

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2013)  
**Heft:** 39

## 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:** 05.07.2025

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



**Der Lobbyist**

Als Geschäftsführer des Hotelverbandes Deutschland weilt Markus Luthé für eine Lösung im Clinch mit den Portalen – mit guten Erfolgsaussichten.

Seite 3

**Die Ablehnung**

Der Ständerat lehnt die Mindestlohn-Initiative der Gewerkschaften ab – mit plausiblen Gründen.

Seite 4

**Die Gewinner**

Die Gewinnerinnen und Gewinner des Swiss Hotel Film Awards 2013 feierten ihren Erfolg in Zürich – mit Festreden und einer Prise Glamour.

Seite 6

**Die Scharfen**

Chili bietet als Scharfmacher und Geschmacksverstärker kulinarisches Potenzial – mit vielen Varianten.

Seite 20

**Inhalt**

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

**Produktvorstellung in den Destinationen**

**STC auf Roadshow**

Die Destinationen zeigen sich an der neuen Buchungsmaschine von STC interessiert.

ALEX GERTSCHEN

STC wird dank der neuen Buchungsmaschine die Luzerner Tourismus AG (LTAG) und womöglich auch Zürich Tourismus als Kunden gewinnen. Während LTAG-Direktor Marcel Perren hinsichtlich des Wechsels «guter Dinge» ist, gibt sich Zürich Tourismus zugeknöpfter. Christian Trottmann, Leiter Kommunikation,

will die entsprechende Insiderinformation so nicht bestätigen. Von der Kooperation mit den Destinationen wird massgeblich abhängen, ob STC den Anspruch einlösen kann, zu den grossen Portalen die günstige Alternative zu sein. Auch im Ausland gibt es Bemühungen, mit «nationalen Lösungen» den Druck der Buchungsplattformen zu lindern.

Die Erfahrung zeigt, dass Partnerschaften mit Destinationen die Hotels dazu bewegen, STC als Vertriebskanal stärker zu berücksichtigen. Deshalb hat die Firma im ganzen Land eine Roadshow absolviert. Ein Rückschlag ist für sie, dass Scuol-Samnaun 2014 zum Servicezentrum von Graubünden Ferien wechseln wird. **«fokus», Seite 11 bis 13**

**Kommentar**

Nach Tessiner Burka-Verbot: Touristiker zu defensiv



GERY NIEVREGELT

Die Tessiner Stimmberechtigten haben sich am Sonntag für ein Burka-Verbot ausgesprochen, die gesellschaftspolitischen Kommentare sind geschrieben. Wie aber haben die Touristiker auf das Verdikt reagiert?

Bei Ticino Turismo zog man erst einmal die Köpfe ein. Am liebsten hätte man gar nichts gesagt, um niemandem auf die Füsse zu treten. Dann kam die Verärstung, der Anteil potenziell betroffener Gäste im Tessin sei ja verschwindend klein, und schliesslich die Versicherung, man werde in den Golfstaaten weiterhin präsent sein. Schliesslich verhielten dort nicht alle Frauen ihr Gesicht.

Das ist zu defensiv und auch etwas naiv. Es ging im Tessin ja nicht um Prozente. Es war eine Abstimmung mit Symbolcharakter; mit Ausstrahlung auf die ganze Schweiz, denn es ist völlig klar, dass in diesem Kontext die Debatten über Grundrechte, religiöse Toleranz oder Integration erst richtig losgehen. Und die Weltöffentlichkeit nimmt das alles sehr wohl wahr.

Dies kann der Branche nicht gleichgültig sein. Zwar haben, mit etwas Zeitverzögerung, nun auch Exponenten anderer Destinationen auf das Tessiner Verdikt reagiert – aber ebenfalls eher defensiv. Ich meine, Touristiker sollten in gesellschaftspolitischen Fragen ganz allgemein offensiver und proaktiver agieren und nicht nur dann die Öffentlichkeit suchen, wenn die Geschäfte nicht so laufen, wie sie sollten.

Seite 2 und 7

**St. Moritz Gourmet Festival 2014**

**Diese Chefs stehen am Herd**



Die Gastköche am St. Moritz Gourmet Festival vom 27. bis 31. Januar 2014 bringen zusammen 17 Michelin-Sterne mit. Seite 17

**Zürich**

Ein Hotel kommt und eines schliesst

Am Stadtzürcher Südrand, im Gebiet Sihl-Manegg, projektiert die Baufirma Losinger Marazzi ein Hotel im 3-Sterne-Superior-Bereich mit 130 Zimmern, ausgerichtet auf Businessgäste. Hingegen verliert Zürich ein Hotel im Glattpark: Ende August 2014 schliesst dort das Hotel Renaissance. ag/dst Seite 5

**Hotelprojekte**

**Boas-Gruppe hat Grosses vor**

Zurzeit verfügt die schweizerische Boas Yakhin Holding über sechs Hotels in der Westschweiz. Doch die Gruppe hat grosse Ausbaupläne. Als Nächstes soll Anfang Dezember 2013 in Nendaz das Hôtel 4 Vallées (4 Sterne superior) eröffnet werden. Bis im Jahr 2015 sollen vier weitere folgen. Wie Bernard Russi, CEO der Boas-Gruppe, in einem Inter-

view gegenüber der htr erklärt, sind auch weitere Projekte in den Kantonen Fribourg und Wallis angedacht. Allerdings könne das Wachstum in Zukunft nicht mit gleicher Kadenz weiter getrieben werden. Das Total der Investitionen in Projekte in den Bereichen Hotellerie, Wellness und Gesundheit belaufe sich auf 400 Mio. Franken. Die meisten

Betriebe der Boas-Gruppe sind 3-Sterne-Hotels. Bernard Russi will damit Business- und Semingäste ansprechen, etwa mit dem Hotel in Crissier, nahe bei der EPFL und jenem in Versoix nahe bei Genf. Auch bei den aktiven Senioren sieht Russi ein Gästepotenzial für diese Hotelkategorie. **Seite 10**

**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 39

ANZEIGEN

Wir machen Hotels erfolgreicher.  
rebagdata hotel management solutions 044 711 74 10 • www.rebag.ch  
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association  
protel

ROTOR Lips  
www.RotorLips.ch  
Rotor Lips AG • 3661 Utendorf  
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

ENZLER  
HYGIENE IM HOTEL  
WO DER GAST ZU HAUSE IST  
www.enzler.com

Schlafen ist sinnlich.  
roviva OBJECTS  
www.roviva.ch

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf  
HOREGO  
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten.  
www.horego.ch

Abstimmungen

**Tankstellenshops dürfen nachts alles verkaufen**



Knapp 56% der Schweizer Stimmbürger haben am letzten Wochenende die Änderung des Arbeitsgesetzes angenommen. Dies erlaubt rund zwei Dutzend Tankstellenshops auf Autobahnraststätten und entlang von stark befahrenen Hauptstrassen, neu durchgehend ihr gesamtes Sortiment zu verkaufen. Während 21 Kantone diesem Liberalisierungsschritt zustimmen, lehnten sie 5 Kantone ab. Das Resultat fiel etwas weniger knapp aus, als erwartet worden war.

**Zürcher sagen Nein zu reinem Fussballstadion**

Einen 220-Millionen-Kredit für ein reines Fussballstadion auf dem Hardturm-Areal haben die Stadtzürcher Stimmberechtigten abgelehnt. Die Vorlage umfasste einen Objektkredit von gut 216 Mio. Franken für den Bau des Stadions samt Stadionplatz, 5 Mio. Franken zur Beteiligung der Stadt an der Stadion-Betriebsgesellschaft sowie eine jährliche Defizitgarantie von maximal 8,3 Mio. Franken an diese Betriebsgesellschaft. Neben dem PCZ muss auch GC weiterhin seine Heimspiele im Leichtathletik-Stadion Letzigrund austragen.

**Luzerner Bahnhofstrasse bald autofrei**



Die Bahnhofstrasse in Luzern soll zu einer Flaniermeile ohne Autoverkehr werden. Eine Initiative der SP für eine Umgestaltung der Strasse ist von den Stimmberechtigten angenommen worden. Auf dem zweispurigen Strassenabschnitt an der Reuss zwischen dem Theater und der Seebücke, sollen die 33 Auto- und 200 Velo- und Töffparkplätze aufgehoben werden. Stattdessen soll eine breite Flusspromenade entstehen. Die Stadtregierung will die Neugestaltung mit Behörden, Anwohnern und betroffenen Gewerblern ausarbeiten.

**Erneuerung des Bahnhofplatzes in Interlaken**

Beim Bahnhof West in Interlaken sollen der Platz und die Strasse neu gestaltet werden. Einem Ausführungskredit von 3,45 Mio. Franken haben Stimmberechtigten am Wochenende zugestimmt. Der Bahnhofplatz und die angrenzende Bahnhofstrasse sollen voraussichtlich in den Jahren 2014 und 2015 erneuert werden. Auf dem Bahnhofplatz befindet sich unter anderem der Busbahnhof, aber auch Halteplätze für die bei Touristen für Rundfahrten beliebten Pferdekutschen. dst



Wer in Zukunft im Tessin in der Öffentlichkeit sein Gesicht durch einen Schleier verhüllt, riskiert von der Polizei aufgegriffen zu werden.

Fotolia

# Gelassenheit und Sorge

**Die Annahme des Burka-Verbots im Tessin dürfte negative Folgen für den Tourismus im Südkanton haben. Der arabische Markt soll aber weiter bearbeitet werden.**

GERHARD LOB

Nur wenige Tage vor der Volksabstimmung zu einem Verschleierungs-Verbot im Tessin trat die zum Islam konvertierte Schweizerin Nora Illi, Frauenbeauftragte des Islamischen Zentralrats, vollverschleiert in einer Medienkonferenz in Lugano auf. Sie meinte, dass sie im Falle einer Annahme der Initiative keine Sommerferien mehr mit ihren Kindern im Tessin verbringen könne, was sie bisher regelmässig tat. Das Tessiner Stimmvolk liess sich davon nicht beeindrucken. Mit 65,4 Prozent fand das Verbot der Verschleierung eine klare Mehrheit.

**Relativ wenig vollverschleierte Feriengäste**

Bis das Verbot in Kraft tritt, wird es wahrscheinlich noch zwei

Jahre dauern. Wie in Frankreich und Belgien (siehe Text unten rechts) ist es damit strafbar, vollverschleiert in der Öffentlichkeit in Erscheinung zu treten. Der Tessiner Verkehrsverein Ticino Turismo (ETT) sieht diesem Szenario relativ gelassen entgegen, denn die Zahl der vollverschleierten Feriengäste im Tessin ist äusserst gering.

Die Statistik für das Jahr 2013 zeigt auf, dass auf 1,35 Millionen Logiernächte zwischen Januar und Juli genau 11238 auf Gäste aus den Golf-Staaten entfielen. Das entspricht einem Marktanteil von 0,83 Prozent.

Mit gewissen Reaktionen dieser Klientel rechnet aber auch Ticino Turismo. «Höchstwahrscheinlich werden wir einen Teil der Gäste aus dem arabischen Raum verlieren, was aus touristischer Sicht bedauerlich ist», räumt ETT-Direktor Elia Frapollini ein. Man werde aber weiterhin in den Golf-Staaten präsent sein, denn längst nicht alle Frauen würden dort ihr Gesicht verhüllen.

Fernando Brunner, Präsident von hotelleriesuisse Ticino, will das Votum vom Wochenende nicht überbewerten: «Aber es ist sicherlich nicht ganz einfach für einen Hotelier, der im Moment

solche Gäste aus arabischen Ländern hat.»

Wesentlich kritischer äussert sich Silvio Tarchini, Patron des Outlet-Centers Foxtown in Mendrisio. Die arabische Kundschaft habe in jüngster Zeit stark zugenommen, das habe sich auch in den Edelboutiquen in der Via Nassa von Lugano gezeigt. «Das Votum vom Sonntag ist für den Tessiner Tourismus daher negativ», kommentiert Tarchini.

**«Höchstwahrscheinlich werden wir Gäste aus dem arabischen Raum verlieren.»**

Elia Frapollini  
Direktor Ticino Turismo

**Widerspricht der Toleranz**

Diese Haltung wird auch vom Dachverband hotelleriesuisse

geteilt. «Wir haben uns schon in Zusammenhang mit der Standesinitiative des Kantons Aargau für ein nationales Verhüllungsverbot intensiv mit dieser Frage auseinandergesetzt und uns dezidiert gegen ein Verbot ausgesprochen», so Monika Güntensperger vom Ressort Wirtschaftspolitik. Mit einem Verhüllungsverbot würde die Weltoffenheit und Toleranz der Schweiz aufs Spiel gesetzt. Das sei geschäftsschädigend.

«Wir sollten nicht in Panik verfallen, aber das Votum auch nicht auf die leichte Schulter nehmen», meint ihrerseits Barbara Gisi, Direktorin des Schweizer Tourismusverbandes (STV).



Arabische Gäste sind eine kaufkräftige Klientel.

ZVG

**Reaktionen «Reputationschaden für das Image der Schweiz»**

Im Gegensatz zum Tessin besitzt die Kundschaft aus den Golfstaaten in anderen Destinationen einen wesentlich höheren Stellenwert, etwa in Genf, Zürich, im Berner Oberland oder Luzern. Die dortigen Tourismusverbände haben sich denn auch immer klar gegen Verhüllungsverbote ausgesprochen. In Luzern etwa haben die Übernachtungszahlen von Gästen aus den Golfstaaten in den letzten fünf Jahren um rund 40% zugenommen. Im Jahr 2012 konnten die Logiernächte um 15,9% gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. «Diese Gäste schätzen das Angebot der Luxushotellerie, machen gerne Berg- und Seeausflüge und sind für die touristische Wertschöpf-

ung von grosser Bedeutung, da sie überdurchschnittlich viel Geld ausgeben – insbesondere auch fürs Shoppen von Uhren und Schmuck», sagt Sibylle Gerardi, Leiterin Kommunikation bei Luzern Tourismus.

Ganz ähnlich tönt es aus Interlaken, wo die Gäste aus den Golfstaaten mit einem Anteil von 7% an fünfter Stelle in Bezug auf die Länderherkunft stehen. «Es sind für uns attraktive Gäste mit langen Aufenthaltszeiten», sagt Bettina Bhend von Interlaken Tourismus. Sollte sich das Burka-Verbot national ausweiten, wäre dies sicherlich negativ. Die Abstimmung im Tessin stelle bereits einen Reputationschaden in Bezug auf das Image der Schweiz dar. gl

## Zurückhaltung in Frankreich

**In Frankreich ist das Tragen von Burkis im öffentlichen Raum seit April verboten, in Belgien seit Juli 2011. Wie hat sich dies auf den Tourismus in Frankreich ausgewirkt?**

«Es gab praktisch keine Auswirkungen», sagt Stephanie Cadet von der französischen Tourismuszentrale «Atout France» in Paris. Einige Gäste seien mit dem Gesetz nicht einverstanden, andere hätten sich damit abgefunden. An den Zahlen habe sich nicht viel geändert. Sie habe gerade erlebt, wie eine vollverschleierte Touristin im Eiffelturm von einem Polizisten abgewiesen, aber nicht gebüsst worden sei. Tatsächlich sieht es so aus, als ob die Polizei bei der Verhängung von Strafen äusserst zurückhaltend ist, vor allem seit es bei einigen Kontrollen zu Tumulten kam. Die Busse bei Verstoss gegen das Verschleierungs-Verbot betragen in Frankreich bis zu 150 Euro.

Die Aussagen aus Paris sind indes mit Vorsicht zu geniessen. Denn es ist schwer abzuschätzen, ob allenfalls zusätzliche Kunden durch das Verbot ihre Reise abgesagt haben oder auf neue Destinationen in Europa setzen. Die deutsche Tageszeitung «Die Welt» will jedenfalls wissen, dass das Burka-Verbot in einigen Ländern viele arabische Touristen nach Bayern treibt, insbesondere nach München. Die dortigen Hotels lockten mit ungewöhnlichen Extras. Burka- und Nikabträgerinnen seien daher in München zur Gewohnheit geworden, die Zuwachsraten bei dieser lukrativen Klientel seien enorm hoch. gl

# «Es muss endlich wieder Rechtssicherheit einkehren»

Markus Luthé, an der Spitze des deutschen Hotelverbandes, ortet auch für kleinere Hotels Marktpotenzial. Und er will sich von der Abhängigkeit von den Portalen befreien.

GREGOR WASER

**Markus Luthé, in zehn Jahren hat sich die Zahl der Schweizer Gäste in deutschen Hotels verdoppelt, alleine 2012 wuchs die Zahl um neun Prozent. Geht dieser Trend weiter?**

Ja, auch 2013 zeichnet sich ein weiteres Wachstum ab, das allerdings wohl niedriger als im Rekordjahr 2012 ausfallen wird. Insgesamt haben die deutschen Hotels bisher um ein Prozent zugelegt, das Wachstum ausländischer Gäste liegt bei drei Prozent. Jenes der Schweizer liegt mit fast fünf Prozent über dem Durchschnitt. Die Schweiz ist nach Holland mittlerweile der zweitwichtigste Auslandsmarkt für uns, knapp vor den USA und Großbritannien.

**Was macht den derzeitigen Erfolg aus? Vielleicht haben die Schweizer Deutschland lange als Reiseland unterschätzt. Sowohl mit den pulsierenden Städten wie mit den reizvollen Landschaften hat Deutschland viel zu bieten. Hinzu kommt: Deutsche Hotels sind im europaweiten Vergleich sehr preiswert, für Schweizer dank des starken Frankens erst recht. Generell können wir mit rund 50 Prozent auch auf einen sehr hohen Anteil Geschäftsreisender zählen – dank der boomenden Wirtschaft.**

**In der Schweiz hat es zu viele kleine Hotels, die Investitionen nötig hätten und sich in der veränderten Vertriebslandschaft nicht mehr behaupten können. Hat die deutsche Hotellerie dieselben Probleme?**

Im Jahr 2000 hatten wir noch 38 000 klassische Beherbergungsbetriebe, heute sind es 35 000 – bei einer um rund zwei Prozent gestiegenen Zimmerkapazität. Es ist also auch in Deutschland ein Trend hin zu größeren Häusern festzustellen. Dennoch haben auch kleinere Hotels und Pensionen weiterhin Marktpotenzial. Das Internet bietet gerade auch diesen Häusern einmalige Chancen, an neue Gäste zu gelangen und sie zu binden. Der Online-Auftritt und die Social-Media-Aktivitäten müssen aber aktiv und professionell gestaltet und betrieben werden.

**Die deutsche Hotellerie liegt schon seit Langem mit den Buchungsportalen wegen der**

**von den Portalen geforderten Ratenparität – oder Bestpreisgarantie – im Clinch. Wie zeigt sich die Situation derzeit?**

Das Bundeskartellamt hat seine wettbewerblichen Bedenken gegenüber den Bestpreisklauseln von HRS im Juli ein zweites Mal bekräftigt und die von den Portalen geforderte Ratenparität als klar wettbewerbswidrig eingestuft. Wir hoffen auf einen baldigen Abschluss des Verfahrens, damit endlich wieder Rechtssicherheit einkehrt. Wenn ein Hotel auf allen Kanälen denselben Preis erheben muss – gleichzeitig den Portalen aber eine Kommission von 15 bis 25 Prozent zu bezahlen hat –, ist es bei der Preisgestaltung nicht mehr frei. Der Hotelier muss frei entscheiden können, welches Produkt er auf welchem Vertriebskanal zu welchen Konditionen vertreiben will. Es gehört zu seiner unternehmerischen Freiheit, etwa auch einen «Fabrikverkauf» zu besseren Konditionen anbieten zu können.

**Sie stehen vor einem Befreiungsschlag?**

**«Vielleicht haben die Schweizer Deutschland lange als Reiseland unterschätzt.»**

Markus Luthé  
Geschäftsführer Hotelverband Deutschland

**Im Bühlen um die Top Level Domain «hotel» liegen Sie ebenfalls im Clinch mit den Portalen. Zeichnet sich hier eine Lösung ab?**

Die neue Top Level Domain «.hotel» wird Mitte 2014 kommen, aber es ist nach wie vor offen, wer diese verwaltet und vermarktet. Grosse Buchungsportale und Finanzinvestoren wollen sie für sich. Unser europäischer Dachverband Hotrec hat daher bei ICANN, der Internet-Verwaltungsbehörde,

**«Der Hotelier muss frei entscheiden können, welches Produkt er auf welchem Kanal zu welchen Konditionen vertreiben will.»**

dagegen Beschwerden eingereicht. Für uns ist es wichtig, dass hinter einer Adresse wie www.bayrischerhof.hotel auch tatsächlich ein Hotel steht und nicht ein Portal. Eine unabhängige Gutachterin ist nun eingesetzt und wird voraussichtlich noch im Laufe dieses Monats entscheiden. Wir hoffen, Anfang nächsten Jahres dann alle Verfahren abgeschlossen zu haben und einen Entscheid zugunsten der weltweiten Hotellerie zu verzeichnen. Die Direktbuchungschance für die Hotels würde merklich erhöht.

**Zur Person Träger von mehreren Hüten**

Markus Luthé (48) ist Diplomb-Volkswirt und seit 2005 Hauptgeschäftsführer des Hotelverbandes Deutschland (IHA). Neben seinen Aufgaben im Lobbying und Networking ist Luthé insbesondere für die Bereiche Qualität, Marketing und Distribution im Branchenverband der Hotellerie in Deutschland zuständig. Für den Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) zeichnet er seit Einführung der Deutschen Hotelklassifizierung im Jahr 1996 für die Hotelsterne und seit der Gründung im Jahr 2009 auch für die Hotelstars Union verantwortlich. dst

**Plattformen wie Couchsurfing und AirBnB haben grossen Erfolg mit der Vermittlung von Privatzimmern. Wie verfolgen Sie diese Entwicklung?**  
In Berlin, Hamburg und München ist das ein grosses Thema. In diesen Städten hören wir vermehrt von abwehrenden Reaktionen von Nachbarn, wenn in Mieteinheiten rund um die Uhr Partys stattfinden. Und uns

stört, dass die Vermieter erheblich weniger Auflagen als Hotels einhalten müssen, zum Beispiel bei der Meldepflicht oder beim Brandschutz. Die Behörden prüfen nun das Phänomen der Umnutzung von Wohnraum. Der Erfolg dieser Plattformen kann für die Hotellerie aber auch eine Inspiration sein. Der Gast sucht offensichtlich die Nähe zu Vermietern, um Tipps zu erhalten, etwa wo nun das angesagteste Restaurant im Quartier ist. Das ist aber eigentlich unser ureigenes Metier, unsere Kernkompetenz als Gastgeber. Hotels können hierauf mit neuen Konzepten gut reagieren, indem beispielsweise Concierges zu individuellen Gästebetreuern werden oder Hotellobbys mit Social-

Media-Plattformen zu Erlebnisräumen werden.

**Und der Ärger bei Hoteliers über die Bewertungsportale ist verlogen?**

Niemand schätzt es, bewertet zu werden. Kein Arzt, kein Lehrer, kein Priester – und auch kein Hotelier. Doch die Internet-Bewertungen sind heute weit verbreitet und die Schlacht gehört der Vergangenheit an. Die Branche geht konstruktiv mit den Bewertungen im Rahmen des Qualitätsmanagements um. Unser Hauptanliegen aber bleibt: Solche Portale müssen alles Erforderliche unternehmen, um Manipulationen und Erpressungen zu unterbinden. Hier besteht noch Luft nach oben.

Markus Luthé,  
Geschäftsführer  
des IHA.

## Standpunkt

**Gesamtangebot statt Stückwerk – dies wünscht sich der Gast**



FREDI GMÜR\*

**A**nkunft am Berg, die Sonne lacht. Schön ist es hier, ein tolles Gebirge, alle Voraussetzungen für ein herrliches Bike-Weekend. Doch der Schein trügt. Kaum an der Bergbahn-Talstation angekommen, werden wir zum ersten Mal enttäuscht. Das einzige Sportgeschäft, wo wir eine Ausrüstung mieten können, ist einen Kilometer entfernt. Im Hotel noch mal Ernüchterung, denn es gibt keinen Fahrradkeller. Wir müssen zurück zur Talstation, wo wir die Bikes gebührenpflich-

**«Der Gast kommt, sieht und genießt – so sieht ein durchdachter Service aus.»**

tig einstellen können. Leider kein Einzelfall, es gibt viele Schweizer Ferienorte, die über kein durchdachtes Gesamtprodukt verfügen. Das Hotel weiss oft nicht, was die Bergbahn macht. Dies wiederum kümmert sich wenig um die Ausrüstung der lokalen Sportgeschäfte. Echte Gesamtangebote werden in vielen Schweizer Destinationen «ein bisschen» vorantreiben, aber meistens nicht mit strategischer Weitsicht. Der Tourismusdirektor vermarktet eine Vielzahl von Einzelleistungen, die nicht richtig zusammen passen. Besser wäre es, wenn sich Vertreter aus Gemeinde, Tourismusorganisation, Hotellerie, Gastronomie, Bergbahnen und Sportfachhandel zu einem starken Gremium zusammenfinden würden, das ein nachhaltiges Gesamtangebot ausarbeitet. Dieses vermarktet sich irgendwann von selbst. Nämlich dann, wenn der Gast nicht mehr ständig nach Dingen fragen muss. Er kommt, sieht und genießt. So sieht ein durchdachter Service aus.

\* Fredi Gmür ist CEO Schweizer Jugendbergen und Präsident Parahotellerie Schweiz.

## Nachgefragt

**Begeisterte Stammgäste und eine «Hall of Fame»**



Thomas Thürig, wie haben Sie als Vizedirektor des Jugendstil-Hotels

Paxmontana die Auszeichnung mit dem Spezialpreis «Historisches Hotel» erlebt?

