitierender Faktor aufseiten der Landwirtschaft ist, dass das agrotouristische Geschäft oft in einer Dimension betrieben wird, die die Familie an den Rand der Überlastung bringt, aber gleichzeitig noch keine Anstellung von weiteren Händen erlaubt. Das agrotouristische Pensum von Isidor und Monica Sepp-Canclini ist nur möglich, weil sie dank einem einträglichen Landverkauf den Landwirtschaftsbetrieb weitestgehend mechanisiert haben.

Ebenfalls von allgemeiner Gültigkeit dürfte sein, dass der Agrotourismus eine starke Koordination, um nicht zu sagen Führung verlangt. Noch ausgeprägter als im Tourismus ohnehin berühren sich in diesem Bereich die Interessen und Befindlichkeiten von zahlreichen Akteuren, die es gewohnt sind, ihr Glück auf eigene Faust zu versuchen.

Ob die Tochter aus dem Unterland zurückkehrt?

Im Münsterland wird in diesem Zusammenhang oft Gabriella Binkert Becchetti genannt. Die kommunikationsbegabte Macherin schreckte in den Anfängen der Biosphäre nicht davor zurück, Abseitsstehende zu sanktionieren, indem sie touristische Anfragen und andere Aufträge bevorzugt den Mitgliedern zukommen liess. Ohne dieses Druckmittel wäre das Gastgewerbe nicht fast vollständig beigetreten.

Binkert Becchetti, die in wenigen Wochen als Direktorin abtreten wird, hat zahlreiche Aufgaben wahrgenommen, die gewöhnlich der Destinationsmanagement-Organisation obliegen. Während Binkert Becchetti und andere Müstairer dies mit ihrer Vernachlässigung durch die TESSVM erklären, begründet TESSVM-Direktor Urs Wohler die eigene Zurückhaltung just mit den Massnahmen der Biosphäre.

Diese Ungereimtheiten kommen auch am Mittagstisch der Familie Lamprecht zur Sprache, aber nur kurz. Lieber erzählen sie von den Gästen auf Pütschai Josom und davon, dass Ajla, die einzige Tochter, womöglich wieder ins Val Müstair ziehen werde, sollten sich die Geschäfte weiterhin so gut entwickeln.

Ein Landwirt ist kein Hotelier

Oliver von Allmen, der Geschäftsführer von Agrotourismus Schweiz, spricht die Differenzen mit der Hotellerie offen an. Doch überwiegen laut ihm die gemeinsamen Anliegen.

ALEX GERTSCHEN

Der Geschäftsführer von Agrotourismus, Oliver von Allmen, befürwortet eine engere Zusammenarbeit mit der Hotelbranche. Alain D. Boillat

Oliver von Allmen, wird der Agrotourismus eines Tages sein Nischendasein verlassen?
Das Potenzial ist riesig. Unser Angebot ist authentisch und naturnah. Es entspricht also wachsenden gesellschaftlichen und touristischen Bedürfnissen.

Spiegelt sich dieses Potenzial in konkreten Zahlen?
Es gibt noch keine verlässlichen Zahlen. Die Parahotellerie taucht in den Erhebungen des Bundesamtes für Statistik nicht auf. Aber wir gehen davon aus, dass das Angebot mit 1500 bis 2000 Betrieben und die Nachfrage mit rund 300 000 Logiernächten (nur bezogen auf die rund 550 Mitgliedsbetriebe von Agrotourismus Schweiz, Anm. d. Red.) relativ stabil sind.

Ein grosses Potenzial liesse ein Wachstum erwarten.
Das quantitative Wachstum hat bereits stattgefunden. Nun steht die Qualität im Vordergrund. Wir führen in diesen Wochen eine Zertifizierung ein. Wer Mitglied bei Agrotourismus Schweiz sein will, muss gewisse Mindestanforderungen erfüllen (vgl. untenstehender Text, Anm. d. Red.).

Ihre Organisation verfügt über 200 Stellenprozente. Stellt die Zertifizierung nicht eine Überforderung dar?
Sie wird zu Beginn auf einer Selbstdeklaration des Anbieters beruhen. Aber mittelfristig wollen wir natürlich externe Kontrollmechanismen einführen. Wir streben auch eine Klassierung der Betriebe an, vergleichbar mit jener in der Hotellerie.

Was haben Sie für die Vermarktung des Angebots unternommen?
Wir haben alle Marketingaktivitäten vollständig von den Organisationen «Schlaf im Stroh», «Ferien auf dem Bauernhof» und «Tourisme rural» übernommen. Ab dem 1. Januar 2014 soll das ganze operative Geschäft von uns abgewickelt werden. Wir haben zum Beispiel mit der Unterstützung von Schweiz Tourismus einen neuen Internet-Auftritt entwickelt und mit dem Netzwerk Schweizer Pärke eine gemeinsame Broschüre herausgegeben. Auch mit den anderen strategischen Partnern funktioniert die Zusammenarbeit gut.

> «Mitglieder von Agrotourismus müssen Mindestanforderungen erfüllen.»
> **Oliver von Allmen**
> Geschäftsführer Agrotourismus

Wer sind diese Partner?
Schweiz Tourismus, die Schweizer Pärke, Coop, RailAway, Schweiz Mobil und Reka, wobei Reka ab dem 1. Januar 2014 von E-Domizil abgelöst wird.

Warum?
Wir werden auf diesen Termin hin vom Reservationssystem der Reka auf jenes von E-Domizil wechseln. Der langjährige Vertrag wurde im gegenseitigen Einvernehmen beendet, weil sich die Reka strategisch neu ausrichtet.

Wie beurteilen Sie die Beziehungen zu hotelleriesuisse?
Sie sind so wie jene mit Gastrosuisse: Wir wissen voneinander, arbeiten aber auf Verbandsebene zu wenig miteinander. Dies sollte sich von mir aus ändern, denn ich bin vom Synergiepotenzial zwischen Agrotourismus und Hotellerie überzeugt.

Worauf stützt sich diese Überzeugung?
Es gibt zahlreiche positive Beispiele der Zusammenarbeit. Ein Hotelier kann sich profilieren, indem er Produkte aus der Region bezieht oder seinen Gästen eine Kutschenfahrt auf dem nahen Hof vermittelt … Im Gegenzug schickt der Bauer seine Gäste in die lokalen Restaurants, weil er meistens nur Zimmer/Frühstück anbietet.

… Dafür muss ein Bauernbetrieb keinen Agrotourismus machen.
Es geht doch letztlich darum, dass wir den Incoming-Tourismus stärken – und dazu tragen agrotouristische Angebote bei. Es ist wie zwischen den Hoteliers: Der Konkurrent ist nicht der Nachbar, sondern eine Feriendestination im Süden. Aber es ist klar: Der Schweizer Tourismus ist in den letzten Jahrzehnten über die Hotellerie vermarktet worden. Wir setzen uns für eine Stärkung der Parahotellerie ein.

Ist Agrotourismus Schweiz Mitglied der IG Parahotellerie?
Nein. Die IG wurde zur gleichen Zeit wie wir gegründet. wir sind in Kontakt mit ihr und an einem Beitritt sehr interessiert.

Sie haben in der «htr hotel revue» vor einem Jahr gesagt, der Agrotourismus müsse politisch mehr wahrgenommen werden. Haben Sie das Ziel erreicht?
Teilweise. In der Vernehmlassung für die Agrarpolitik 2014–2017 haben wir unsere Anliegen einbringen können – auch dank der Unterstützung des Schweizerischen Bauernverbandes.

> «Der Konkurrent ist nicht der Nachbar, sondern eine Destination im Süden.»

Wieso?
Als neuer und kleiner Akteur sind wir auf Partner angewiesen. Auch wenn es beim Bundesamt für Landwirtschaft und zum Teil beim Bauernverband Widerstände gab, konnten wir wichtige Anliegen thematisieren.

Wo haben Bauern und Agrotouristiker das Heu nicht auf derselben Bühne?
Unsere Anliegen entsprechen nicht denen der klassischen Landwirtschaft. Ein zentraler Meinungsunterschied besteht natürlich darin, dass nicht alle Agrotourismus als landwirtschaftsnahe Tätigkeit anerkennen – wie auch das Landwirtschaftsgesetz nicht.

Wieso ist dies wichtig?
Gälte die agrotouristische als landwirtschaftsnahe Tätigkeit, fiele es gerade kleineren Betrieben leichter, den Mindestwert der Standardarbeitskräfte zu erreichen. Ab diesem Wert wird ein Betrieb gesetzlich als solcher anerkannt. Damit sind Vorteile verbunden.

Was für Vorteile?
Zum Beispiel der erleichterte Zugang zu Investitionsbeihilfen, erleichterte Hofübergaben …

… und Direktzahlungen?
Wir wollen keine Direktzahlungen für den Agrotourismus.

Dies haben wir immer ausgeschlossen.

Sie würden sich sträuben?
Neben gewissen landwirtschaftlichen Kreisen lehnen es der Gewerbeverband, hotelleriesuisse und GastroSuisse ab, dass agrotouristische als landwirtschaftliche Tätigkeiten anerkannt werden. Wir verstehen dies, vielleicht ist es dafür noch zu früh. Wir werden uns in der Mitwirkung zur Verordnung der Agrarpolitik 2014–2017 trotzdem zumindest für die Anrechenbarkeit der Standardarbeitskräfte einsetzen. Darin unterstützt uns der Bauernverband!

Mit anderen Worten: Handfeste politische Erfolge lassen noch auf sich warten.
Wenn man die politische Unterstützung für den Agrotourismus im Südtirol und generell in der EU anschaut, dann sind wir noch immer weit von gleich langen Spiessen entfernt. Aber dass wir mitreden können, dass Nachhaltigkeit und landwirtschaftsnahe Tätigkeiten immer mehr Gewicht erhalten, ist absolut in unserem Sinne – und insofern darf dies als Erfolg gewertet werden.

Einheitliche Organisation für eine heterogene Branche

Heute findet in Siders die dritte Mitgliederversammlung von Agrotourismus Schweiz statt. Die in Bern angesiedelte Dachorganisation von «Ferien auf dem Bauernhof», «Schlaf im Stroh» und «Tourisme rural» (Romandie) zählt rund 550 Mitgliedsbetriebe und ist die wichtigste agrotouristische Interessenvertreterin auf nationaler Ebene. Die Dachorganisation muss sich allerdings mit 200 Stellenprozenten bescheiden.

Laut Geschäftsführer Oliver von Allmen verfügt einzig der Kanton Graubünden über eine Tourismusorganisation, die sich ausschliesslich dem Agrotourismus widmet. Im Bestreben, seine Organisation breiter abzustützen, hofft er deshalb auf den baldigen Beitritt von Agrotourismus Graubünden. Auch von den Kooperationen mit regionalen Tourismusorganisationen in Schwyz, im Simmental und im Emmental erwartet er eine Stärkung der Mitgliederbasis. Aus der Westschweiz, wo jeweils die Kantone in der agrotouristischen Angebotsentwicklung und Vermarktung federführend sind, hat laut von Allmen das Wallis sein Interesse angemeldet, Beitrittsverhandlungen sind im Gange.

Von der organisatorischen Stärke wird nicht zuletzt abhängen, ob Agrotourismus Schweiz die angestrebte Zertifizierung und spätere Klassierung aller Betriebe glaubwürdig wird durchführen können. Zertifiziert wird, wer alle «Muss-Kriterien» eines Katalogs erfüllt, über den die Mitglieder heute befinden. Wer bei den «Kann-Kriterien» punktet, wird sich weiter qualifizieren können.

Oliver von Allmen gibt als weiteres Ziel den Aufbau von drei «Kompetenzzentren» im Westen, Osten und in der Mitte der Schweiz aus. Diese würden von Agrotourismus Schweiz Leistungsaufträge für die Schulung und Beratung, die Mitgliederbetreuung oder die Qualitätskontrolle erhalten. axg

www.agrotourismus.ch

ANZEIGE

Qualität aus Familienhand

Saft vom Fass naturtrüb aus dem Eichenfass sowie klare Apfelweine (mit und ohne Alkohol) sind Spezialitäten für Ihre Gäste und passen zu jedem Essen.

Unsere natürlichen Apfelsäfte keltern wir ausschliesslich aus Äpfeln der Ostschweiz. Wir kennen die Lieferanten persönlich und stehen ein für Tradition und Qualität.

Jetzt 2 Spiele Jasskarten gratis
beim Kauf von einem Harass Saft in Bügelflaschen
Im Mai erhalten Sie bei Ihrem Getränkehändler zu jedem Harass zwei original Möhl Jasskarten Spiele!

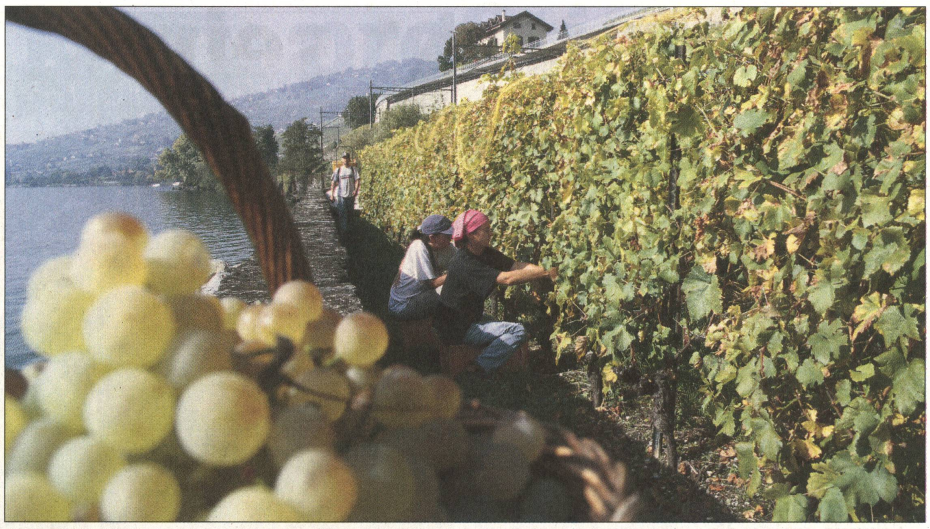
MÖHL
Mosterei Möhl AG | 9320 Arbon | Telefon 071 447 40 74 | www.moehl.ch

htr hotel revue
Nr. 20 / 16. Mai 2013

Ferien-gäste im Rebberg

Eine regionalspezifische Art von Agrotourismus bieten die Swiss Riviera Wine Tours im Lavaux. Gäste erleben die Faszination des Weinbaus am Genfersee hautnah.

ALEXANDRE CALDARA



Während der Riviera Wine Tours am Genfersee begegnet man je nach Jahreszeit den Winzerinnen an der Arbeit. swiss-image.ch / Peter Maurer

Rucksack, Cervelats und ein Gläschen Weisswein, oder ein kleiner Touristenzug, so ungefähr hat der Önotourismus im Lavaux bisher ausgesehen. Der Wirtschaftsexperte Nicolas Abundo hat gegen dieses Modell auch gar nichts einzuwenden. Aber mit den Swiss Riviera Wine Tours, seinem kleinen Unternehmen, im letzten Juli eröffnet und seit Oktober operationell, hat er ein anderes Publikum im Auge.

In luxuriösen Kleinbussen nimmt er 2 bis 6 Personen auf eine vierstündige Tour. Seine Boutique Wine Tours führen ins einzigartige Terroir der Hangparzellen mit Steigungswinkeln von bis zu 90°, die bis zu 300 Metern aufsteigen. «Wir wollen hohen Komfort bieten und unseren Werten treu bleiben, vor allem mit Authentizität», erklärt der Unternehmer.

Russen und Chinesen kommen auf den Weingeschmack

Das im Bordelais, in der Champagne und in der Toskana erprobte Modell ist in der Schweiz noch neu. Die Nordamerikaner haben schon angebissen, und auch Russen und Chinesen kommen auf den Geschmack und lassen sich im seit Juni 2007 in der Welterbeliste der Unesco eingetragenen Lavaux durch sechs Weinbauregionen chauffieren. Nicolas Abundo arbeitet mit drei Kleinbussen und acht Guides, darunter zwei Kulturerbe-Spezialisten.

Der für die Guides zuständige Lloyd Ivarsson vermittelt Wissen und unterhält: «Kennen Sie die drei Sonnen des Lavaux? Eine strahlt vom Himmel, eine vom See und die dritte von den Steinen in der Nacht.» Der Amerikaner, der von 1957 bis 2000 das Hotel Post in Zermatt führte, hat sich auch an Degustationswettbewerben im Waadtland hervorgetan.

In Chexbres, auf der majestätischen Terrasse vor dem Weinbauernhäuschen der Winzerin Christelle Conne, knabbert man Trockenfleisch und Gruyère. Ivarsson preist «die kulturelle Identität des Chasselas, seine Raffinesse und Intelligenz, sein ausdrucksvolles Terroir. Die Touristen schätzen es, dass er keine vulgäre Cabernet-Imitation ist».

Eben hat man im Keller von Christelle Conne eine aus Schiefer, Lehm und Kieseln geschnittene Platte wie ein Kunstwerk bewundert. Im Keller hinter den Fässern gibt es sogar ein wirkliches Kunstwerk zu entdecken, eine kleine Glasmalerei von Jean Prahin. Der Kulturerbe-Spezialist Abundo macht uns auf Prahins ehemaliges Gut Paleyere in den Rebbergen von Chexbres aufmerksam. Dann erzählt er, wie die Bischöfe von Lausanne und die Franziskanermönche ab dem 12. Jahrhundert zur Entwicklung der Rebterrassen beigetragen haben.