Viele Stammgäste haben sich spontan gemeldet und uns herzlich gratuliert. Einzelne Glückwünsche kamen sogar aus Deutschland. Auch gab es bereits ein paar kurzfristige Buchungen, weitere werden bestimmt folgen. Nachdem unser Hotel dieser Tage auch noch einen Podestplatz beim Swiss Hotel Film Award 2013 erzielt und kürzlich die QIII- und ISO-Zertifizierung erhalten hat, könnte es sich lohnen, im Hotel eine «Hall of Fame» einzurichten. ste

Schweiz

Mehr Geld für den Schneesport-Ausbau



Von den zusätzlichen 20 Mio. Franken, die das Parlament für nationale Sportanlagen gesprochen hat, fliessen 7 Mio. Franken in den Neu- und Ausbau diverser Anlagen für den Schneesport. Dies hat der Bundesrat entschieden. Bei diesen Anlagen handelt es sich um Projekte in Evaluation. Für den Ausbau des Olympia Bob Run St. Moritz-Celerina ist 1 Mio. Franken vorgesehen.

Kostenloses Internet an ersten SBB-Bahnhöfen

Seit Anfang Woche surfen Fahrgäste und Passanten in den Pilotbahnhöfen Wetzikon, Bern Wankdorf und Burgdorf kostenlos im Internet. Nach einer einmaligen Registrierung können sie das «SBB-FREE»-WiFi überall nutzen. Bis Ende 2015 sollen 97 weitere Bahnhöfe in der ganzen Schweiz folgen, wie die SBB mitteilt. Damit die Fahrgäste auch im Zug besseren Empfang haben, rüstet die SBB die Zugwagen mit neuen Signalverstärkern aus. dst

# Nein zu Mindestlöhnen

**Der Ständerat empfiehlt die Mindestlohn-Initiative der Gewerkschaften zur Ablehnung. Als Nächstes wird sich der Nationalrat mit der Mindestlohn-Vorlage befassen.**

DANIEL STAMPFLI

Nach einer ausgiebigen Debatte folgte die kleine Kammer dem Antrag der Mehrheit der Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK) und lehnte die Volksinitiative «für den Schutz fairer Löhne» mit 31 zu 13 Stimmen ab. Die Initianten verlangen einen Mindestlohn von 22 Franken in der Stunde oder 4000 Franken im Monat. Der Betrag soll regelmässig an die Teuerung und die Preisentwicklung angepasst werden.

**Über Arbeitsplatzabbau und Verlagerung uneinig**

Ständerat und SP-Präsident Christian Levrat als Sprecher der WAK-Minderheit sprach von einem sozialen Bedürfnis. 430 000 Menschen erhielten Löhne unter 4000 Franken, darunter auch Personen mit abgeschlossener Be-

rufsausbildung. Pirmin Bischof (CVP/SO) erklärte im Namen der Kommissionsmehrheit, dass diese der Auffassung ist, dass die Annahme der Initiative das Armutrisiko nicht senken, sondern wahrscheinlich sogar erhöhen würde. Unqualifizierte Arbeit würde nämlich verteuert. Bei einem hohen landesweiten Mindestlohn würde die Gefahr von Rationalisierungen und Arbeitsplatzabbau erhöht. In der Kommission sei vom Stichwort der ins Ausland verlängerten Werkbank die Rede gewesen, so Bischof.

Nicht gelten lassen wollte die Minderheit das Argument, dass Mindestlöhne der Schweizer Wirtschaft schaden, weil Arbeitsplätze ins Ausland verlegt werden könnten. Tiefelöhne gebe es vor allem in der Landwirtschaft, bei

**Aktuelle Entscheide:**  
[www.htr.ch/session](http://www.htr.ch/session)

Coiffeuren oder im Gartenbau, bei denen eine Abwanderung nicht möglich sei, erklärte Christian Levrat. Laut Peter Föhn (SVP/SZ) betrifft die Problematik mit den Mindestlöhnen vor allem auch den Tourismus, der mit Schwierigkeiten zu kämpfen hat.

Bundesrat Johann N. Schneider-Ammann sieht einen der wesentlichen Gründe für die gute Situation des schweizerischen Arbeitsmarktes in der Tatsache, «dass sich der Staat aus der Lohnbildung in der Privatwirtschaft

herausgehalten hat.» Dies müsse die Angelegenheit der Sozialpartner bleiben. «Es basiert auf dem sehr erfolgreichen System unserer Gesamtarbeitsverträge», so der Volkswirtschaftsminister weiter. Das System funktioniere und man habe verhandelte Lohnabschlüsse immer wieder der wirtschaftlichen Realität anpassen können.

**«Mindestlöhne der Gesamtarbeitsverträge unter Druck»**

Abgelehnt wird die Initiative auch von hotelleriesuisse und Parahotellerie Schweiz. Die bisherigen Lohnfestsetzungsmechanismen hätten sich sehr gut bewährt, argumentiert der Branchenverband. «Die Festlegung der Löhne muss den Sozialpartnern überlassen werden», sagt Marc Kaufmann, Leiter Wirtschaft und Recht bei hotelleriesuisse. Die Branchenvertreter verfügen über die nötigen branchenrelevanten Kenntnisse. Bei einem staatlichen Mindestlohn werde dieser unabhängig von der Produktivität einer Branche festgesetzt.

Es bestehe deshalb die Gefahr, dass gerade wenig qualifizierte Mitarbeiter sich nicht mehr in den Arbeitsmarkt integrieren können. «Durch staatliche Mindestlöhne geraten die Mindestlöhne der Gesamtarbeitsverträge unter Druck», so Kaufmann weiter. Denn es sei unmöglich, den Mindestlohn für wenig qualifizierte Arbeitnehmer anzuheben, ohne dass dies Auswirkungen auf die übrigen Löhne im Mindestlohngüfte hat. Dies hätte in der Hotellerie einen massiven Kostenschub zur Folge, ist hotelleriesuisse überzeugt.



Die Löhne sollen durch die Sozialpartner bestimmt werden. zvg

Angenommen hat der Ständerat am Dienstag eine Motion, welche den Bundesrat beauftragt, bei den flankierenden Massnahmen zur Personenzufügigkeit

Vollzugsdefizite aufzuzeigen und anzugehen. Die Verfahren für Gesamtarbeitsverträge und Normalarbeitsverträge sollen beschleunigt werden.

## Mehrwertsteuer: «Status quo»

**In der Schweiz gelten weiterhin drei Mehrwertsteuersätze. Nach dem Nationalrat hat auch der Ständerat die Änderung des Mehrwertsteuermodells abgelehnt.**

Der Ständerat folgte am Montag seiner Kommission und beschloss stillschweigend, auf die Vorlage zur Vereinfachung der Mehrwertsteuer nicht einzutreten. Es ist das zweite Mal, dass das Parlament eine Mehrwertsteuerreform beerdigt.

Der Bundesrat hatte zunächst einen Einheitsatz vorgeschlagen. Diesen lehnten die Räte ab und verlangten stattdessen ein Modell mit zwei Sätzen. Davon

wollen sie nun auch nichts mehr wissen.

Heute beträgt die Mehrwertsteuer im Normalfall 8 Prozent des steuerbaren Umsatzes. Darunter fällt unter anderem auch das Konsumieren in Restaurants und Hotels. Das Übernachten im Hotel inklusive Frühstück wird aber zu einem Sondersatz vom 3,8 Prozent besteuert.

Daneben gibt es den reduzierten Satz von 2,5 Prozent für bestimmte Güter des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel, alkoholfreie Getränke, Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Medikamente und Eintritte zu Sport- und Kulturveranstaltungen.

«Ich denke, es ist besser, beim heutigen System zu bleiben, als eine kleine Änderung zu machen, die dann die Wirtschaft enorm

belastet und eigentlich wenig bringt», erklärte Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf. «Von da her bin ich schon froh, dass wir nicht die Zweisatzvariante mit 26 Ausnahmen umsetzen müssen», so die Finanzministerin weiter. Dies hätte einen Zusatzaufwand gebracht, der niemandem gedient hätte.

Für das Zweisatzmodell plädierten unter anderem auch hotelleriesuisse und Parahotellerie Schweiz, wobei von zwei möglichen Varianten die Maximalvariante als die zielführendere hätte weiter verfolgt werden sollen. Für die Hotellerie gilt bis 2017 weiterhin der Sondersatz von 3,8 Prozent. Die von der Branche geforderte Verlängerung hatte im April der Nationalrat und im Juni der Ständerat beschlossen. dst

## Für eine Kurzzeit-Vignette

**100 Franken für die Jahresvignette und 40 Franken für die neue Kurzzeit-Vignette gelten als tourismusverträglich.**

Am 24. November 2013 wird über die Änderung des Bundesgesetzes über die Abgabe für die Benützung von Nationalstrassen abgestimmt, gegen welches das Referendum ergriffen wurde. Der im Frühjahr 2013 vom Parlament verabschiedete Bundesbeschluss beinhaltet auch die Preiserhöhung der Autobahn-Vignette von 40 auf 100 Franken pro Jahr respektive die Einführung einer

Zweimonats-Vignette für 40 Franken. Aus der Sicht von hotelleriesuisse und Parahotellerie Schweiz stellt die Vorlage des Parlaments eine tourismusverträgliche Lösung dar, wie einer Medienmitteilung zu entnehmen ist. Die Verbände sprechen sich deshalb für die Gesetzesänderung aus und engagieren sich im überparteilichen Komitee «Ja zur Vignette».

Von einem guten Nationalstrassennetz profitiere auch der Schweizer Tourismus, halten hotelleriesuisse und Parahotellerie Schweiz weiter fest. Der Vignettenpreis von 100 Franken sei angemessen und mache eine solide und zielgerichtete Strassenfinanzierung möglich. Die Berber-



Das Benützen der Autobahnen soll teurer werden. zvg

gungswirtschaft begrüsst dabei insbesondere die Einführung einer Kurzzeit-Vignette über zwei Monate zum bisherigen Preis von 40 Franken. Eine zeitlich befristete Vignette besteht auch in anderen europäischen Ländern. dst

ANZEIGE

«Ich bin Ihr Treuhänder mit Mehrwert»

Rainer Jöhl  
Betriebsökonom FH  
Executive MBA



Treuhand für Ihr KMU.  
Perfekt auf Sie abgestimmt. Persönlich in der Betreuung. Spezialisiert in Fachbereichen.  
Wir denken mit – seit 1948.



balmeretienne

Treuhand | Steuern | Wirtschaftsprüfung und -beratung | Recht  
[www.balmer-etienne.ch](http://www.balmer-etienne.ch)



130 Zimmer auf 3-Sterne-Superior-Niveau: Im Stadtkreis 2 soll im Jahr 2016 ein neues Businesshotel eröffnen. zvg/Losinger Marazzi

# Hotel im «Grünen»

**Der südliche Zürcher Stadtrand bietet Potenzial für Geschäftsreisen. Die Baufirma Losinger Marazzi plant deshalb im Sihltal ein Business-Hotel mit 130 Zimmern.**

ANDREAS GÜNTERT

Das Zürcher Sihltal steht selten auf dem Reiseplan von Zürich-Touristen. Und auch der Begriff «Manegg» taucht spärlich auf in Reiseführern. Potenzial aber bietet diese Region im Zürcher Stadtkreis 2, ist die Berner Immobilienentwicklerin Losinger Marazzi überzeugt. Für ihre in Zürich-Süd projektierte Grossüberbauung «GreenCity» sieht die Totalunternehmung auch ein Hotel vor. «Wir sehen

dort einiges Entwicklungspotenzial», sagt Jürgen Friedrichs, Leiter Raumentwicklung Region Nordostschweiz bei Losinger Marazzi, «auch punkto Longstay-Betrieb». Angedacht ist ein Haus für die Geschäftshotellerie. Tatsächlich siedeln einige bedeutende Unternehmen in Nähe der Manegg, so das Bankensoftware-Haus

Avaloq und die Versicherung Generali, ebenfalls in der Gegend sind Swiss Re, Credit Suisse und Google mit vielen Arbeitsplätzen aufgestellt. Losinger Marazzi projektiert ein Haus mit rund 130 Zimmern, mit Drei-Sterne-Superior-Positionierung.

Wer das Hotel betreiben wird, steht derzeit noch nicht fest. Man

sei aktuell parallel in Verhandlungen mit möglichen Betreibern und Investoren, heisst es bei Losinger Marazzi. «Ideal wäre eine internationale Hotelkette mit internationalem Buchungssystem», sagt Friedrichs. Offenbar sind die Besprechungen im fortgeschrittenen Stadium: «Bis Ende 2013 sollte ein Vorvertrag stehen.

## Renaissance schliesst Ende August 2014

Derint, Hyatt, Kameha – in der Zürcher Flughafenregion wimmelt es von Hotelprojekten, die in der nächsten Zeit realisiert werden. Aber es kommt auch zum Rückzug eines gut eingeführten Hauses. Das Renaissance Zürich Hotel im Glattpark, zwischen Zürich-Oerlikon und dem Flughafen, wird per 31. August 2014 geschlossen. Das Haus mit 204 Zimmern, seit 1991 am Markt, müsse einem neuen Bürokomplex weichen, sagt Hansjürg Nagy, Direktor Sales & Marke-

ting. Dass man sich aufgrund von Preiskämpfen zurückziehe, wie es in der Regionalpresse hiess, verneint Nagy vehement: «Natürlich sind in dieser Gegend alle unter Druck. Aber wir konnten stets mit einer Auslastung von 80% arbeiten.» Was Nagy auch wichtig ist: «Wir werden bis zum letzten Tag den vollen Hotelbetrieb gewährleisten.»

Ironie des Schicksals: Ausgerechnet das letzte Hoteljahr verspricht einen grossen Erfolg: «Nur schon die Leichtathletik-Europameisterschaft in Zürich

im August 2014 wird uns ein volles Haus bringen», sagt Nagy. Das Hotel ist auch bekannt für sein Asian Food & Culture Festival. Es findet diesen November/Dezember zum 20. Mal statt. Was mit den rund 100 Mitarbeitenden geschieht, sei derzeit in Abklärung: «Wir suchen Lösungen mit unseren Leuten und sprechen dazu auch mit den anderen drei Marriott-Betrieben in Zürich.» Es sind dies das Marriott Zürich City, Courtyard in Zürich-Oerlikon und Renaissance Tower Zürich-West. ag

Bei einem Baubeginn im Herbst 2014 sollte das Hotel gegen Ende 2016 bezugsbereit sein.»

### Gute Verkehrsanbindung von Stadt und Sihltal

Auch wenn Beobachter die Lage dieses geplanten Hotels als «etwas peripher» einstufen: Bei näherer Betrachtung zeigt sich, wie nahe die Gegend an der Zürcher City liegt. Die Manegg liegt nur gerade fünf Kilometer südlich vom Paradeplatz; aus dem Sihltal gelangt man (bei optimalen Verkehrsverhältnissen) per Auto in zehn, per S-Bahn in elf Minuten ins Stadtzentrum. In der Gegend geniesst das Areal Sihl-Manegg hohe Bekanntheit; jahrzehntelang wurde es geprägt von den Produktionshallen der Sihl-Papierfabrik. Erst 2007 wurde die Papierherstellung an diesem Ort für immer eingestellt.

Neben den bereits existierenden Firmen in der Gegend sieht Jürgen Friedrichs weitere mögliche Gästelieferanten: «Ich denke natürlich auch an die zukünftigen Firmen, die sich im zukunftsweisenden Quartier GreenCity niederlassen werden.» Losinger Marazzi projektiert unter diesem Namen in der Manegg eine Grossüberbauung mit Nutzungen im Wohn- und Büro-Bereich. Das nachhaltige Quartier GreenCity hat schweizweit das erste Energiestadt-Zertifikat «2000-Watt-Areal» erhalten und baut mit Wasserkraft, Solarenergie und Grundwasser-Wärme auf eine hundertprozentig erneuerbare Energieform.

### Nachhaltigkeit wird grossgeschrieben

Welche Ansprüche ergeben sich daraus an eine Hotelmarke in dieser Hinsicht? Offenbar ist das auch ein Kriterium, sagt Friedrichs: «Wir suchen einen Hotelbetreiber, der schon von sich aus Nachhaltigkeitsprogramme mitbringt.»

Bleibt die Frage, wie man ein Geschäftshotel in Zürich-Süd am Wochenende füllen kann. Friedrichs kennt das Thema, es bereite aber kein vorausseilendes Bauchgrimmen: «Das ist natürlich eine Herausforderung. Eine aber, der sich jedes Business-Hotel stellen muss.»

## Aus der Region

### Bern

#### Kantonsbeitrag an Verein Berner Wanderwege



Der Kanton Bern entscheidet den Verein Berner Wanderwege (BWW) für die an ihn übertragenen Aufgaben in den Bereichen «Kennzeichnung der Wanderwege», «Nachführung der Datensätze» und «Vollzug der Wanderweg-Gesetzgebung» mit jährlich 1,15 Mio. Franken. Der BWW unterstützt den Kanton Bern seit Jahren bei der Betreuung der über 10 000 Kilometer Wanderwege.

#### Geld für Sanierung der Abtei Bellelay

Die Abtei Bellelay feiert nächstes Jahr ihr dreihundertjähriges Bestehen. Die historische und symbolträchtige Kirche soll durch bauliche Eingriffe verbessert werden. Dadurch soll die Nutzung des denkmalgeschützten Objektes im Berner Jura kulturell und touristisch erweitert werden. Die Gesamtkosten betragen 600 000 Franken. Diese sollen zu 10% über den Lotteriefonds-Anteil des Bernerjassischen Rates finanziert werden.

### Graubünden

#### Therme Vals: Regierender handelte korrekt



Im Zusammenhang mit dem Verkauf der Therme Vals haben sich die kantonalen Instanzen korrekt und im Rahmen ihrer Kompetenzen verhalten. Zu diesem Schluss gelangt die grossräumliche Geschäftsprüfungskommission (GPK) aufgrund der von ihr getroffenen Abklärungen. Bei ihren Abklärungen wurde die GPK massgeblich von der kantonalen Finanzkontrolle unterstützt. Der Verkauf der Therme an den Churer Immobilienunternehmer Remo Stoffel beschäftigt auch noch das Bundesgericht.

#### St. Moritz: Tourismus teils bei der Gemeinde

Innerhalb der Gemeindeverwaltung von St. Moritz wird eine Tourismusabteilung geschaffen. Diese übernimmt die operativen Aufgaben des Kur- und Verkehrsvereins. Laut «Engadiner Post» haben die St. Moritzer Stimmbürger mit 1034 zu 391 Stimmen am Wochenende klar Ja gesagt zur dazu notwendigen Teilrevision des Tourismusgesetzes. Eine Fachkommission «Tourismus» soll über die Mittelverwendung bei Veranstaltungen bestimmen und neue Ideen und Projekte zur Stärkung des Tourismusortes St. Moritz vorantreiben. dst

## Erfolg für Zermatter Hoteliers

**Nun unterstehen im Wallis auch «Chalet-Girls» dem L-GAV für das Gastgewerbe. Die Anstrengungen der Zermatter Hoteliers haben sich gelohnt.**

«Mit Genugtuung können wir Ihnen mitteilen, dass unsere Anstrengungen in der Angelegenheit «Sind Chalet- und Hotelstaf dem L-GAV für das Gastgewerbe unterstellt oder nicht?» von Erfolg gekrönt sind.» Dies schreibt Franz Schwelger, Präsident des Hoteliersvereins Zermatt, in einer Medienmitteilung. Denn der Hote-

lierverein Zermatt und die Gemeinde Zermatt erhielten von Peter Kalbermatten, Chef der Dienststelle für Industrie, Handel und Arbeit des Kantons Wallis, ein Schreiben. Darin hält Kalbermatten fest: «Wir werden zukünftig die Erteilung der Arbeitsbewilligungen davon abhängig machen, dass die Touroperatoren erklären, die allgemein verbindlichen Bestimmungen des L-GAV einzuhalten.» Über die Problematik der Unterstellung des Chalet-Personals, der so genannten «Chalet-Girls», unter den L-GAV berichtete die htr am 23. Mai.

«Es ist für uns ein grosser Erfolg, dass nun auch Mitarbei-

terinnen und Mitarbeiter von Touroperatoren aus dem Ausland ohne Wenn und Aber dem L-GAV für das Gastgewerbe unterstellt sind», erklärt Hotelierspräsident Schwelger. Für sie als Arbeitgeber sei es sehr wichtig, dass mit diesem Entscheid einer Schattenwirtschaft im Gästeberaubungsbereich der Riegel geschoben wird. So stünden nun alle Unternehmer der Branche mit gleich langen Spiessen im Wettbewerb. Die Touroperatoren seien entsprechend informiert und die Kontrollstelle für den L-GAV Basel werde die Einhaltung der Bestimmungen gemäss L-GAV überwachen. dst

## Kunstmuseum Bern und Zentrum Paul Klee unter einem Dach

**Der Kunst- und Kulturplatz Bern soll künftig einen stärkeren Marktauftritt erhalten.**

Bis spätestens Anfang 2016 werden das Kunstmuseum Bern und das Zentrum Paul Klee eine gemeinsame strategische Führung erhalten. Die beiden Häuser behalten zwar ihre Eigenständigkeit, werden aber in Zukunft deutlich enger zusammenarbeiten. Darauf hätten sich die beiden Stiftungsräte unter der Leitung von Erziehungsdirektor Bernhard Pulver und Projektleiter Marcel Brühlhart geeinigt, wie die bernische Erziehungsdirektion mitteilt. Von der engeren Zusammenarbeit versprechen



Die Tage des «Renaissance» im Glattpark sind gezählt. zvg

## And the winner is ...

Die harmonische, mit einer Prise Glamour gewürzte Preisverleihung des **Swiss Hotel Film Awards 2013** in Zürich machte es deutlich: Hotel und Film – das ist eine Liebesgeschichte.

GERY NIEVERGELT

**Y**ou are welcome! Unter diesem Motto stand der diesjährige, von hotellerieuisse initiierte Swiss Hotel Film Award. Herzlich willkommen geheissen fühlten sich auch die rund 500 Gäste aus der Hotel- und Filmbranche, die vergangenen Donnerstag zur Preisverleihung in die Arena Filmcity im Zürcher Sihlcity pilgerten.

Von einer Fachjury nominiert worden waren 20 Kurzfilme von maximal fünf Minuten Länge, die alle in den Kulissen eines Schweizer Hotels spielen. Prämiiert wurden die unterhaltsamen Werke von den Drehorten Hotel Kulm, St. Moritz; Paxmontana, Flüeli-Ranft; Congress Hotel Seepark, Thun; Seedamm Plaza, Pfäffikon. Gewinner des harmonischen und unterhaltsamen Abends waren aber alle: Jungfilmer, Hoteliers und Publikum.



Sie gewannen mit dem Kurzfilm «Special Guest» den mit 5000 Franken dotierten ersten Preis: Die Filmemacherinnen **Cosima Frei** (Mitte) und **Maria Brendle** (rechts), mit Crew und dem Gastgeber **Heinz E. Hunkeler** (rechts) vom «Drehort» Kulm Hotel St. Moritz.

Fotos: Frederic Meyer



Von der von Filmredaktor Mohan Mani präsidierten Fachjury mit dem zweiten Platz ausgezeichnet: Filmer **Florian Steiner** (mit Pokal) und Crew.



Im Scheinwerferlicht: Der **Zimmerschlüsselanhänger** als Trophäe beim dritten Swiss Hotel Film Award von hotellerieuisse.



Sie waren die Lieblinge des Publikums: Mit dem Film «A Day's Work» holten Filmemacher **Remo Pini** (mit Pokal) und Crew beim Online-Voting die meisten Stimmen. Darüber freut sich auch Gastgeber **Peter H. Ernst** (links) vom «Drehort» Seedamm Plaza in Pfäffikon SZ.



Die Preisverleihung im Sihlcity gleichsam vor der Haustür: **Martin Sturzenegger**, Direktor Zürich Tourismus, und **Thomas Sos**, Hotels Plattenhof und Townhouse, Zürich.



Damenquartett: **Andrea Werner** und **Sandra Malang** vom City Hotel Ochsen, Zug; **Marion Minarik** und Hôtelière **Yasmin Cachemaille Grimm**, beide Waldhaus Films.



Filmliebhaber: **Marc Kaufmann**, hotellerieuisse; **Hanna E. Rychener**, Direktorin Int. Schule für Touristik IST; **Stephan Kistler**, GM Hotel Crowne Plaza Zürich.



Talk auf dem Podium: Moderator **Sven Epiney** und **Christoph Juen**, CEO hotellerieuisse.



Stille Genieser: **Norbert Galig**, ConCardis; **Désirée Bleiker** und **Thomas Thürlig**, beide Hotel Paxmontana in Flüeli-Ranft; **Christian Ess**, ConCardis.



Als hotellerieuisse-Präsident Gastgeber des Events: **Guglielmo L. Brentel**.

### Sesselrücken

#### Naturpark Diemtigtal unter neuer Leitung

Der Gemeinderat von Diemtigen hat **Peter Knutti** zum neuen Geschäftsführer des Regionalen Naturparks Diemtigtal ernannt.



ZVG

Der 43-jährige Knutti wird die neue Aufgabe am 1. Januar 2014 übernehmen. Er ist in Schwenden im Diemtigtal aufgewachsen und hat nach seiner Ausbildung als Landmaschinenmechaniker und nach Sprachaufenthalten in Frankreich und England die Polizeischule absolviert. Als Leiter der fachtechnischen Leitung der Seepolizei Thuner- und Brienzsee war er für die Leitung von neun Mitarbeitenden verantwortlich.

#### VDH mit drei neuen Vorstandsmitgliedern

Die Mitglieder der Vereinigung Diplomierter Hoteliers Restaurateure SHV (VDH) haben drei neue Vorstandsmitglieder gewählt. Es sind



ZVG

dies (v.l.) **Franz Gruben**, Mitglied der Geschäftsleitung Gourmet Star AG Sursee, **Simone Walt**, Gastgeberin Hotel Hirschen Wildhaus und **Michael Max Müller**, Direktor Hotel Edelweiss Sils-Maria. Sie haben ihr Amt bereits im August angetreten, wie der VDH im September mitteilt.

#### Neuer Generaldirektor für Nestlé Waters

Der Italiener **Marco Settembri** (Bild) übernimmt per Anfang Dezember die Führung des Trinkwassergeschäfts von Nestlé. Er löst den



ZVG

bisherigen Generaldirektor **John Harris** ab, der in den Ruhestand tritt. Settembri war zuvor bei Nestlé Italiana Managing Director von San Pellegrino. Seit 2007 ist er Chef von Nestlé Purina PetCare Europa.

#### Neuer Gastgeber im «Spinas» im Val Bever

**Claudio Filli** (Bild) hat die Geschäftsführung des Gasthauses Spinas im Val Bever übernommen. Er tritt die Nachfolge von **Sabine**



ZVG

und **Christian Kerstholt** an, die vom Engadin nach Schweden umsielen. Claudio Filli war zuletzt Gastgeber im Hotel Piz Platta auf der Alp Flix und im Hotel Hirschen in Samedan sowie Koch in der «Chesa Salis», Bever. ste

L'hôtel genevois a été complètement refait de fond en comble, mais son charme reste intact. Le Bristol a fêté la semaine passée la fin de sa mue, entamée il y a cinq ans.

ALEXANDRE NICOLINI

Pour certains, l'âme du quatre étoiles supérieur de la rue du Mont-Blanc à Genève se niche dans son emplacement imparable à un jet de pierre du lac. Pour d'autres, elle se trouve dans la taille de ses chambres et de ses salons de séminaire baignés de lumière du jour. Les plus gourmands disent qu'elle est cachée au fond des casseroles du chef Ludovic Roy. Quant aux mélomanes, ils pensent la savourer dans les sons de harpe qui enveloppent leur petit-déjeuner ou dans la musique live du bar. Enfin, pour certains l'esprit du Bristol réside dans ses 65 employés, dont la moyenne d'ancienneté est de 8 ans et demi. «Beaucoup de nos clients relèvent le plaisir de reconnaître les mêmes têtes au fur et à mesure de leurs visites», relève le directeur général Xavier Collange, à la tête de l'établissement depuis deux ans.

Les cent chambres dont dix suites ont été rénovées

Ces marques de fabrique qui ont fait le succès du Bristol n'ont pas bougé d'un pouce. Quant au reste, il a été métamorphosé. Les cent chambres, dont dix suites, ont été toutes rénovées lors des deux dernières années. Seules les salles de bains, qui datent de huit



L'Hôtel Bristol est situé au cœur de Genève, à quelques pas du lac. Il emploie 65 employés pour cent chambres.

## Le Bristol exhibe son intérieur refait

ans et dont la qualité du marbre laisse augurer une espérance de vie de 15 ans, ont été gardées, «elles n'ont pas été rénovées en



Toutes les chambres ont été refaites, avec une large priorité accordée aux nouvelles technologies.

profondeur mais seulement liftées», précise Xavier Collange. Le restaurant, le bar et les salles de réunions avaient déjà été refaits voici quatre ans, le centre bien-être, il y a cinq ans.

Le Bristol a saisi l'occasion de sa mue pour basculer définitivement dans le 21<sup>e</sup> siècle et ses technologies de pointe. Dix kilomètres de câble informatique catégorie 6 ont été tirés, une centrale téléphonique flambant neuve raccordée à la fibre optique, deux combinés téléphoniques mains libres dans chaque chambre, les antennes wifi ont été changées, des installations de télévision dernier cri qui captent 156 chaînes.

Le montant des investissements ne sera pas dévoilé

Le Bristol a-t-il cassé sa tirelire? La question reste sans réponse.

«Nous préférons ne pas communiquer sur ce sujet», explique le directeur général.

Avec des standards qui flirtent avec ceux d'un cinq étoiles le Bristol, mise sur la qualité de ses prestations, un service de conciergerie, un service de couverture c'est-à-dire que la chambre est nettoyée deux fois par jour, des lits surélevés dotés de draps en coton satiné d'Égypte. Xavier Collange déclare d'ailleurs non sans fierté: «L'an dernier, le service de classification d'hôtels suisse nous a attribué 615



«En cette période de crise, un quatre étoiles supérieur ouvre de belles opportunités.»

Xavier Collange  
Directeur général du Bristol

points, une note nettement au-delà des 570 points qui sont la limite supérieure d'un quatre étoiles. Un directeur heureux qui se réjouit du positionnement de son établissement. «Notre créneau nous va bien. En cette période de crise, avec des sociétés qui parfois rechignent à louer leurs employés dans des cinq étoiles, être un quatre étoiles supérieur ouvre de belles opportunités», tout en convenant être vraisemblablement un des quatre étoiles le plus cher de la place.

## Touristes arabes sans niqab, et après?

Suite au vote de dimanche sur le port de la burqa, le Tessin s'attend à perdre des touristes en provenance des pays arabes. Toutefois, l'exemple de la France démontre que l'impact sur les voyageurs est modéré.

GERHARD LOB

Quelques jours avant la votation populaire sur l'interdiction du niqab au Tessin, Nora Illi, une Suisse convertie à l'islam, est apparue entièrement voilée lors d'une conférence de presse à Lugano. Elle a affirmé qu'elle cesserait de passer ses vacances au Tessin avec ses enfants si l'initiative était ac-

ceptée. Ses propos n'ont guère impressionné le corps électoral tessinois qui a approuvé à une large majorité de 65,4% l'interdiction faite aux femmes de porter un voile intégral dans les espaces publics.

La nouvelle disposition devrait entrer en vigueur dans deux ans. La France et la Belgique connaissent déjà un règlement similaire. Les femmes qui apparaîtraient entièrement voilées dans les lieux publics s'exposeraient à des sanctions, une amende qui peut atteindre les 150 euros en France. Promulguée en avril chez nos voisins français, la nouvelle loi a-t-elle exercé un impact sur l'afflux des voyageurs? «Pratiquement aucun», selon Stephanie Cadet de l'agence nationale de développement touristique «Atout France»

à Paris. Si quelques touristes ont fait part de leur mécontentement, d'autres se sont adaptés. Elle a assisté à l'intervention d'un policier qui n'a pas autorisé une femme portant le niqab à visiter la tour Eiffel, sans toutefois la verbaliser. Les forces de l'ordre semblent en effet infliger les amendes au compte-gouttes, en particulier depuis les vives réactions suscitées par de récents contrôles. A chiffres égaux, il est donc difficile d'évaluer le nombre des personnes qui ont annulé leur voyage en France ou se sont tournées vers d'autres destinations européennes.

L'association du tourisme tessinois ETT envisage la nouvelle donne avec sérénité, car les touristes entièrement voilés sont très peu nombreux dans le



Le port du voile sera interdit dans l'espace public tessinois. Fotolia

canton transalpin. Entre janvier et juillet 2013, le canton a enregistré 1,35 million de nuitées. Sur ce total, 11 238 nuitées, soit 0,83%, sont à inscrire à l'actif des ressortissants des pays du Golfe.

Elia Frapoli, directeur de l'ETT, s'attend à des réactions: «Selon toute vraisemblance, nous perdrons une part des touristes en provenance du monde arabe. Notre association entend cependant rester présente dans les pays du Golfe où de nombreuses fem-

mes ne dissimulent pas entièrement leur visage. Fernando Brunner, président d'hotelleriesuisse Ticino, met en garde contre la tentation de surestimer la portée de ce vote, même s'il reconnaît que «la situation n'est assurément pas simple pour les hôteliers, qui accueillent actuellement des voyageurs venus de pays arabes.»

Traduction Jean Pierre Ammon sur la base de textes en page 2

### En bref

#### International

##### Le Gruyère se démarque aux Etats-Unis



L'Interprofession du Gruyère annonce l'enregistrement d'une marque de certification pour les Etats-Unis, ainsi qu'une Trade Mark pour l'Afrique du Sud. Les instances officielles de ces deux pays ont reconnu ces marques sur leurs territoires respectifs. Le couronnement d'années de tractations juridiques ardues.

#### Vaud

##### L'Oktoberfest au pays du Chardon

Du 26 septembre au 12 octobre le restaurant Au Chalet du Mirador Kempinski propose son Oktober Fest. Un large choix de bières des plus fameuses brasseries allemandes seront servies dans les célèbres «Mass». Le grand orchestre munichoïse Bier Boys vous interprétera les plus grands classiques de la musique folklorique bavaroise. A tout moment la saucisse de veau et le pain à la viande pourront être dégustés. Ainsi que des plats tels que «poitrine de porc, saucisson de foie et boudin, choucroute».

#### Valais

##### Une recherche sur les plants d'Arvine



Un grand projet de recherche pour l'Arvine «Sélection Valais» vient d'être lancé au Domaine du Grand Brûlé, à Leytron. Le conseiller d'Etat Jean-Michel Cina a conclu avec Agroscope Changins-Wädenswil une convention portant sur un programme de recherche pour les années 2013 à 2024. L'objectif poursuivi est de mettre à disposition des vigneron les meilleurs plants d'arvine et de contribuer ainsi à la qualité et à l'authenticité de la Petite Arvine AOC Valais.

#### Fribourg

##### Joli succès pour la première édition de la Bénichon

La première édition de la «Bénichon du Pays de Fribourg» a attiré plus de 15 000 personnes en ville de Fribourg de vendredi à dimanche. «Les hôteliers, restaurateurs et artisans se sont déclarés extrêmement satisfaits», indiquent les organisateurs dans un communiqué. Les restaurants partenaires ont pratiquement tous affiché complet et la manifestation a engendré 180 nuitées. Bulle en Gruyère organisera la seconde édition de cette tradition vivante et populaire, du 19 au 22 septembre 2014.

En bref

**Suisse**  
Un film  
tourné au  
Kulm Hotel



Le premier prix du «Swiss Hotel Films Award 2013» revient à «Special Guest» de Cosima Frei et Maria Brendle (Zurich) tourné au Kulm Hotel à St-Moritz. Le second va à Coming Closer de Florian Steiner, il se passe au Paxmontana de Flüeli-Ranft et le troisième à Rapahel Willi (Baar) filmé au Congress Hotel Seepark.

**Trafic  
touristique:  
échanges de vues**

Sous l'impulsion de la Fédération suisse des vigneron, une délégation parlementaire viti-vinicole a rencontré la conseillère fédérale Eveline Widmer-Schlumpf et son administration. Il s'agissait d'évoquer la révision des dispositions relatives à l'importation de marchandises dans le trafic touristique. La proposition de l'Administration des douanes d'augmenter la franchise quantitative de 2 à 20 litres de vin a fait l'objet d'une discussion approfondie. aca

## Le rejet du minimum

**Le Conseil des Etats recommande le rejet de l'initiative syndicale sur le salaire minimum. La question est désormais transmise au Conseil national.**

DANIEL STAMPLI

Après un long débat, le Conseil des Etats a accepté la motion présentée par la majorité de la Commission de l'économie et des redevances (CER) et a rejeté par 31 voix contre 13 l'initiative populaire «pour la protection de salaires équitables». Le texte prévoit un salaire minimum de 22 francs par heure ou de 4000 francs par mois. Ces montants devraient être indexés régulièrement à l'évolution du coût de la vie.

Au titre de porte-parole de la minorité de la CER, Christian Levrat, conseiller aux Etats et président du PS, a évoqué un besoin social. Dans notre pays, 430 000 personnes perçoivent des salaires inférieurs à 4000 francs, parmi lesquelles des travailleurs au bénéfice d'une formation professionnelle complète.

Au nom de la majorité de la commission, Pirmin Bischof



Le Conseil des Etats a accepté une motion pour accélérer les procédures pour les conventions collectives de travail.

Alain D. Bollat

(PDC/SO) a déclaré que l'acceptation de l'initiative ne réduirait pas, mais augmenterait le risque de pauvreté. A l'échelle nationale, un salaire minimum pourrait en effet conduire à des rationalisations et à la destruction de places de travail.

La minorité de la commission réfute la thèse selon laquelle un

salairé minimal serait préjudiciable à l'économie suisse, en raison d'une possible délocalisation d'emplois à l'étranger.

Les faibles rémunérations concernent essentiellement les travailleurs de l'agriculture, les coiffeurs et les jardiniers, qui ne sont pas menacés par d'éventuelles délocalisations, a relevé Christian Levrat.

sociaux, qui «bénéficient à cet effet du dispositif des conventions collectives de travail.» Le ministre de l'économie a souligné que ce système a toujours permis d'adapter les accords salariaux aux conditions conjoncturelles.

«Mécanismes actuels efficaces»

L'initiative est également rejetée par l'hotellerie suisse et l'hotellerie suisse. Les mécanismes actuels de détermination des salaires ont apporté la preuve de leur efficacité, de l'avis de l'association professionnelle. «Les négociations salariales incombent aux partenaires sociaux», déclare Marc Kaufmann, responsable du domaine Economie et Droit auprès d'hoteleriesuisse.

Si l'initiative était acceptée, les personnes peu qualifiées pour-

raient rencontrer des difficultés à s'intégrer au marché du travail. «Des salaires minimaux imposés exerceraient une forte pression sur les salaires minimaux prévus par les conventions collectives», poursuit Marc Kaufmann.

Il relève qu'il serait impossible d'élever le salaire minimum des employés non qualifiés sans provoquer de répercussions sur les autres salaires et, de ce fait, une hausse massive des coûts.

Le Conseil des Etats a accepté mardi une motion qui demande notamment au Conseil fédéral d'accélérer les procédures pour les conventions collectives et les contrats individuels de travail.

Traduction Jean-Pierre Ammon sur la base d'un texte en page 4

**Les délocalisations pourraient toucher le secteur du tourisme**

De l'avis de Peter Föhn (UDC/SZ), le secteur du tourisme, déjà confronté à des difficultés, ne serait pas non plus épargné par cette problématique. Le conseiller fédéral Johann N. Schneider-Ammann considère que l'un des facteurs essentiels de la bonne tenue du marché suisse du travail s'explique par le fait «que l'Etat n'intervient pas dans la fixation des salaires de l'économie privée». Cette question relève de la responsabilité des partenaires

**«Les négociations salariales incombent aux partenaires sociaux.»**

Marc Kaufmann  
Resp. Eco. et Droit hoteleriesuisse

### ANNONCE

## Duo de formes élégance et innovantes



Vaisselle «Duett»

Le ton blanc cassé particulier et le relief agréable de notre gamme de vaisselle produisent un cachet tout particulier, entre une clarté retenue et un design moderne. Les drapeaux asymétriques des assiettes, plats et bols soulignent ce contraste harmonieux.

Des pièces parfaitement coordonnées permettent des combinaisons intéressantes pour tout met et toute occasion! Porcelaine lavable en lave-vaisselle et résistant au micro-onde.

Plus de 6.000 produits.  
Les professionnels y trouvent tout!

- ➔ Buffet et cuisine
- ➔ Comptoir et vente
- ➔ Restauration



Demandez dès aujourd'hui le catalogue **GRATUIT!**

Chez **HUBERT** c'est trouvé!  
Plus de 6.000 produits!

Ligne directe et gratuite 0800 11 66 00

**HUBERT**  
www.hubert-online.ch

## Neuchâtel: centre-ville choyé

**Les autorités de la Ville tirent les enseignements d'ateliers et engagent Jean-Marc Boerlin pour dynamiser le cœur de la cité. Un délégué à la culture et au tourisme livre ses premières réflexions.**

Le week-end prochain la foule envahira le centre-ville de Neuchâtel, pour la Fête des vendanges. Un moment festif pas idéal pour découvrir les richesses architecturales et la pierre jaune. Lundi des palissades de fer commencent à s'ériger pour protéger les façades. Et pourtant la Ville vient de présenter une nouvelle stratégie pour valoriser son centre-ville, en engageant un délégué, en la personne de Jean-Marc Boerlin.

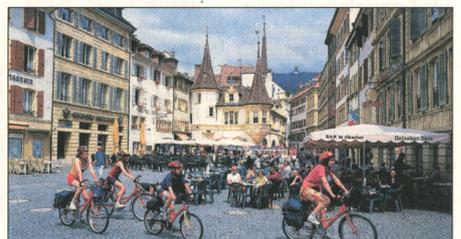
Une figure familière pour les amoureux de la zone piétonne et du livre puisqu'il était gérant de Payot Neuchâtel pendant sept ans, notamment ces quatre dernières années. Une manière de concrétiser les trois ateliers de travail conduits par Nicolas Babey, professeur à la Haute école de gestion Arc. Ces ateliers ont réuni les commerçants, mais aussi le Conseil communal, la

commission spéciale «développement économique» et des chefs de service.

Au terme de ce processus, la Ville s'est engagée à mieux mettre en valeur ses bâtiments emblématiques. Elle considère «que l'urbanisme et l'architecture constituent des éléments-clés du développement commercial.» Mais aussi comme le témoin de la création du poste «à mettre des compétences professionnelles à disposition des acteurs économiques.» La mission de Jean-Marc Boerlin sera de produire et de gérer des événements, avec un gros défi pour les fêtes de fin d'année. La première action de la commission spéciale «développement économique» a débuté

avec des plantes et des végétaux qui ornent le ruau (ruisseau) qui traverse la rue du Seyon.

Active depuis juillet, Lena Brina déléguée à la culture et au tourisme de la Ville (également un nouveau poste) vient de donner sa première interview au journal officiel «Vivre la ville»: «J'ai adoré l'installation dans le ruau, simple et efficace.» Elle évoque des lieux touristiques phares qui pourraient être dépeuplés comme la Tour des prisons. Cette ethnologue de formation pense que son poste «est un signal fort des autorités pour renforcer le lien avec le Tourisme neuchâtelois et développer ensemble des actions touristiques au bénéfice de l'image de notre ville.» aca



La place des Halles de Neuchâtel.

ltd



Les personnes handicapées intégrées aux activités de l'hôtellerie. L'EHL en a fait la positive expérience l'année dernière avec l'Institution l'Espérance.

D'abord, les 38 personnes handicapées qui travailleront à Martigny seront soigneusement sélectionnées. Ensuite, une formation interne et externe leur sera donnée. «Nous allons aussi envoyer plusieurs personnes effectuer des stages à Nice, dans un hôtel - l'Esatitude - qui fonctionne selon le même modèle», explique Jean-Marc Dupont. «Nous aimerions aussi jeter des passerelles de collaboration tant au niveau de la formation que de l'exploitation avec notre voisin, l'hôtel Vatel, et son école hôtelière», ajoute-t-il. Cette proximité pourra certainement être aussi un atout commercial.

### Sept maîtres sociaux-professionnels assureront l'encadrement

«Disposer d'un neuvième hôtel à Martigny est une bonne nouvelle, d'autant plus qu'il s'inscrit dans un créneau que nous n'avons

**«Cet hôtel offrira des prestations égales à celle d'un autre établissement.»**

Jean-Marc Dupont  
Directeur de la fondation FOVAHM

pas, le 3 étoiles supérieur. Il sera donc complémentaire aux autres établissements», commente Fabien Claivaz, directeur de Martigny Tourisme.

L'encadrement des employés handicapés contribuera évidemment à assurer la qualité des prestations. «Sept maîtres socio-professionnels seront présents à leurs côtés. Et nous allons engager des professionnels pour coiffer la tête de chaque secteur de l'établissement: un directeur, un chef de cuisine, etc.»

Le client sera-t-il informé du caractère humainement différent de cet hôtel? «Nous n'allons pas le claironner. Mais nous le signalerons sur notre site internet. Pour le client, l'important est qu'il soit bien accueilli! Et il le sera, promet le directeur.

## Hôtel sans handicap

Un établissement de 40 chambres verra le jour à Martigny. Son personnel sera majoritairement composé de personnes handicapées mentales. Première en Suisse romande.

CLAUDE JENNY

Le feu vert est tombé la semaine dernière et le représentant du promoteur est fier de l'annoncer: «C'est le fruit de dix ans de préparation. C'est un grand défi qui nous attend». L'homme qui s'exprime n'est pas le patron d'une chaîne hôtelière ou un financier. C'est Jean-Marc Dupont, directeur de la Fondation valaisanne en faveur des personnes handicapées

mentales, la FOVAHM, qui assure un réseau de prestations dans tout le Valais romand.

Fait unique: c'est une institution qui va piloter la construction - et l'exploitation! - d'un complexe hôtelier qui verra le jour à Martigny à l'horizon 2015. Le nouvel hôtel sera un trois-étoiles supérieur et offrira 40 chambres et cinq suites. A l'hôtel s'adjoindront un restaurant, une salle de séminai-

### Les personnes handicapées majoritaires au sein de l'hôtel

Projet original et une première romande: sur les 62 postes de travail prévus, 38 seront occupés par des personnes soutenues par la FOVAHM. «Nous gérons des restaurants dans nos centres, nous avons passé des accords avec des entreprises, notamment Coop, pour employer des personnes handicapées, et les expériences sont positives.» Aucune raison pour Jean-Marc Dupont qu'il en aille différemment dans le nouvel

hôtel. L'expérience conduite à l'hôtel Dôme à St-Gall incite aussi à conduire le projet valaisan.

Directeur de l'Association hôtelière du Valais, Patrick Béroud est moins enthousiaste: «Evidemment que je salue cette initiative visant à intégrer des personnes handicapées, mais attention à ne pas prendre les métiers de l'hôtellerie pour des activités faciles!», lance-t-il. «Ce sont des métiers exigeants et le client ne tolérera pas de manquements à la qualité». «Nous avons déjà planché sur le sujet», analyse le boss. «Notre hôtel ne bénéficiera d'aucune aide. Il devra être viable. Il devra donc offrir des prestations égales à celles d'un autre établissement. D'ailleurs, les prix seront aussi comparables.»

Ce souci de qualité est au cœur des démarches qui seront menées, assure Jean-Marc Dupont.



Image de synthèse du futur hôtel qui se trouvera dans le nouveau quartier des Prés-Magnin, non loin de l'Hôtel Vatel.

## L'accueil par les Grands Crus

Un partenariat inédit entre l'Office des Vins Vaudois et l'Ecole hôtelière de Lausanne. Autour de produits d'exception du terroir local.



Nicolas Joss, dir. de l'OVV, Mathieu Jaton dir. Montreux Jazz Festival, Pierre Keller, prés. OVV et Benjamin Gehrig, OVV.

L'Office des Vins Vaudois (OVV) et l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) se sont associés afin de proposer la gamme complète des quinze Premiers Grands Crus au restaurant gastronomique Berceau des Sens. Il devient ainsi le premier restaurant de Suisse à accueillir la gamme complète sur sa carte. «Quoi de plus naturel que de présenter ces produits d'exception au sein même de la référence du monde de l'accueil», s'enthousiasment les institutions dans un communiqué. Et elles n'entendent pas s'arrêter: «L'EHL et l'OVV souhaitent intensifier leurs relations dans plusieurs do-

maines. Ces deux organisations se doivent de contribuer à la promotion d'un savoir-faire.» Afin de marquer le coup, un coup sera offert chaque lundi par l'OVV aux convives du restaurant.

Quinze Premiers Grands Crus 2012: Château de Mont; Dézaley La Guenietaz; Domaine de Fischer, Féchy; Au Fosseau; Domaine de l'Ouille; L'Ouille

1584; Domaine Es Cordelières; Clos du Châtelard; Clos de La George; Château de la Chardonne; Château de Chatagneraz; Domaine Autecour; Château La Bâtie; Château de Mallessert; St-Saphorin Roches Plates.

L'OVV multiplie les partenariats ambitieux comme celui avec le Montreux Jazz Festival, depuis cette année.

### Ambassadrice du champagne d'outre-Atlantique

Kate Morse a remporté le titre d'Ambassadrice suisse du Champagne 2013, organisé par le Comité Champagne à l'Hôtel Richemond à



Genève. Elle représentera la Suisse lors de la finale européenne en octobre. D'origine américaine, Kate Morse s'est installée à Genève pour vivre sa passion pour le vin. Elle organise divers cours et événements sous l'enseigne Wine with Kate. Elle vient d'achever un diplôme à l'Université de Reims sur l'économie viticole.

### Les gens

#### Le Marxisme culinaire au Mandarin Oriental



Thierry Marx prendra les fourneaux de la Brasserie du Sud du Mandarin Oriental Genève, du 28 octobre au 3 novembre. Cette première visite en Suisse du chef du restaurant Sur Mesure (2 étoiles Michelin), à Paris, dans le même groupe hôtelier est un événement. Tant cet enfant du quartier modeste de Mélimontant révolutionne textures et températures et cite Montherlant, «couper le torrent de l'inutile». Il qualifie sa cuisine de «techno-emotionnelle».

#### La jeune confiserie neuchâteloise au sommet

Maude Christen vient d'être sacrée meilleure apprentie pâtisseries-confiseuse de Suisse romande et du Tessin. Elle a effectué son



apprentissage à la confiserie François Kolly, à la Chaux-de-Fonds, elle représentait Neuchâtel. Neuf candidats participaient à la finale. Cette quinzième édition de la finale romande et tessinoise des jeunes s'est déroulée samedi dernier dans les locaux de l'Ecole professionnelle de Montreux dans le cadre de la Semaine du Goût.