Gute Zusammenarbeit mit der Hotellerie und dem Tourismusbüro

Alle 5-Sterne-Hotels an der Riviera und in Lausanne und Häuser wie das Tralala in Montreux schicken Kunden auf die Boutique Wine Tours. Das neue Angebot überzeugt auch Montreux Riviera Tourisme. Dessen Direktor, Christophe Sturny, hat soeben ein Treffen mit 50 Winzern organisiert, an dem die Swiss Wine Tours vorgestellt wurden. Ein paar spielen schon mit, aufrichtig und bescheiden, wie Jacques-Henri Chappuis, der uns in seinem kleinen Gleiswagen an eine steile Stelle führt, unter die grossen Buchstaben das Schriftzugs Dézalay, der über den Hügel läuft.

Auf Schloss Gérolles kennt man die Geheimnisse des Önotourismus seit Langem, und auch dessen kleiner Geheimgarten könnte einmal aufgehen. Nicolas Abundo bietet auch eine Tour durch das Chablais und Führungen für Firmenkunden an.

Übersetzung Christina Miller

ANZEIGE

Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement
Unternehmerseminar hotelleriesuisse

Zu den Besten des Fachs gehört in der Hotellerie, Gastronomie und im Tourismus heute, wer als Leader Wissen, Können und Persönlichkeit vereint.

Die Entscheidungsträger von morgen sind berufserfahrene und ambitionierte Macher, die zielbewusst die finale Stufe auf der Karriereleiter erklimmen und sich zur Unternehmerin oder zum Unternehmer formen wollen. Das notwendige Rüstzeug erarbeiten sie sich im NDS HF Hotelmanagement, dem einzigen Nachdiplomstudium in der touristischen Dienstleistung auf der Stufe Höhere Fachschule.

Das NDS HF Hotelmanagement arbeitet mit erfahrenen Dozentinnen und Dozenten. Der praxisnahe Studiengang dauert mit dem Verfassen der Diplomarbeit 18 Monate, vermittelt in Modulen betriebswirtschaftliche und marketingorientierte Kenntnisse und fördert gleichzeitig persönliche und soziale Kompetenzen. Seit 1968 wurden so aus Talenten über 1'700 diplomierte Hotelmanagerinnen und -manager, die Benchmarks setzen und selbstbewusst die Richtung vorgeben. Als innovative und erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer leisten sie ihren Beitrag für die stetige Weiterentwicklung der Schweizer Hotel-Gastro-Tourismus-Branche und deren vorzügliche Positionierung auf der internationalen Landkarte.

Die Titel «Dipl. Hotelmanagerin NDS HF» und «Dipl. Hotelmanager NDS HF» eröffnen neue Laufbahnperspektiven und verschaffen Zutritt zur Vereinigung diplomierter Hotelmanager NDS HF/Hoteliers Restaurateure SHV/VDH.

Informationsveranstaltungen:
28. Mai 2013 Hotel Ambassador & Spa, Bern
15. August 2013 Hotel Storchen, Zürich

Kursbeginn am 16. Oktober 2013 (Zyklus 40)

Anmeldung, Administration, Information
hotelleriesuisse, Weiterbildung
Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern

Telefon +41 (0)31 370 43 01
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch/nds

hotelfachschule thun soul, passion & system
Swiss School of Tourism and Hospitality
SSTH Scuola superiore alberghiera e del turismo
Lucerne University of Applied Sciences and Arts HOCHSCHULE LUZERN Wirtschaft Höhere Fachschule für Tourismus HFT
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

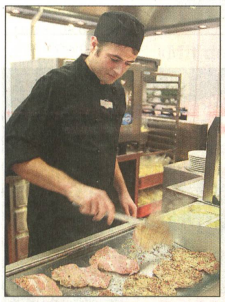
Jedem Gast seine Food-Insel

An offenen Verpflegungsstationen wird frisch gekocht und gleich abgerechnet. Food Islands gelten als Zukunftsmodell der Personalverpflegung. Schattenseite: höhere Kosten.

GUDRUN SCHLENCZEK

Mit allem, was es für die Mittagsverpflegung braucht ausgestattet: Jede Station des Food-Island-Konzepts ist eine in sich geschlossene Gastronomieeinheit. Bilder zvg

Was in den USA bereits weit verbreitet ist, scheint nun auch in der Schweizer Firmenverpflegung Gefallen zu finden: Die sogenannten Food Islands gelten als Folgemodell der in der Personalverpflegung heute üblichen Freeflows. Während bei Letzteren der Gast in der Regel einen mehr oder weniger geschlossenen Ausgabebereich mit mehreren Verpflegungs-Stationen inklusive Getränke- und Kaffeeausgabe vorfindet und diesen über einen zentralen Kassenbereich verlässt, kann er sich beim Food-Islands-System zwischen den Inseln frei bewegen. Jede Insel wird dabei autonom betrieben, ist also eine kleine, in sich geschlossene Gastronomieeinheit und bietet das komplette Verpflegungssortiment: Tagessalat und -suppe, Tagesdessert, Softdrinks sowie Gerichte gemäss Inselthema. Gezahlt wird direkt an der Insel selbst. Für Bettina Westenfelder vom Caterer DSR ist damit auch der grösste Vorteil des Insel-Systems verbunden: Lange Schlangen an der Kasse, wie sie im Freeflow keine Seltenheit sind, würden der Vergangenheit angehören. «Wer lange anstehen muss, kommt nicht mehr wieder.»



Gekocht wird vor dem Gast. Jeder Handgriff muss sitzen.

Mahlzeiten werden frisch vor den Augen des Gastes zubereitet

DSR betreibt für die Credit Suisse im Credit Suisse Tower in Zürich Oerlikon ein derartiges Konzept. An sechs Inseln werden täglich rund 1400 Mitarbeitende mit Speisen verköstigt. «Der Insel-Stil ermöglicht den Gästen ein angenehmes Flanieren von Insel zu Insel, ohne dass es zu störenden Staus oder Wartezeiten kommt», nennt Westenfelder die Vorzüge des Food-Islands-Prinzips. Die insgesamt 530 Sitzplätze werden am Mittag fast dreimal besetzt. Jede der Food-Inseln bei CS ist einem anderen kulinarischen Thema gewidmet. An den Stationen vollendet die Küchencrew vor Augen des Gastes, was in der Produktionsküche zubereitet wurde. A la Vapiano sieht der Gast, wie die frische Pasta aus dem Pastaautomaten kommt, in der Bain-Marie für ihn frisch gekocht und auf der heissen Platte in der gewünschten Sauce geschwenkt wird.

Kaffee wird an den Stationen nicht ausgegeben, dafür soll der Gast an die mit Halbautomaten bestückte Cafébar. «So werden die Restaurant-Plätze wieder frei für neue Kunden», betont Gastronomieplaner Reto S. Fuchs von Promafox, der inzwischen dreimal solche Food-Islands-Systeme für Credit Suisse realisiert hat.

Food-Inseln erleichtern eine flexible Bewirtschaftung

Bettina Westenfelder schwärmt von der Zufriedenheit der Gäste. «Die Inseln vermitteln ein Gefühl von Exklusivität.» Sie ist überzeugt davon, dass der Gast sich tendenziell zu mehr Konsum verführen lässt – ohne jedoch konkrete Zahlen nennen zu können. Dieser Meinung ist auch Reto S. Fuchs: «Die Attraktivität des Angebots lässt den Umsatz in die Höhe schnellen.»

> «Die Attraktivität des Angebots lässt den Umsatz in die Höhe schnellen.»
>
> **Reto S. Fuchs**
> Promafox AG, Bad Zurzach

Das Insel-Prinzip ermögliche darüber hinaus schnellere Anpassungen an sich ändernde Essensgewohnheiten. «Will die Firma nach gewisser Zeit dem Personalrestaurant neues Leben einhauchen, kann sie eine Insel auswechseln lassen und muss nicht den ganzen Freeflow umbauen.» Zudem könne der Caterer bei entsprechender Nachfrage eine einzelne Food-Insel am Nachmittag noch offen halten. Gut eignen würde sich hierfür die Pizza-Einheit, so Westenfelder. Personal- und Investitionsaufwand für die autonomen Gastroeinheiten erscheinen auf den ersten Blick höher als bei einem gewöhnlichen Freeflow. Tatsächlich bewegten sich die Kosten unter dem Strich aber auf etwa dem gleichen Niveau, betont Westenfelder.

Andere Kostenstruktur

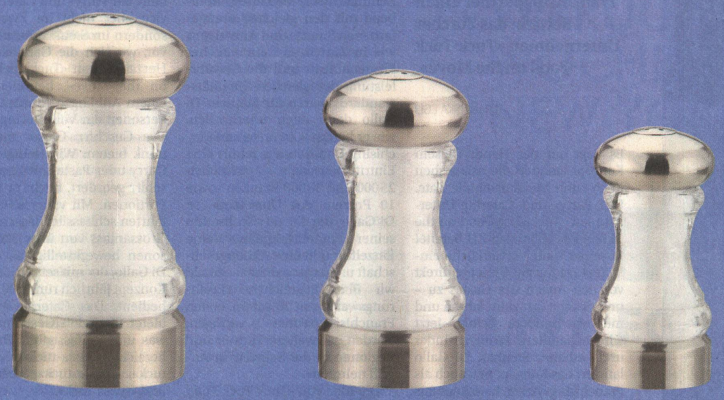
Grund sei eine Verlagerung der Kosten. Anstelle grosser Küchen brauche es lediglich kleine, kompakte Küchen mit weniger Infrastruktur, die Endfertigung der Menüs und Speisen wird an den Food Islands von den Köchen selbst getätigt. Da die Inseln zur Mittagszeit möglichst nicht mehr mit Waren nachbestückt werden sollten, sind allerdings entsprechende Lagerkapazitäten vorzusehen. Jede Einheit muss zudem mit der kompletten Infrastruktur ausgestattet werden: Kasse, Geschirr, Besteck, Combisteamer, Kühleinheiten. Bauseitig müssen Wasser- und Stromanschluss gegeben sein.

Das Konzept verlangt deshalb nach einer gewissen Grösse. Für Stephanie Steinmann von SV Schweiz sind Food Islands ab 300 Mahlzeiten pro Tag realistisch. Die Nummer eins der Schweizer Caterer-Branche führt heute drei Betriebe nach diesem Konzept. Die grosse Herausforderung sieht Steinmann im Kochen vor dem Gast: «Das erfordert frontorientierte Mitarbeiter. Jeder Handgriff muss sitzen.»

Westenfelder registriert ein reges Interesse der Branche an dem Konzept: Jeden Monat meldete sich in der Regel ein Architektenteam im Auftrag eines Unternehmens, um die Food Islands im Credit Suisse Tower zu begutachten. Auch Reto S. Fuchs bestätigt, dass es Anfragen diesbezüglich gebe: «Wir sind mit einem ersten Industriebetrieb für ein solches Konzept im Gespräch.

ANZEIGE

Gesucht: Salzstreuer
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

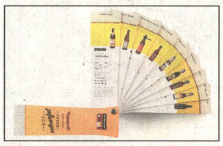
Bier

Welches ist das Lieblingsbier der Schweizer?

Im vergangenen Jahr haben in der Schweiz gut 380 Mikro- bis Grossbrauereien klassische und kreative Biere gebraut. Insgesamt wurden von Herrn und Frau Schweizer 4 622 509 Hektoliter Bier getrunken – pro Kopf also rund 67,5 Liter. Doch welches Bier mag der Schweizer am liebsten? Cerevisia, das Schweizer Bier-Netzwerk will es genau wissen: Die Umfrage dauert noch bis 30. Juni 2013.

www.cerevisia.ch

Pastellgelb bis dunkelbraun: der Bierfarben-Fächer



zvg

Was es im Farbfachhandel längst gibt, ist nun auch für Bier-Interessierte erhältlich: ein Fächer. Entwickelt haben den **Beertone-Fächer** die Ostschweizer Designer Alexander Michelbach und Daniel Eugster. Sie sortierten 202 Schweizer Biere aus 48 Brauereien gemäss ihrer Farbe und versahen die Karten mit Infos – von der perfekten Trinktemperatur über die Brauerei bis zum Alkoholgehalt. fee

www.beertone.me

Kolumne

Ferien ohne das eigene Ich

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.

Wohin auch immer du gehst in der Welt, du bleibst dieselbe Person», sagt ein weiser Freund. Und es stimmt. Wie viel man auch in der Welt umherreist, Blockaden und Macken reisen immer mit, wie Kaugummi an der Schuhsohle.

Frühling bedeutet für mich Weltenbummeln. Die Zeit ist günstig für Ferien, bevor der verrückte Sommer beginnt. Man kann sich tugendhaft fühlen, beim Wegpacken der Wintermäntel und beim Fensterputzen, vielleicht sogar glücklich. Aber wie kann man dem Reisen widerstehen in dieser grossartigen Zwischensaison, wenn Amseln am Abend singen und Flugzeuge in rosarote Sonnenuntergänge zielen? Ich packe also meine Kleider in einen Koffer statt in mottensichere Taschen und fühle mich hoffnungsvoll. Ich erinnere mich – wie immer – an das Motto meines weisen Freundes. Dieses Jahr will ich meine Sorgen – Steuerrechnungen, steigende Mietzinse – absolut nicht mitfahren lassen. Es muss doch möglich sein, sich für eine kurze Zeit von seinem Ich zu verabschieden?

Im verzweifelten Versuch, mein Ich zu Hause zu lassen, wähle ich eine Destination, die der Glückseligkeit nahe kommt: eine griechische Insel. Sonnenuntergänge und Sonnenhüte, fliessende Kleider und schwebende Wolken, Retsina und Raki: Das könnte es ermöglichen, eine andere Person zu werden. Wichtig ist, dass man unterscheidet, ob man als «Reisende» oder als «Touristin» unterwegs ist. Die meisten Leute, die ich kenne, bezeichnen sich als «anspruchsvolle Reisende» aber das heisst, Entscheidungen zu treffen, was wiederum heisst, seinen Verstand zu gebrauchen. Und der Verstand gehört zu jenem Teil meines Ichs, den ich unbedingt zu Hause lassen will. Dieser rotierende Motor, der einen um drei Uhr morgens weckt, weil man immer noch keinen Pensionsplan hat, seit Jahren nicht mehr beim Zahnarzt war und das Auto unterversichert ist.

Ich reise nach Griechenland mit der festen Absicht, eine Touristin zu sein. Ich werde enge Wege im Schneckentempo und schwankend wie ein Kamel gehen. Landschaften und Kathedralen werde ich ausschliesslich durch die Linse meiner Kamera betrachten. Ich werde essen, was der Kellner empfiehlt, besonders «lokale Spezialitäten». Ich werde jede berühmte Stätte besichtigen, besonders die als «Muss» bezeichneten. Ich werde Flussfahrten und Fusspflegen buchen. Ich werde bis mittags schlafen und danach unmittelbar mit Trinken beginnen. Kurz, ich werde eine komplett andere Person sein.

Es ist überraschend einfach, mein altes Ich zurückzulassen. Ich trete aus dem Flugzeug und auf den heissen Teer, bekleidet mit Schlapphut und Sandalen: Kleidungsstücke, die mein urbanes Ich nie tolerieren würde. Nur Stunden nachdem ich im erfreulich klischeehaften blau-weissen Hotel angekommen bin, dessen Restaurant verkündet: «Der Sonnenuntergang ist hier», fühle ich mich wundersam nicht wie ich. Der Sonnenuntergang mag hier sein, mein Ich ist es nicht. Ich hinterfrage den Rat des Hoteldirektors nicht, der mir erklärt, ich müsse a) eine Bootsfahrt machen, b) einen Eselsritt unternehmen und c) seine Ratschläge annehmen. Unbekümmert trinke ich mit Touristen aus Manchester kübelweise Raki, ohne Furcht vor einem Kater. Ich lasse meine vegetarische Vorsicht ausser Acht und esse gegrillte Tintenfische von den Gabeln gut aussehender Fremder. Aber am letzten Abend beginne ich viel zu früh mit dem Packen. Ich lege meine Kleider zwanghaft ordentlich zusammen. Und als ich gefragt werde, wann ich geweckt werden will, zögere ich. Ich gebe die Antwort, von der ich annehme, dass sie auch ein genussorientierter Grieche geben würde. Ich habe mich getäuscht. «Um 9 Uhr?» der Réceptionist sieht entsetzt aus. «Sie sind in Griechenland. Entspannen Sie sich!» Wir einigen uns auf einen Weckruf um 10 Uhr, aber ich stelle meinen Wecker auf 8 Uhr. Mein altes Ich macht sich bemerkbar. Mein Freund hatte recht. Mein Ich ist wieder da.

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

Das Herzstück von «Tuck-Tuck Food on the Move»: die Garküche im Anhänger. zvg

Mit asiatischer Strassenküche die Schweiz erobern

Seit zehn Jahren behauptet es sich im Catering-Markt, nun eröffnet sein erster Franchisingpartner einen Betrieb: das Zürcher Unternehmen «Tuck-Tuck Food on the Move».

FRANZISKA EGLI

Es liegt auf der Hand: Diesem Konzept standen die asiatischen Koch- und Verkaufsmobile Pate. Das Party- und Catering-Unternehmen «Tuck-Tuck Food on the Move» aus Fällanden ZH bereitet in seiner mobilen Garküche einfache und frische Gerichte direkt vor den Augen des Gastes zu – und das seit fast zehn Jahren und mit wachsendem Erfolg. Jetzt wird expandiert: Firmengründer und -inhaber Stephan Di Gallo lanciert das Konzept neu auch als Franchisingsystem, Reto Roos aus Emmenbrücke LU ist der erste Franchisingpartner.