## «L'hôtellerie permet plus de créativité»

**L'Hôtel 4 Vallées à Nendaz ouvrira en décembre. Bernard Russi commente les activités hôtelières du groupe Boas en Romandie. Une expansion très rapide, selon son président.**

LAETITIA BONGARD

Bernard Russi, le groupe Boas mène de front six chantiers hôteliers en Suisse romande. D'autres projets sont en cours à Champéry et aux Diablerets. Vous avez déposé votre dossier pour la reprise du Grand Hôtel des Bains d'Yverdon et de son centre thermal. Quelles sont les limites de vos ambitions? D'ici à 2015, nous gérerons onze hôtels au minimum en Suisse romande, totalisant ainsi près de 2000 lits. D'après mes calculs, nous deviendrons en Suisse le second groupe hôtelier privé après Accor. Nous avons encore quelques projets en vue dans les cantons du Valais et de Fribourg. Mais cette expansion rapide n'est pas évidente à porter, nous devons ralentir un peu. L'ensemble de nos projets, hôteliers, wellness et médicaux-sociaux, représentent 400 millions de francs d'investissement. Ce n'est pas une mince affaire.

Voulez-vous dire que vous avez grandi trop vite? Un peu vite, certainement. C'est comme un enfant qui soudainement se trouve à l'étroit dans ses vêtements, à la barbe qui pousse, la voix qui mue. Nous souffrons un peu de cette expansion, au niveau de l'organisation interne, des structures, de l'informatique. Nous déménagerons pour la troisième fois (en six ans) d'ici quelques mois, dans notre hôtel à Crissier. Nous allons passer de 1050 collaborateurs à 1300 en fin d'année, à près de 1600 en septembre 2014.

Boas s'est d'abord illustré dans le domaine médico-social. Pourquoi investir massivement dans l'hôtellerie?

Le domaine de la santé s'est beaucoup étatisé ces dernières années. Le fait que tout le monde s'en mêle freine l'ambition et les réalisations. L'hôtellerie permet beaucoup plus de créativité; on parle tissus, couleurs, matériaux. Dans un EMS, tout doit être fonctionnel, standard, ce qui rend la mission répétitive. On s'adresse à une clientèle captive, alors que l'hôtellerie doit gagner son client, le

séduire, le fidéliser. L'état d'esprit n'est pas le même, le défi d'autant plus important.

**En quoi vos connaissances du domaine médical influencent-elles votre conception de l'hôtellerie?**

Notre sensibilité est différente d'un hôtelier traditionnel: notre réflexion est guidée par l'humain. Nous pensons au client qui ne voit pas, à celui qui a une mobilité réduite. Aucun de nos hôtels n'a de seuils; tous – sauf un – sont équipés de salles de bains à l'italienne.

**L'hôtellerie deviendra-t-elle votre activité principale?**

Sur un chiffre d'affaires de 105 millions en 2012, 38% ont été réalisés par l'hôtellerie. A terme, ce secteur devrait représenter 50%.



**«Nous pensons au client qui ne voit pas, à celui qui a une mobilité réduite.»**

Bernard Russi  
président-directeur général Boas

**La plupart de vos hôtels se situent dans la catégorie 3 étoiles. Qui visez-vous avec ce positionnement?**

La clientèle d'affaires et de séminaires, avec par exemple nos hôtels à Crissier, non loin de l'EPFL, et à Versoix, près de Genève. Les seniors également, en lien avec les activités comme le vélo, la randonnée. Nous



Du rêve à la réalité. L'Hôtel 4 Vallées à Nendaz (projet Mer de glace) ouvrira début décembre.

sommes persuadés que cette clientèle préfère partir plus souvent dans un 3 étoiles, que de temps en temps dans un 4 étoiles.

**Vous avez repris des hôtels en difficulté, comme le Grand Hôtel des Rasses, l'Hôtel Twannberg à Lamboing.**

**Quelle est votre recette pour parvenir à la rentabilité?**

L'argent est un outil, pas un but en soi. Mais il faut être rentable, c'est sûr. Trois à cinq ans sont nécessaires pour y parvenir. L'Hôtel des Rasses a vu son chiffre d'affaires progresser de 25% par année, nous sommes très contents, c'est un bel outil de travail, mais son rythme de croisière n'est pas encore atteint. Nous avons déjà injecté 1,5 million; 3 millions doivent encore être investis.

**Et les nouveaux hôtels?**

Ils sont conçus de manière à réduire au maximum les coûts de gestion, nous réfléchissons en termes de synergies. Des

éléments qu'il faut anticiper. Par exemple la réception et le bar, ouverts non-stop, n'occupent qu'un seul poste. Nous imaginons des complexes où les infrastructures, comme la piscine, le restaurant, le spa, la centrale de chauffage, sont partagées. Le Complexe des Sources à Saxon incarne cette vision. Une navette le reliera aux Bains de Saillon.

**Cette année, vous avez créé votre propre marque hôtelière, Boas Swiss Hôtels. Qu'est-ce qui a motivé ce choix?**

Le groupe est devenu important au niveau suisse, il nous paraissait essentiel que le nom Boas ressorte, tout en préservant l'identité de chacun de nos établissements. L'utilisation de la croix suisse sur le logo s'adresse particulièrement aux marchés étrangers sur lesquels nous démarchons, la Chine, la Russie, l'Arabie Saoudite, l'Allemagne. Ce soft-branding va de pair avec un nouveau système de réservation,

centralisé, qui a rapidement fait ses preuves. Depuis sa création il y a 4 mois, nous avons observé une augmentation sensible du taux d'occupation de 8 à 9%.

**Parcours  
Une carrière guidée par l'humain**

Bernard Russi est président-directeur général du groupe Boas, basé à Morges. C'est avec son épouse, Anne Russi – infirmière diplômée en psychiatrie – qu'il fonde la société en 1995, composée alors de 4 EMS et de l'Hôtel Bristol, à Montreux. Référence dans le domaine médico-social, Boas intensifie son activité dans l'hôtellerie avec le rachat du Petit Manoir de Morges en 2007. Auparavant, Bernard Russi a travaillé 8 ans à la police cantonale vaudoise. Il est président-fondateur de la Fédération patronale des EMS vaudois.

## Onze hôtels Boas d'ici à 2015

Le groupe familial suisse Boas-Yakhin Holding exploite six hôtels: l'Hôtel Bristol, à Montreux (3 étoiles, 21 chambres, spa); l'Hôtel Twannberg, à Lamboing BE (3 étoiles, 42 chambres, piscine); l'Hostellerie le Petit Manoir, à Morges (4 étoiles, 25 chambres, spa); le Grand Hôtel des Rasses (3 étoiles, 46 chambres, piscines, tennis, mini-golf); l'Hôtel de la Poste, à Sierre (3 étoiles, 15 chambres); l'Hôtel des Bains, à Saillon (4 étoiles, 72 chambres, bains thermaux, discothèque). La construction d'un second bâtiment

(78 chambres, 11 restaurants) vient de débuter, l'ouverture est prévue en 2014.

Cinq hôtels sont actuellement en cours de réalisation: l'Hôtel 4 Vallées, à Nendaz (4 étoiles sup., 62 chambres et suites, appartements, spa, ouverture début décembre 2013); le Complexe des Sources, à Saxon (3 étoiles, 120 chambres, salles de conférences de 420 places, piscine, galerie marchande, clinique, EMS, ouverture en 2014); Discovery Hotel, à Crissier (3 étoiles sup., 98

chambres, restaurant avec terrasse, salles de conférence, fitness, ouverture février-mars 2014); le Lake Geneva Hotel à Versoix (3 étoiles, 100 chambres, salles de séminaires, ouverture mars-avril 2014); l'Hôtel Aquatis, à Lausanne-Vennes (3 étoiles, 143 chambres, musée et aquarium, restaurants, salles de séminaires, ouverture en 2015).

A ce portefeuille s'ajoutent 19 EMS conventionnés, 8 résidences médicalisées, 9 restaurants publics, un service traiteur, un centre thermal (Saillon). lb

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

Les avantages d'une buanderie à domicile:

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

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

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

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



ANNONCE

# Eine Alternative aufbauen

**Europas Hotellerie will Alternativen zu den Online-Portalen. In der Schweiz bietet sich STC an. Um als «nationale Lösung» Erfolg zu haben, ist es aber auf die Destinationen angewiesen.**

ALEX GERTSCHEN

Die Switzerland Travel Centre AG (STC) hat laut Geschäftsführer Michael Maeder dieses Jahr eine veritable «Tour de Suisse» absolviert: «Wir haben unsere Distributionskanäle und insbesondere die neue Buchungsmaschine allen grossen Destinationen präsentiert. Eine enge Kooperation mit ihnen stärkt unsere Verankerung in der Hotellerie.» Die Strategie ist simpel: Je mehr Destinationen mitmachen, je breiter STC abgestützt ist, umso glaubwürdiger ist der Anspruch, zur «nationalen Alternative» zu den Buchungsportalen zu werden. Der Artikel auf Seite 13 zeigt: Auch in anderen Ländern wollen nationale Tourismusorganisationen und Hotelverbände mit einer Online-Vertriebslösung die Dominanz von Booking.com und dergleichen brechen.



**«Stärkere lokale Verankerung dank der engen Kooperation mit den Destinationen.»**

Michael Maeder  
Geschäftsführer STC

**Natürliche Verbündete gegen die grossen Buchungsportale**

Nicht nur aufgrund des STC-Grossaktionärs Schweiz Tourismus sind die Tourismusbüros für STC natürliche Verbündete: Die meisten haben in den letzten Jahren einen grossen Teil ihrer Online-Buchungen just an die Konkurrenz von STC verloren. Michael Maeder betont aber, es könne nicht nur darum gehen, Giganten wie Booking zu schlagen. «Dafür sind wir zu klein. Wir wollen uns vielmehr als Plattform etablieren, die den Hotels Direktkunden und Wiederverkäufer ermöglicht.»

Die Erfahrung belegt, wie wichtig Kooperationen mit DMOs sind. Engadin-St. Moritz (ESTM) hat seit der Gründung 2007 die Buchungsmaschine von STC auf der Website. «Dies hat bestimmt dazu geführt, dass mehr Hotels im Vertrieb über Channel Manager STC besser berücksichtigen», sagt Stefan Sieber, Leiter Information und

Reservation bei ESTM. Denn wenn ein Hotel seine Zimmer nur auf den kommerziellen internationalen Plattformen anbiete, könne es nicht auf der Destinationswebsite gebucht werden.

Die Kooperation der Hotels mit STC wird gefördert, indem Buchungen über die Destinationswebsite für die Hotels kommissionfrei sind. «Wir gelten STC ab», erklärt Sieber.

Eine andere Organisation, auf deren Website die Buchungsmaschine von STC arbeitet, ist Ticino Turismo. Laut Mediensprecher Omar Gisler zahlen die Hotels bei Buchungen über die kantonale Website keine Kommission, da Ticino Turismo STC vergütet. «Den Hotels entstehen so wesentlich tiefere Kosten als in anderen Vertriebskanälen», sagt Gisler. Aus diesem Grund habe die Zahl der Hotelbuchungen über STC im Tessin zugenommen.

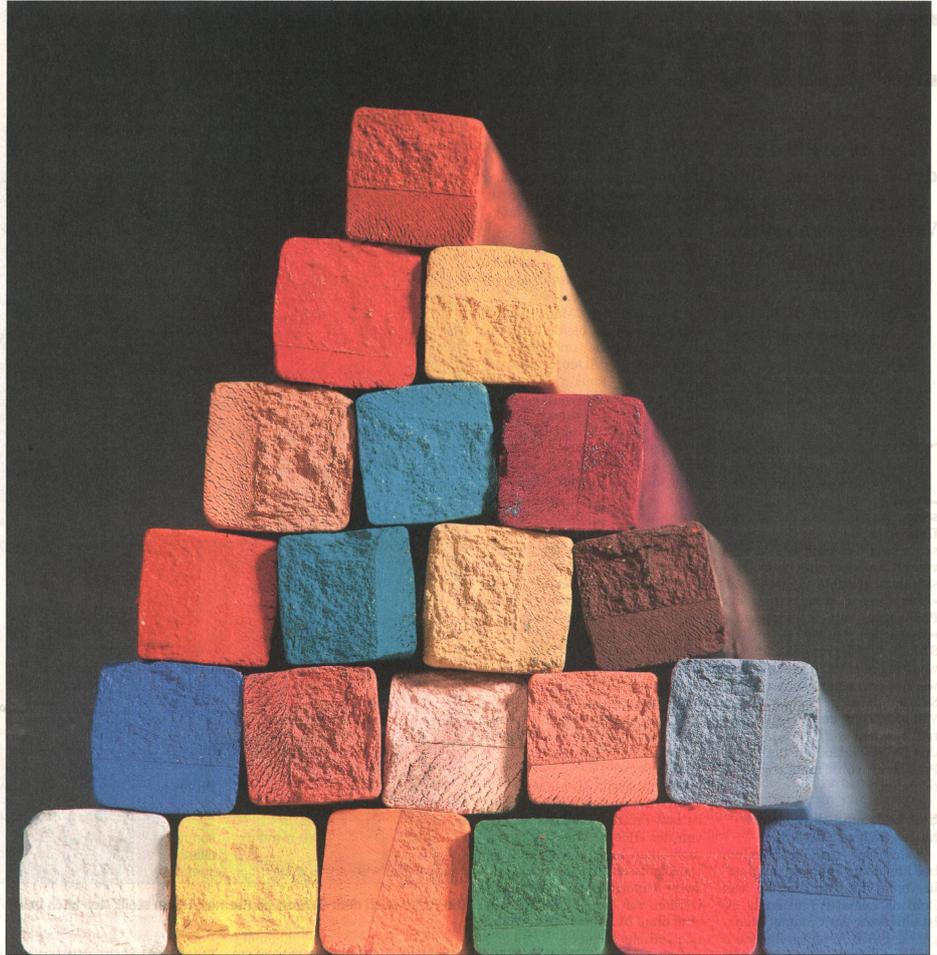
Dieses Wachstum dürfte durch geplante Reformen verstärkt werden. «Im Rahmen des neuen Tourismusgesetzes wird die Zahl der Destinationen voraussichtlich von zehn auf vier reduziert, und wir hoffen, dass STC dann auch auf deren Websites die Buchungsmaschine stellen wird», sagt Gisler.

Neben ESTM und Ticino Turismo gibt es mit Engadin-Scuol-Samnaun-Val Müstair nur eine weitere gewichtige Tourismusorganisation, auf deren Website die STC-Buchungsmaschine läuft. Ob die Roadshow anderswo konkretes Interesse geweckt hat, verrät Michael Maeder nicht. «Die Destinationen wollen die neue Buchungsmaschine abwarten, deren Lancierung für November geplant ist», sagt er.

Vorerst allerdings werden von den drei Kunden im B2C-Geschäft – Plattformen wie myschweiz.ch, Hotels und Destinationen – nur Erstere von der neuen Technologie profitieren. Für die Destinationen wird STC voraussichtlich 2014 eine neue Buchungsmaschine zur Verfügung stehen.

**Luzern und womöglich Zürich Tourismus vor Wechsel zu STC**

Marcel Perren, Direktor der Luzerner Tourismus AG (LTAG), geht tatsächlich davon aus, dass seine Organisation auf das nächste Jahr hin von Nethotels zu STC wechseln wird. «Wir sind guter Dinge», sagt er. Die neue Buchungsmaschine sei für diesen Vorentscheid notwendig, aber nicht allein ausschlaggebend gewesen. Zum einen spielte laut Perren eine Rol-



Die Basis bestimmt die Höhe des Bauwerks: Je mehr Destinationen mitmachen, umso stärker ist STC gegenüber den E-Portalen. Fotolia

## STC vermeldet für laufendes Jahr gute Buchungsentwicklung

STC hat laut Geschäftsführer Michael Maeder zwischen Januar und August ein zufriedenstellendes Wachstum verzeichnet. Das gesamte Buchungsvolumen habe im zweitelligen, jenes beim weitaus wichtigsten Kunden, myschweiz.ch, immerhin im einstelligen Bereich zugenommen. Auch die Buchungen über die Websites der Destinationen und Hotels seien gewachsen. Genauere Zahlen publiziert STC nicht.

Im B2B-Geschäft, das die andere Hälfte des Umsatzes generiert, hebt Maeder die Entwicklung bei den chinesischen Gruppen hervor. Im Binnenmarkt seien die Hotel-Packages der SBB gut gelaufen, was darauf hinweise, «dass die Schweizer nach wie vor im eigenen Land Ferien machen wollen».

Für die nahe Zukunft hofft Maeder auf ein starkes Wachstum bei myschweiz.ch. «Dies muss so sein, weil die neue

Buchungsmaschine stark auf diese Plattform ausgerichtet ist.» Mit dem margenträchtigen Geschäft auf der Website von Schweiz Tourismus will er den Ausbau des B2B-Bereichs finanzieren. Dieser sei zwar personalintensiv und insofern weniger rentabel. «Doch mit diesen Produkten können wir unser Spezialistentum voll zur Geltung bringen. Dies wird uns auch für Hotels noch interessanter machen», ist Maeder überzeugt. axg

Fortsetzung auf Seite 12

Veränderungen beginnen hier  
www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

htr hotelrevue

GASTRONOMIE | HOTELLERIE | CATERING  
**IMMER EINE IDEE MEHR.**



Lassen Sie Ihre Fantasie spielen. Wir liefern Ihnen alles, was Sie dazu brauchen.  
 Besuchen Sie gleich unseren Online-Shop:  
 www.vega-ch.com

VEGA  
 immer eine idee mehr

Learning by Doing



Knowhow für Ausbildungsverantwortliche

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

hotellerieuisse  
 Swiss Hotel Association

ANZEIGE



SUN TOP 3100

Windfest bis 75 km/h und 100% wasserdicht!

KÄSTLISTOREN

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

# Grund-sätzliche Differenz

**Der neue Präsident des Walliser Hoteliervereins verfehlt das Vertriebsangebot von Booking-valais. Obwohl er die STC-Strategie ablehnt, zeigt er sich zur Kooperation bereit.**

ALEX GERTSCHEN

Eine einheitliche Buchungsmaschine auf nationaler Ebene wäre die vernünftigste Lösung», sagte Markus Schmid letzten Donnerstag nach der Generalversammlung des Walliser Hoteliervereins, an der er zum neuen Präsidenten gewählt worden war. «Aber diese Lösung müsste der Philosophie von Booking-valais entsprechen, nicht jener von STC.» Schmid's Worte bestätigten, was Guglielmo L. Brentel längst wusste: «In keinem Kanton stösst STC auf derartige Skepsis wie im Wallis», sagte der Verwaltungsratspräsident von STC am Rande der GV in Naters, an der er als Präsident von hotelleriesuisse teilnahm.

**Noch keine verlässliche Kosten-Nutzen-Rechnung möglich**

Schmid ist Hotelier in Breiten bei Riederalp und war im Hotelierverein für den Aufbau von Booking-valais (BV) zuständig. BV ist einerseits ein Channel Manager, der den Vereinsmitgliedern gratis zur Verfügung steht, und andererseits eine kommissionsfreie Buchungsplattform. Darüber hinaus bietet der Hotelierverein im Rahmen von BV zusammen mit dem Weiterbildungsprogramm «ritzy» von der Fachhochschule Westschweiz Wallis (HES-SO



Markus Schmid

Wallis) Schulungskurse für den Online-Vertrieb an.

«Unser Ziel ist es, dem Hotelier ein günstiges Arbeitsinstrument in die Hand zu geben und möglichst viel Traffic auf die Hotelwebsite zu leiten», sagt Schmid. Dagegen habe sich STC in einen aussichtslosen Konkurrenzkampf mit Booking.com gestürzt. «Obwohl Millionen ins Marketing investiert werden, bleibt STC auf dem Markt letztlich unbedeutend. Auch nationale Akteure kommen gegen diese Konkurrenz nicht an.» Deshalb wäre er auf nationaler Ebene für eine bescheidenere Lösung, wie sie BV darstellt.

Guglielmo L. Brentel mag BV keineswegs die Meriten absprechen: «Es ist gut, dass die Walliser Hoteliers online an Sichtbarkeit gewonnen haben.» Doch sei zum einen fraglich, ob sie dank BV tatsächlich mehr Buchungen gewonnen hätten. Zum anderen löse BV das Grundübel nicht, dass Booking.com als gewinnorientiertes Unternehmen die Kunden an sich binden wolle, während die Loyalität des Gastes doch dem Hotel gelten sollte. Schliesslich spreche auch die breitere Verteilung der Kosten, insbesondere jene der Marketinginvestitionen, gegen eine regionale und für eine nationale Buchungsmaschine wie STC.

Ob und, wenn ja, wie viele Zusatzbuchungen BV generiert hat, ist laut Professor Roland Schegg von der HES-SO Wallis in Sidern momentan noch schwer zu sagen. Dazu müssten die Resultate von zwei Hotelgruppen verglichen werden, von denen eine mit und eine ohne BV arbeite. Grundsätzlich erhöhe eine gute Buchungsmaschine die Conversion Rate, also die Wahrscheinlichkeit, dass ein Interessent auf der Website tatsächlich bucht.

Der Blick auf die Buchungszahlen von BV zeigt zumindest zweierlei. Erstens wachsen die Umsätze auf relativ tiefem Niveau. Waren zwischen November 2011 und Dezember 2012 Buchungen im Wert von 3,8 Mio. Franken getätigt worden, so be-

**«Auch nationale Akteure kommen gegen Konkurrenz wie Booking.com nicht an.»**

Markus Schmid  
Präsident Walliser Hotelierverein

tragen – laut Markus Schmid sind dies mittlerweile gut die Hälfte aller Mitglieder des Hoteliervereins.

Eine zweite Erkenntnis aus den Buchungszahlen ist, dass Booking.com auch für Hotels, die mit BV arbeiten, der mit Abstand wichtigste Online-Vertriebskanal ist. Sein Anteil betrug zwischen November 2011 und August 2013 gut 55 Prozent. Danach folgte mit 35 Prozent der Kanal von BV.

Package biete. Tatsächlich wird der Kunde mit der neuen Buchungsmaschine von STC «nur» Dienstleistungen kaufen können, die vom Hotel aus einer Hand angeboten werden. Ob dazu auch Mietzettel oder Bahnбилlette gehören, hängt vom Hotelier ab.

Demgegenüber vermag das Tomas-System Angebote von verschiedenen Lieferanten zu bündeln. Dass diese Option einiges kostet, verhehlt Gaudenz Thoma nicht: «Tomas ist nicht gratis, dafür sehr gut!»

Eine verlässliche Bewertung des Nutzens von BV scheint noch nicht möglich. Von den Kosten gibt es ein präziseres Bild. Laut Markus Schmid betrug 2012 der Aufwand rund 150 000 Franken. Ein Drittel davon entfiel auf die Buchungsmaschine des österreichischen Anbieters Seekda. «Im laufenden Jahr dürften die Kosten etwas höher ausfallen, da auch die Aktivitäten ausgedehnt werden», sagt er. Finanziert wird BV durch den Hotelierverein, den Kanton sowie Schulungsbeiträge für die «ritzy»-Kurse.

**Mit Tools, Schulungen und der Politik gegen Booking.com**

Markus Schmid ist sich bewusst, dass BV die Dominanz von Booking.com nicht wesentlich ge-

lindert hat, doch erhebt er diesen Anspruch nur bedingt. «Was wir tun können, ist mittels geeigneter Tools und Schulungen die Sicht- und Buchbarkeit des Betriebs zu verbessern. Aber letztlich kann diese Dominanz nur politisch beseitigt werden.» Aus diesem Grund begrüsst er das laufende Verfahren, das hotelleriesuisse bei der Wettbewerbskommission gegen die grossen Buchungsportale angestrengt hat.

Diese Zustimmung kontrastiert mit der kritischen Meinung, die an der Spitze des Walliser Hoteliervereins gegenüber hotelleriesuisse vorherrscht. Wenngleich sie an der GV vom letzten Donnerstag nicht explizit geäussert wurde, gilt diese Skepsis auch der STC-Beteiligung des Verbandes.

**«Gebündelte Angebote bilden Nischen, in die sich grosse Portale nicht begeben.»**

Dani Koller  
Stv. Direktor TESSVM

bei regional spezialisierten oder individuell buchbaren Packages ein grosses Potenzial, weil sich Booking.com und die anderen Portale mittelfristig wohl nicht in diese Nische begeben.»

Zwar betont Schmid, dass der Walliser Hotelierverein zu einer Kooperation mit STC bereit sei und STC über den Channel Manager von BV bereits gebucht werden könne. Aber eine baldige Überbrückung der grundsätzlichen Differenzen scheint wenig wahrscheinlich.

Der Präsident von hotelleriesuisse und STC, Guglielmo L. Brentel, zeigt sich darob unverdrossen: «Ich bin sicher, dass sich die wettbewerbsfähigsten und -willigsten Hotels im Wallis von STC überzeugen lassen.» Derweil sagt Schmid, er wolle sich für eine breitere Verwendung der BV-Buchungsmaschine im Kanton einsetzen, zum Beispiel auf den Websites von Valais/Wallis Promotion und den grossen Destinationen.