Roos wird von Luzern aus mit seinem Team nach dem Originalkonzept von Di Gallo Firmen- und Privatanlässe in der ganzen Zentralschweiz bedienen, notabene mit den gleichen orangefarbenen Smarts und Anhängern wie in Zürich. Ein einheitlicher Firmenauftritt und die Gewährleistung der gleichen Qualitätsstandards waren für Stephan Di Gallo denn auch unerlässlich, wie er betont. «Zu unseren Franchising-Konditionen gehört eine Eintrittspauschale zwischen 25 000 und 30 000 Franken sowie 10 Prozent des Umsatzes», so Di Gallo, der für die Realisation seiner Franchisingpläne seine Einzelfirma in eine Aktiengesellschaft umgewandelt hat. «Sobald wir über ausreichend Erfahrungswerte mit unserem ersten Franchisingpartner verfügen, werden wir weitere Partner und Regionen in der Schweiz in Angriff nehmen».

Die Idee von «Tuck-Tuck Food on the Move» hatte Di Gallo im Sommer 2003 auf Bali, wieder zu Hause schuf er ein Konzept ganz nach dem Vorbild der asiatischen Strassenküchen. Angepasst an die westliche Kultur fährt der Party- und Cateringservice aber nicht im Zweitakter, sondern im Smart mit Anhänger vor, wo sich die Garküche, das Herzstück von «Tuck-Tuck Food on the Move», befindet. «Mit einem Anhänger können wir 30 Personen ein Vollcatering inklusive Geschirr, Gläser und Getränk bieten. Wird lediglich ein Curry oder Pasta mit Einweggeschirr geordert, reicht er für 200 Portionen. Mit vier bis fünf Gefährten schliesslich lässt sich ein Grossanlass von über 2000 Personen bewerkstelligen», erzählt Di Gallo, der mit seinem smarten Konzept jährlich rund 200 Events bedient. Das Catering-Angebot bietet für jeden Geschmack etwas und umfasst fünf Themenbereiche: «asia-tuck», «mexo-tuck», «pasta-tuck», «bar-tuck» und «swiss-tuck».

www.tuck-tuck.ch

Das Hotel für Langzeitgäste

Das besondere Konzept

«The Flag» kommt nach Zürich: Das Hotel mit seinem Apartment-Konzept spricht vor allem Business-Reisende an. Die Zimmer sind monatelang mietbar.

FRANZISKA EGLI

Sie nächtigen zum Teil über Jahre hinweg häufiger in Hotelzimmern als in ihren eigenen vier Wänden: Geschäftsleute. Und genau dieser Klientel, aber auch Städtereisenden, die sich gerne über längere Zeit in Zürich einquartieren möchten, oder Expats, die noch über kein eigenes Apartment verfügen, will das Apartment-Hotel The Flag entgegenkommen. «Unser Konzept will sich den Bedürfnissen dieser Reisenomaden anpassen und so internationalen Gästen eine Alternative zu anderen Hotelformen bieten», umschreibt es Geschäftsführer Mounir Brown, welcher zuvor für die Verkaufs- und Marketingstruktur des Hotel Einstein in St. Gallen verantwortlich und Vice President für die Worldhotel Association Switzerland war.

«Mit der Wochenmiete spart man 20 Prozent gegenüber der Einzelübernachtung.»

Mounir Brown
Geschäftsführer The Flag Zürich

Zimmer ab 750 Franken pro Woche

Besitzer ist Rudolf Muhr, der bereits in Trier, Münster und in Frankfurt je ein «The Flag» besitzt. Die Eröffnung des Zürcher Apartment-Hotels, welches bei hotelleriesuisse zwei Sterne anstrebt, ist auf kommenden Juli angesetzt. Das Haus wartet mit 104 Zimmern in vier Kategorien und Grössen auf, die bis zu drei Monate mietbar sind. Je nach Kategorie kostet ein Zimmer demnach zwischen 150 und 195 Franken pro Person und Nacht (Frühstück inklusive). Pro Woche sind sie ab 750 Franken zu haben, und der Monatspreis soll unter 2600 Franken liegen, erklärt Brown. «Mit der Wochenmiete spart der Gast so rund 20 Prozent, monatlich sind es bereits zwischen 30 und 35 Prozent». Im zweiten Halbjahr 2013 rechnet der Geschäftsführer mit einer Auslastung von rund 35 Prozent, nächstes Jahr will man 65 bis 75 Prozent erreichen.

Das im Zürcher Kreis 9 beim Letzigrund gelegene Hotel verfügt zudem nicht nur über ein 24-Stunden-Check-in/Check-out-System, sondern auch über einen virtuellen Concierge, via den sich die Gäste Informationen über Zürich einholen können: von der besten Zugverbindung über das kulturelle Angebot bis zu Restauranttipps. Zudem ist das gesamte Hotel mit kostenlosem WLAN ausgerüstet, USB-Anschlüsse und Netzwerkkabel sind in der Lobby genauso vorhanden wie in den Aufenthaltsräumen und den einzelnen Zimmern. Die Zimmer selber können zudem zum Arbeitsplatz umfunktioniert werden: Sie alle verfügen über Smart TV, also über Fernsehgeräte mit Computer-Zusatzfunktionen, die etwa eine Telefonkonferenz via Skype möglich machen. Ausserdem können verschiedene internationale Sender live übers Internet empfangen werden.

Zeitgenössische und lokale Künstler

In der Lobby steht ein grosser Holztisch für bis zu 20 Personen, an dem auf Wunsch das Frühstück serviert wird. Der Raum mit seinen 120 Quadratmetern bietet zudem auch Platz für Besprechungen in Lounge-Ecken. Des Weiteren stehen auf einigen der sechs Etagen Aufenthaltsräume zur Verfügung. Wie schon bei den Konzepten von «The Flag» in Deutschland zeichnet auch in Zürich das Berliner Studio Farbarchiv für das Licht- und Farbkonzept verantwortlich.

Zusätzlich will man beim Zürcher «The Flag» mit zeitgenössischen und auch lokalen Künstlern zusammenarbeiten. In einer ersten Etappe kamen der in Deutschland geborene und in London lebende Künstler Tilo Kaiser sowie der in Argentinien geborene und in Marbella wohnhafte Toto Zumpano zum Zug. Ziel sei es, erklärt Brown, jeder der sechs Etagen und den jeweiligen Zimmern durch die Arbeiten eines Künstlers einen eigenen Charakter zu verleihen. «In der Lobby steht zudem eine spezielle Fläche für wechselnde Ausstellungen zur Verfügung, die nach einer Ausstellung von Tilo Kaiser in erster Linie Schweizer Künstlern rotierend zur Verfügung stehen soll», erzählt Mounir Brown.

www.theflag-zuerich.ch

Die Grösse der Standardzimmer im «The Flag» variiert zwischen 19 und 23 Quadratmeter. zvg

ANZEIGE

GEWINNEN SIE EIN VERRÜCKTES WOCHENENDE IN NEW YORK

UND LASSEN SIE IHRE KUNDEN AUCH DAVON PROFITIEREN

INTERESSIERT ? KONTAKTIEREN SIE IHREN NESTLÉ WATERS (SUISSE) AUSSENDIENSTMITARBEITER ODER SENDEN SIE EINE E-MAIL AN : INFO.CH@WATERS.NESTLE.COM

LIVE FOR NOW

impressum
htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

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

Ressortleiter/innen:
aktuell: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldara/aca
fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenczek/gsg
Grafik und Produktion: Roland Gerber/rg; Andrea Husistein/ah; Daniel Steim/ste
Korrektorat: Paul le Grand.
Volontärin: vakant
Online Redaktion: Natalie-Pascale Aliesch/npa.

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

Verlag
Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Hänni.
Stelleninserate: Angela di Renzo Costa, Patricia Nobs Wyss
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller, Michael Müller.
hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Beglaubigt 2012, verkaufte Auflage: 9031; Gratisauflage: 940.
Leser: 85 000 (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
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42
Fax 031 370 42 23, E-Mail: Inserate@htr.ch
Internet: 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.

Tourismus

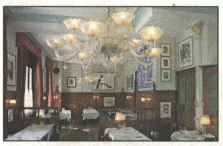
Ausstellung über Genuss und Globalisierung

Woher stammen unsere Nahrungsmittel? Wie wurden sie produziert? Die Wanderausstellung «Wir essen die Welt» von Helvetas im Naturama in Aarau berichtet aus verschiedenen Perspektiven über Genuss, Geschäft und Globalisierung. Sie beleuchtet Facetten rund um das Essen, die Lebensmittelproduktion und den Handel, um Hunger und Überfluss. Die Ausstellung dauert bis 9. Februar 2014 und wird auch in Bern, Zürich oder Vaduz zu sehen sein.

www.naturama.ch

Gastronomie

Gioia Bindella übernimmt Basler «Chez Donati»



zvg

Für Generationen von Baslern ist das **Restaurant Donati** in der St. Johanns-Vorstadt Treffpunkt für Anhänger der gehobenen Gastronomie. Das Traditionslokal stand jedoch wegen des zum Verkauf stehenden Hotels Les Trois Rois vor einer ungewissen Zukunft. Nun übernimmt die Gioia Bindella SA, ein Unternehmen der Zürcher Bindella-Gruppe, per 1. Juli 2013 die Liegenschaft. Der Zeitpunkt der Betriebsaufnahme durch Bindella ist noch offen.

Urs Messerlis «Mille Sens» ist neu im Berner «Scala»

Die Berner Markthalle schliesst per Ende Mai ihre Tore, und Urs Messerli von der Mille Sens Groupe, welche seit zehn Jahren in der Markthalle das mit 15 Gault-Millau-Punken ausgezeichnete Restaurant Mille Sens betrieb, hat lange nach einem neuen Standort gesucht. Nun ist er nur ein paar hundert Meter weiter an die Schweizerhofpassage ins ehemalige Restaurant Scala gezogen. Hier soll das Restaurant Mille Sens im gleichen Stil und nach dem gleichen Konzept wie in der Markthalle weitergeführt werden. Geschäftsführer und Küchenchef ist weiterhin Domingo S. Domingo.

Stelldichein von 20 Spitzenköchen in Zermatt

zvg

Vom 9. bis 11. August steht **Zermatt** im Zeichen des grossen Genusses: Im Rahmen des 3. Swiss Food Festivals präsentieren die 20 Chefköche, die Einträge im Gault-Millau 2013 erhielten und zusammen 248 Punkte vereinen, Walliser und Schweizer Spezialitäten. Höhepunkt des dreitägigen Anlasses ist die Gault-Millau-Kitchen-Party in den Katakomben der Hotels Mont Cervin Palace und Zermatterhof, wo die Spitzenköche Köstlichkeiten vor den Augen der Gäste zubereiten. fee

www.swissfoodfestival.ch

Saugen, Sprayen, Zerstossen, Tupfen: Auch beim Entflecken gibt es je nach Schmutz ganz verschiedene Methoden. Bilder: Franziska Egli

Wo das Wissen in die Tat umgesetzt wird

Ein zentraler Punkt im Hotelbetrieb: die Reinigung. Unter fachkundiger Leitung lernen die angehenden Hotelfachleute im Schulhotel Alpina alles über Werterhaltung.

FRANZISKA EGLI

Er bringt nicht nur ein immenses Fachwissen mit, sondern auch eine kollegiale, unterhaltsame Art: Sergio Lottenbach, Leiter Schulung bei der Reinigungsfirma Wetrok, der der Klasse 2A das Thema «Teppich Zwischen- und Grundreinigung» näher bringt. Kein einfaches Thema, ist er sich bewusst – aber die 18 angehenden Hotelfachleute sind beim theoretischen wie auch beim praktischen Teil ganz bei der Sache.

Längst können sie, die nun im zweiten Lehrjahr sind, die verschiedenen Verschmutzungsarten aufzählen, kennen den Unterschied zwischen losem und haftendem Schmutz, den zwischen Sauberkeit und Hygiene, wissen um die Wichtigkeit der richtigen Reinigungs-Reihenfolge wie auch um die der richtigen Pflegemittel-Dosierung und stellen sich nicht zuletzt interessiert Fragen, wie ob man nun besser auf die ökologischere oder die zeitlich weniger aufwendige Reinigungsmethode setzen sollte.

Abmessen: Die richtige Dosierung ist unerlässlich.

Sprühextrahieren: Schmutz wird bis in die Tiefe entfernt.

Unterschiedlich verschmutzte Teppiche dienen zum Üben

Alexandra Schwarz, Fachlehrperson Berufskunde, ist mehr als zufrieden mit ihren «Schützlingen», die zurzeit den fünfwöchigen Frühlingskurs im Schulhotel Alpina in Adelboden absolvieren. Es ist bereits ihr viertes Mal, dass die 17 jungen Frauen und ein junger Mann den zur Ausbildung zur eidgenössischen Hofa gehören-den, praktischen Teil im Schulhotel im Berner Oberland verbringen. Hier belegen sie jeweils während der Zwischensaison das ganze Hotel, bestreiten ihren Alltag und geniessen theoretischen wie praktischen Unterricht – wie zum Beispiel die verschiedenen Methoden der Zwischen- und Grundreinigung von Textilien, wie Teppichen und Vorhängen. Denn, betont Schwarz, «das Thema Reinigung wie überhaupt alles, was mit Werterhalt zu tun hat, ist eines der Kerngebiete in der Ausbildung zur Hotelfachfrau oder zum Hotelfachmann».

Und so bereitet Sergio Lottenbach in der Lobby des Hotels verschiedene Übungsstationen in Form von unterschiedlich verschmutzten Teppichen aus, anhand deren die Lernenden unterschiedliche Reinigungsmethoden vornehmen müssen. «Je nach Schmutz, aber auch je nach Material wenden wir eine andere Methode an», mahnt der Fachmann. Und während eine Gruppe sich mit der Teppich-Pad-Methode dem Nass-Shampoonieren widmet, kümmert sich die zweite um das Sprühextrahieren und die dritte um das Entfernen von Kaugummi- und hartnäckigen Flecken mittels Tupfen und Spülen.

Das saubere Resultat macht auch die Lernenden glücklich

Tanja Derungs kann diesem sogenannten ÜK (überbetrieblichen Kurs) viel Positives abgewinnen. «Es befriedigt einen enorm zu sehen, wie man mit der richtigen Methode einen Teppich wieder perfekt sauber bekommt», sagt die Lernende. «Ein sehr gutes Training», lobt auch Adriana Krnanova den praktischen Unterricht, nachdem sie beim Nassshampoonieren erste Bekanntschaft geschlossen hat mit dem zuweilen etwas widerspenstigen Monomatic, der sogenannten Einscheibenmaschine. Diese Erfahrungen passen zu Sergio Lottenbachs Devise, die lautet: «Putzen kann jeder, Reinigen muss man lernen».

«Fortsetzung folgt»

Begleitung einer Schulhotelklasse

Das Nachwuchsmarketing von hotelleriesuisse begleitet die angehenden Hotelfachleute der Klasse 2A des Schulhotels Alpina in Adelboden (Leitung: Elian Schmid). Die Ausbildung der Lernenden wird dokumentiert und auf berufe-gastgewerbe.ch aufgeschaltet. In loser Folge berichtet auch die htr hotel revue über die Lernenden: In der htr vom 31. Mai 2012 sprach Schulleiter Peter Rieder über das Projekt. Am 8. November 2012 berichtete die htr, wie die Klasse 2A die Klasse des 1. Lehrjahrs beim Start begleiteten. fee

www.berufe-gastgewerbe.ch

«Die Reinigung, Werterhalt überhaupt, ist eines der Kerngebiete der Ausbildung.»

Alexandra Schwarz
Fachlehrperson Berufskunde

Zwei Zürcher Barkeeper in Madrid

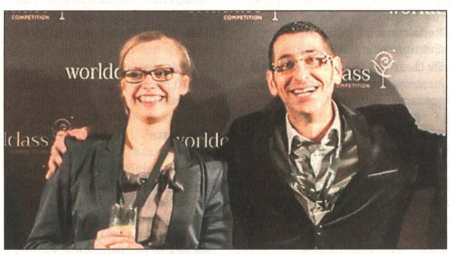
Sie nehmen am «World Class Westeuropa Finale» in Madrid teil: die Barkeeperin Laura Schacht vom Restaurant Clouds und Aristoteles Tsinogeorgos vom Dolder Grand Hotel.

FRANZISKA EGLI

Sie liess der Jury die Augen verbinden, und zu ihren Zutaten gehörte unter anderem frittiertes Schwarzbrot: die Barkeeperin Laura Schacht vom Primetower-Restaurant Clouds in Zürich. Schacht war eine von nur gerade zwei weiblichen Teilnehmenden und hat sich zusammen mit Aristoteles Tsinogeorgos, Barkeeper im Zürcher Dolder Grand Hotel, für den Bartender-Wettbewerb World Class Westeuropa-Finale von Ende Mai in Madrid qualifiziert.

Die Schweizer Ausscheidung der «World Class Competition» hat im Zürcher Hotel Hyatt stattgefunden, wo die zwölf besten Schweizer Bartender sich gemessen haben. Im Finale vertreten waren Bars in Zürich («The Dolder Grand», die «Lucid Bar» im Renaissance Tower, das «Clouds» sowie die «Bar 3000»), Basel (Hotel Les Trois Rois), Bern (Hotel Schweizerhof), Lausanne (Hotel Beau Rivage Palace) sowie Genf (Hotel Mandarin Oriental). Es galt, in kurzer Zeit zwei Cocktailklassiker zu mixen, selbst kreierte Cocktails mit einer Show zu verbinden sowie ein Quiz rund um Spirituosen zu bestehen. Schacht und Tsinogeorgos haben sich mit ihren Drink-Kreationen wie auch mit ihrem Barwissen und ihren Gastgeberqualitäten gegen die anderen Mitstreiter durchgesetzt und treten nun am 28. und 29. Mai in Madrid gegeneinander an. Wer gewinnt, zieht in den World-Class-Weltfinal: Dieses findet vom 4. bis 9. Juli 2013 auf hoher See im Mittelmeer an Bord des Club-Kreuzfahrtschiffes Azamara statt.

Bei dem jährlich stattfindenden, von Diageo Reserve organisierten Wettbewerb World Class haben Bartender aus 40 Ländern die Möglichkeit, ihr Know-how zu erweitern, ihre Fähigkeiten zu präsentieren und sich nicht zuletzt zum «World Class Bartender of the Year» krönen zu lassen.

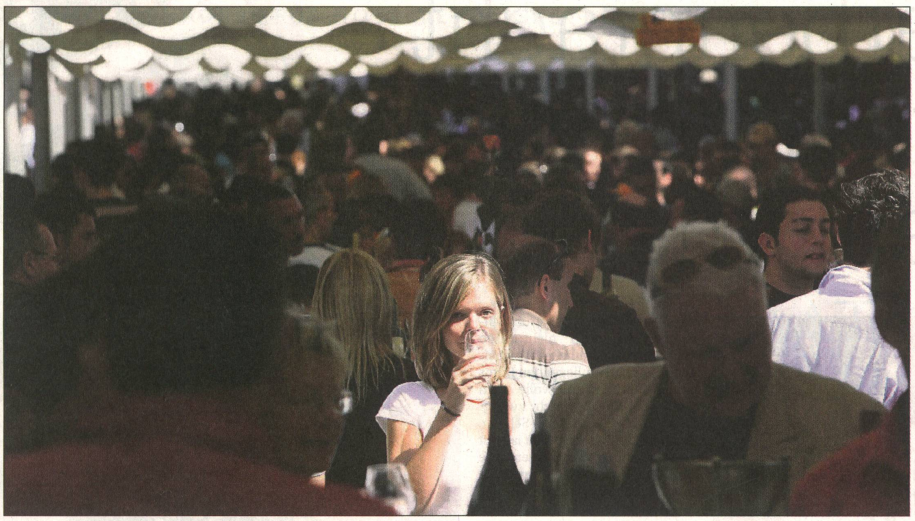


Beste Schweizer: Laura Schacht, Aristoteles Tsinogeorgos. zvg

Weltmeisterliche Pinots

Die Weinmesse Vinea in Sierre gilt in Fachkreisen als Kompetenzzentrum für internationale Weinprämierungen. Königsdisziplin ist jeweils der Pinot-Noir-Wettbewerb.

RENATE DUBACH



Das ist die Vinea: Weindegustationen und Austausch zwischen Konsumenten und Winzern in unbeschwertem Ambiente zvg/Vinea

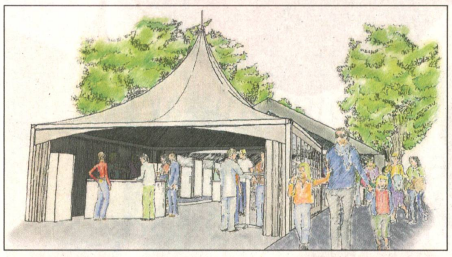
Dieses Jahr wird alles anders in Sierre», verspricht Elisabeth Pasquier. Die Direktorin der Vinea hat mit dem Präsidenten François Murisier die Medien eingeladen, um die Jubiläumsausgabe der Freiluft-Weinmesse (siehe Text unten) und die Pinot-Noir-Weltmeister vorzustellen. Informationsarbeit nehmen die beiden ernst, seit 1993 waren über 500 Medienleute aus aller Welt in Sierre, um über den Salon Vinea zu berichten. 512 Artikel wurden letztes Jahr darüber verfasst.

Über 100 Winzer möchten Weltmeister sein

Die Association Vinea hat sich auch als Kompetenzzentrum für internationale Weinprämierungen etabliert. Unter ihrem Dach finden die Wettbewerbe «Mondial du Merlot & Assemblages», der «Grand Prix des Vins suisses» und der «Mondial des Pinots» statt. Beim Letzteren werden jeweils weit über 1000 Weine aus gut 20 Ländern zur Bewertung eingesandt, auch Pinots Gris und Pinots Blancs. Der Pinot-Noir-Wettbewerb hat sich dabei zur eigentlichen Königsdisziplin entwickelt. Die Rebe, die vom Burgund aus in praktisch jedes Land reiste, wird von Neuseeland bis in die USA auf 85 000 Hektaren angebaut. In der Schweiz hat Pinot Noir mit 4300 Hektar den Chasselas um ein paar Hundert Hektar auf Platz zwei verwiesen. «Seit 2009 küren wir den Pinot-Noir-Weltmeister, das tönt zwar etwas prätentiös, aber dieser Spezialpreis ist eine grosse Auszeichnung», so Vinea-Präsident François Murisier. Verliehen wird der Titel dem Winzer, der mit drei aufeinanderfolgenden Jahrgängen seines Pinot Noir überzeugen kann. Jeder Jahrgang erhält eine Note, dazu kommt die Bewertung der Stilistik. Gut 100 Winzer bewerben sich jährlich um den Titel. «Wir versuchen, die Handschrift des Produzenten zu erkennen. Das ist manchmal schwierig», sagt Thomas Vaterlaus, der in der Jury sitzt.

> **«Der Spezialpreis Pinot-Noir-Weltmeister ist eine grosse Auszeichnung.»**
> **François Murisier**
> Präsident Vinea

Die Pinot-Noir-Weltmeister unter sich: Urs Jauslin, Urs Pircher und Martin Donatsch (von links). zvg/Thomas Vaterlaus



Vinea mit neuem Standkonzept: grosse und kleine Zelte. zvg/Vinea

Würzig, schmelzig oder lieber fruchtig-beerig?

Aber das besonders Überraschende an dieser prestigeträchtigen Disziplin: Die bisherigen Gewinner kommen alle – nein, nicht aus dem Burgund, auch nicht aus dem sonnenverwöhnten Wallis – aus der Deutschschweiz! Urs Pircher aus Eglisau holte sich die Auszeichnung 2009 mit seinen Jahrgängen 2003, 2004 und 2005. Martin Donatsch kehrte zweimal mit dem Titel nach Malans heim. Er trat 2010 mit dem Pinot Noir «Passion» 2006, 2007 und 2008 an und im Folgejahr mit den Jahrgängen 2007, 2008 und 2009.

Der aktuelle Pinot-Noir-Weltmeister kommt aus dem Baselbiet. Urs Jauslin aus Muttenz siegte mit den Jahrgängen 2003, 2004 und 2005 «Hohle Gasse». Ein bisschen Glück gehört dazu, aber der Weltmeistertitel ist keine Lotterie, die bisherigen Gewinner sind Pinot-Noir-Spezialisten. Das zeigte sich in der Degustation von vier Jahrgängen der Weltmeister-Pinots-Noirs. Und auch die Stilistik der drei Winzer war klar erkennbar. Mag man die würzigen, edlen Donatsch-Weine mit langem Abgang? Oder die samtig-weichen schmelzigen Jauslin-Pinots? Oder doch eher den fruchtig-beerigen, saftigen Pinot von Pircher? Die Weine bleiben bezahlbar, die aktuellen Jahrgänge der Pinot-Weltmeister kosten ab Weingut zwischen 29 und 30 Franken.

Vinea 2013: frischer Esprit

Es war eine kleine Revolution vor 20 Jahren, als die Vinea-Leute es fertigbrachten, dass eine Gruppe von Winzern mitten in Sierre ihre Weine anbot. «Ein Meilenstein in der Walliser Weingeschichte», nennt es Vinea-Direktorin Elisabeth Pasquier. Die Veranstaltung habe viele Nachahmer gefunden – auch deshalb versprechen die Vinea-Macher für die 20. Ausgabe, die vom 6. bis 8. September 2013 stattfindet, «einen völlig neuen Auftritt mit frischem Esprit».

Dazu gehört ein neues Standkonzept mit zwei verschiedenen Standformen und grosszügigeren Abdeckungen, das auch bei schlechtem Wetter und an kälteren Tagen angenehme Bedingungen zum Degustieren und Geniessen garantieren soll.

Einerseits wird es grosse Zelte für regionale Vereinigungen oder Verbände wie zum Beispiel das Schaffhauser Blauburgunderland geben. Zu den Weinen werden hier verschiedene Speisen angeboten. Andererseits gibt es langgezogene Zelte, in denen sich jeweils 10 Winzer präsentieren können.

Erstmals findet der Salon während drei Tagen statt, er beginnt am Freitag um 16 Uhr und endet am Sonntag um 16 Uhr. Der Eintritt zur Jubiläumsausgabe kostet etwas weniger: freitags und sonntags 20 Franken, samstags 30 Franken. Neu ist ebenfalls, dass die Winzer eine Degustations-Box mit einem Weisswein und einem Rotwein anbieten, eine Box kostet 30 Franken. rd

www.vinea.ch

News

Teilnehmer des 6. Salon Culinaire Mondial bekannt

Während der internationalen Fachmesse Igeho 2013, die vom 23. bis 27. November 2013 stattfindet, trifft sich in Basel auch die kulinarische Weltspitze anlässlich des 6. Salon Culinaire Mondial, eine der wichtigsten Culinary Art Shows weltweit. Und nun sind die teilnehmenden Nationalteams bekannt: Es sind dies Singapur (Sieger des «Salon Culinaire Mondial 2005), Hongkong, Kanada, Südafrika, Deutschland, Norwegen, Holland, Italien, Tschechien und die Schweiz. Sie werden sich an dem nur alle sechs Jahre stattfindenden, renommierten Teamkochwettbewerb messen.

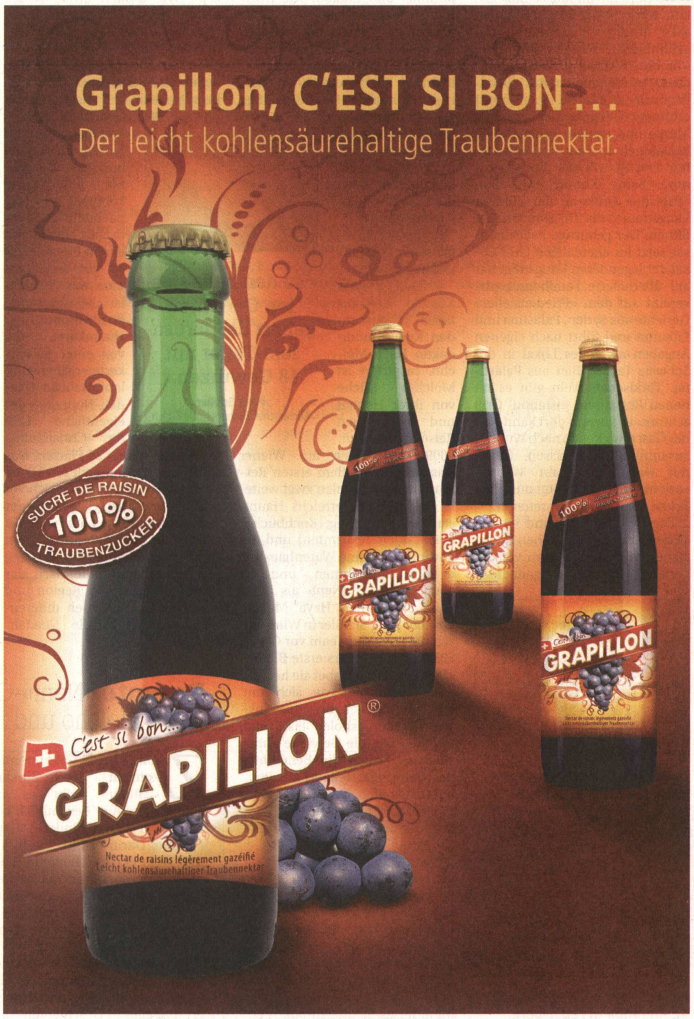
www.salonculinaire.com

«Baur au Lac» zeigt Skulpturen von Robert Klippel

Vom 9. Juni bis 7. August 2013 verwandelt sich die Parkanlage des Zürcher Hotels Baur au Lac anlässlich der «Art in the Park» in ein Freiluftmuseum. Für die Sommerausstellung konnte Gigi Kracht den renommierten australischen Bildhauer Robert Klippel und seine Skulpturen gewinnen. Gigi Kracht, die Gattin von Andrea Kracht, Hotelbesitzer in sechster Generation, ist Initiatorin der Freiluft-Ausstellung. Zweimal jährlich lässt sie Kunstwerke in den Hotelpark stellen und macht die Parkanalage der Öffentlichkeit zugänglich. fee

www.art-in-the-park.net

ANZEIGE



htr hotel revue Nr. 20 / 16. Mai 2013

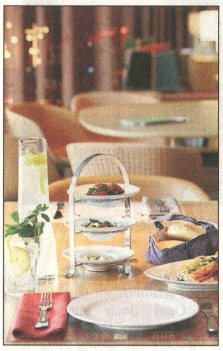
Die Farbenpracht der orientalischen Küchenkunst

Im 25hours Hotel Zürich wird nach dem «Neni»-Konzept gekocht; eine gewürzreiche, orientalisch inspirierte Küche. Die haben auch andere Betriebe für sich entdeckt.

SABRINA GLANZMANN

Ein lauer Abend, ein Glas Wein, dazu ein paar «Mezze» – diese stimmige Kombination wird die Gäste so mancher Hotel- und Restaurant-Terrasse auch in dieser Sommersaison erwarten. Im Berner Hotel Schweizerhof zum Beispiel gehören «orientalisch orientierte Gerichte im Mezze-Stil» fest zum Konzept der 2012 eröffneten «Sky Terrace – darunter sind «Hummus» (Kichererbsenpüree), «Tabouleh»-Salat oder die geräucherte Auberginencrème «Babaganoush» zu finden. Auch jüngst eröffnete Gastrobetriebe rücken Mezze und weitere orientalische Kreationen ins Zentrum: Seit letzten Freitag will der Junggastronom Sami Khouri mit dem «Palestine Grill» an der Zürcher Langstrasse «die Tür zum Orient» öffnen. Der gebürtige Palästinenser setzt im ehemaligen Grill-Lokal der legendären Longstreet Bar auf überlieferte Familienrezepte, vereint auf dem «Friedensteller» Gerichte aus Syrien, Palästina und Libanon und führt nach eigenen Angaben als erstes Lokal in der Schweiz Taybeh-Bier aus Palästina. Türkischen Wein gibt es im neuen Restaurant «Istanbul Grill & more» in Luzern; dort kann sich der Gast etwa Kebap nach Wunsch zusammenstellen lassen. Generell wolle man laut Website «orientalische Tradition aus allen Ecken der Welt» interpretieren.

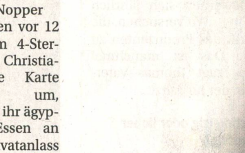
Diese «Türen» und diese «Ecken» der orientalischen Küche stehen in vielen Ländern von Algerien bis Zypern – ihr gemeinsamer Nenner sind intensive Geschmacksrichtungen, die sie Gewürzen wie Anis, Zimt oder Kümmel und Zutaten wie Dörrfrüchte, Sesampaste oder Nüsse verdanken. Ein noch junges Hotel, das mit seiner Gastronomie ebenfalls auf eine solche geschmacksintensive Küche setzt, ist das Zürcher «25hours». Das 10-köpfige Team um Küchenchef Peter Schüler kocht seit Eröffnung vor einem halben Jahr nach der «Neni»-Philosophie.



Essen nach «Neni»-Konzept im 25hours Hotel in Zürich. zvg

Mit wenig Zutaten viel herausholen

«Neni» ist das Konzept der aus Israel stammenden Koch-Autodidaktin Haya Molcho. Inspiriert ist Molchos Küche von ihrer Heimat und zahlreichen Reiseerfahrungen. 2009 startete sie am Wiener Naschmarkt mit dem ersten Restaurant; heute zählen zwei weitere Lokale in Österreichs Hauptstadt, ein Catering, Kochbücher (siehe auch Text unten) und ein Sortiment für eine Warenhauskette zum Unternehmen – und nun eben auch das «Neni» als Franchise in Zürich. Haya Molcho coachte Peter Schüler in Wien und schulte auch das Team vor Ort im «25hours». Schülers erste Bilanz: «Es klingt simpel, aber sie hat mir näher gebracht, wie sich mit wirklich wenigen Frischprodukten viel herausholen lässt und welche Rolle die Gewürze dabei spielen.» So sei die Beliebtheit des «Jerusalem-Tellers» aus Pouletbruststreifen, Peperoni, Hummus, frischen Kräutern und Pitabrot laut Schüler nicht zuletzt der geheimen Mischung aus 18 Gewürzen zu verdanken, die direkt aus Tel Aviv kommt. Die Karte wechselt er alle drei Monate und hält Haya Molcho darüber auf dem Laufenden. Obwohl man bis jetzt «durchwegs positive Resonanz» zu den orientalisch angehauchten Salaten, Butcher Steaks oder Suppen bekomme: ganz ohne Rinds-Saftplätzli oder Penne all'arrabbiata geht es fürs Mittagsgeschäft doch nicht: Den Gästen, vornehmlich Mitarbeitende aus den umliegenden Büros und Unternehmen, wolle man «das Neni-Konzept nicht zwanghaft vorsetzen», so Peter Schüler. Auch das Frühstücksbuffet ist, mit regelmässigen Ausnahmen wie etwa israelischem Salat, eher klassisch mit Eierspeisen, Gipfeli, Konfitüren und Co.