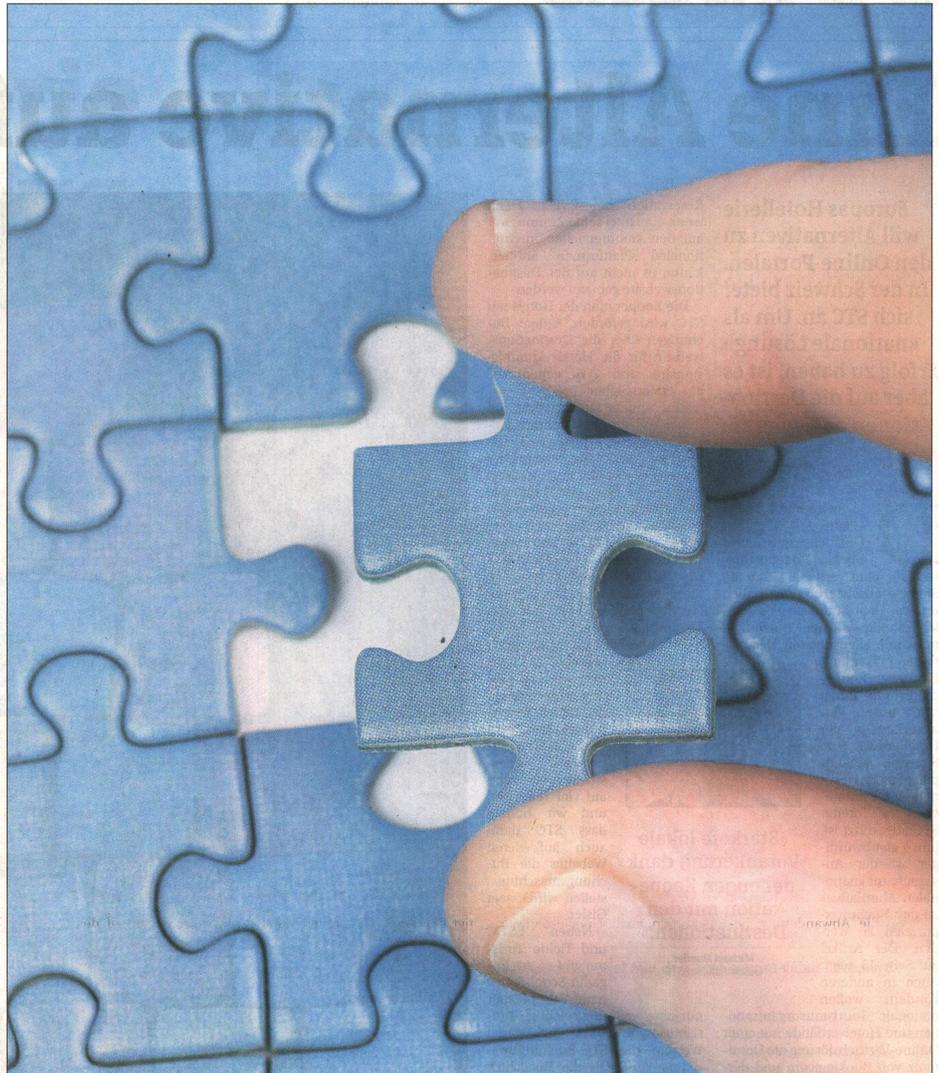
Im Einklang mit dem STC-Partner Markus Maissen (s. Interview auf Seite 13) hält Marcel Perren diese Möglichkeit hingegen eher für «nice to have». «Die Nachfrage ist bescheiden und für uns nicht ausschlaggebend bei der Wahl einer Buchungsmaschine», meint der Luzerner Tourismusdirektor.

**Maeder sieht STC nicht weit von der «kritischen Grösse» entfernt**

Dass «dynamic packaging» zudem kein zwingendes Argument gegen STC ist, zeigt sich im Oberengadin. ESTM hat komplementär zur STC-Buchungsmaschine ein amerikanisches System für den Verkauf anderer Angebote angeschafft, «weil wir in diesem Be-

reich grosses Potenzial sehen», wie Stefan Sieber sagt.

Auf dem Weg zur «nationalen Lösung» hat STC demnach sowohl gegen die Vergangenheit als auch die Zukunft anzukämpfen. Getätigte Investitionen, wie jene von Graubünden Ferien, wollen amortisiert sein und mögliche Wachstumschancen im «dynamic packaging» nicht vergeben werden. Doch Geschäftsführer Michael Maeder sieht STC nicht allzu weit entfernt von der «kritischen Grösse» und wirbt mit dem Argument, «für Destinationen die wirtschaftlich sinnvollste Lösung» zu sein, «wenn die Vermittlung von Hotels im Vordergrund steht».



Die Frage nach dem Ganzen und seinen Teilen stellt sich auch beim Aufbau effizienter Online-Vertriebslösungen.

Fotolia

Fortsetzung von Seite 11

zu STC erwägt. Kommunikationsleiter Christian Trottmann sagt, dass STC «bei einem allfälligen Systemwechsel sicherlich in die Evaluation aufgenommen» würde.

**Scolol-Samnaun wechselt zum System von Graubünden Ferien**

Auf dem Weg zur «nationalen Alternative» verzeichnet STC aber auch Rückschläge. So wird Engadin-Scolol-Samnaun-Val Müstair laut dem stellvertretenden Direktor Dani Koller 2014 zum Servicezentrum von Graubünden Ferien (GRF) übertragen, das seit 2008 ein System von Tomas nutzt. «STC wird über eine Schnittstelle aber

Eine «nationale Alternative» zu den teuren, mächtigen Online-Plattformen wie Booking.com ist in mehreren Ländern Europas ein Thema. Erste Erfahrungen fallen positiv aus.

GREGOR WASER



Distributionskanäle entlang politischer Grenzen: Unter dem Druck der Online-Portale entstehen in Europa zunehmend «nationale Lösungen» im Online-Vertrieb. Fotolia

# Nationale Optionen in Europa

Die Abwanderung beträchtlicher Buchungsvolumina zu Online Travel Agents (OTA) wie Booking.com oder HRS hat viele europäische Hotelverbände zu heftigen Reaktionen veranlasst. «Wir führen denselben kartellrechtlichen Kampf gegen die Buchungsportale wie die Verbände in Deutschland und der Schweiz», sagt Thomas Reiserzahn, Generalsekretär des Österreichischen Hotelverbandes (OEHV). «Die Beschwerde richtet sich gegen Preisgarantie, Ratenparität, Stornobedingungen und Ranking.» Gleichzeitig steht der OEHV mitten in der Umsetzung einer Buchungsplattform, die ab 2016 die Hotels von der Dominanz der Portale befreien soll.

kommen auch Google-Kampagnen hinzu.

Ebenfalls rund 600 Hotels sind auf irelandhotels.com verfügbar. Die Plattform startete in einer ersten Form bereits 2002 und überzeugt heute mit einer schlanken Benutzerführung, einer übersichtlichen Darstellung und vielen Promotionen, zum Beispiel «wer heute bucht, erhält 10 Prozent Rabatt».

Orla Molloy, Sprecherin der Irish Hotels Federation, sagt: «Vom kleinsten Guesthouse bis zum grossen Luxushotel verfügen wir über alle Unterkunftstypen, entsprechend gross ist die Zielgruppe.» 70 Prozent der Buchungen würden durch Frauen getätigt, die Hauptmärkte seien Irland, Grossbritannien, Deutschland, Frankreich und Nordamerika.

Laut Molly bietet die Plattform den Hotels deutlich tiefere Kommissionen als die OTA. «Weitere Trümpfe, um gegen die Portale zu bestehen, sind Exklusivangebote mit Tiefpreisen oder Packages, die Golf, Touren oder Spa-Behandlungen einschliessen – die Portale lassen davon ja die Finger.»

Bei der Vermarktung spielt der irische Hotelverband auf der ganzen Klaviatur des Online-Marketings, von der Suchmaschinen-Optimierung bis zu Social-Media-Kampagnen, und scheut er auch die Kosten von Google Adwords-Kampagnen nicht.

Österreich ist auf dem besten Weg, eine Plattform zu installieren, die nationale und regionale Interessen unter einen Hut kriegen und den Hotels eine kostengünstige Präsentation sowie einen kostengünstigen Vertrieb ermöglichen soll.

«Es gibt Anzeichen für nahenden Aufstand gegen Suchmaschinen»

Seit Juni dieses Jahres liegt der umfassende Forschungsbericht «eOpt» der Technischen Universität Wien vor, der sich der Vertriebsproblematik im Wettbewerb mit grossen OTA widmet. Die Studie zeigt fünf Alternativen auf: 1. Status quo, 2. Datenharmonisierung, 3. Vergleichsplattform,

4. Reiseplattform, 5. Offene Service-Plattform.

«Wir haben uns für die Option 5 entschieden», sagt Generalsekretär Thomas Reiserzahn. «In den nächsten zweieinhalb Jahren bauen wir diese Plattform auf, die ähnlich wie der App Store von Apple ausschauen wird, wo verschiedene Dienstleistungen Platz finden, nicht nur die Beherbergung, sondern die ganze Dienstleistungskette.» Er nennt die Bergbahnen, aber auch den Handel.

Dank der engen Zusammenarbeit mit den Tourismusorganisationen der Bundesländer sowie der Österreich Werbung rechnet Reiserzahn mit einem hohen Traffic. Überraschend ist, dass die

Buchungsmaschine beim Hotel liegen wird. Das sei technisch keine Hexerei mehr, sagt der Generalsekretär des Hotelverbandes.

Auf Booking.com und kostenintensive Google Adwords-Kampagnen angesprochen, bringt Reiserzahn einen neuen Aspekt ein: «Die Suchmaschinenwelt wird sich bis in drei Jahren wieder ändern. Die Konsumenten werden in Zukunft nicht mehr goutieren, dass auf Suchmaschinen nur das gefunden wird, was dem Business von Google und Co. schmeckt.» Es gebe bereits Anzeichen, dass es in zwei, drei Jahren einen Aufstand gegen die Suchmaschinen gibt.

«Bis dann muss der Tourismus gut aufgestellt sein.»

## Packaging-Möglichkeiten als Vorteil im Wettbewerb mit OTA

In Frankreich strebt die Marketingagentur Atout France ebenfalls eine «nationale Alternative» zu den OTA an, in Norwegen und Irland ist eine solche bereits realisiert worden. Im April 2011 hat Norwegens Reiseindustrie BookNorway lanciert. Aktuell sind auf booking.visitnorway.com 600 Hotels verfügbar, aber auch Fähren, Mietwagen und Blockhäuser. «Unser Fahrplan stimmt», sagt Roy Jacobsen, CEO von BookNorway. «Zunächst haben wir uns auf Freizeitgäste ausgerichtet, bald können auch Reisebüros und Touroperatoren unsere Plattform nutzen.» Hotels zahlen laut Jacobsen zwischen 7 und 12 Prozent Kommission auf einer Buchung.

Doch wie besteht BookNorway im Wettbewerb mit den grossen OTA? «Unser Vorteil ist, dass wir auf einen One-Stop-Shop setzen. Bei uns lässt sich alles in einem Schritt beschaffen», sagt Roy Jacobsen. Zudem garantiert BookNorway den besten Preis. Wer innerhalb von drei Stunden nach der Buchung anderswo einen besseren Preis ortet, kriegt die Differenz bezahlt. Beworben wird die Buchungsplattform über die 13 Visitnorway-Ländersites, bald

## «Politische Grenzen sollten nicht massgeblich sein»

**Markus Maissen, ist es sinnvoll, dass europäische Marketingorganisationen und Hotelverbände Alternativen zu Booking.com und anderen Plattformen errichten?**

Grundsätzlich kann ich solche Bestrebungen verstehen. Aber sie sind zum Scheitern verurteilt, weil gerade Branchenverbänden die Mittel für ein schlagkräftiges Marketing fehlen. Der Kunde sucht auf einer einzigen Plattform ein möglichst breites Angebot, das lokale oder regionale Systeme nicht bieten können. Der Hotelier wiederum pflegt Systeme besser, welche viele Buchungen generieren.

**Wie können Sie lokalen oder regionalen Buchungssystemen den Sinn absprechen, wenn solche zu Ihren Kunden gehören?**

Ich sage einzig, dass lokale und regionale Tourismusorganisationen nicht ein eigenes Vertriebssystem betreiben sollten. Sie sollten sich an einem oder sogar mehreren

übergeordneten Systemen anhängen. Dies ist technisch mit sogenannten Metasearches relativ einfach realisierbar. Die Kostenersparnis wäre enorm. Stattdessen ist mit den lokalen Buchungssystemen, die seit rund 20 Jahren eingesetzt werden, schweizweit mit Sicherheit ein zweistelliger Millionenbetrag verheizt worden. Dieses Geld fehlt letztlich im Marketing.

**Haben «nationale Lösungen» bessere Chancen auf dem Markt?**

Dies ist im Einzelfall zu beurteilen. Da aber in absehbarer Zeit Fördergelder weiterhin nach politischen Grenzen verteilt werden, wird die Suche nach nationalen Lösungen anhalten. In keinem Fall sollten Systeme innerhalb von politischen Grenzen betrieben werden, die im Ausland keiner kennt. Der Gast bucht viel stärker neigungsorientiert, als wir glauben, und es gibt nur sehr wenige, wirklich starke Destinationen in der Schweiz,



Markus Maissen, Reonline.

nach denen im grossen Stil aktiv gesucht wird.

**Sowohl die politischen wie die Marktbegebenheiten sprechen also für eine «nationale» Buchungsmaschine wie jene von STC.**

Sie stellt sicherlich für viele Destinationen eine effiziente Alternative dar.

**Die Destination Engadin-Scuol-Samnaun-Val Müstair verzichtet ab 2014 auf die Buchungsmaschine von STC, weil jene von Graubünden Ferien mehr Möglichkeiten für**

**Packages bietet. Überzeugt Sie diese Argumentation?**

Es gibt nur sehr wenige Packages, welche sich gut verkaufen. Ich denke, dass das Internet per se so etwas wie eine dynamische Packaging Engine darstellt. Der Kunde wittert bei einem undurchsichtigen Komplettangebot schnell einmal, dass er beim einen oder anderen Bestandteil des Packages über den Tisch gezogen werden könnte – und bucht deshalb am liebsten jeden Bestandteil beim Spezialisten. Gegen optionale Zusatzleistungen, die nach der Hotelbuchung zusätzlich «gekauft» werden können, ist nichts einzuwenden.

**Für Sie ist und bleibt die Buchung der Übernachtung also zentral. Dies führt zur Frage zurück: Wie ist die Dominanz von Booking.com zu brechen, wenn nicht durch politisch begründete Alternativen?**

Die Preisparität muss und wird fallen. Die Hotels müssen

wieder richtig yielden können, und das heisst, sie müssen nicht nur den Ertrag einer Buchung bei der Preisgestaltung in Betracht ziehen, sondern auch die Vertriebskosten. Die Hotels müssen auf jenen Kanälen, auf denen sie höhere Kommissionen entrichten müssen, auch höhere Preise verlangen. axg

## 7000 Hotels und STC sind Kunden von Reonline

Der 51-jährige Markus Maissen hat 1992 die Firma Reonline mit Sitz in Zermatt gegründet. Die Firma entwickelt und vertreibt Online-Vertriebssysteme für die Hotellerie. In der Schweiz zählt sie rund 400, weltweit rund 7000 Hotels als Kunden. Für die Buchungsmaschine von STC stellt Reonline das Back-end-System (welches Verfügbarkeit, Preise u. ä. verwaltet) zur Verfügung. axg

Grund-  
sätzlich

## Beratung zum L-GAV gefällig?



### Antworten zum L-GAV

Unsere Rechtsberatung steht für Fragen aus dem Arbeitsrecht, dem L-GAV und für allgemeine Rechtsauskünfte zur Verfügung.

Für Mitglieder bietet sie zudem allgemeine Auskünfte im Bereich Personalwesen, die Übernahme von Mandaten und einen Inkassodienst.

Finden Sie Antworten zu Mindestlöhnen und weiteren rechtlichen Fragen unter [www.hotelleriesuisse.ch/rechtsberatung](http://www.hotelleriesuisse.ch/rechtsberatung)



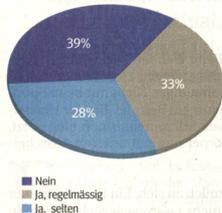
hotelleriesuisse – Kompetent.  
Dynamisch. Herzlich.

hotelleriesuisse   
Swiss Hotel Association

Leserecho

Umfrage auf htr.ch

Schlechte Erfahrungen mit Gästen aus China?



Gäste aus China sind nicht ganz einfach zu betreuen (in der htr vom 19. 9. 13). Die entsprechende Umfrage auf htr.ch ergibt: Ein Drittel der Abstimrenden macht regelmässig schlechte Erfahrungen.

Positives aus dem Saastal

htr hotel revue vom 19. 9. 13: Berichte über die Destination Saas-Fee/Saastal.

Sie erwecken in Ihrem Bericht über das Saastal leider einen schlechten Gesamteindruck. Es gäbe sehr wohl auch positive Geschichten zu erzählen, und es gibt nicht nur Hotels in Saas-Fee, die von ausländischen Investoren erworben werden. Ich bin Einheimischer von Saas-Fee und habe vor zwei Jahren das ehemalige Hotel Mischabel gekauft. Dieses war ebenfalls veraltet, doch wir haben viel in die Zimmer investiert und konnten so den dritten Stern behalten.

Gärgert hat mich zudem die Aussage, der Hauptaktionär der Bergbahnen, Edmond Offermann, habe aus dem 3-Sterne-Hotel Popcorn den 4-Sterne-Betrieb die Dom gemacht. Das ist falsch! Offermann hat das 3-Sterne-Hotel Dom und nicht das Popcorn Hotel gekauft. Die im Markenregister eingetragene Marke Popcorn ist übrigens national wie international sehr bekannt und wird immer wieder positiv mit Saas-Fee in Verbindung gebracht. Es handelt sich hierbei um ein Konzept mit Snowboardshop, Coffee Bar und Hotel, welches diesen Herbst sein 20-jähriges Bestehen feiern kann. Robi Anthamatten, CEO Popcorn AG Saas-Fee

Hygiene: starkes Qualitätsmerkmal

htr.ch und htr hotel revue vom 19. 9. 13: Ständerat ist gegen einen Hygiene-Ausweis.

Es ist ja kein Geheimnis, dass wir in der Gastronomie ein Überangebot haben. Hygiene ist ein sehr starkes Qualitätsmerkmal im Umgang mit Lebensmitteln. Mehr Transparenz führte definitiv dazu, dass sich Qualität noch mehr etablieren würde und die schwarzen Schafe vom Markt verschwinden. Da kann eigentlich niemand etwas dagegen haben, ausser vierundzwanzig Ständeräte und die mangelhaften Betriebe selbst.

Pascal Merz  
Online

# Boom-Jahre für Heime

Schweizer Heimgruppen profitieren von der Demografie und wachsen weiter. Ob besser mit Pflegebetten oder Wohnungen mit Service, darüber ist man sich uneins.

GUDRUN SCHLENZCEK

Der Markt der Alters- und Pflegeeinrichtungen könnte einer der Boom-Märkte der nächsten Jahrzehnte sein. Bis 2040 soll gemäss Angaben der Tertianum AG der Anteil der über 65-Jährigen auf fast ein Drittel der Bevölkerung anwachsen. Der Anteil der über 80-Jährigen wird sich im gleichen Zeitraum verdoppeln. Bei einem durchschnittlichen Eintrittsalter ins Pflegeheim von 85 Jahren ist dies also genau jene Altersgruppe, welche den Schweizer Alters- und Pflegeheimen die Kunden liefert. Die grossen privaten, in der Regel national tätigen, Schweizer Gruppen von Altersinstitutionen (siehe Tabelle) hoffen besonders von der Entwicklung zu profitieren. «Es zeichnet sich ein Trend hin zu Gruppen ab», meint Beat Ammann, CEO der Seniocare AG. Dabei behalte sich der Schweizer im Vergleich zum deutschen Markt bedeutend zurückhaltender, relativiert der Solviva-Verwaltungsrat Thomas Fedrizzi.

Senevita am expansivsten

Solviva plant in den nächsten Jahren drei bis fünf neue Heime. Leader Seniocare möchte in den nächsten vier Jahren fünf weitere Standorte eröffnen. Noch expansiver verhält sich die heutige Nummer vier, die Senevita AG: In den nächsten zwei Jahren will CEO



«Die Nachfrage nach Pflegebetten ist in den meisten Regionen grösser als das Angebot.»

Hannes Wittwer  
CEO Senevita AG

Hannes Wittwer die Gruppe um acht grosse Häuser ergänzen. Die Tertianum AG will mittelfristig die Anzahl ihrer Residenzen und Vitadomo- respektive Perlavita-Betriebe von heute 21 auf zirka 30 erhöhen.

Die Meinungen, wo für altersgerechtes Wohnen effektiv der Markt in Zukunft liegt, gehen auseinander. Wittwer prognostiziert eine Verlagerung des Expansionsfokus von Wohnungen mit Dienstleistungen auf Pflegebetten: «In den meisten Regionen ist die Nachfrage nach Pflegebetten grösser als das Angebot.» Auch Beat Amman ortet noch einen Mangel an Pflegeplätzen.

Anders sieht man das bei der Berner Domicil AG oder dem



Das Wohn- und Pflegeheim Schloss Berg gehört zum grössten privaten Schweizer Heimanbieter Seniocare AG.

Diakoniewerk Bethanien. Esther Flückiger von Domicil: «Es wird schwierig sein, ausserhalb von Wohnen mit Dienstleistungen noch zu expandieren.» Grund ist für sie die kantonale Kontingentierung der Pflegeheimbetten. Wohnungen mit Dienstleistungen wären eigentlich auch die günstigere Variante im Vergleich zu einem Pflegeheim, betont Fredy Jorns, Direktor des Diakoniewerks Bethanien. Im Pflegeheim liegt der durchschnittliche Preis für Hotelle-Häuser Wittwer die Gruppe um acht grosse Häuser ergänzen. Die Tertianum AG will mittelfristig die Anzahl ihrer Residenzen und Vitadomo- respektive Perlavita-Betriebe von heute 21 auf zirka 30 erhöhen.

Die Meinungen, wo für altersgerechtes Wohnen effektiv der Markt in Zukunft liegt, gehen auseinander. Wittwer prognostiziert eine Verlagerung des Expansionsfokus von Wohnungen mit Dienstleistungen auf Pflegebetten: «In den meisten Regionen ist die Nachfrage nach Pflegebetten grösser als das Angebot.» Auch Beat Amman ortet noch einen Mangel an Pflegeplätzen.

Die Zukunft steht und fällt mit den Leistungen der öffentlichen Hand. Die aktuelle Finanzierungspolitik der öffentlichen Hand

könnte dem Ausbau von Wohnungen mit Service allerdings einen Riegel vorschieben. Den Druck auf die Ergänzungsleistungen spüren die Anbieter schon heute. «Im Kanton Bern sind für betroffene Bewohner Wohnungen mit Service kaum mehr finanzierbar», bemerkt Wittwer. Leerstände seien die Folge. «Ganz wegbrechen wird dieser Markt nicht.» Wittwer erwartet aber, dass die Anbieter «in Zukunft nicht mehr die gleiche Dienstleistung bieten können, wenn die öffentliche Hand die Leistungen weiter kürzt».

Funktionieren wird ein Wohnangebot mit Service eher im urbanen Raum. «Altersgerechte

Wohnungen ohne Anbindung an pflegerische Versorgung oder an abgelegenen, schlecht erschlossenen Orten sehe ich als eher kritisch an», so Beat Ammann.

Eigene Spitexorganisation als Kundenbindungsinstrument

Ausgereizt zeigt sich beim Wohnen mit Service das Hochpreissegment. «Hier ist kaum mehr Potenzial auszumachen», weiss Streit. Betroffen davon ist insbesondere die Tertianum AG. «Bei den Residenzen haben wir tendenziell eine Sättigung erreicht», stellt Aldo Hitz von der Tertianum AG fest. Der Fokus beim Wachstum liege deshalb auf Vitadomo. Unter dieser Marke

will Tertianum künftig auch Wohnungen im mittleren Preissegment anbieten.

Ausbauen werden die grossen Anbieter von Pflegeinstitutionen ihr «Spitex»-Angebot. «Grössere Einrichtungen sollten über eine eigene Spitex-Organisation verfügen», ist Jürg Matter, Verwaltungsratspräsident der Bethesda Alterszentren AG, überzeugt. Private Spitex-Gesellschaften bieten die Bethanien-Gruppe (PHS AG) und Tertianum (Parmed AG). Matter ortet für die Zukunft nicht nur einen wachsenden Bedarf, sondern auch eine Chance für die Alterseinrichtungen selbst: «Eine eigene Spitex ist ein ideales Marketinginstrument.»

## Schweizer Gruppen von Altersinstitutionen

Unternehmen	Anzahl Alters-/Pflegeheime respektive Häuser	Anzahl Pflegebetten	Anzahl Whg. mit Service	Anzahl Betten in Vollzeitstellen	Preis in Fr./Tag im Heim für Hotellerie + Betreuung	Preis in Fr./Monat: mit Service inkl. Miete <sup>2</sup>
Seniocare AG	27	1100	170 Whg. (1- bis 2-Zl.)	1200	Hotellerie: 100 bis 150; Betreuung: 10 bis 60	ab 3000
Tertianum AG	21	325 <sup>1</sup>	1545 <sup>1</sup>	1140	k. A.	k. A.
Domicil AG	19	900	500	1200 <sup>1</sup>	161.50	ab 2860
Senevita AG	13	454	704	650	160 bis 300	ab 1900
Solviva AG	7	220	in Planung	k. A.	k. A.	k. A.
Bethesda Alterszentrum	4	320	96 Whg.	346	k. A.	k. A.
Diakoniewerk Bethanien	3	165	10	200 <sup>1</sup>	200 bis 355	Dienstleist. à la carte

Kein Anspruch auf Vollständigkeit; nicht aufgeführt sind Gruppen der öffentlichen Hand.