> «Zu den beliebtesten Gerichten gehört der Jerusalem-Teller mit 18 Gewürzen.»
>
> **Peter Schüler**
> Küchenchef 25hours Hotel Zürich

«Christiania» Gstaad: ägyptisch-libanesische Karte als USP

Zwei Hotels, die schon länger mit orientalischen Gerichten arbeiten, sind das Panorama Resort & Spa Feusisberg und das Hotel Christiania in Gstaad. Ersteres bietet seit rund sechs Jahren im Restaurant Zafferano orientalmediterrane Küche. Paul Rüegg, Direktor in Feusisberg: «Bei der Neuausrichtung unseres Rooftop-Lokals damals gab es in der Region noch kein derartiges Konzept. Wir wollten etwas Neues bieten, neben der klassisch mediterranen Küche.» Mittlerweile gehört laut Rüegg etwa der marokkanische Eintopf Tajine zu den beliebtesten Gerichten. Die Hoteliers Isabelle Geadah-Nopper und Gabriel Nagy krempelten vor 12 Jahren im 4-Sterne-Haus Christiania ihre Karte komplett um, nachdem ihr ägyptisches Essen an einem Privatanlass so gut angekommen war. Seitdem ist die ägyptisch-libanesische Hauptkarte, die von einer Saisonkarte ergänzt wird, laut Isabelle Geadah-Nopper der eigentliche USP des «Christiania»-Lokals mit seinen 25 Plätzen. Das Konzept, zu dem auch ein Hauslieferservice gehört, habe sich vor allem bei externen Gästen aus der Umgebung und gerade auch bei Gästen aus dem arabischen Raum bestens etabliert. «Wir können uns heute damit kulinarisch klar positionieren in der Region und von anderen Betrieben differenzieren», sagt Isabelle Geadah-Nopper.

Ägyptisch-Orientalisches im Hotel Christiania, Gstaad. zvg

Lammrücken mit Feigenjus im «Zafferano» in Feusisberg. zvg

Rezepte «Neni»-Gründerin Haya Molcho und ihr «Chaos»

Zum «Neni»-Gastronomiekonzept im Zürcher «25hours» gibt es im Herbst ein neues Rezeptbuch aus der Feder von Gründerin Haya Molcho. Darin erzählt die in Tel Aviv geborene und heute in Wien wohnhafte Köchin in zahlreichen Bildern und Geschichten von sieben Tagen gelebtem «Balagan» – so wird im Hebräischen ein «sympathisches Chaos» bezeichnet.

Haya Molcho hat mit verschiedenen Generationen eine Woche lang ausgiebig gekocht und gefeiert und alles in Geschichten- und Rezeptform festgehalten. Das Buch präsentiert damit ihr ganz persönliches Verständnis der orientalischen, europäisch beeinflussten Küche. sag

Haya Molcho, **Balagan! Rezepte aus der orientalischen Küche.** Südwest Verlag, 192 Seiten, ISBN 978-3-51708-920-1, CHF ca. 35.50. Das Buch erscheint im September 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

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT VON htr hotel revue UND HOTELLERIE GASTRONOMIE ZEITUNG

Nr. 20 · 16. Mai 2013

www.stellenPROFIL.ch

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

GRAFILU

REKLAMATIONEN SIND CHANCEN

Beschwerde- und Reklamationsmanagement sind ein wichtiger Bestandteil des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses
Reklamationen sind nicht einfach nur Reklamationen, sondern sie geben dem Gastgeber die Möglichkeit, sie in eine Kundenbeziehung umzuwandeln. Deshalb sollte dem Reklamationsmanagement höchste Aufmerksamkeit entgegengebracht werden. Das Qualitätsmanagement sollte sich als oberstes Ziel setzen, die Reklamationen ernst zu nehmen und mit hoher Aufmerksamkeit zu behandeln. Aber wird dieses Ziel auch wirklich von allen Verantwortlichen und Mitarbeitern mitgetragen? Der Reklamationsprozess und die Reklamationsstimulierung sollten deshalb definiert und in einem Management-System dokumentiert werden. Mit regelmässigen Mitarbeiterschulungen wird dem Thema die «Angst» genommen. Damit hätte man die volle Kontrolle über die eingegangenen und bearbeiteten Reklamationen und auch über die Reaktionen der Gäste. Ausserdem ist man dann in der Lage, die Reklamationen entsprechend auszuwerten, um die Bedeutung der einzelnen Kundenprobleme und die Ursachen der Kundenunzufriedenheit genauer zu untersuchen.

Reklamationen und Weiterempfehlungen
In einer Studie für eine Schweizer Hotelgruppe wurde die Weiterempfehlungsabsicht der Gäste genauer untersucht. Die Frage «Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie unser Hotel weiterempfehlen?» konnten die Gäste von 0 % bis 100 % in Zehnerschritten bewerten. Nach der Loyalitätsstudie von F. F. Reichheld sind jene Gäste, die 90 + % bewerten, aktive Weiterempfehler. Bewertungen von 70 und 80 % sind so genannte «passiv zufriedene Gäste» – sie verhalten sich loyal. Bewertungen zwischen 0 und 60 % gehören zu den Kritikern, da sie mit einer oder mehreren Leistungen nicht zufrieden waren. Die Bewertungen (Zeitraum von 15 Monaten) wurden für diese Analyse in zwei Gruppen geteilt – einmal jene Bewertungen, die bei der Weiterempfehlung 90 bis 100 % (aktive Weiterempfehler) beurteilt haben und diejenigen Bewertungen, welche die Kunden mit 0 bis 60 % (Kritiker) angeklickt haben. Dann wurden über alle Zufriedenheitsfragen der beiden Gruppen die Mittelwerte berechnet und verglichen. Das Thema mit dem grössten Unterschied war die Behandlung von Reklamationen. Das heisst, Gäste, welche eine Reklamation hatten und diese sehr gut abgewickelt wurde, haben eine deutlich höhere Weiterempfehlungsabsicht als jene, bei denen die Reklamationsbehandlung nicht gut oder nur durchschnittlich behandelt wurde. Paradoxon: Jene Gäste mit einer ausgezeichneten Reklamationsbehandlung haben sogar eine höhere Weiterempfehlungsabsicht als Gäste ohne Reklamation.

Alexander Fläckel
IRC-SWISS GmbH
www.irc-swiss.ch

ZITAT DER WOCHE

«Wir sind nicht nur für das verantwortlich, was wir tun, sondern auch für das, was wir nicht tun»

Jean Molière

AGENDA

27. MAI
«Learning by Doing – Module 1 + 2», von hotelleriesuisse, im Hotel Ador, in Bern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

28. MAI
«Informationsveranstaltung Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement», von hotelleriesuisse, im Hotel Ambassador, in Bern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

AB AUGUST
«Lehrgang Diätetik und gesunde Ernährung», vom Schweizer Kochverband, diverse Orte
www.hotelgastrounion.ch

9. AUGUST
«Refresher Qualitäts-Trainer – Stufe II» von hotelleriesuisse, im Hotel Ambassador, in Bern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

31. AUGUST
«Methodik-/Didaktikkurs», vom Schweizer Kochverband, im Ausbildungszentrum, Liestal
www.hotelgastrounion.ch

23.–27. SEPTEMBER
«8. Internationale Servicemeisterschaft», vom Berufsverband Restauration, anlässlich der Igeho in Basel
www.hotelgastrounion.ch

www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk
Für Ihren Erfolg – unser Beraternetzwerk
CURAVIVA.CH
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue
für nur 150 Franken
Direkte Online-Erfassung unter:
www.htr.ch/jobdispo
htr hotel revue - 031 370 42 42

Gesucht: Fischmesser
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch
hotel marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

ARBEITSSICHERHEIT

In der Bäckerbranche gibt es 71 Unfälle auf 1.000 Beschäftigte (1995–2005). Rund 750 Berufsunfälle pro Jahr verursachen Kosten von sieben Millionen Franken. Im Gastgewerbe sind es 13.000 Betriebsunfälle, die 41 Millionen Franken kosten. Erfreulich ist, dass die Unfallhäufigkeit in den letzten Jahren gesunken ist. «Profil» gibt wöchentlich Tipps. Die Grundtipps gelten für beide Branchen.

Was tun für den Notfall? (Teil 1)

Unfälle, akute Erkrankungen am Arbeitsplatz, Brände usw. können jeden Betrieb treffen. In solchen Fällen tragen eine gute Notfallorganisation, funktionierende Erste-Hilfe-Massnahmen und gut instruiertes Personal viel zur Schadensminderung bei.

- Erarbeiten Sie einen Alarmierungsplan mit den wichtigen Adressen und Telefonnummern und hängen ihn bei jedem Telefon auf.
- Stellen Sie das Erste-Hilfe-Material (Sanitätskasten) gut erreichbar bereit und achten Sie darauf, dass es immer komplett ist.

Die Tipps stammen aus der Broschüre «Unfall – kein Zufall» fürs Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriegewerbe, herausgegeben von der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS. Die Broschüre kann gratis heruntergeladen werden unter: www.ekas.admin.ch

NEUE MITARBEITER VERUNFALLEN HÄUFIGER

Wer in einem Betrieb neu beginnt, verunfallt 50 Prozent häufiger als ein «alter Hase». Doch die meisten Unfälle lassen sich durch gute Einführung vermeiden, wie die Suva-Broschüre «Neu am Arbeitsplatz» zeigt.

Chefs stehen bei der Unfallverhütung in der Pflicht. So lautet Artikel 82 des Bundesgesetzes über die Unfallversicherung (UVG): «Der Arbeitgeber ist verpflichtet, zur Verhütung von Berufsunfällen und Berufskrankheiten alle Massnahmen zu treffen, die nach der Erfahrung notwendig, nach dem Stand der Technik anwendbar und den gegebenen Verhältnissen angemessen sind.» Wichtig ist die Verhütung vor allem bei Neuen, denn sie verunfallen weit häufiger. Neue Mitarbeiter kennen die Gefahren noch nicht. Und sie unterliegen einem mehrfachen Stress. Sie werden oft mit Informationen überflutet und wissen nicht mehr, wo ihnen der Kopf steht. Dies verunsichert und verwirrt sie. Dagegen können Vorgesetzte und die anderen Mitarbeiter etwas tun. Bei einer sorgfältig geplanten, schrittweisen Einführung passieren viel weniger Unfälle. Übrigens stehen nicht nur die Chefs in der Pflicht. Im erwähnten Gesetzesartikel werden auch die Mitarbeitenden verpflichtet, den Arbeitgeber bei der Verhütung von Berufsunfällen zu unterstützen.

ARBEITSSICHERHEIT – TIPPS FÜR VORGESETZTE

- Stellen Sie einen Einarbeitungsplan auf.
- Informieren Sie die Mitarbeitenden über den Neueintritt und wählen Sie einen Ansprechpartner für den Neuen.
- Machen Sie den Neuen auf sein erhöhtes Unfallrisiko aufmerksam.
- Lassen Sie dem Neuen genügend Zeit, die vielen Infos zu verarbeiten.

TIPPS FÜR MITARBEITENDE

Wenn Sie die folgenden Tipps beachten, tun Sie bereits einiges für Ihre Sicherheit.

- Fragen Sie! Unsicherheit ist am Anfang völlig normal. Fragen Sie, wenn Ihnen etwas nicht klar ist. Fragen ist keine Schande.
- Verlangen Sie eine Instruktion. Arbeiten Sie nur mit Maschinen und Werkzeugen, die Sie sicher bedienen können. Verlangen Sie eine Instruktion, wenn Sie unsicher sind. Bei der Behebung von Störungen kommt es besonders häufig zu Unfällen. Klären Sie ab, wie Sie bei Störungen vorgehen müssen und wer Ihnen weiterhelfen kann.
- Hektik und Ungeduld erhöhen das Unfallrisiko. Nehmen Sie sich bei neuen Tätigkeiten die nötige Zeit und lassen Sie sich nicht drängen. Erst mit der Übung werden die Handgriffe schneller und sicherer.
- Verlangen Sie schriftliche Unterlagen. Am Anfang müssen Sie eine grosse Menge Informationen aufnehmen. Dabei kann es vorkommen, dass Sie nicht alles sofort im Kopf behalten. Erkundigen Sie sich nach schriftlichen Unterlagen (Bedienungsanleitungen usw.). Machen Sie sich wenn nötig Notizen.
- Zuversichtlich bleiben. Erinnern Sie sich daran, wie viel Sie in Ihrem Leben schon gelernt haben. Das stärkt das Selbstvertrauen.

Mario Gsell

BUCHTIPP

EIN WEGWEISER FÜR DIE DRITTE LEBENSRUNDE

Viele sehnen den Tag herbei – andere fürchten ihn. Den Tag der Pensionierung. Die richtige Vorbereitung auf diese Zeit ist das A und O. Dieser Ratgeber stellt die Fülle der Themen ums Älterwerden «süffig» dar. Das Tabu Sexualität im Alter, gesunde Ernährung, veränderte Generationenbeziehungen, aber auch Gedächtnistraining, Tipps zur Gestaltung des Alltags, zu den Finanzen oder gar der Trauerprozess beim Verlust einer geliebten Person werden angesprochen. Wer sich (früh-) pensionieren lässt oder pensioniert ist, sollte diesen Wegweiser keineswegs verpassen! Das Buch bietet keine Lösungen oder Rezepte an, hier wird nicht «geschulmeistert»! Die Autoren recherchierten über zwei Jahre. Sie wollen informieren, bewusst machen und die Leserin oder den Leser in Entscheidungsprozessen unterstützen. Wer möchte nicht die Ernte einfahren, die er ein Leben lang gesät und für die er geackert hat? Höchste Zeit also, sich auf die «grosse Freiheit» einzustellen. Ein attraktives Layout und farbige Abbildungen machen dieses Buch zum Lesevergnügen. Mit Arbeitsblättern.

«Pensioniert»

Werd Verlag
von Hannelore Rizza
und Roger Gauderon
ISBN
978-3-930816-26-2

CHF 44.90

AUS- UND WEITERBILDUNG

Das Intensiv-seminar
GASTROSUISSE
NEU
Der Schweizer Spirituosen-Sommelier®
Die Welt der Edelbrände kennen, verstehen und verkaufen können.
Mit international anerkanntem Zertifikat WSET® Level 2
Termine: berufsbegleitend
Start Herbst: Montag, 7. Oktober 2013
Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastrosuisse.ch
25364-9683

Das Intensiv-seminar
GASTROSUISSE
Der Schweizer Wein-Sommelier®
Kompaktes Weinwissen für GastroProfis
Termine: berufsbegleitend
Level 2: Start Frühling: 13.02.13, Start Herbst: 29.08.13 Level 3: Start Frühling: 28.03.13, Start Herbst: 22.10.13
Weitere Informationen
GastroSuisse, Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastrosuisse.ch
25096-9557

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

Italienisch
Wein und Küche, Kurs 699 Euro

Scuola Toscana, Via dei Benci 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039 055 244 583
www.scuola-toscana.com
25238-9624

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

HOTELLERIE et GASTRONOMIE ZEITUNG

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

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

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

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

LEITUNG
Barbara König
Philipp Bitzer
Michael Gollong

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

redaktion@stellenprofil.ch
redaktion@immoprofil.ch

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

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

Die Verarbeitung inkl. Fakturierung der Stellen- und Immobilienanzeigen erfolgt (auch wenn die Auftragserteilung via Hotellerie et Gastronomie Verlag erfolgen sollte) über die htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

VERKAUF
Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42

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/immobilien 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 et Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39, 8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION
Ringier Print Adligenswil AG, 6043 Adligenswil/LU

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

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

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

Spaghetti Factory

In der Schweiz führen wir 40 Restaurants mit verschiedenen Konzepten der italienischen Tafelkultur. Zur Ergänzung unseres Gastronomie-Teams in Zürich suchen wir nach Vereinbarung eine überzeugende und begeisterungsfähige Persönlichkeit für die Funktion der

Projektleitung und Akquisition sowie der operativen Gruppenleitung der Spaghetti Factory.

Zählen Sie Akquisitions- und Konzeptentwicklungsfähigkeiten zu Ihren Stärken? Haben Sie Leadership bewiesen und sind ehrgeizig? In dieser Funktion können Sie Ihr Talent unter Beweis stellen, indem Sie Teil eines dynamischen und motivierten Teams werden und uns beim Erreichen der ambitiösen Wachstumsziele unterstützen.

Die Schwerpunkte Ihres Aufgabengebiets umfassen Marktanalysen, Neu- und Weiterentwicklung des Konzepts sowie Standortakquisition in den grossen Schweizer Städten für die bekannte und beliebte Marke «Spaghetti Factory». Sie erstellen das neue Konzeptmanual, gehen offensiv potenzielle Vermieter von anforderungskonformen Standorten an und entwickeln so die Marke weiter. Sie führen detaillierte Umfeldanalysen und Machbarkeitsstudien durch und beantragen gute Standorte bei der Geschäftsleitung zur Genehmigung. Parallel führen Sie die heutigen Betriebe operativ mit Ihren Geschäftsführungen und nehmen Ihre Führungsverantwortung wahr.

Sie bringen Berufserfahrung aus einer vergleichbaren Position mit und verfügen über ein branchenspezifisches Netzwerk. Zudem haben Sie eine Ausbildung in der Gastronomie mit einem eidgenössischen Fachausweis oder einer höheren Fachprüfung wie G2, G3 oder Hotelfachschule erfolgreich abgeschlossen. Ihre MS-Office-Kenntnisse sind ausgeprägt und fundiert. Ihre Stärken liegen im analytischen, betriebswirtschaftlichen und konzeptionellen Bereich. Sie erledigen Ihre Arbeiten sehr selbständig, sind äusserst innovativ, haben einen grossen Einsatzwillen und zeichnen sich durch Teamfähigkeit, Flexibilität und Belastbarkeit aus.

Wir bieten Ihnen ein verantwortungsvolles und vielseitiges Tätigkeitsfeld mit herausfordernden Projekten. Zudem können Sie sich in einer persönlich geführten Unternehmung voller Lebensfreude weiterentwickeln.

Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung und freuen uns über Ihre vollständige Bewerbung an:

Monika Farmer
Geschäftsleitung MitarbeiterInnen (HR)
Hönggerstrasse 115
8037 Zürich
monika.farmer@bindella.ch
www.bindella.ch

BINDELLA *terra vite vita*

26896-10048

Attraktive Kaderposition – auch für ambitionierte, starke Sous-chefs!

Highlights sind die gelungenen, mit sehr viel Liebe zum Detail konzipierten, Um- und Ausbauten und die beeindruckende Innenarchitektur des hervorragend geführten Spitzenbetriebes! Ausgezeichnete, exklusive Restaurants und F & B Outlets auf Gourmetstufe, grosszügig eingerichtete High Tech-Küche mit viel Tageslicht, sowie ein imposanter auf hohem Niveau ausgestatteter Spa verhelfen dem bekannten First Class Superior-Hotel zu einem klaren Vorsprung auf die Wettbewerber.

Dies an besonders schöner Lage in einer exklusiven, international bekannten Deutschschweizer Premium Resort Destination unweit grösserer Zentren. Engagierte Chefs brennen darauf in Sachen Weiterentwicklung, Qualitätssicherung und Schaffung eines einzigartigen Angebots Massstäbe zu setzen und wissen es zu schätzen, dass die gesteckten Ziele mit einem dynamischen jungen Management und einer als weitsichtig geltenden Besitzerschaft gemeinsam angegangen werden.

Küchenchef/in

für die Leitung einer professionellen mittelgrossen Crew

Das kulinarische Angebot geht in Richtung marktfrisch, innovativ sowie einer dem Zeitgeist entsprechenden Kombination basierend auf moderner französischer Küche und attraktiven Gerichten der Schweizer Küche. Verbunden mit saisonalen und regionalen Spezialitäten sowie mediterranen Einflüssen ergibt sich eine einzigartige Vielfalt. Dabei liegt Ihnen der punktuelle persönliche Kontakt zum Gast ebenso am Herzen wie der Wunsch den exzellenten Ruf des Hauses durch 1A-Produkte und ausgesuchte Köstlichkeiten auch für die Zukunft zu sichern.

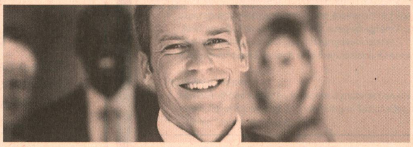
Kreative Hands-on Chefs de Cuisine oder Sous-chefs mit entsprechenden Leistungsausweisen und mentaler Fitness informieren wir gerne über die Vorteile die mit dieser attraktiven Kaderposition verbunden sind! Willkommen im Hotel-Unternehmen der Extraklasse welches regelmässig Höchstnoten in den Gästebeurteilungen erlangt. Der Eintrittstermin kann flexibel resp. nach Vereinbarung gehandhabt werden. Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen. Idealerweise vorab CV/Foto elektronisch einsenden oder ganz einfach 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

26621-10005



Gruppenleiter/in (Segment Bildung)

Hauptsitz der ZFV-Unternehmungen
Flüelastrasse 51, 8047 Zürich

nach Vereinbarung

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

zfv Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch

26881-10043

CAPO ALLEGRA

Feines Hotel am Grossen Platz sucht dein Herz und Talent für die Leitung der Bereiche Service und Rezeption. **Wir atmen Bergluft. Verführen die Städter in Schönheit und Hingabe. Das ruft nach deinen Ideen und deiner Frische. Bietet Gestaltungsspielraum und Perspektiven. Die ausführliche Ausschreibung findest du auf unserer Webseite.** ***Wir freuen uns, dich kennen zu lernen!***

www.pizlinard.ch → CAPO ALLEGRA

26225-9941

CLOUDS

ROCK THE CLOUDS

Wieso nicht ganz oben einsteigen, als Gastgeber im CLOUDS casual dining Restaurant?

Hoch über Zürich, in den beiden obersten Stockwerken des stadtbekannten Prime Tower, führen wir einen aussergewöhnlichen Gastronomiebetrieb mit Restaurant, Bistro, Bar und Conference Center.
Dafür **suchen wir per August 2013** oder nach Vereinbarung einen

Restaurant Manager / Gastgeber (w/m)

CLOUDS lebt ganz anders, die Anforderungen sind so hoch wie die Lage.

CLOUDS Gastgeber sind charmant, sympathisch, kompetent, frei von Gourmet-Allüren, jung, stylish und voller Leidenschaft. Kurz: Ausgewiesene Gastro-Profis mit Führungserfahrung, die ein Team von 15 Mitarbeitenden begeistern können, bestens mit der urbanen Zürcher-Gastroszene vertraut sind, schon einiges bewegt haben und noch höher hinaus wollen.

Dafür gibt's im CLOUDS spannende Perspektiven, ein hochmotiviertes Team, eine engagierte Küchenbrigade, ein einmaliges Ambiente. Dazu Gäste, die das wirklich zu schätzen wissen.

Und wenn Sie zwischendurch zum Fenster hinausschauen, wissen Sie, warum ein Job im CLOUDS ganz anders ist.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre Online-Bewerbung via clouds.ch, Rubrik «Jobs».

CLOUDS Gastro AG
clouds.ch

CLOUDS. *Lebt ganz anders.*

26903-10049

Können Sie sich selbst und auch Ihre Mitarbeitenden immer wieder für Zahlen begeistern – und schätzen Sie ab und zu den Blick in die Berge?
Unsere Kundin, eine erfolgreiche Unternehmung mit Portfolio von exklusiven Hotels und Resorts weltweit, sucht den Kontakt zu einer vielseitigen, in der Hotellerie erfahrenen und dienstleistungsorientierten Persönlichkeit im Bereich Finanz- und Rechnungswesen... mit IT-Affinität. Für die geplante Neueröffnung freuen wir uns auf einen engagierten, starken

Director Finance Luxus Hotellerie

Wir wünschen uns eine motivierte, erfahrene Persönlichkeit mit ausgezeichnetem Leistungsausweis im Finanz- und Rechnungswesen und entsprechender Weiterbildung. Eine ähnliche Position in der Hotellerie ist von grossem Vorteil. Sie haben sehr gute Kenntnisse in cost control, coachen Ihr Team in buchhalterischen Fragen, bewegen sich auf allen Ebenen des Finanz-Parketts in einem anspruchsvollen Luxushotel und sind überall Gastgeber und Kommunikator mit täglicher Freude an Luxus und Lifestyle. Sie sehen sich als Brückenbauer für alle internen und externen Stellen, die mit Finance und Controlling zu tun haben.
Ihr Deutsch und Englisch ist fliessend in Wort und Schrift und über jede zusätzliche Sprache freuen wir uns. Unsere Unternehmenskultur schätzt Mitarbeitende mit Teamspirit, Offenheit und Humor... nebst den Musts wie Pünktlichkeit, Detailtreue und kultivierten Umgangsformen.
Wir freuen uns auf Ihren vollständigen Lebenslauf mit Bild, bitte auf elektronischem Weg und geben Ihnen sofort eine Rückmeldung.

Ihre Kontaktperson: Esther Bischofberger
ebis@ubis.ch

ESTHER BISCHOFBERGER
Menschen & Möglichkeiten

Menschen & Möglichkeiten
Esther Bischofberger
Zeltweg 44
8032 Zürich

26657-10025

schifflände

GENUSSVOLL VERWEILEN AM HALLWILERSEE

OFFENE STELLEN

DER SCHÖNSTE ARBEITSPLATZ AM HALLWILERSEE

Eintritt per Mai 2013 oder nach Vereinbarung

Die Remimag-Gruppe wächst weiter. Verschiedene attraktive Betriebe ergänzen unser Unternehmen. Ein absolutes Bijou - nicht nur für Wasserratten, Segler und Fischer - ist unsere Schifflände am Hallwilersee. Im Mai 2013 heisst's «Leinen los».

Die Schifflände umfasst ein Restaurant mit rund 100 und einen Saal mit 100 Plätzen sowie eine Terrasse mit weiteren 130 Sitzplätzen. Eine gepflegte regionale und mediterrane Küche bildet den Schwerpunkt unseres Angebotes. Wir suchen einsatzfreudige, kompetente und sturmerprobte Matrosen in folgenden Tätigkeiten:

- **Betriebsassistent / Chef de Service w/m**
- **Koch / Jungkoch w/m**
- **Service-Mitarbeiter w/m, auch Teilzeit**
- **Hotelfachassistent w/m, auch Teilzeit**
- **Office- und Reinigungsmitarbeiter w/m, auch Teilzeit**

Weitere Details und Informationen finden Sie auf unserer Homepage www.remimag.ch.

Zögern Sie nicht! Packen Sie die Gelegenheit beim Schopf und entscheiden sich für eine Zukunft mit uns. Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto zu Handen:

Remimag Gastronomie AG Laura Brunner-Poltéra Sachbearbeiterin Personal
Buzibachring 3 6023 Rothenburg T 041 289 02 21 karriere@remimag.ch
remimag.ch hotel-restaurant-schifflaende.ch

26884-10044

Für unser stilvolles Gourmet Restaurant suchen wir ab 26. Juni 2013

Chef de partie (w/m)
Jungkoch (w/m)

Sie sind kreativ und innovativ, haben fundierte Fachkenntnisse und Qualitätssinn. Sie haben gerne Kontakt mit unseren anspruchsvollen Gästen.

Gourmet Restaurant C A V I G I L L I
Marianne Tobler und Ruud Willemsen
Via Arviul 1, 7017 Flims Dorf
Telefon 081 911 01 25 oder 078 791 43 17
www.cavigilli.ch info@cavigilli.ch

26905-10051

Chef de Service

Jobcode hoteljob.ch: J59657

Waldhotel Davos AG
Buolstrasse 3 7270 Davos Platz
081 415 15 15 bardhyl.coli@waldhotel-davos.ch

26661-10029

RESTAURANT ZUM DOKTORHAUS

Wir suchen per 1. Juni zur Verstärkung unseres Service-Teams aufgestellte und fachkundige

Service-Mitarbeiter/in mit A-la-carte- und/oder Bar-Erfahrung

mit viel Sensibilität für unsere anspruchsvollen Gäste

Wir sind ein gastfreundlicher, moderner Restaurationsbetrieb mit Stil und Ambiance in unseren verschiedenen Räumlichkeiten wie Vineria, A-la-carte-Restaurant, Bar/Lounge Säli und Saal, Gartenrestaurant und Biergarten.

Wir sind stadtnah und doch ländlich. Bei uns fühlen sich Mitarbeiter und Gäste zu Hause!

Weitere Auskünfte erteilen wir Ihnen gerne telefonisch:
044 830 58 22 (Frau Rita Essig verlangen).
Unseren Betrieb können Sie unter www.doktorhaus.ch kennen lernen.

Wirtschaft zum Doktorhaus, Wallisellen
Rita Essig und Team
E-Mail info@doktorhaus.ch

26629-10010

STADT WIL

In unserem Bergholz entsteht ein neuer Sportpark mit Hallenbad inkl. Wellness, Freibad, Eissporthalle, Fussballstadion und Rasenspielfeldern. Im Zentrum dieser Anlagen: **das neue Restaurant!** Für den Aufbau und die Leitung suchen wir eine erfahrene und teamfähige

Gastronomie- und Gastgeberpersönlichkeit

Unser Angebot
Das Bergholz ist ein topmodernes, neues Sportzentrum - aussergewöhnlich in der Nutzungsvielfalt. Wir bieten Ihnen die Chance, in einem einzigartigen Grossprojekt Ihre Ideen von Anfang an mit einzubringen und die Qualität der Dienstleistungen massgeblich mitzubestimmen. Das Aufgabengebiet ist interessant, anspruchsvoll und geprägt von Dynamik.

Ihr Profil
Sie sind eine gästeorientierte und kommunikative Führungspersönlichkeit, mit Erfahrung in der Geschäftsführung eines Gastronomiebetriebes. Sie verfügen über eine Grundausbildung als Koch und idealerweise auch über einen Hotelfachschulabschluss. Sie kennen sich in der Angebots- und Kalkulationsplanung aus und können mit betriebswirtschaftlichen Kennzahlen arbeiten.

Ihre Aufgaben
Sie übernehmen zusammen mit der Geschäftsführung die Angebotsplanung und eröffnen das Restaurant im Winter mit einem neuen Team, welches Sie rekrutieren. Sie führen mit qualitativen und quantitativen Zielen und definieren sämtliche Prozesse neu und nachhaltig. Sie sind mitverantwortlich für die Erreichung der finanziellen Ziele und geniessen kreativen Spielraum für eine erfolgreiche Positionierung des Restaurants in einem sportlichen Umfeld.

Sind Sie interessiert? Sie erreichen die Geschäftsführerin, Frau Kathrin Weber, mit der Telefonnr. 079 277 07 30 oder mit Mail an: wispag@stadtwil.ch

Stellenantritt: 1. Oktober 2013 oder nach Vereinbarung
Bewerbungsfrist: 1. Juni 2013
Bewerbungsadresse:
WISPAG, Departement Bildung und Sport, Marktgasse 57, 9500 Wil 2 oder mit Mail an: rita.germann@stadtwil.ch.

www.stadtwil.ch

26894-10047

jz

Berner Oberland

Für ein bestens eingeführtes ***Hotel mit Halbpensions-Gästen im Zentrum eines bekannten Kurortes suchen wir eine/n

Aide du Patron/ Geschäftsführer/in

Der Ganzjahresbetrieb umfasst ca. 100 Betten, eine Hotelbar und einen Speisesaal mit 120 Sitzplätzen.
Das Schwergewicht ist die Betreuung von Einzelreisenden und Gruppen aus aller Welt.

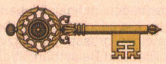
Ihr Profil: 35 bis 50 Jahre alt, führungssicher, frontorientiert, flexibel, einsatzfreudig, ausgeprägte Gastgeber-Persönlichkeit, die selber auch anpackt (Rezeptionsdienst, Service, Küche usw.) und unternehmerisch denkt und handelt.
Sprachen: D + E, Erfahrung in Online-Marketing und im Umgang mit Tour Operators und Reservationskanälen.

Eintritt: Sofort oder nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Jürg Zumkehr und Sophie Etterli, Unternehmensberatung
Bernastrasse 25 / 3800 Interlaken
Mobile 079 656 56 88 / jz@hotelforsale.ch
www.hotelforsale.ch

26654-10024



ankommen und geniessen

Hotel Restaurant Goldener Schlüssel Bern

Suchen Sie Ihre berufliche Herausforderung im goldrichtigen Zeitpunkt? Nachdem der jetzige Stelleninhaber nach 4-jähriger Topleistung unser Haus verlässt, suche ich seine Nachfolge per August 2013 als

DIREKTIONSASSISTENT/IN

Unser charmantes ***Sterne-Cityhotel Goldener Schlüssel Bern wurde vor 5 Jahren total renoviert, verfügt über 54 Betten, ein Restaurant mit 85 Plätzen und liegt mitten in der Berner Altstadt, dem UNESCO Weltkulturerbe.

Sie sind ein(e) Allrounder/in, Hotelfachschulabsolvent/in, 28 bis 35 Jahre jung, kommunikativ, vertreten den Direktor und sind bei dessen Abwesenheit verantwortlich für die Führung des Betriebes mit 20 Mitarbeitenden. Sehr gute Umgangsformen, Sprachkenntnisse und Wohnort in der Stadt setze ich voraus.

Auf eine Persönlichkeit, die begeistern und überzeugen kann, freue ich mich sehr. Wenn ich Ihr Interesse geweckt habe, senden Sie bitte Ihre Bewerbung elektronisch (troxler@goldener-schluessel) oder per Post an Jost Troxler.

Marianne & Jost Troxler
Rathausgasse 72 • CH-3011 Bern
Telefon +41 31 311 02 16 • Fax +41 31 311 56 88
www.goldener-schluessel.ch
E-Mail: info@goldener-schluessel.ch

26633-10013

SPITALREGION
RHEINTAL
WERDENBERG
SARGANSERLAND

Die Spitalregion Rheintal Werdenberg Sarganserland mit rund 1'200 Mitarbeitenden erbringt die medizinische Grundversorgung für die Bevölkerung dieser Regionen. Sie betreibt dazu die Spitäler Altstätten, Grabs und Walenstadt, die als ein Unternehmen geführt werden. Für das Spital Altstätten suchen wir per sofort eine/einen

Köchin/Koch 100 % (befristet für 6 Monate)

Die Küche im Spital Altstätten bereitet täglich ca. 500 Mahlzeiten gemäss den neuzeitlichen Ernährungsrichtlinien zu. Dies für Patienten, Angehörige, Besucher und Mitarbeitende. Darüber hinaus werden unsere externen Partner mit unserem Catering-Service beliefert.

Zu Ihren Aufgaben gehören hauptsächlich die Zubereitung der kalten und warmen Speisen für Patienten und Mitarbeitende und das Anrichten der Speisen am Band. Dies unter Berücksichtigung der Hygienevorschriften.

Voraussetzungen für diese Tätigkeit sind eine abgeschlossene Ausbildung als Köchin/Koch und mehrere Jahre Berufserfahrung. Sie sind einsatzfreudig und zeichnen sich durch ein verantwortungsbewusstes, teamorientiertes Verhalten aus. Zudem sind Sie bereit, unregelmässige Einsätze sowie Wochenend- und Feiertagsdienste zu leisten.

Bei uns finden Sie eine vielseitige Aufgabe, ein engagiertes, motiviertes Team und eine gut eingerichtete Infrastruktur. Die Anstellung erfolgt nach kantonalen Richtlinien.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre Online-Bewerbung. Den Link dazu finden Sie auf unserer Homepage www.srrws.ch unter der Rubrik "Offene Stellen". Bei Fragen kontaktieren Sie direkt den Leiter Küche, Hans Keel, unter der Telefonnummer 071 757 42 75.

Kontaktaufnahmen von Publikations- und Vermittlungsunternehmen sind nicht erwünscht.

26862-10036

«Mein Ziel – Savognin!» Savognin Bergbahnen

Die Savognin Bergbahnen AG mit den Kernbereichen Bergbahn, Gastronomie und Beherbergung ist der Tourismusmotor im Surses. Zur Ergänzung unseres Führungsteams suchen wir nach Vereinbarung eine/n

Betriebsleiter/in Gastronomie (in Jahresanstellung)
für unsere Bergrestaurants Tigignas und Somtgant sowie unsere Iglu-Bar.