<sup>1</sup> Anzahl beschäftigte Personen

<sup>2</sup> Dienstleistung umfasst häufig 24-h-Notruf, eine Hauptmahlzeit, Reinigung, Freizeitangebote, diverse Dienstleistungsangebote

<sup>3</sup> Anzahl Bewohner Perlavita (inkl. Wohnungen)

<sup>4</sup> Anzahl Bewohner Tertianum

Quelle: Recherche htr hotel revue

Impressum

htr hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus

L'hebdomadaire pour le tourisme  
Gegründet/Fondé en 1892

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Resortleitung:

aktuell: Daniel Stampfli/dst

cahier français: Alexandre Caldara/jaca  
fokus: Alex Gertschen/avg  
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen:

Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenzcek/gsg  
Grafik und Produktion: Roland Gerber/rg; Andrea Husstein/ah; Daniel Steim/dst  
Korrektur: Paul le Grand.  
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak.

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nieviergelt  
Redaktorin: Natalie-Pascale Alesch/hpa  
Praktikum: Artresha Veljija/av  
Koordination: Daniel Steim

Verlag

Leitung: Barbara König,  
Assistent: Alain Hänni.  
Stelleninseerate: Angela di Renzo Costa  
Praktikum: Artresha Veljija/av  
Geschäftsanzüge: Emanuel Müller,  
Michael Müller.

hoteljob.ch:

Denise Karam  
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.  
Auflage: WEMF-Beglaubigt 2013,  
Auflage: 10 330  
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; 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.



**Bruni's**

**Christoph Bruni**  
Käseaffine von Beruf wegen und aus Berufung. Der Thuner beliefert die Spitzengastronomie mit seinem streng selektierten Käse und bietet ihn dienstags und samstags auf dem Berner Markt feil.

Kolumne

## Die «Killerkäse»-Saison

**J**etzt ist wieder Saison und sein Image wird er noch lange oder vielleicht gar nie los. Der Vacherin Mont-d'Or. Noch heute erkundigen sich Kunden bei mir, ob der Vacherin Mont-d'Or frei von Listerien ist. Oder sie fragen nach der französischen Variante mit der Bemerkung: «der mit den Listerien».

Obwohl das ja überhaupt nicht lustig war, damals 1987. Keine Lebensmittelvergiftung ist lustig. Die häufigste Variante dieser tragischen Krankheit ist die, die sich schleichend entwickelt. Übermässiger Konsum fettreicher, salzhaltiger oder mit umstrittenen (oder bewiesenermassen ungesunden) Zusatzstoffen behandelte Nahrung. So könnte die Presse jeden Tag titulieren: Killer-Pommes-Chips, Killer-Gummibärchen... – die Liste wäre fast endlos lang.

Am meisten Menschen sterben wohl an der flüssigen und alkoholhaltigen Nahrung. Killer-Wein, Killer-Schnaps, Killer-Bier und Killer-Drinks. Wenn man bedenkt, wie viele Menschen an Tabletten sterben oder eine tödliche Infektion im Spital einfangen, müsste man sogar von Killer-Tabletten und Killer-Spitälern sprechen. Ganz zu schweigen von

den tödlichen Unfällen beim Sport oder in der Freizeit. Beim Wandern, Schwimmen oder sogar bei der Arbeit. Wir sind zwar bestrebt, die Risiken des Ablebens zu minimieren, und das ist auch gut so. Gleichwohl werden wir immer risikofreudiger. Nicht nur beim Sport. Lebensmittel-Verpackungen mit Nanotechnologie sind nur ein Beispiel. Bei der Herstellung von Käse werden sogar präventiv listerienfressende Mikroorganismen eingesetzt, obwohl wir nicht wissen, wie sich diese auf unseren Körper und mit unseren Ausscheidungen auf die Umwelt auswirken.

Das Problem in den 1980er-Jahren war nicht die Rohmilch an sich. Ein Faktor war eher die geschwächte Rohmilch von Kühen, die auf immer mehr Leistung gezüchtet wurden und auch heute stets Höchstleistungen erbringen müssen. Es ist erwiesen, dass die Milch von Hochleistungskühen viel anfälliger und instabiler ist. Das Gleiche gilt bei Ziegen und Schafen. Speziell die natürlichen Milchsäurebakterien, welche eine wichtige Rolle im mikrobiologischen Gleichgewicht spielen, sind im Verhältnis weniger vorhanden. Das Malheur ist dann auch bei der Reifung passiert. Feuchte Rinden wie die von Mont-d'Or sind eher anfällig auf fremde Mikroorganismen. Selbst wenn damals die Käse pasteurisiert gewesen wären, hätte sich die «Listeria monocytogenes» entwickelt. Vielleicht sogar noch mehr.

Universitäten haben nachgewiesen, dass sich die Oberflächenflora von Rohmilchkäse besser gegen fremde und unerwünschte Bakterien schützen kann. Die letzten Fälle von Listerien waren alle auf pasteurisiertem Käse gewachsen. Im 2005 waren nicht nur die Käse (Tomme Vaudoise mit Weisseschimmel für den Grossverteiler), sondern sogar die Butter eines Betriebes im Jura kontaminiert. Letztmals war es ein pasteurisierter Käse aus einem Grossverteiler. Dieser wurde aus Milch hergestellt, die von weit her in die Produktionsstätte gefahren wurde. Natürlich weil sie so billig war. Eigentlich haben wir sehr viel gelernt und geforscht über die Zusammenhänge in der Lebensmittelproduktion. So sind heute Rohmilchkäse viel sicherer als noch vor einigen Jahrzehnten. Inzwischen sind sie sogar sicherer als pasteurisierte Käse. Die Hersteller wissen genau, worauf sie achten müssen.

Wichtig ist die Qualität der Milch. Die wiederum ist abhängig von der gemolkenen Menge, dem Futter und der Haltung der Tiere. Das einwandfreie Schmilren der Käse ist eine Kunst für sich und von elementarer Bedeutung. Die Hygiene in der Käserei muss peinlich genau sein, im Reife-Keller darf es mehr Leben haben, sonst schmecken und entwickeln sich die Käse nicht. Alles basiert auf einem Gleichgewicht. Es kann aber auch zu sauber sein. Wer gesundheitlich geschwächt oder schwanger ist und hundertprozentige Sicherheit will, schneidet die Rinde weg oder isst nur Hartkäse.

PUBLIREPORTAGE

## Neuer Auftritt bei der Eigenmarke

**Quality – Gleiche Qualität. Gleicher Preis. Neues Design.**

Die Eigenmarken von Prodega/Growa und Howeg stehen für hervorragende Qualität zu attraktiven Preisen, früher wie heute. Daran ändert auch ein Namenswechsel der wohl beliebtesten Eigenmarke «Excellency» zu «Quality» sowie ein neues Design nichts.

Der Inhalt des Produktes ist genau der gleiche wie bis anhin, und dies bei allen über 500 bisherigen Excellency-Produkten. Im Vergleich zu Excellency haben sich einzig der Name und das Design der Verpackung verändert. Das Grundsortiment, die Preise und auch die Qualität sind gleich geblieben. Die Kunden erhalten also gleiche Qualität zum gleichen Preis im neuen Design mit neuem Namen.

In einem ersten Schritt sollen die bestehenden über 500 Produkte einmal genau so weitergeführt werden. Allgemein wird das Sortiment aber laufend überprüft und den aktuellen Bedürfnissen angepasst. Aus diesem Grund ist es durchaus möglich, dass das Sortiment in Zukunft auch entsprechend vergrössert wird, damit die Kunden immer von den besten Produkten und einem idealen Preis-Leistungs-Verhältnis profitieren.

**Weshalb eine Namens- und Etiketten-Änderung, wenn sonst alles gleich bleibt?**

Dahinter steht die Überlegung, dass man innerhalb der Transgourmet-Holding, die ja europaweit tätig ist, eine einheitliche Eigenmarkenpolitik haben möchte. Dies hatte nun zur Folge, dass in der Schweiz bestehende Eigenmarken angepasst werden, jedoch einzig bei Namen und Design. Die Qualität und Hersteller der Produkte bleiben bestehen und entsprechen auch weiterhin dem gewohnten Schweizer Standard. Quality soll weiterhin für gute Qualität zum fairen Preis stehen. Deshalb gibt es dort auch keine Veränderung.

**Laufende Umstellung**

Die Umstellung wird laufend stattfindend, da bereits abgefüllte Produkte aber auch bereits produzierte Verpackungen im Sinne der Nachhaltigkeit aufgebraucht werden sollen. Daher gibt es keine fixen Termine. Die Umstellung findet voraussichtlich innerhalb eines Jahres ihren Abschluss.



Prodega/Growa/Howeg

Transgourmet Schweiz AG · Lochackerweg 5 · 3302 Moosseedorf · Tel. 031 858 48 48 · www.prodega.ch · www.growa.ch · www.howeg.ch

## Unsere Kolumnisten

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

## Ein Guide mit den besten Hotels 2014

**Jahr für Jahr publiziert Karl Wild in der Sonntagspresse die besten Ferien-, Wellness- und Familienhotels. Nun gibt es das Schweizer Hotelrating erstmals in Buchform.**

spiel «Die 30 besten Ferienhotels der Schweiz», «Die 35 besten Nice-Price-Ferienhotels der Schweiz», «Die 20 besten Wellnesshotels der Schweiz», «Die 20 besten Familienhotels der Schweiz» sowie «Die 20 besten Stadthotels der Schweiz». Wild gibt aber auch einen Ein-

**W**er Ferien in der Schweiz verbringen möchte, kann auf eine Fülle von Orientierungshilfen zählen. Doch eines bleibt trotz Sternen und Qualitätsmerkmalen auf der Strecke: die Gesamtschau der qualitativ hochstehenden Schweizer Hotellerie. Dieser nimmt sich der Wirtschaftsjournalist und Hoteltester Karl Wild seit 12 Jahren an: Wild und sein Team besuchen die Top-Häuser im Land, klassieren, beschreiben sie nach einheitlichen Kriterien und veröffentlichen das Schweizer Hotelrating in der «Sonntagszeitung» und neu auch in «Le Matin Dimanche».

Nun gibt es das Rating auch in Buchform: in dem vom Weber Verlag in Zusammenarbeit mit hotellerieuisse herausgegebenen Guide «Die 125 besten Hotels der Schweiz». Darin aufgelistet sind die verschiedenen Hotelkategorien, wie zum Bei-



blick in die Bewertungskriterien, bietet eine Regionenübersicht und präsentiert alle «Ausgezeichneten des Jahres».

Der Guide fungiert als Serviceleistung für die Gäste, zeigt aber auch die vielen innovativen und kreativen Köpfe der Branche und würdigt nicht zuletzt das finanzielle Engagement privater Investoren. fee

Karl Wild, Hotelrating Schweiz – die 125 besten Hotels der Schweiz 2014, Weber Verlag, 226 Seiten, ISBN 978-3-85932-717-7, Fr. 39.–

Alle Bücher sind erhältlich auf [www.hotellerieuisse.ch/buchshop](http://www.hotellerieuisse.ch/buchshop)

Es findet vom 27. bis 31. Januar 2014 statt und wartet einmal mehr mit hochkarätigen Küchenchefs auf: das St. Moritz Gourmet Festival. Die einzelnen Gastköche im Überblick.

FRANZISKA EGLI

Er gehört zum kulinarischen Olymp der USA: der mit zwei Michelin-Sterne ausgezeichnete **Wolfgang Puck** (Gastkoch bei **Mauro Taufer**, Küchenchef im «Badrutt's Palace Hotel»). Puck, gebürtiger Österreicher, gilt als Begründer der «California Haute Cuisine». Mit seinen derzeit 21 Gastrobetrieben – darunter die Gourmetrestaurants «Spago» und «Cut» in Beverly Hills – befindet sich sein Imperium weltweit auf Expansionskurs: Jüngst eröffnete in London die erste «Cut»-Dependance Europas.

**Yoshihiro Takahashi** (Gastkoch bei **Salvatore Frequente**, Küchenchef im Carlton Hotel) ist mit drei Michelin-Sternen dekoriert. Küchenchef im Restaurant Hyotei in Kyoto, das er in 15. Familiengeneration führt. Der Akademiker bietet eine mit französischen Einflüssen modern interpretierte Kaiseki-Küche, die ihren Ursprung in der Zen-Philosophie hat. Im Zentrum steht der Erhalt des Eigengeschmacks jahreszeitlicher Zutaten, die Takahashi auf speziellem Geschirr in Form von Pflanzen- und Tierdarstellungen mit essbaren Blüten und Blättern serviert.

Der Deutsche **Christian Scharrer** (Gastkoch bei **Markus Rose**, Küchenchef im Hotel Giardino Mountain) ist Küchenchef des Buddenbrooks Restaurant im exklusiven Kurhaushotel an der Ostsee, dem A-rosa Resort in Travemünde. Hier sorgt er seit 2008 mit traditionellen Geschmackskombinationen für kulinarische Hochgenüsse. Das ist vom Guide Michelin mit zwei Sternen und der Gault Millau bewertete seine «begeisterte Aromenkomposition» mit 19 Punkten: **Tim Raue** (Gastkoch bei **Fabrizio Piantanida**, Küchenchef im Grand Hotel Kronenhof). Der gebürtige Berliner ist die kulinarische Nummer eins in



**Wolfgang Puck: 2 Michelin-Sterne, Restaurant Spago, Beverly Hills (USA)**



**Andree Köthe: 2 Michelin-Sterne, 18 GM-Punkte, «Essigbrätlein», Nürnberg (D)**



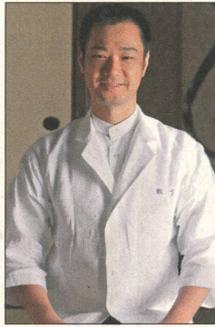
**Mauro Colagreco: 2 Michelin-Sterne, 4 Hauben, Restaurant Mirazur, Menton (F)**



**Moshik Roth: 2 Michelin-Sterne, Restaurant «samhoud places», Amsterdam (NL)**



**Tim Raue: 2 Michelin-Sterne, 19 GM-Punkte, Restaurant Tim Raue, Berlin**



**Yoshihiro Takahashi: 3 Michelin-Sterne, Restaurant Hyotei, Kyoto (J)**



**Yoann Conte: 2 Michelin-Sterne, 4 Hauben, «Yoann Conte», Veyrier-du-Lac (F)**



**Christian Scharrer: 2 Michelin-Sterne, 18 GM-Punkte, «Buddenbrooks», Lübeck (D)**

## Von «New-natural» - bis Kaiseki-Küche

Deutschlands Hauptstadt. Mittlerweile führt er drei Restaurants, darunter das «Sra Bua by Tim Raue» im Hotel Adlon. Raue ist bekannt für seine Verbindung aus japanischer Perfektion, thailändischer Aromatik und chinesischer Küchenphilosophie.

Er ist Deutschlands «Koch des Jahres 2012» und bekannt für seine spannende Gewürz- und Gemüseküche: **Andree Köthe** (Gastkoch bei **Christian Ott**, Küchenchef im Hotel Schweizerhof). Gemeinsam mit seinem Küchenchef Yves Ollech führt er das Restaurant Essigbrätlein in Nürnberg, das seit 2008 mit zwei Michelin-

Sternen und 18 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet wird.

Die Gourmetfachwelt ist begeistert von seinem «New-natural»-Stil, und die Fachjury der «World's-Best-Restaurants»-Liste hob ihn auf Platz 28 der Welttrangliste: **Mauro Colagreco** (Gastkoch bei **Axel Rüdlin**, Küchenchef im Kempinski Grand Hotel des Bains). Ausgezeichnet mit zwei Michelin-Sternen und vier Gault-Millau-Hauben wählte Gault Millau den Argentinier zum ersten nicht aus Frankreich stammenden «Koch des Jahres» der Grande Nation. Inspiriert von der Kochkunst Frankreichs und Argentiniens er-

öffnete Colagreco 2006 das Restaurant Mirazur in Menton, wo er kulinarisch die Grenze von Land und Meer aufhebt.

Er widmet sich mit Hingabe seinem Garten voller seltener Pflanzen, Gewürzen und Kräutern: **Yoann Conte** (Gastkoch bei **Hans Nussbaumer**, Küchenchef im Kulm Hotel). Der gebürtige Bretoner übernahm 2010 im Hotel Ancey in Veyrier-du-Lac (F) die Leitung des Restaurants. Für seine Küche durchforstet der mit zwei Michelin-Sterne und vier Gault-Millau-Hauben Ausgezeichnete Berge, Wälder und Seen nach Naturschätzen.

Und schliesslich: **Moshik Roth** (Gastkoch bei **Bernd Ackermann**, Küchenchef im Suvretta House). In seinem Amsterdamer Restaurant «samhoud places» nimmt der gebürtige Israeli die Gäste mit auf eine kulinarische Reise. Seine virtuoseren, molekularen Kochtechniken kommen dabei ebenso zum Zug wie auch traditionelle Zubereitungsmethoden. Roth startete seine Karriere einst als Manager einer Pizzeria. 2012 eröffnete er «samhoud places», das bereits drei Monate nach der Eröffnung von Guide Michelin zwei Sterne erhielt.

[www.stmoritz-gourmetfestival.ch](http://www.stmoritz-gourmetfestival.ch)

### News

#### «La Sélection» zeigt: Schweizer Wein überzeugt

Sie fand zum zehnten Mal statt: die Weinprämierung La Sélection. Die Prämierung 2013 brachte dem Concours mit 735 eingereichten Weinen aus den wichtigsten Weinbauländern Europas und aus Übersee eine rekordhohe Zahl an prämierten Weinen. Sie wurden von rund 50 Degustatoren in der Messe Basel beurteilt: 270 Weine erhielten eine «Médaille d'or» oder eine «Médaille d'argent». Mit 352 Proben war die Schweiz mit Abstand grösste Einreicherin und erhielt nicht weniger als 113 Medaillen, was vorab dem guten Wein-Jahrgang 2011 zuzuschreiben ist. Regional haben vor allem die Weine aus dem Wallis (45 Auszeichnungen), aus der Nordwestschweiz (24 Auszeichnungen) sowie aus dem Tessin (16 Auszeichnungen) gut abgeschnitten. Die Siegerweine werden an der Basler Weinmesse (26. Oktober bis 3. November 2013) in der Ausstellung La Sélection präsentiert.

#### Schweizer Köche kochen vermehrt fair

Mit einem Umsatz von Fr. 46,4 Mio. verkaufen sich Fairtrade-Produkte in der Schweizer Gastronomie und Hotellerie so gut wie noch nie, berichtet die Max-Havelaar-Stiftung Schweiz. Der Ausserhausbereich verzeichnet ein stetiges Wachstum und macht mit einer Umsatzsteigerung von 35 Prozent nun 12 Prozent des Gesamtumsatzes an Fairtrade Max-Havelaar-Produkten aus. Den 750 Gastrobetrieben stehen über 200 Produkte aus fairem Handel zur Verfügung.

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

#### «Gruyère» in USA und Südafrika nun offiziell anerkannt



ZVG

Nach zähen Verhandlungen hat die Sortenorganisation Gruyère beim weltweiten Markenschutz von Schweizer Käse einen wichtigen Etappensieg errungen: Die USA und Südafrika haben die Marke «Gruyère» beziehungsweise «Le Gruyère Switzerland» per Anfang September anerkannt. Dieser Erfolg sei ein Durchbruch in der Verbesserung des Schutzes von Produkten mit «starker Identität», teilte das Bundesamt für Landwirtschaft BLW mit. Die Sortenorganisation Gruyère verspricht sich von den Registrierungen eine bessere Wertschöpfung.

### Hotellerie

#### Hapimag wird 50 und schenkt Kindern Ferien

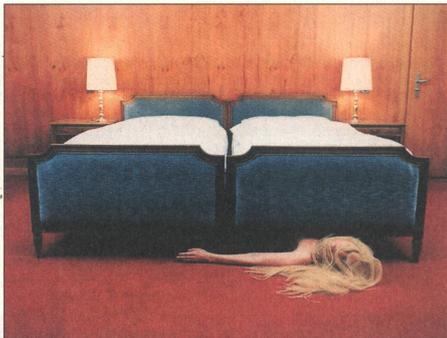
Hapimag, einer der führenden Wohnrechtsanbieter Europas, feiert dieses Jahr seinen 50. Geburtstag. Aus diesem Anlass lädt das Unternehmen über 50 Kinder und Jugendliche mit einer Behinderung oder aus sozial schwierigen Verhältnissen zu einer Ferienwoche ein. Das Schweizer Unternehmen mit Sitz in Baar zählt rund 140 000 Mitglieder, verfügt über 57 Adressen in 16 Ländern. Den Mitgliedern stehen über 5300 Apartments zur individuellen Nutzung zur Verfügung.

## Zeitgenössische Künstler als «Hoteliers»

Sie leben darin, inszenieren sich oder verarbeiten ihre Vergangenheit: Die Thuner Ausstellung «Chambres de luxe» zeigt Künstler und ihre Auseinandersetzung mit Hotels.

Das Hotelzimmer verwandelt sich in ein Atelier, mutiert zur Produktionsstätte auf Zeit oder zum Rückzugsort – irgendwie gehören Hotel und Kunst zusammen, vor allem in Thun: Hier befindet sich das Kunstmuseum seit 1948 in den Räumlichkeiten des früheren Grand Hotel Thunerhof untergebracht. An diese Vergangenheit knüpft nun die von Helen Hirsch kuratierte Gruppenausstellung «Chambres de luxe».

Die Thunerin Chantal Michel, bekannt für ihre Inszenierungen in stillgelegten Hotels, baute eigens für die Ausstellung eine Suite des ehemaligen Grand Hotel Bürgenstock nach, in dem sie bereits 2006 eine Gesamtinstallation realisierte. Das Werk «Hotel



Kunst und Hotel: Inszenierung von Chantal Michel.

ZVG

Jugoslavija: Reunion» des Serben Mladen Bizumic führt dessen Auseinandersetzung mit der Geschichte anhand des Belgrader Hotels vor Augen. Die Zürcherin El Frauenfelder präsentiert menschenleere Hotelzimmer, die sie bewohnte. Gezeigt werden zudem Werke von Alighiero Boetti, Mario Garcia Torres, Martin Kippenberger, Lang/Baumann, Fabian Marti, Christina Ohlmer, Florian Slotawa, Jules Spinatsch, Daniel Spoerri, Monica Studer/Christoph van den Berg, Till Velten und Christoph Wachter & Mathias Jud.

Die Ausstellung «Chambres de luxe» dauert noch bis 24. November 2013.

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

# dolce vita – wo Genuss Grossgeschrieben wird 10 Wochen lang für CHF 29.00

Geniessen Sie das dolce vita 10 Wochen lang  
für CHF 29.00! Oder beziehen Sie die htr hotel revue  
gleich im Jahresabonnement für CHF 169.00.  
Telefon 031 740 97 93, [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch), [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**htr** hotel revue

# Eine Weinbar – vier Gründer

**Das besondere Konzept Vier Quereinsteiger haben sich mit einer Weinbar einen Traum erfüllt: Das Zürcher Lokal «4 Tiere» wartet mit einigen Besonderheiten auf.**

RENATE DUBACH

Besonders ist einmal der etwas sperrige Name «4 Tiere». Er bezieht sich auf das Quartett, das die Bar gegründet hat: Iris Menne, Oliver Ullrich, Ralph Villiger und Harry Witzthum. «Wer denkt, dass wir uns als «grosse Tiere» fühlen, liegt völlig falsch», sagt Villiger dazu, die Idee stamme von ihrem Grafiker.

Weiter ist aussergewöhnlich, dass drei der Gründer absolut keine Gastronomie-Erfahrung haben. Iris Menne arbeitet als Verkaufsberaterin eines Medienunternehmens, Villiger berät Unternehmen im Bereich Biotechnik und Pharmazie und Witzthum ist Mitglied der Geschäftsleitung der Aids-Hilfe. Einziger Oliver Ullrich führte ein Restaurant und war im Aussendienst einer Weinhandlung tätig.

**Die Tische sind aus Eichenholz, die Stühle mit Kuhfell überzogen**

Der Wein führte die Männer zusammen, präziser: die Ausbildung zum Weinakademiker. Sie lernten sich kennen und fanden, dass etwas fehlt in der Stadt Zürich, ein Lokal, «in dem man einfach nur ein Glas Wein geniessen kann, ohne dass man dazu etwas essen muss», formuliert es Ralph Villiger. Meist sei es ja so, dass man in einem Restaurant nicht einfach einen Tisch besetzen könne, wenn man nur etwas trinken wolle, erklärt der Weinakade-

miker. Die drei Männer holten Iris Menne ins Boot und machten sich «mit der nötigen Naivität» ans Werk, in Zürich einen Raum zu suchen.

**Die Karte bietet eine Reise durch die Weinregionen der Welt**

Sie fanden diesen an der Feldstrasse 61, in einem ehemaligen Coiffeur-Laden. Im Frühling dieses Jahres waren alle behördlichen Klippen umschiff und der Umbau vollzogen. «Wir haben genau die Bar realisiert, die wir uns wünschten», sagt Villiger. Sie präsentiert sich schlicht und edel, Eichenholz für die Tische und Stühle, die mit Kuhfell überzogen sind. 24 Leute haben drinnen Platz, ein paar draussen. An einer Wand werden Weinflaschen präsentiert, an einer anderen Spirituosen – beachtlich dabei ist das breite Gin-Sortiment.

Selbstverständlich ist die Weinkarte umfassend, sie bietet eine Reise durch die Weinregionen der Welt mit über dreihundert Positionen und wächst ständig. «Wir listeten die Weine auf, die wir anbieten wollten, und suchten dann die Lieferanten.» Von weit über dreissig Händlern bezieht man inzwischen Weine. Die «vier Tiere» besuchen auch Versteigerungen und «haben Zugang zu privaten Weinkellern», wie Ralph Villiger es etwas geheimnisvoll umschreibt. Jedenfalls sind in der Kategorie Raritäten klingende Namen zu finden – schöne Flaschen aus dem Bordeaux mit besonderen Jahrgängen etwa. Da liegen ein paar Flaschenpreise über tausend Franken.