Ihre Aufgaben:
Sie führen unsere Gastronomie-Betriebe mit bis zu 45 Mitarbeitenden, welche Sie zu Höchstleistungen motivieren. Sie bieten ein kreatives Speiseangebot an, organisieren die Betriebsabläufe optimal und haben auch administrative Arbeiten im Griff. Das Bergrestaurant Tigignas ist das grösste Restaurant inmitten unseres herrlichen Schneesport- und Freizeitgebietes und hat ein bedientes und ein grosses Selbstbedienungsrestaurant, eine schöne Sonnen- sowie eine Liegestuhlterrasse (Sommer und Winter geöffnet). Das Bergrestaurant Somtgant ist ein bedientes Restaurant mit grosser Sonnenterrasse (nur im Winter geöffnet). Die Iglu-Bar ist eine klassische Après-Ski-Bar an der Talstation in Savognin (nur im Winter geöffnet).

Ihr Profil:
Sie bringen eine fundierte Ausbildung in der Gastronomie und Erfahrung in der Saison-Gastronomie mit. Zudem sind Sie führungsstark, haben ein kompetentes, gepflegtes und vertrauensvolles Auftreten, sind belastbar, flexibel und kreativ. Organisieren macht Ihnen Freude, bei Events am Berg helfen sie tatkräftig mit. Englisch- und/oder Italienischkenntnisse von Vorteil.

Sind Sie interessiert an einer neuen Herausforderung in den Bündner Bergen und möchten Sie schon bald sagen «Mein Ziel – Savognin»? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inkl. Foto per E-Mail oder Post an:

Savognin Bergbahnen AG
Frau Manuela Seeli, Geschäftsführerin
Stradung 42, CH-7460 Savognin

manuela.seeli@savogninbergbahnen.ch
www.savognin.ch

graubünden

26878-10041

Die Uniklinik Balgrist ist eine der renommiertesten orthopädischen Kliniken der Schweiz mit internationaler Anerkennung und angegliedertem Zentrum für Paraplegie sowie Rehabilitation. Wir suche eine/n

Leiter/in Hotellerie, 100%

Ihre Aufgaben: Sie sind für die Führung des Bereichs Hotellerie mit den Abteilungen Hauswirtschaft, Gastronomie und Küche (total rund 100 Mitarbeitende, davon drei direkt unterstellte Abteilungsleiter) verantwortlich. Sie erarbeiten innovative Hotellerieprojekte, sind für die Budgeterarbeitung und -einhaltung in Ihrem Bereich und für die Ausrichtung der Hotellerie gemäss den definierten Strategiezielen verantwortlich. Damit stellen Sie eine qualitativ hochstehende und effiziente Dienstleistung innerhalb der Uniklinik sicher.

Ihr Profil: Sie verfügen über eine Weiterbildung als Hauswirtschaftliche Betriebsleiter/in HF oder Betriebsökonom/in in Facility Management oder sind Hotelfachschulabsolvent/in. Ihre mehrjährige Berufs- und Führungserfahrung in einer ähnlichen Position zeichnen Sie ebenso aus wie Ihre dienstleistungsorientierte, vernetzte und betriebswirtschaftliche Denk- und Handlungsweise. Ihre sehr guten Umgangsformen runden Sie mit einer hohen Belastbarkeit und Zielstrebigkeit ab.

Unser Angebot: Sie erhalten die Möglichkeit, in einer orthopädischen Klinik mit ausgezeichnetem Ruf mitzuwirken. Sie werden motivierte Mitarbeitende mit grossem Engagement und Unternehmertum vorfinden. Der Arbeitsort ist an attraktiver Lage in Zürich mit sehr guter Anbindung an den öffentlichen Verkehr.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau Marie-Helene Suter, Leiterin Human Resources, Telefon 044 386 14 20, gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Online-Bewerbung, Uniklinik Balgrist, Forchstrasse 340, 8008 Zürich.

uniklinik balgrist
KOMPETENZ IN BEWEGUNG

26688-10045

Schweiz Tourismus.

Senior Project Manager Enjoy Switzerland.

MySwitzerland.com
Begeistert Sie die Schweizer Tourismuslandschaft?

Schweiz Tourismus ist für die landesweite und internationale Promotion des Ferien-, Reise- und Kongresslandes Schweiz zuständig. Sowohl am Hauptsitz in Zürich als auch in 26 Ländern weltweit bieten 240 Mitarbeitende täglich auf innovative und unkonventionelle Art die Schweiz als attraktive Feriendestination an.

Enjoy Switzerland ist ein Programm von Schweiz Tourismus und unterstützt die Branche darin, innovative und qualitative hochstehende Produktentwicklung zu betreiben sowie neue, marktfähige Attraktionen zu entwickeln. Im Rahmen einer Neulancierung des Programmes suchen wir per 1. November einen Senior Project Manager (m/w) zur Komplementierung des bestehenden Teams.

Ihre Aufgaben
- Strategische Begleitung der Destinationspartner im Rahmen von Enjoy Switzerland
- Coaching der Projekt-/Destinationspartner hinsichtlich innovativer Produktentwicklungen
- Akquisition und Betreuung von künftigen Destinationspartnern
- Management des Enjoy Knowhow Transfers innerhalb der Branche
- Teilbudget-Verantwortung

Ihr Profil
- Profundes Markt- und Marketing-Knowhow
- Begeisterung für die Schweiz als Reiseland und fundierte Kenntnisse der touristischen Schweiz
- Erfahrung im Projektmanagement
- Erfolgsnachweise in der Umsetzung von Tourismus-Projekten
- Ausgeprägte konzeptionelle und planerische Fähigkeiten
- Gewinnende Persönlichkeit mit ausgeprägtem Kommunikations- und Organisationstalent
- Überzeugungs- und Durchsetzungsvermögen
- Ausgezeichnete Deutsch und Französisch Kenntnisse

Wir bieten Ihnen
- Selbständiges Arbeiten in einem dynamischen und unkomplizierten Team
- Abwechslungsreiches und vielfältiges Tätigkeitsgebiet
- Grosse Eigenverantwortung

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an Schweiz Tourismus, Human Resources, Angela Leutwiler Hüssy, Postfach, CH-8027 Zürich oder hr@switzerland.com.

26909-10055

GHM

A STYLE TO REMEMBER

Mit The Chedi Andermatt eröffnet im Dezember 2013 in der Schweiz das erste GHM Hotel in Europa. Das Luxushaus wird zugleich Zentrum und Flaggschiff des neuen Ferienresorts der Andermatt Swiss Alps. Das 5-Sterne Hotel Superior bietet 120 Zimmer & Suiten, zwei Gourmet Restaurants, verschiedene Bars und einen grosszügigen Wellness Bereich mit Indoor & Outdoor Pool. Weitere 50 luxuriöse Residenzen & Penthouses werden Ende 2014 eröffnet. Eingebettet in die Naturlandschaft der Urner Alpenregion entstand mit diesem Fünfsterne Haus eine perfekte Symbiose zwischen zeitgenössischem Luxus und alpiner Architektur. Das Chedi Andermatt wird von der General Hotel Management Ltd. (GHM) mit Sitz in Singapur geführt. 1992 von Adrian Zecha und Hans R. Jenni gegründet, gilt GHM als Marktführer für die nachhaltige Entwicklung und das Management stilvoller Luxushotels.

Ab sofort suchen wir den Kontakt zu passionierten, bergbegeisterten Hotelprofessionals mit Affinität zu Luxus & Lifestyle für die Department-Head-Positionen in den Bereichen

Accounting & IT
Human Resources
Sales & Marketing
Engineering & Security
Food & Beverage
Rooms
Spa

Sie sind herzlich motiviert, für einen Karriereschritt den Kontakt mit uns aufzunehmen in elektronischer Form, wenn Sie bei diesem Pre-Opening-Highlight dabei sein wollen.

Kontaktperson: Esther Bischofberger

The Chedi Andermatt
Gotthardstrasse 4
Postfach 162
CH-6490 Andermatt
hr-chediandermatt@ghmhotels.com
www.ghmhotels.com

26858-10035

HIRSCHEN
GASTHOF

Für die Sommersaison 2013 suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

ServicemitarbeiterInnen

Alles über das Romantik-Hotel Gasthof Hirschen in Eglisau auf **www.hirschen-eglisau.ch**

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen – nach Möglichkeit elektronisch – senden Sie bitte an Frau Franca Tedesco, **tedesco@hirschen-eglisau.ch**
Bei Fragen rufen Sie uns an: +41 43 411 11 21

26658-10026

---

* * *
HOTEL KLEINER PRINZ
RESTAURANT ZUM MOHRENKÖNIG
Im Herz der Schweiz

Wir suchen
per Juni oder nach Vereinbarung

Köchin/Koch auf den Saucier-/Entremetier- oder Tournantposten

sowie

Serviceangestellte
mit etwas Berufserfahrung

und

Hofa/Gafa mit Freude am Beruf

Sie finden bei uns ein sehr angenehmes Arbeitsklima in jungem, fröhlichem Team. Wir führen eine abwechslungsreiche Küche und bedienen in- und ausländische Stammkunden.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Familie Fritz und Käthi Graber
CH-4950 Huttwil/Schweiz
Tel. +41 (0)62 962 20 10
Fax +41 (0)62 962 20 11
Internet: www.kleiner-prinz.ch
E-Mail: info@kleiner-prinz.ch

29630-10011

PRIVÀ

ALPINE LODGE LENZERHEIDE

Inmitten dem Ferienparadies Lenzerheide entsteht derzeit Aussergewöhnliches: Am Fusse des Rothorns öffnet im Winter 2013/2014 eine exklusive Resortanlage mit 456 Betten in 96 Appartements und Chalets, direkt an der Skipiste. Eine perfekte Infrastruktur mit innovativer Gastronomie, Sportshop, Skischule, Bergbad, Fitness und Kinderclub steht den Schweizer und internationalen Gästen offen.

Für den Aufbau unserer Stammbelegschaft suchen wir aussergewöhnliche Mitarbeiter im Jahrespensum.

Leiter Rezeption (w/m) 1. 10. 2013
Leiter Housekeeping (w/m) 1. 11. 2013
Reservation 1. 11. 2013
Rezeption 1. 11. 2013

Wir bieten Ihnen eine vielseitige Aufgabe in einem spannenden Umfeld. Detaillierte Informationen finden Sie unter www.privalodge.ch

Wir freuen uns auf Ihr komplettes Bewerbungsdossier und stehen Ihnen für Fragen gerne zur Verfügung. Daniel Renggli, Tel. 044 533 50 43

PRIVÀ Alpine Lodge
c/o Kohl & Partner (Schweiz) AG — Thurgauerstrasse 72 — 8050 Zürich
daniel.renggli@privalodge.ch — www.privalodge.ch

26904-10050

---

stars&hotels
Swiss Hotel Film Award

You are welcome!

WWW.SWISSHOTELFILMAWARD.CH

CH
Die ganze Schweiz in einer Beiz
Toute la Suisse dans un seul restaurant
La Svizzera intera in un unico e solo ristorante

IGEHO 2013

«Kochen mit Louis»
Wir suchen Lernende für temporären Einsatz fürs RestaurantCH in Basel

«Cuisiner avec Louis»
Nous cherchons des jeunes talents pour mener un restaurant de thème à Bâle qui s'appelle RestaurantCH.

Gasthof Kreuz Egerkingen
Aus Spass am Genuss

Infos und Anmeldung/Informations et inscription: www.igeho.ch/restaurantCH oder www.kreuz.ch

26906-10052

Gasthof Kreuz Egerkingen
Aus Spass am Genuss
kreuz.ch

Unsere Handschrift
… einzigartig und persönlich
… hand- und hausgemacht

Koch/Köchin EFZ

Zur Aufrechterhaltung unserer nicht alltäglichen Qualitätsansprüche sucht die «Kreuz»-Crew Verstärkung. Bis bald, wir freuen uns!

Für spontane Interessenten Telefon 062 398 03 33

25896-9885

GHM
A STYLE TO REMEMBER

Mit The Chedi Andermatt eröffnet im Dezember 2013 in der Schweiz das erste GHM Hotel in Europa. Das Luxushaus wird zugleich Zentrum und Flaggschiff des neuen Ferienresorts der Andermatt Swiss Alps. Das 5-Sterne Hotel Superior bietet 120 Zimmer & Suiten, zwei Gourmet Restaurants, verschiedene Bars und einen grosszügigen Wellness Bereich mit Indoor & Outdoor Pool. Weitere 50 luxuriöse Residenzen & Penthouses werden Ende 2014 eröffnet. Eingebettet in die Naturlandschaft der Urner Alpenregion entstand mit diesem Fünfsterne Haus eine perfekte Symbiose zwischen zeitgenössischem Luxus und alpiner Architektur. Das Chedi Andermatt wird von der General Hotel Management Ltd. (GHM) mit Sitz in Singapur geführt. 1992 von Adrian Zecha und Hans R. Jenni gegründet, gilt GHM als Marktführer für die nachhaltige Entwicklung und das Management stilvoller Luxushotels.

In unserem motivierten, neu geformten Human Resources Team freuen wir uns jetzt auf eine repräsentative und engagierte Persönlichkeit für die offene Position

Human Resources Manager (w/m)

In dieser zentralen, vielseitigen Funktion unterstützen Sie den Director of Human Resources vor allem in den Bereichen Lohnverarbeitung und Sozialversicherungswesen. Der Unterhalt HR-spezifischer Betriebssysteme gehört ebenfalls zu Ihrem Verantwortungsbereich. Gemeinsam mit einem HR-Coordinator stellen Sie die gesamte HR-Administration sicher und treten intern wie auch extern als kompetenter Ansprechpartner auf. Auch den Kontakt mit allen Ämtern pflegen Sie gewissenhaft.

Sie begeistern uns mit einer abgeschlossenen kaufmännischen Grundausbildung plus Abschluss einer HR-spezifischen Weiterbildung. Mehrjährige Erfahrung in Lohnbuchhaltung und im HR-Bereich der Hotellerie ist die allerbeste Voraussetzung für diese herausfordernde Aufgabe. Zu Ihren Stärken zählen ausgeprägtes Zahlenverständnis, Organisationstalent und Flexibilität. Zudem kommunizieren Sie mühelos schriftlich und mündlich in deutscher und englischer Sprache und die Arbeit im Team bereitet Ihnen viel Freude.

Der Eintritt erfolgt nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf die elektronische Zusendung Ihrer vollständigen Unterlagen mit Foto. Wir sichern Ihnen Professionalität und absolute Diskretion zu.

Kontaktperson: Esther Bischofberger

The Chedi Andermatt
Gotthardstrasse 4
Postfach 162
CH-6490 Andermatt
hr-chediandermatt@ghmhotels.com
www.ghmhotels.com

26782-10033

Un (e) Chef(fe) de rang
Jobcode hoteljob.ch: J62292

Couronne Avenches Sàrl
Rue Centrale 20 1580 Avenches
0266755414 info@lacouronne.ch

26863-10037

Réceptionist/in (Jahresstelle)
Jobcode hoteljob.ch: J25188

Hotel Chalet Swiss
Seestrasse 22 3800 Interlaken-Unterseen
033 826 78 78 / admin@chalet-swiss.ch

26917-10058

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

Alleinkoch 100% (SO Frei)

Gasthof Löwen
Luzernstrasse 2
6274 Eschenbach (LU)

26912-10057

Chef Patissier (m/w)
Jobcode hoteljob.ch: J59660

Waldhotel Davos AG
Buolstrasse 3 7270 Davos Platz
081 415 15 15 bardhyl.coli@waldhotel-davos.ch

26662-10030

Ochsen Zug

Für unser lebhaftes Stadthotel im Zentrum von Zug mit 48 Zimmern suchen wir zur Ergänzung unseres jungen Teams folgende aufgestellte Mitarbeiter:

Chef de Rang (m/w)

Sind Sie jung, zuverlässig, selbstsicher, offen und fröhlich?
Fremdsprachen sind für Sie keine «Fremdsprachen»?
Dann sind Sie genau der/die Richtige!
Eine spannende Aufgabe, ein junges Team und zeitgemässe Anstellungsbedingungen erwarten Sie.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Ich freue mich darauf, Sie kennen zu lernen.

Matthias Hegglin, Direktor, City-Hotel Ochsen
Kolinplatz 11, CH-6301 Zug
Telefon +41 (0)41 729 32 32, mh@ochsen-zug.ch

26664-10031

Hotelfinden! Sie haben die Wahl.

www.swisshotels.com
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

JETZT BUCHEN

Souschef (m/w) ab 24.06.2013
Jobcode hoteljob.ch: J59659

Waldhotel Davos AG
Buolstrasse 3 7270 Davos Platz
081 415 1515 bardhyl.coli@waldhotel-davos.ch

26660-10028

WYSSES RÖSSLI SCHWYZ

Hotel & Restaurant

Das **Hotel Wysses Rössli** ist ein historisches 4-Sterne-Haus am Hauptplatz in Schwyz.
In unserer Wirtschaft, unserem A-la-carte-Restaurant und unseren drei Bankettsälen bieten wir eine moderne Schweizer Küche mit saison- und marktgerechten Produkten.

Und um unser Küchen-Team zu vervollständigen, suchen wir nach Vereinbarung einen

Commis de cuisine m/w 100%

Wir erwarten:
– abgeschlossene Lehre als Koch
– teamorientiertes Arbeiten
– Freude an der Unterstützung von Lernenden
– Motivation und Kreativität

Wir bieten:
– eine anspruchsvolle, vielseitige und verantwortungsvolle Aufgabe in einem jungen, motivierten Team
– zeitgemässe Anstellungsbedingungen
– eine neue, modern eingerichtete Küche

Über Ihre vollständige Bewerbung freuen wir uns!