**Ab drei Deziliter wird jede Flasche geöffnet, der Dezi-Preis ist fair**

Allerdings kommt man in den Genuss der edlen Tropfen, ohne dass man ganz tief ins Portemonnaie greifen muss. Jeden Montag wird ein Wein aus dem Raritätenkeller im Offenausschank angeboten. Bisher wurde unter anderem ein Mouton Rothschild 1988, ein Vega Sicilia Unico 1998 oder



Die vier Initianten der Zürcher Weinbar in Cüpli-Stimmung: v. l. Harry Witzthum, Iris Menne, Ralph Villiger und Oliver Ullrich.

Bilder: zvg

ein Château Margaux 1990 getrunken.

Aber das Speziellste an dieser Bar ist, dass ab einer Bestellung von drei Dezilitern jede Flasche geöffnet wird. Der Dezi-Preis – Flaschenpreis geteilt durch sieben – ist sehr fair. Überhaupt ist man grosszügig bei den «4 Tieren»: Bis 19 Uhr bekommt der Gast eine Auster zum Glas Champagner. Und im Dezember wird täglich eine besondere Flasche geöffnet, und wer früh genug da ist, bekommt ein Glas offeriert. Aber erst kommt noch die Trüfelsaison im Oktober und November, mit Trüffelspezialitäten – getrüffelter Käse, Carpaccio mit Trüffeln – und den passenden Weinen dazu. Denn es gibt in der Bar nicht ausschliesslich Flüssiges. Wem der Sinn danach steht, kann auch ein kaltes Plättli bestellen, mit erstklassigen Produkten, versteht sich.

Die 4 Tiere haben Spass an ihrer «Traubar», sie verlängern ab Mitte Oktober bereits die Öffnungszeiten: Statt um 17 Uhr wird die Tür schon um 7 Uhr

morgens geöffnet. Es gibt Kaffee und Gipfeli und später einfache Mittagessen.

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



Allein die Weinkarte umfasst über 300 Positionen.

## Gastronomie

Aus dem «Schmuklerski» wird «Esshalle»



zvg

Nun wurde sie eröffnet, die neue «Esshalle, Weinhandlung & Bar» im Zürcher Kreis 4. Das ehemalige, von Ex-Fussballer Thomas Bickel geführte «Schmuklerski Grand Café» wurde durch die Fidel Gastro AG übernommen: Das neue Gastrokonzept bietet eine integrierte Weinhandlung, eine mediterran-orientalische Küche und sieht wechselnde Kunstausstellungen vor. Zukünftig soll mit dem gegenüberliegenden Plaza Klub zusammengearbeitet werden.

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

## Ayurvedische Kochkunst im Restaurant Kiosk

Vom 19. bis 24. November 2013 ist das Ayurveda-Hotel Parkschlösschen in Traben-Trarbach (D) zu Besuch im Zürcher Restaurant Kiosk. Sascha Weber vom Küchenteam des 5-Sterne-Kurhotels wird eine Woche lang die innovative Crossover-Küche des «Parkschlösschen» zelebrieren, welche auf dem Wissen der ayurvedischen Heilkunst basiert. Die Gäste kommen in den Genuss eines mehrgängigen Feinschmecker-Menüs, das gänzlich ohne tierische Produkte auskommt. Zudem wird vegane Wein ausgeschenkt.

[www.restaurant-kiosk.ch](http://www.restaurant-kiosk.ch)

## Genuss

Ein Cognac, der bis zu 400 Eaux-de-vie vereint



zvg

Mit dem «Centaure de Diamant» lanciert Rémy Martin ein Highend-Produkt: Es vereint 300 bis 400 Eaux-de-Vie, die zu den zehn Prozent der wertvollsten Destillate des Hauses gehören. Für den Cognac wurden ausschliesslich Trauben aus den wichtigsten Lagen im Herzen der Region Cognac verwendet, der Grande und Petite Champagne. Der «Centaure de Diamant» ist neu in der Schweiz für 1100 Franken erhältlich.

## Im Kandertal finden die Berner Gitzitage statt

In den letzten Jahren legte der Schweizer Ziegenzuchtverband sein Augenmerk vermehrt auf das Herbstgitzli, «die exklusive und ökologisch sinnvolle Alternative zum traditionellen Ostergitzli», wie der Verband schreibt. Zusammen mit der Gilde etablierter Schweizer Gastronomen und Pro Specie rara hat der Ziegenzuchtverband die Herbstgitzli-Saison lanciert. Um diesen Markt noch stärker ankurbeln zu können, finden nun vom 11. bis 13. Oktober 2013 in Reichenbach im Kandertal (BE) die ersten «Berner Gitzitage» statt. fee

[www.schweizer-gitzli.ch](http://www.schweizer-gitzli.ch)

# Champagner-Verkosterin und Bloggerin

Die Schweizer Champagner-Botschafterin 2013 heisst Kate Morse. Die Genfer Weindozentin wird die Schweiz am europäischen Finale im Oktober in der Champagne vertreten.



Überzeugte auch mit ihrer Art: Siegerin Kate Morse.

zvg

Die drei Teilnehmer hatten 20 Minuten Zeit, der Jury «Die Einzigartigkeit der Champagne» auf kurzweilige und interessante Weise zu präsentieren. Zudem mussten sie am Beispiel von vier Weinen den besonderen Weinstil sowie die Vielfalt des Weinbaugebiets Champagne erläutern und im Anschluss der Jury zehn Minuten lang Rede und Antwort stehen. Vergangene Woche fand im Hotel Richemond in Genf die Schweizer Ausscheidung des Wettbewerbs «Les Ambassadeurs du Champagne» statt. Dabei hat sich die Genferin Kate Morse gegen die beiden anderen Finalisten – Andreas Köhler, Direktor des Sunstar Parkhotel in Davos, und Reza Nahaboo, Sommelier im Hotel Four Seasons Hôtel des Bergues in Genf – durchgesetzt.

**Die Gewinnerin verfüge über hervorragende analytische Fähigkeiten, befand die Jury.**

Die gebürtige Amerikanerin Morse hat die Jury mit ihrer kommunikativen Art überzeugt. Zudem verfüge sie, so die Jury, über hervorragende analytische Fähigkeiten, die es ihr

ermöglichten, die Prüfungsweine professionell zu verkosten. Morse organisiert in Genf Weinkurse und Events rund um das Thema Genuss. Zudem betreibt sie den Weinblog «Wine with Kat» und betätigt sich als Weinberaterin. Kürzlich hat sie das Diplom in Weinwirtschaft an der Universität in Reims (F) gemacht.

Nach Silvia Gautschi McNulty im Jahr 2010 ist Morse erst die zweite Frau, die die Schweiz im Finale des «Concours Européen des Ambassadeurs du Champagne» vertreten darf. Dieses findet vom 21. bis 25. Oktober 2013 in der Champagne statt. fee

[www.champagne-civc.ch](http://www.champagne-civc.ch)

L-GAV-konform  
Lohnbuchhaltung + Arbeitszeitkontrolle  
CHF 40.- / Mt.  
Jetzt kostenlos testen!  
www.eezytool.ch — 061 366 99 36



## Ganz schön bunt und scharf

**Botanisch gesehen sind es Beeren, die die Herzen von Liebhabern scharfer Speisen höher schlagen lassen: die Chilis. Die Vielzahl an Sorten birgt kulinarisches Potenzial.**

FRANZISKA EGLI

Zum Beispiel der «Aji Limón Rojo», eine glatte 6 auf einer Schärfe-Skala von 1 bis 12: «Dieser ist eine Kreuzung zwischen dem aromatischen Serrano und dem frischen Lemon Drop. Ich verwende Limón Rojo, wenn ich eigentlich an den Serrano denke, aber dem Gericht dann doch etwas mehr Exotik wünsche.» Der, der das sagt, ist Beat Heuberger, und so feurig eine Schote wie ein «Limón Rojo» im Gaumen ist, so feurig sind Heuberger's Erläuterungen, wenn er von seiner Lieblingsfrucht spricht: der Chili.

Vor 15 Jahren hat der Wein- und Gewürzhändler in Zürich im Kreis vier sein Geschäft eröffnet und vor zwölf Jahren dabei seine Liebe zu den Schoten entdeckt: bei einer Weindegustation. «Statt dass mir die Schärfe einer Chili - wie erwartet - die Sensorik vernichtete, erhöhte es mein Geschmacksempfinden», erzählt er und realisierte: Die scharfen Anteile der Gewürze wirken als Geschmacksverstärker und verfeinern auch jedes Gericht. Seither widmet er sich mit Hingabe auch der Aufzucht und dem Vertrieb von Chilis, die er frisch, getrocknet oder mit anderen Gewürzen zu - zum Teil satanisch scharfen - Pasten verarbeitet, für die er weit über Zürich hinaus bekannt ist. Punkto Schärfe setzt er statt der vielerorts üblichen auf Scoville-Einheiten auf eine Skala von 1 bis 12: «Darunter können sich alle etwas vorstellen.»

**Eine Chili-Schote verleiht einer Béchamel das gewisse Etwas**

Nun, spricht man von Chili, meint man die Gattung Paprika (Capsicum), die zur Familie der Nachtschattengewächse gehört, botanisch eine Beere ist und von der es fünf Zuchtarten (siehe auch Zweittext) mit schier unzähligen Sorten gibt. Ursprünglich stammen Chilis aus dem Amazonasbecken, verbreitete sich dank portugiesischen Händlern bis nach China, Japan und Indien, und ihre vielen Sorten werden heute überall auf der Welt für verschiedene Bräue, Speisen und als traditionelles Heilmittel eingesetzt. Auch bei uns finden sie - unserem kosmopolitischen Reiseverhalten und den damit verbundenen veränderten Essgewohnheiten sei Dank - vermehrt Anklang.

Das spürt auch Chili-Experte Beat Heuberger, der längst nicht nur sogenannte «Chiliheads», sondern auch Feinschmecker und Gastronomen auf der Suche nach dem gewissen Etwas zu seinen Kunden zählt. Eine Chili müsse nicht per se scharf sein, betont er: «Wo wir Butter oder Bouillon verwenden, greift der Mexikaner beispielsweise zu Chili. Sie gibt seinem Gericht die nötige Würze.»

So verfährt auch Hans Nussbaumer, Küchenchef im 5-Sterne-Superior-Hotel Kulm in St. Moritz. Er verwende die Schoten nicht

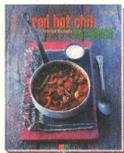
nur dort, wo man sie gemeinhin vermutet würde, also in der Pasta-sauce oder im Thaigericht. «Ich setze sie auch bei der Zubereitung einer Geflügel-Velouté oder einer Béchamel ein. Geschmacklich nimmt man sie kaum wahr, aber sie sorgt für den nötigen Pep», ist Nussbaumer überzeugt.

**Wer verschiedene Arten kennt, kann diese gezielt einsetzen**

Anders zum Einsatz kommen die Chilis in der asiatischen Küche, wo es weniger um den Geschmack der Früchte, sondern mehr um den Grad der Schärfe - einer eher schneidenden Schärfe - geht. Dafür verwendet er ausschliesslich Thai-Chilis, die er frisch oder getrocknet verwendet und direkt in Thailand bezieht, erzählt Thongsuk Phianjapo, Küchenchef im mit 15 Gault-Millau-Punkten dotierten thailändischen Restaurant Thai Garden im Luzerner Hotel Astoria.

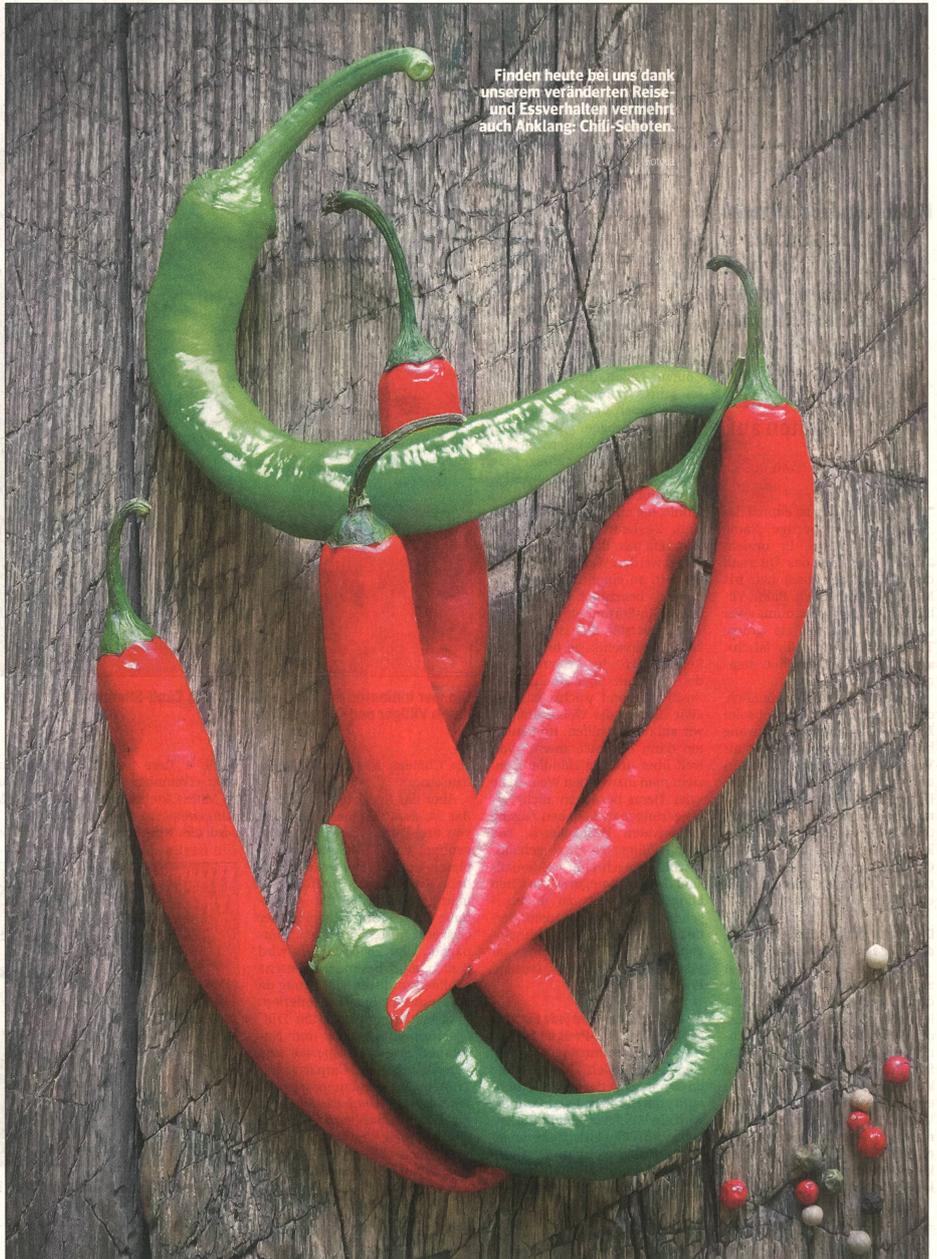
In der gehobenen Gastronomie sei das Potenzial der Chili bis heute noch zuwenig erkannt worden, findet Beat Heuberger. «Es gibt nicht viele Spitzenköche, die so meisterlich mit Gewürzen umgehen wie etwa Tanja Grandits oder Stefan Wiesner». Dabei seien die Chilisorten so unterschiedlich und vielfältig wie die Traubensorten beim Wein. «Es lohnt sich, die verschiedenen Arten und ihre Sorten kennenzulernen, um sie dann gezielt einzusetzen.»

**Neues Buch Feurige Rezepte mit bunten Scharfmachern**



Von der thailändischen Nudelsuppe über Graved Lachs mit Chili-Marinade, von der pikanten Pastasauce bis zur Bloody Mary: Erst durch die Wahl der richtigen Chilisorte wird ein jedes Gericht zum echten Genussereignis, zeigt Dan May mit seinem Kochbuch. Der Brite war Gründer und Inhaber der legendären Chili-farm «Trees can't dance».

Dan May, **Red Hot Chili-Kochbuch**, Fona Verlag, 160 Seiten, ISBN 3-03780-503-X, Fr. 29.90



## Chili Unterteilt in fünf Arten gibts unzählige Sorten

Zu dieser Art gehören fast alle europäischen Sorten insbesondere die Cayenne und viele Mexikaner wie Jalapeño: **Capsicum Annuum**. Im Bild: **Guajillo** (Schärfe: 3/12). Oft getrocknet verwendet, passt die Sorte wegen des Paprikaaromas zu Salsa, Eintöpfen, Suppen.



Zur **Capsicum Frutescens** zählen kleine, scharfe Früchte wie etwa der Tabasco, aber auch der Peperoncino Fiorentina aus Italien. Das Aroma ist ausgewogen, fruchtig und beerig. Im Bild: **Piri Piri** (Schärfe: 8/12). Seine Schärfe ist intensiv und brennend, aber nicht bissend, schneidend.



Der **Capsicum Chinense** bringt die wohl schärfsten Chilisorten hervor: Dazu gehören die Habanero- oder die superfeurigen Naga-Sorten. Ihr Aroma ist exotisch-fruchtig, und sie passt gut zu karibischen, fruchtigen Speisen. Im Bild: **Golden Habanero** (Schärfe: 10/12).



Zur **Capsicum Pubescens** gehören Sorten wie Rocoto und Manzano. Ihr Aroma ist intensiv beerig mit einem Hauch Exotik. Im Bild: **Rocoto Rojo** (Schärfe: 6/12). Seine Früchte sind dickfleischig, fruchtig für einen so scharfen Chili teils auch riesig. Zudem sind ihre Samen schwarz.



Die **Capsicum Baccatum** kommt aus Südamerika und heisst dort Aji. Sie besitzt ein intensives, fruchtiges, exotisches Aroma, das jedem Gericht eine spezielle Note verleiht. Im Bild: **Aji Limón Drop** (Schärfe: 8/12).

www.beatheuberger.ch

# PROFIL

GESAMT-  
AUFLAGE  
40.000

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

Nr. 39 · 26. September 2013

htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

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

www.stellenPROFIL.ch

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



## BILDUNGSKLÖSTER

Wenn Bildungsspezialisten ihr Angebot erläutern, dann sprechen sie von nicht zu vergleichenden Abschlüssen auf unterschiedlichen Stufen, deren Wert nicht direkt erklärbar ist. Sie zeigen auf, dass Karrieren lang und verschlungen sind und von komplizierten Bedingungen abhängen, die nur im Kontext nachvollziehbar sind. Sie reden von offizieller Anerkennung und von unbedingten Qualifikationen, von europäischen Punkten und von möglichen Finanzierungen. Sie betonen die Verantwortung der einzelnen Verbände und die Einordnung in europäische oder weltweite Systeme.

Dabei sei unser Bildungssystem einzigartig und Vorbild für andere Modelle. Es sei halt komplex und daher kompliziert zu erklären, man müsse einfach daran glauben, dann werde alles gut.

Die Sorgen der Unternehmen sind ganz anderer Art: Es gibt viel zu wenig Fachkräfte. Arbeitskräfte findet man noch knapp, aber motivierte, engagierte Herzblutpraktiker, welche die Prozesse kennen und über Erfahrung und Abgklärtheit verfügen, die werden immer seltener. Die Unternehmer sprechen von neuen Kunden mit ungewohnten Bedürfnissen, von Technologien, die sich schneller entwickeln, als wir sie verstehen können. Sie erwarten Geschwindigkeit, Beweglichkeit, Sicherheit und Mut, immer in Bezug zum Gast. Sie sind auf der Suche nach klaren Identifikationsmerkmalen, dank derer sie eine Könerin von einem Blender unterscheiden können.

Woher kommt dieses Gefühl, die Wirtschaftswelt und die Bildungswelt wollen nicht so recht zusammenpassen? Die Bildung bereitet die erfolgreichen Unternehmer von morgen vor. In zehn Jahren leiten die Lernenden

von heute die Betriebe von morgen. Es wäre gut, wenn sie wüssten, wie es geht. Die guten Betriebe leisten ihren Beitrag zur Aus- und Weiterbildung.

Die Bildung muss dafür sorgen, dass die Unternehmer neben ihrem eigentlichen betriebswirtschaftlichen Auftrag nicht an der ihnen übertragenen Bildungsverantwortung ersticken oder sich allein gelassen vorkommen. Bildungsinstitutionen dürfen nicht zu Klöstern mit geheimnisvollen Ritualen werden, in denen ein paar Spezialisten fern ab vom Lärm der Welt das bewährte Wissen kopieren und Gott sei Dank! aufbewahren.

Denn gleichzeitig versuchen draussen auf den Schlachtfeldern des Wettbewerbs oft überforderte Unternehmer mit wankelmütigen Söldnertruppen ihre Position zu verteidigen. Die Bildungswelt ist keine abgeschottete Welt für sich, sie ist ein Teil der Wirtschaft und mitverantwortlich für die Zukunft. Daher unsere Bildungsstrategie, damit wir, die wir dafür zuständig sind, an den Trainingsstätten die Weichen für die Zukunft stellen können.

Wissen darf nicht bloss kopiert und illuminiert werden. Wir wollen moderne, schnelle Ausbildungen designen, dank derer die Talente, um die wir uns balgen, arbeiten und gewinnen können.



Peter B. Grossholz  
Leiter Geschäftsfeld Bildung  
www.hotelleriesuisse.ch

ZITAT  
DER WOCHE

«Es gibt Wichtigeres im Leben,  
als beständig dessen  
Geschwindigkeit zu erhöhen»

Mahatma Gandhi

AGENDA

### 1. OKTOBER

«Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus – Qi», von hotelleriesuisse, im Hotel Bildungszentrum 21, in Basel  
[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

### 16. OKTOBER

«Start Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement», von hotelleriesuisse, im SolbadHotel, in Sigriswil  
[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

### 16. OKTOBER

3. Zukunftstagung «Work-Life-Balance», vom Schweizer Bäckerei- und Konditorei-Personal-Verband, im Schloss Lenzburg, in Lenzburg  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 4. NOVEMBER

«Süßes fürs Portemonnaies», vom Berufsverband Restauration, Hotel Balsthal, in Balsthal  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 4. NOVEMBER

«Führungskurs intensiv», vom Berufsverband Hotel-Administration · Management, Fachschule Richemont, in Luzern  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 27. NOVEMBER

«KOPAS», von hotelleriesuisse, im Hotel Walhalla, in St. Gallen  
[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

Lehr- und Praktikumsstellen kostenlos  
ausschreiben auf [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

htr **hotel revue**

ARBEITSSICHERHEIT

Im Gastgewerbe gibt es jährlich 13.000 Betriebsunfälle. In der Bäckerbranche sind es 71 Unfälle auf 1.000 Beschäftigte (1995-2005). Rund 750 Berufsunfälle pro Jahr verursachen Kosten von sieben Millionen Franken. Erfreulich ist, dass die Zahl der Unfälle sinkt. «Profil» gibt wöchentlich Tipps, damit noch mehr Unfälle vermieden werden können.

Türen und Tore (Teil I)

Gefährdung:

- Verletzungen durch herunterstürzende Teile (Tor, Gegengewichte)
- Verletzungen durch Einklemmung

Mögliche Sicherung:

- Nur sicherheitskonforme Tore installieren und verwenden (Konformitätserklärung und Betriebsanleitung verlangen)
- Tore, die infolge Bruchs eines Seiles, Kettengliedes usw. abstützen können, müssen mit einer Absturzicherung versehen sein.

Die Tipps stammen aus der Broschüre «Unfall – kein Zufall!» fürs Gastgewerbe oder für das Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriegewerbe, herausgegeben von der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS. Die Broschüre kann gratis heruntergeladen werden unter: [www.ekas.admin.ch](http://www.ekas.admin.ch)

# VORSTELLUNGSGESPRÄCH: EINMALIGE CHANCE

Die Körpersprache entscheidet mit, ob uns ein Mensch sympathisch erscheint oder nicht. Achten Sie deshalb bei einem Vorstellungsgespräch darauf, was Ihr Körper tut.

**M**an hat keine zweite Chance für den ersten Eindruck. Und der erste Eindruck ist entscheidend. Also gehen Sie gepflegt an ein Vorstellungsgespräch. Das heisst: Haare waschen, duschen, mit sauberen Kleidern. Und nachher ist es wichtig, dass Ihre Körperhaltung und was sie sagen zusammenpassen.

DER KÖRPER SPRICHT MIT

**Begrüssung:** Ihr Händedruck sollte fest sein. Achten Sie darauf, dass Sie Ihrem Gegenüber in die Augen blicken – lächeln empfohlen!

**Körperhaltung:** Sitzen Sie möglichst aufrecht und entspannt. Sie wirken dynamischer, wenn Sie nicht «im Sessel hängen». Beide Füsse sind auf dem Boden und die Hände auf dem Tisch. Zusätzlich kommt eine aufrechte Haltung Ihrer Stimme zugute, da der Brustraum nicht zusammengedrückt wird.

**Blickkontakt:** Mit offenem Blickkontakt zeigen Sie Interesse und Aufmerksamkeit. Sind Sie auf die gestellten Fragen schlecht vorbereitet, wird Ihr Gegenüber dies daran merken, dass Sie oft wegsehen, denn zum Nachdenken schweift der Blick oft ab. Fixieren Sie Ihr Gegenüber, aber nicht wie die Schlange das Kaninchen.

**Gestik:** Eine natürliche, authentische Gestik wirkt lebhaft und unterstreicht Ihre Aussagen. Bleiben Sie sich selbst.

**Zuhören:** Zeigen Sie Ihr Interesse, indem Sie aktiv zuhören. Mimische Signale oder auch ab und zu ein Kopfnicken zeigen, dass Sie bei der Sache sind.