Hotel Wysses Rössli, Herr Thomas Räber, Hauptplatz 3, 6430 Schwyz,
Tel. 041 811 19 22, E-Mail: thomas.raeber@wrsz.ch

am Hauptplatz • CH-6430 Schwyz
Tel. +41 (0) 41 811 19 22 • www.wrsz.ch

26873-10038

DENK AN MICH
Ferien und Freizeit für Behinderte

Ferienträume werden wahr. Dank Ihrer Spende auch für Menschen mit Behinderung.

PC 40-1855-4
www.denkanmich.ch

GHM

A STYLE TO REMEMBER

Mit The Chedi Andermatt eröffnet im Dezember 2013 in der Schweiz das erste GHM Hotel in Europa. Das Luxushaus wird zugleich Zentrum und Flaggschiff des neuen Ferienresorts der Andermatt Swiss Alps. Das 5-Sterne Hotel Superior bietet 120 Zimmer & Suiten, zwei Gourmet Restaurants, verschiedene Bars und einen grosszügigen Wellness Bereich mit Indoor & Outdoor Pool. Weitere 50 luxuriöse Residenzen & Penthouses werden Ende 2014 eröffnet. Eingebettet in die Naturlandschaft der Urner Alpenregion entstand mit diesem Fünfsterne Haus eine perfekte Symbiose zwischen zeitgenössischem Luxus und alpiner Architektur. Das Chedi Andermatt wird von der General Hotel Management Ltd. (GHM) mit Sitz in Singapur geführt. 1992 von Adrian Zecha und Hans R. Jenni gegründet, gilt GHM als Marktführer für die nachhaltige Entwicklung und das Management stilvoller Luxushotels.

Eine engagierte, positive und kompetente Persönlichkeit ist in unserem HR-Team ergänzend herzlich willkommen als

Human Resources Coordinator (w/m)

In dieser unterstützenden Funktion arbeiten Sie Hand in Hand mit dem Human Resources Manager und dem Director of Human Resources. In den Bereichen Rekrutierung, HR-Administration und Training werden Sie flexibel eingesetzt und gefördert. Den Kontakt zu externen Partnern und Ämtern pflegen Sie genauso wie die Nähe zu unseren Mitarbeitenden. Auch in HR-spezifischen Projekten ist Ihre interessierte Mitarbeit gefragt.

Eine abgeschlossene kaufmännische Grundausbildung bildet einen soliden Einstieg in diese Position. Erfahrungen im HR-Bereich in der Hotellerie sind von Vorteil. Ausgeprägtes Organisationstalent, Kommunikationsfähigkeit und Einfühlungsvermögen setzen wir voraus und Sie zeichnen sich durch Lernbereitschaft, Flexibilität und Herzlichkeit aus. Als Persönlichkeit sind Sie von fröhlicher Wesensart und eine Integrationsfigur.

Der Eintritt erfolgt nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf die elektronische Zusendung Ihrer vollständigen Unterlagen mit Foto. Wir sichern Ihnen Professionalität und absolute Diskretion zu.

Kontaktperson: Esther Bischofberger

The Chedi Andermatt
Gotthardstrasse 4
Postfach 162
CH-6490 Andermatt
hr-chediandermatt@ghmhotels.com
www.ghmhotels.com

26856-10034

GHM

A STYLE TO REMEMBER

Mit The Chedi Andermatt eröffnet im Dezember 2013 in der Schweiz das erste GHM Hotel in Europa. Das Luxushaus wird zugleich Zentrum und Flaggschiff des neuen Ferienresorts der Andermatt Swiss Alps. Das 5-Sterne Hotel Superior bietet 120 Zimmer & Suiten, zwei Gourmet Restaurants, verschiedene Bars und einen grosszügigen Wellness Bereich mit Indoor & Outdoor Pool. Weitere 50 luxuriöse Residenzen & Penthouses werden Ende 2014 eröffnet. Eingebettet in die Naturlandschaft der Urner Alpenregion entstand mit diesem Fünfsterne Haus eine perfekte Symbiose zwischen zeitgenössischem Luxus und alpiner Architektur. Das Chedi Andermatt wird von der General Hotel Management Ltd. (GHM) mit Sitz in Singapur geführt. 1992 von Adrian Zecha und Hans R. Jenni gegründet, gilt GHM als Marktführer für die nachhaltige Entwicklung und das Management stilvoller Luxushotels.

Eine engagierte, dynamische, kompetente und naturbegeisterte Persönlichkeit ist in unserem Sales & Marketing Team herzlich willkommen als

Sales & Marketing Coordinator (w/m)

In dieser unterstützenden Funktion arbeiten Sie Hand in Hand mit dem Director of Sales & Marketing. Sie stellen die gesamte Administration sicher und werden flexibel in den Bereichen Sales, Marketing und Public Relations eingesetzt. Die Betreuung von bestehenden Kunden und die Akquisition von Neukunden gewährleisten Sie durch die Organisation und Durchführung von professionellen Kundenevents sowie durch das präzise Kundendaten- und Qualitätsmanagement. Auch in spezifischen Marketingprojekten ist Ihre ambitionierte Mitarbeit gefragt. Reisetätigkeit innerhalb der Schweiz rundet das spannende Profil ab.

Eine fundierte Ausbildung mit dem Abschluss einer Hotel-/Tourismusfachschule bildet einen soliden Einstieg in diese Position. Erfahrungen im S&M-Bereich in der Dienstleistungsbranche und eine regionale Verankerung in der Innerschweiz wären von Vorteil. Die MS-Office-Palette nutzen Sie gewandt und Sie haben bereits erste Kenntnisse mit Grafikprogrammen gesammelt. Die Sprachen Deutsch und Englisch sprechen und schreiben Sie fliessend. Ausgeprägtes Organisationstalent, Kommunikationsfähigkeit und Teamfähigkeit setzen wir voraus und Sie zeichnen sich durch Lernbereitschaft, Flexibilität und Herzlichkeit aus.

Der Eintritt erfolgt nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf die elektronische Zusendung Ihrer vollständigen Unterlagen mit Foto. Wir sichern Ihnen Professionalität und absolute Diskretion zu.

Kontaktperson: Esther Bischofberger

The Chedi Andermatt
Gotthardstrasse 4
Postfach 162
CH-6490 Andermatt
hr-chediandermatt@ghmhotels.com
www.ghmhotels.com

26698-10032

Eurodrink AG ist **«Das Kleinunternehmen mit der Professionalität eines Grossbetriebes»** und grösster unabhängiger Familienbetrieb im Schweizer Getränkemarkt mit eigener nationaler Logistik. Premiumgetränke wie Aqui, Aqua d'ora, Almdudler, ChariTea, Fruiss, Gerolsteiner, GletscherCola, Karamalz, Lammsbräu-Biere, Lemonaid, Lipton, PINEO, SeeZüngle, St. Leonhards, Riedenburger, SeeRadler sowie ENGEL-Premiumbiere bilden unser einzigartiges Portfolio, welches über die regionalen Getränkedepositäre distribuiert wird. Für die Verkaufsgebiete Ostschweiz–Glarus, Grossraum Zürich, Graubünden–St. Galler Oberland–FL, Bern, Aargau–Basel–Solothurn, Innerschweiz sowie Oberwallis (allenfalls mit Bern) suchen wir

Freischaffende VerkäuferInnen oder Agenten für Gastronomie + Hotellerie sowie den Getränke-Fachhandel

Sie sind bereits selbständige(r) und erfolgsorientierte(r) UnternehmerIn und arbeiten auf eigene Rechnung bzw. Provisionsbasis. Bei einer Zusammenarbeit akquirieren und betreuen Sie bestehende und neue Kunden mit unserem Getränkesortiment. Ihr finanzielles Ergebnis steht im Kausalzusammenhang mit Ihrem Markterfolg. Sie kennen den Gastronomiebereich bereits als Restaurateur oder Getränke-/Lebensmittelberater und sind eine gewinnende Persönlichkeit. Ihre Akzeptanz bei Kunden und Ihr Know how sind uns wichtig. Suchen Sie als starke Verkaufsperson einen weiteren Zweig Ihrer Selbstständigkeit mit entsprechender Sicherheit, jedoch ohne Festanstellung?

Senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit Erfolgsnachweis an Hans-Jürg Gehri, CEO/VR-Präsident, Eurodrink AG, Industrie Langhag 7b, 8307 Effretikon. Bitte keine E-Mail-Bewerbungen. www.eurodrink.ch.

Bewerbungen, welche dem Anforderungsprofil nicht entsprechen, werden nicht beantwortet.

26880-10042

ANZEIGEN

Für die kommende Wintersaison suchen wir einen/eine

Hüttenwart/in «Berghaus»

als Einzelperson (evtl. Paar). Unser Berghaus befindet sich mitten im Skigebiet Aletsch auf der Fiescheralp (2220 m ü. M.) und bietet Unterkunft für Gruppen bis zu 70 Personen. Mit seinem modernen Selbstbedienungsrestaurant und Speisesaal für 450 Personen sorgen wir auch für das leibliche Wohl unserer Gäste des Sport Ferien Resorts Fiesch. Zu den **Aufgaben** gehören: Empfang und Betreuung der Gruppen, Bedienung der Bar, Service- und Reinigungsarbeiten. Die **Anforderungen** an diese anspruchsvolle Saisonstelle (Dezember bis April) sind: selbständiges, zuverlässiges und verantwortungsvolles Arbeiten, Kontaktfreudigkeit, Teamfähigkeit, Belastbarkeit und Sprachgewandtheit.

Wenn Sie sich für diese abwechslungsreiche Stelle interessieren, bitten wir Sie, Ihre Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse zu senden: Claudio Rossetti, Direktor Genossenschaft Feriendorf Fiesch, 3984 Fiesch (E-Mail: rossetti@sportferienresort.ch). Weitere Infos: www.sportferienresort.ch

26908-10054

WINKLER WEIN

Suche

Spitzenweine aus Frankreich & Italien, sowie Spirituosen aller Art

Adrian Winkler, 5630 Muri (AG)
Tel.056 664 27 83 Mobil 079 665 97 49
www.winklerwein.ch

24993-9545

KEYSTONE

DAS MEHRWERT-MODELL

In der Hotellerie ist die Qualitätssicherung eine grosse Herausforderung. Einerseits, weil die Konsumation der immateriellen Leistungen parallel mit deren Produktion verläuft und andererseits, weil die Interaktion zwischen Gast und Mitarbeiter weitgehend intuitiv erfolgt. Dass sich die Gästeerwartung für das gleiche Produkt unter bestimmten Vorzeichen ändert, verdeutlicht, dass die qualitative Wahrnehmung relativ ist und weitgehend auf die Wechselbeziehung zwischen Mitarbeiter und Gast aufbaut. Dies lässt den Schluss zu, dass eine rein prozessgesteuerte Qualitätssicherung zu kurz greift. Vor diesem Hintergrund ist erstaunlich, dass oft von Gästezufriedenheit und -loyalität gesprochen wird, ohne deren vielschichtige Treiber wirklich zu kennen. Wert entsteht, wenn das Verhältnis zwischen bezahltem Preis für das Produkt oder die Leistung kohärent ist zur Erwartung des Gastes. Aus Gästesicht ist ein Mehrwert dann gegeben, wenn seine Erwartung übertroffen wird. Die Tatsache, dass der Gast selber über diesen Wert urteilt und nicht der Leistungserbringer, zeigt, wie herausfordernd dieser Vorgang für den Hotelier ist. Die Kenntnis der entsprechenden Treiber ist deshalb Grundvoraussetzung für das erfolgreiche Erschaffen von Zusatznutzen.

Mehrwerte erbringen

Als Basis dient der dynamische Qualitätsprozess und damit dieser übergangslos funktioniert, müssen das gemeinsame Verständnis für Qualität definiert und die Messbarkeit sichergestellt sein. Eine grosse Herausforderung ist die sich wandelnde Qualitätswahrnehmung des Gastes, welche von verschiedenen Faktoren beeinflusst wird. So z. B. von der Mund-zu-Ohr-Empfehlung, den persönlichen Bedürfnissen des Gastes oder seiner vorhergehenden Erfahrung, aber auch der Kommunikation des Unternehmens nach aussen und vom Preis. Oft unterschätzt oder gar nicht wahrgenommen wird überdies die Verschiebung der Qualitätswahrnehmung, je nachdem für wen oder was und auf wessen Rechnung der Gast Geld ausgibt. Dies führt dazu, dass das Erbringen von entsprechendem Mehrwert weitgehend von der Leistung des Mitarbeitenden und der Umsetzung abhängt und der Gast somit höchstes Vertrauen in dessen Arbeit haben muss. Dieses Vertrauen setzt zugleich Zuverlässigkeit des Mitarbeitenden voraus und diese wiederum eine hohe Servicebereitschaft, einschlägige Kenntnis und subtiles Einfühlungsvermögen. Damit steht die Gästezufriedenheit eben auch in engem Zusammenhang mit der Mitarbeiterzufriedenheit. Die vorerwähnte Leistungserbringung setzt ferner voraus, dass der Mitarbeitende nicht nur mit entsprechenden Kompetenzen ausgestattet ist, sondern sich auch wohl fühlt bei deren Ausübung.
Nachhaltiger Mehrwert wird somit durch die persönliche Initiative der Mitarbeitenden geschaffen.

Hans-Rudolf Rütti
Managing Partner
CFB network AG
www.cfbnetwork.ch

ETH IMMOBILIEN
Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
Swiss Federal Institute of Technology Zurich

IB Bauten

ETH Zürich, KPL
CH-8092 Zürich

Die Eidgenössische Technische Hochschule (ETH) Zürich ist eine der weltweit führenden technisch-naturwissenschaftlichen Hochschule. Seit 2003 entwickelt die ETH Zürich am Standort Hönggerberg kontinuierlich den Hochschulcampus Science City als Modell der Universität des 21. Jahrhunderts.

Aufgrund der stetig steigenden Zahl der Studierenden und Mitarbeitenden wird das Verpflegungsangebot kontinuierlich erweitert und modernisiert. Die ETH Zürich, Abteilung Infrastruktur Bauten, schreibt einen

Gesamtleistungswettbewerb für die Planung, die Realisierung und die Betriebsführung des Gastro-Pavillons

aus.

Auf der 750 m² grossen Parzelle des Campus Science City soll ein öffentliches, bedientes Restaurant mit etwa 160 Sitzplätzen entstehen. Zielgruppen sind Dozenten, Professoren, ETH-Mitarbeitende, Studenten und externe Gäste.

Die Ausschreibung richtet sich an qualifizierte **Bieterteams** bestehend aus Planer, Ersteller und Betreiber.

Mit dem Gesamtleistungswettbewerb soll die für den Ort, die Funktion und die Wirtschaftlichkeit optimale bauliche und betriebliche Lösung gefunden werden, welche den Qualitätsansprüchen der ETH Zürich entspricht.

Das Verfahren unterliegt dem Bundesgesetz über das öffentliche Beschaffungswesen (BöB) und der zugehörigen Verordnung über das öffentliche Beschaffungswesen (VöB). Die Ausschreibung erfolgt in Anlehnung an die Ordnung SIA 142 für Wettbewerbe.
Teilnahmeberechtigt sind Teams aus der Schweiz und aus jenen Ländern, welche die Gatt/WTO-Abkommen über das öffentliche Beschaffungswesen unterzeichnet haben.

Die Unterlagen für die Präqualifikation können bei **Diego Galliker, ETH Zürich, IB Bauten, gallikerd@ethz.ch,** mit dem Vermerk «Gastro-Pavillon» angefordert werden. Bewerbungen sind komplett einzureichen **bis 28. Juni 2013.**
Interessenten werden gebeten, allfällige Fragen per E-Mail bis 23. Mai 2013 an Diego Galliker zu richten (Vermerk «Gastro-Pavillon»). Die Antworten werden anonymisiert allen Teilnehmenden am 30. Mai 2013 zugestellt.

26889-10046

volkartund**richard**

Jenny Areal Ziegelbrücke

Mietersuche Gastronomie

Das Jenny Areal in Ziegelbrücke wurde in den letzten Jahren von der Fritz+Caspar Jenny AG erfolgreich umgenutzt. Die verschiedenen Standorte bieten heute einen attraktiven Mix aus Gewerbe und Wohnen. Das Areal beherbergt circa 400 Arbeitsplätze und 150 (Loft-)Wohnungen.

Die Gastronomie soll in diesem Umfeld in Zukunft eine wichtige Bereicherung sein. Dafür entsteht an prominenter Lage ein prägnanter Pavillon mit grosszügigem Aussenraum. Im Auftrag der Eigentümerschaft suchen wir einen **kompetenten, ausgewiesenen Mieter Gastronomie.**

Das neue Restaurant mit 80 bis 90 Plätzen und die Bar mit rund 30 Plätzen liegen zentral am Eingang zum Spinnereiareal und bieten einen spektakulären Blick auf den Linthkanal. Das Restaurant eröffnet im Dezember 2014 und soll als lebendiger Treffpunkt mit spannender Kulinarik eine überregionale Ausstrahlung erhalten. Die Positionierung ist «casual-chic» und für ein vielfältiges Publikum gedacht. Das Raumprogramm ermöglicht auch Bankette und Anlässe. Genügend Parkplätze sind vorhanden.

Der künftige Mieter bringt seine Konzeptidee ein und investiert in Kleininventar und EDV. Die frühzeitige Ausschreibung ermöglicht den Einbezug in die weitere Projektentwicklung ab September 2013. Vermieterin der Gastronomie ist die Fritz+Caspar Jenny AG als Eigentümerin des Areals.

Die Dokumentation zur Vermietung erhalten Sie ab sofort beim Beauftragten für die Selektion volkartundrichard ag.

volkartund**richard** ag
Unternehmens- und Projektentwicklung in der Hotellerie und Gastronomie
Andreas Richard, St. Niklausstrasse 22, 4500 Solothurn
richard@volkartundrichard.ch, www.volkartundrichard.ch

26907-10053