**Humor:** Humor ist eine feine Sache. Mit einem freundlichen Lächeln machen Sie nie etwas falsch, auch nicht, wenn Sie über die Witze des Interviewers ehrlich lachen können.

**Zusammenfassung:** Setzen Sie sich ordentlich hin, lassen Sie die Hände entspannt an einer Stelle ruhen, schauen Sie Ihrem Gegenüber in die Augen, hören Sie aufmerksam zu, antworten Sie freundlich und mit einem Lächeln. «So viele Regeln! Da wirke ich ja gar nicht mehr authentisch!», sagen Sie sich vielleicht. Aber Sie wirken immer irgendwie. Paul Watzlawick drückt das so aus: «Man kann nicht nicht kommunizieren.» Ob Sie diese Wirkung Ihren Reflexen überlassen oder selbst aktiv gestalten, liegt bei Ihnen. Wikipedia schreibt über Authentizität: «Eine als authentisch bezeichnete Person wirkt besonders echt, das heisst, sie vermittelt ein Bild von sich, das beim Betrachter als real, urwüchsig, unverbogen, ungekünstelt wahrgenommen wird. Dabei muss es sich nicht notwendigerweise um die realen Eigenschaften des Betrachteten handeln, sondern es können auch Zuschreibungen des Betrachters diese Eindrücke verursachen, die etwa auch Teil einer gelungenen Inszenierung darstellen können.» Es geht einmal mehr um das, was auf der anderen Seite ankommt, was Ihnen «zugeschrieben» wird. Entspricht die Zuschreibung Ihren Wünschen? Wunderbar! Falls nicht – überprüfen Sie doch einmal Ihre (non-)verbale Kommunikation. Bleiben Sie sich selbst – und zeigen Sie das Beste davon!

Mario Gsell

BUCHTIPP

## WIE MAN SICH GEGEN PERFEKTIONISTEN WEHRT

Haben Sie jemanden am Arbeitsplatz, in Ihrem Freundeskreis oder sogar in Ihrer Familie, dem man es nie recht machen kann? Der ständig herumörgelt, alles besser weiss, unglaublich engstirnig, stur und wahnwitzig pingelig ist? Die beiden Autoren haben sich jahrelang mit dieser Problematik beschäftigt. Zuerst zeigen sie, wie man zwanghafte Perfektionisten erkennt und beschreibt Arten und Unterarten dieser Personengruppe. Nach Ansicht der beiden Professoren ist das Verhalten von Perfektionisten gestört. Ursachen dafür sind in der Kindheit zu suchen, wenn beispielsweise stark kontrollierende Eltern die Eigeninitiative ihrer Kinder unterbinden. Perfektionisten sind in der Regel nicht kreativ und letztlich angstbesetzt. Dann zeigen die Autoren auf, wie man ganz pragmatisch mit diesen penetranten Nervensägen und Störenfrieden fertigwerden und besser mit ihnen auskommen und leben kann. Denn der Feind alles Guten ist ihrer Ansicht nach der Perfektionismus. Das Buch ist zwar von Profis geschrieben, aber für den Laien spannend und verständlich.



«Wenn gut nie gut genug ist»

Orell Füssli Verlag von Neil J. Lavender und Alan A. Cavaola ISBN 978-3-280-05510-6 CHF 22.90

AUS- UND WEITERBILDUNG

GASTRO SUISSE Für Hotellerie und Restauration

**Das Intensivseminar** GASTRO SUISSE

**Der Barkurs**  
Cooles Drinks heiss geliebt

**Termin:** Blockkurs  
Start Frühling: 22.04.13, Start Sommer: 20.08.13, Start Herbst: 18.11.13

**Weitere Informationen**  
GastroSuisse  
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich  
Tel. 0949 377 111 [www.gastro Suisse.ch](http://www.gastro Suisse.ch)

**Das Intensivseminar** GASTRO SUISSE

**Der Rezeptionskurs**  
Professioneller Gästempfang im Hotel

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

**Weitere Informationen**  
GastroSuisse  
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich  
Tel. 0949 377 111 [www.gastro Suisse.ch](http://www.gastro Suisse.ch)

**Seminaire intensif** GASTRO SUISSE

**Sommelier suisse de la bière®**  
La découverte, la dégustation et la présentation attractive de la bière

**Format des cours**  
en emploi, un jour par semaine  
Début de la formation: Lundi 7 octobre 2013

**Pour plus d'informations**  
GastroSuisse  
Av. Général-Guisan 42, 1009 Pully  
Tel. 021 721 09 30 [www.gastro Suisse.ch](http://www.gastro Suisse.ch)



Gastro-Unternehmerausbildung In drei Stufen, Berufs begleitend. Gastro-Unternehmerseminar mit eidg. Diplom

Nächste Seminare: 13. Januar 2014 in Bern und 20. Januar 2014 in Zürich. Jetzt anmelden!  
L-GAV-Ausbildungsunterstützung von CHF 5'000.-  
**Weitere Informationen**  
GastroSuisse  
Gastro-Unternehmerausbildung  
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich  
Tel. 044 877 55 25 [weiterbildung@gastro Suisse.ch](mailto:weiterbildung@gastro Suisse.ch)  
[www.gastro Suisse.ch](http://www.gastro Suisse.ch)

GASTROJOB.ch



Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus



Sind Sie unsere neue Gastgeberin und

## Servicefachangestellte?

Jobcode hoteljob.ch: J68805

Neue Blumenau

Romanshornestr. 2 9803 Lömmenschwil SG  
071 298 35 70 info@neueblumenau.ch

28693-10425

In diesem Feld steht schon bald der durch Sie geprägte Slogan.

## Event Forum Bromer's

www.bromers.ch

**bromer's**

Der Stoff, aus dem Träume sind.

Eine einzigartige Plattform -

mit Tagesrestaurant und grossem Saal für Events aller Art muss baldmöglichst wachgeküsst werden. Ein Umsatz von 1.2 Mio ist nötig und durchaus möglich.

Diese Aufgabe verlangt ein bis zwei

„Verkäuferseelen“ / Gastgeber

mit Pep und Power.

Wir freuen uns auf vollständige Bewerbungen von führungstarken, erfolgs- und ertragsorientierten Fachpersonen.

Bromer Art Collection, Landstrasse 53, 4914 Roggwil

bromer art collection

28536-10416

Am grössten Schwarzwaldsee, auf ca. 1000 m Höhe gelegen, ist das «Vier Jahreszeiten am Schluchsee» mit knapp 450 Betten das grösste Ferienhotel im Südwesten Deutschlands.

Wir begeistern unsere Gäste mit attraktiven Sport- und Wellnessanlagen, herzlicher Gästebetreuung und anspruchsvoller Küche.

Ab sofort suchen wir kreativen und versierten

## Gastgeber/Direktor (m/w) auch Direktionspaar

mit Leidenschaft, Organisationstalent und Qualitätsbewusstsein. Als erfahrene Führungspersonlichkeit können Sie unsere Gäste und rund 170 Mitarbeiter gleichermaßen begeistern. Sie haben Sinn fürs Detail und verstehen es, unterschiedlichste Zielgruppen individuell zu koordinieren, Serviceabläufe zu optimieren, Konzepte und Personalbedarfsanalysen zu erstellen, Hotelstandards durch Schulungen und Kontrolle sicherzustellen.

Sie verfügen über fundierte Erfahrungen in allen Bereichen der Hotellerie sowie eine ausgeprägte unternehmerische Denk- und Handlungsweise. Darüber hinaus sind Sie kommunikativ, budgetsicher und versiert in den gängigen Hotelprogrammen, treten sicher und gepflegt auf und stellen die Bedürfnisse unserer Ferien- und Tagungsgäste in den Mittelpunkt.

Wenn Sie unserem Anforderungsprofil entsprechen, senden Sie uns bitte Ihre aussagefähigen Bewerbungsunterlagen mit Referenzen an



Hetzel-Hotel Hochschwarzwald  
GmbH & Co. KG  
z.Hd. Geschäftsleitung  
Hirschstrasse 22  
70173 Stuttgart  
Deutschland

28714-10434



Das freiburger spital (HFR) engagiert sich für die Gesundheit der Bevölkerung – dank der Erfahrung, der Unterstützung und dem Know-how seiner rund 3000 Mitarbeitenden. Jedes Jahr profitieren über 80000 Patientinnen und Patienten von einem breiten Angebot an qualitativ hochwertigen Dienstleistungen im stationären und ambulanten Bereich.

Um ihr Team zu ergänzen, sucht die Direktion für Logistik für die Abteilung Hotellerie am HFR Freiburg – Kantonsspital eine/n

## Leiter/-in für das Team der Hotellerieassistentinnen/-assistenten

100%

### Ihre Aufgaben:

- Verbessern der Patientenzufriedenheit bei den Hotellierdienstleistungen
- Koordination mit der Küche und den Ernährungsberaterinnen
- Planen und Organisieren der Hotellerieaufgaben
- Überwachen und Betreuen eines Teams von rund 15 Mitarbeitenden
- Weiterentwickeln der Leistungen und der Qualität der Abteilung

### Ihr Profil:

- Abschluss einer Hotelfachschule (oder gleichwertige Ausbildung)
- Mindestens 2 Jahre Berufserfahrung in der Teamleitung
- Muttersprache Deutsch oder Französisch mit sehr guten Kenntnissen der anderen Sprache
- Beherrschen der gängigen Büroprogramme (MS Office)
- Berufserfahrung in der Restauration
- Organisationsvermögen, Teamfähigkeit

Stellenantritt: sofort oder nach Vereinbarung

Auskunft: Herr J. Tena, Leiter Restauration, Tel. +41 26 426 75 42

Besuchen Sie unsere Website [www.h-fr.ch](http://www.h-fr.ch) unter der Rubrik Stellen und bewerben Sie sich vorzugsweise online.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung bis zum 4. Oktober 2013 (letztes Eingangsdatum) an: freiburger spital, Direktion für Personalwesen, Postfach, 1708 Freiburg.

Ref: HFR-IN-133901

28710-10430



Im Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa werden anspruchsvollste Ferien- und Wellnesssträume wahr.

Das einzigartige Resort im grössten Hotelpark der Schweiz besteht aus drei unter- und überirdisch miteinander verbundenen Gästehäusern, dem 5-Sterne Flaggship Grand Hotel Waldhaus und den zwei 4-Sterne Superior Gästehäuser Villa Silvana und Chalet Belmont mit insgesamt 150 Zimmern und Suiten und ist Mitglied der renommierten Vereinigung „Small Luxury Hotels of the World“. Der Jugendstilpavillon bietet neben drei gastronomischen Restaurants, der Chadafé Grand Bar und dem Kids' Club mit eigenem Restaurant, Raum für ein vielfältiges Seminar- und Eventangebot. Die Waldhaus Arena für Curling im Winter und Events im Sommer schafft den perfekten Rahmen für Firmenevents und Curlingpläusche mit anschliessendem Fondue im schweizerischen Curling Restaurant. Die 2'500 m<sup>2</sup> grosse, mehrfach ausgezeichnete Wellnessoase delight spa & beauty mit den zwei neuen, je 250m<sup>2</sup> grossen delight Private Spas und der Design Floating Suite, trägt mit einem umfassenden Spa- und Wellbeing-Angebot zu perfekter Erholung bei.

Die Direktion, Urs und Yasmin Grimm Cachemaille, stellt sich einer neuen beruflichen Herausforderung. Deshalb suchen wir für die Waldhaus Flims Mountain Resort AG nach Vereinbarung (spätestens per 1. April 2014) eine/n

## Direktor/-in oder Direktion

Für diese anspruchsvolle Führungsaufgabe benötigen Sie den Abschluss einer Hotelfachschule und eine fundierte Führungsausbildung. Sie verfügen über Führungserfahrungen (In- und Ausland) in der 4- und 5-Sterne-Hotellerie und in der Top-Gastronomie. Sie sind bereit für eine spannende Weiterentwicklung der vier Häuser mit der ganzen dazugehörenden Gastinfrastruktur. Sie denken und handeln unternehmerisch und vernetzt, gast- und mitarbeiterorientiert und sind verhandlungs- und entscheidungssicher. Sie sind mindestens 35 Jahre jung und gut vertraut mit ISO-Standards oder Q-Systemen. Ausgeprägte Kenntnisse in Betriebswirtschaft, Organisation, Marketing und Verkauf sowie gute Fremdsprachenkenntnisse runden Ihr Profil ab.

Sie übernehmen nach einer Einführungsphase die Gesamtverantwortung für die Hotel-/Gastronomie- und Spa-Abteilungen des Resorts. Als frontorientierte und sozialkompetente Gastgeberpersönlichkeit(-en) führen und motivieren Sie rund 150 Mitarbeitende. Das Resort passt sich kontinuierlich den heutigen und zukünftigen Gästewünschen an und in diesem Sinne bringen Sie sich aktiv bei Projektaufgaben innerhalb der WHF AG ein und pflegen die Zusammenarbeit mit Einheimischen und Tourismus-Organisationen.

Sind Sie bereit, einen überdurchschnittlichen Einsatz für dieses traditionsreiche Unternehmen zu leisten? Dann senden Sie bitte Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Motivations schreiben und Foto per Post an das mit der Stellenbesetzung beauftragte Beratungsunternehmen:

Fravi & Fravi AG

Frau Lianne Fravi, Obstgartenstrasse 5, CH-8910 Affoltern am Albis, [www.fraviundfravi.ch](http://www.fraviundfravi.ch).

Wir garantieren Ihnen absolute Diskretion.

Weitere Informationen zum Resort finden Sie unter:

Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa | Via dil Parc 3 | 7018 Flims | Switzerland  
[www.waldhaus-flims.ch](http://www.waldhaus-flims.ch)

swiss  
historic  
hotels



28537-10417

### Ihr Herz schlägt für die Berge, den Tourismus und die Menschen!

Der TITLIS ist das Highlight der Region Zentralschweiz. Ski- und Snowboard-Fans aus aller Welt erleben hier unbeschwertes Winterspäss. Wir verwöhnen unsere Gäste mit Herzlichkeit und perfektem Service. Neben den TITLIS Bergbahnen führen wir zwei Hotels und mehrere Restaurants im Skigebiet und in Engelberg. Je nach Saison sind 250 bis 350 Mitarbeitende für unsere Gäste im Einsatz.

Zur Ergänzung unseres Führungsteams suchen wir eine/n

### Leiter/in Personalmanagement

In dieser Funktion sind Sie für ein wirkungsvolles Personalmanagement, welches den Interessen der Unternehmung und den Mitarbeitenden gerecht wird, verantwortlich. Kompetent, engagiert und verantwortungsbewusst meistern Sie, zusammen mit Ihrem Team, die operativen Aufgaben und liefern gleichzeitig auch die nötigen konzeptionellen Grundlagen. Sie sind damit auch Sparringpartner der Linienverantwortlichen in sämtlichen Personalfragen. Ihre Sozialkompetenz kombinieren Sie gekonnt mit den Erfordernissen einer erfolgreichen Unternehmungsführung. So gewährleisten Sie eine verbindliche, individuumbezogene Personalbetreuung, eine zielorientierte Personalentwicklung, ein bedarfs- und marktorientiertes Personalmarketing sowie eine effiziente und effektive Personaladministration.

Sie lieben es, selbständig, genau und ergebnisorientiert zu arbeiten, sind entscheidungsfreudig, belastbar und aufgrund Ihrer hohen Fach- und Sozialkompetenz professionell und absolut vertrauenswürdig. Sie verfügen über eine solide HR-Ausbildung und können mehrjährige fundierte Erfahrung in einer vergleichbaren Funktion ausweisen - vorteilhafter Weise aus dem Tourismus oder der Hotellerie. Ihr stilsicheres Deutsch und die sehr guten Englischkenntnisse ermöglichen Ihnen eine produktive Kommunikation und einen respektvollen Umgang mit dem vielschichtigen Kreis der Mitarbeitenden. Allfällige weitere Sprachkenntnisse und die routinierte Abacus-Anwendung unterstützen Sie zusätzlich.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen. Der von uns beauftragte Personalberater  
**Heinz Merz, META Consulting GmbH**, Lindenstrasse 8, 6340 Baar  
041 761 77 66, [heinz.merz@meta-consulting.ch](mailto:heinz.merz@meta-consulting.ch),  
nimmt Ihre Bewerbung gerne entgegen.

TITLIS | BERGBAHNEN, HOTELS & GASTRONOMIE  
PERSONALABTEILUNG | POSTSTRASSE 3 | CH-6391 ENGELBERG  
TELEFON +41 (0)41 639 50 59 | FAX +41 (0)41 639 50 60 | [WWW.TITLIS.CH](http://WWW.TITLIS.CH) | [HR@TITLIS.CH](mailto:HR@TITLIS.CH)

28716-10435

Herzlich Willkommen im Paradies!

Das 4-Sterne- Superior Hotel über dem Thunersee ist bekannt durch sein innovatives Konzept und seine ausgezeichneten Leistungen.

Unser Haus verfügt über eine öffentliche Gastronomie mit Restaurant, Bar und Terrassen, einen aussergewöhnlichen Tagungs- und Eventbereich – der perfekte Rahmen für Anlässe wie Hochzeiten und Familienfeiern – sowie einen edlen Fit- und Wellnessbereich

Es erwartet Sie ein einzigartiges Hotel mit 43 wunderschönen Zimmern und einem vielfältigen Park mit Tennisplatz.

Nach vier Jahren sucht unser Küchenchef eine neue Herausforderung. Wir suchen per 1. November oder nach Vereinbarung eine/n motivierte/n

## Küchenchef (w/m)

Für unsere hochstehende Gastronomie bringen Sie die entsprechende Erfahrung mit und haben vorzugsweise die Berufsprüfung Gastronomiekoch abgeschlossen. Ausser Ihren fachlichen Qualitäten sind Sie führungsstark, eigenständig und kreativ.

Unser motiviertes, 7-köpfiges Küchenteam unterstützt Sie gerne bei der Umsetzung dieser anspruchsvollen Aufgabe. Machen Sie sich ein Bild auf unserer Homepage: [www.eden-spiez.ch](http://www.eden-spiez.ch)

Für weitere Informationen kontaktieren Sie Herrn Jürgen Kögler, Direktor oder senden Sie Ihren Lebenslauf schriftlich oder elektronisch mit Foto an: [direktion@eden-spiez.ch](mailto:direktion@eden-spiez.ch)



Seestrasse 58  
Postfach 221  
CH-3700 Spiez  
T +41 33 655 99 00  
F +41 33 655 99 01  
[welcom@eden-spiez.ch](mailto:welcom@eden-spiez.ch)  
[www.eden-spiez.ch](http://www.eden-spiez.ch)

28727-10445



**Mattli**  
Antoniushaus  
Seminar- und Bildungszentrum

Die Küche des Seminar- und Bildungszentrums Mattli ist bekannt für saisonale frische und hausgemachte Gerichte. Für max. 130 Gäste wird das Menü in einem Buffet im Speisesaal präsentiert. Im Restaurant und auf der Terrasse gibt es auch A-la-carte-Gerichte.

Infolge Pensionierung suchen wir auf Mai 2014 **eine/n Bereichsleiter/in Küche** (Pensum 80-100%)

Sie leiten das Küchenteam mit zwei Mitarbeitenden und arbeiten eng mit dem Serviceteam zusammen. Sie sind fachlich und organisatorisch verantwortlich, dass unsere Gäste saisongerecht und innovativ gepflegt werden. Die vegetarische Küche und Varianten bei Allergien sind Ihnen vertraut, und Sie verstehen es, den Bereich Küche wirtschaftlich und qualitativ einwandfrei zu führen.

Wir bieten eine interessante Stelle mit geregelten Arbeitszeiten und die Möglichkeit, beim anstehenden Küchenumbau mitzuwirken.

Für Fragen steht Ihnen Isabelle Odermatt, Geschäftsleiterin Betrieb, 041 820 22 26, gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung! per Post oder per E-Mail an [isabelle.odermatt@antoniushaus.ch](mailto:isabelle.odermatt@antoniushaus.ch).

Mattli Antoniushaus | Mattlistrasse 10 | CH-6443 Morschach | [www.antoniushaus.ch](http://www.antoniushaus.ch)

28515-10400



SWISS-CHALET-STYLE-HOTEL  
Gourmet Restaurant

Wintersaison im Unesco-Gebiet «Aletsch», ideal für Wintersport!

Wir suchen ab dem 15. Dezember bis ca. 1. April 2014 folgende Mitarbeiter/innen:

**SERVICEFACHANGESTELLTE mit Inkasso**  
**ENTREMETIER TOURNANT**  
**COMMIS DE CUISINE mit Aufstiegsmöglichkeiten**

Gerne erwarten wir Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Familie Armin Berchtold-Lampart, Telefon 027 927 22 23, Fax 027 927 31 49.

[www.walliser-spycher.ch](http://www.walliser-spycher.ch)  
E-Mail: [mail@walliser-spycher.ch](mailto:mail@walliser-spycher.ch)

28723-10442

Suchen Sie eine neue Herausforderung in einer einmaligen Umgebung? Wir sind ein exklusiver Wirtschaftsclub für Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Kultur in einer grünen Oase zwischen Aarau und Luzern.



Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir für unsere Küchenbrigade einen

**Jungkoch/Chef de Partie (100%)**

mit folgenden Voraussetzungen:

- abgeschlossene Berufslehre
- selbstständiges und verantwortungsbewusstes Arbeiten
- exakte Arbeitsweise

Ihr Aufgabengebiet:

- à la carte und Bankette
- Verantwortung für einen reibungslosen Betriebsablauf übernehmen
- eingehen auf die Gästebedürfnisse
- vorstellen der Menüs vor dem Gast

Wir bieten:

- interessantes, vielseitiges Aufgabengebiet
- angenehmes Betriebsklima in einem jungen Team
- durchgehende Dienste

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne erwarten wir Ihr Bewerbungsdossier. Für weitere Auskünfte setzen Sie sich mit Daniel Bühler, Tel. +41 62 726 20 02, in Verbindung.  
Postfach CH-5057 Reitnau TEL: +41 62 726 20 02 [reitnau@widenmoos.ch](mailto:reitnau@widenmoos.ch)  
CH-5057 Reitnau FAX: +41 62 726 20 06 [www.widenmoos.ch](http://www.widenmoos.ch)

28703-10430

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

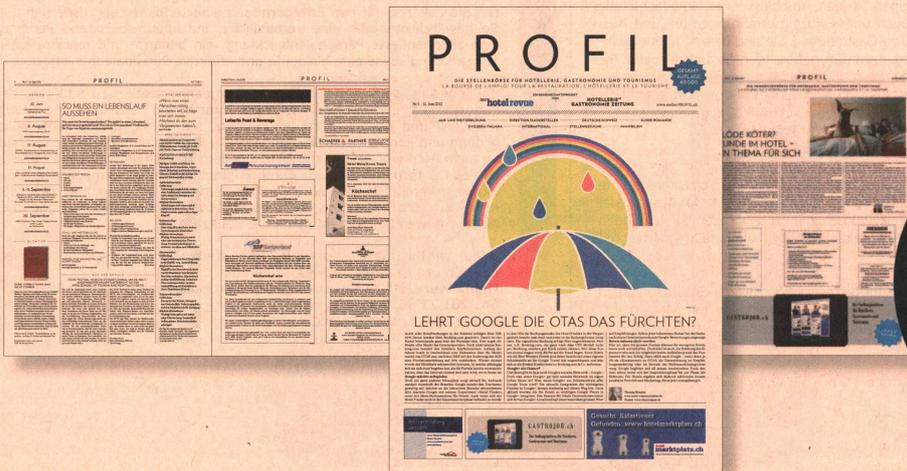
AUFLAGE  
40.000

htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

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

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



**BUCHEN  
SIE JETZT!**

Und erreichen Sie  
Woche für Woche  
200.000 Leserinnen  
und Leser aus dem  
Schweizer  
Gastgewerbe!

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

**Gastro Express**



Die führende Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe

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

The Zurich All Suite Hotel & Serviced Apartments **EMA house**

Für Tage, Wochen oder länger residieren, arbeiten oder tagen unsere Gäste in der vielfältigen Welt des EMA house. Einer jungen, initiativen und flexiblen Persönlichkeit offerieren wir eine abwechslungs- und anforderungsreiche Position als

**Réceptionist/in**

Als wichtiges Mitglied eines kleinen Teams erledigen Sie selbstständig und zuverlässig alle an einem Front Office/Service Desk vorkommende Aufgaben. Zudem sind Sie ein/e gewieft/e Verkäufer/in und verstehen es, unsere Angebote am Telefon, bei persönlichen Präsentationen vor Ort und bei schriftlicher Offertstellung ins richtige Licht zu stellen. Vor allem sind Sie aber eine dienstleistungsorientierte, gepflegte und engagierte Person mit Gastgeberflair, die den menschlich Anteilnehmenden Kontakt zu unserer anspruchsvollen internationalen Clientèle schätzt. Wenn Sie die folgenden Anforderungen erfüllen, freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto:

- Hotel-/Tourismus-KV, HOFA oder andere Berufe/Tätigkeiten mit Dienstleistungs- und Fronterfahrung
- Sehr gute D- sowie E-Kenntnisse aus längerem Sprachaufenthalt (m/s); weitere Sprachen von Vorteil
- Kaufmännische Grundlagen
- Fidelio oder andere Hotelsoftware-Kenntnisse erwünscht
- Gute MS-Office-, Internet- und E-Mail-Anwenderkenntnisse
- PW-Ausweis von Vorteil
- Eintritt nach Vereinbarung

Auskünfte geben Ihnen gerne Urs Schärer oder Saskia Hoekstra.

EMA House AG · Nordstrasse 1 · 8006 Zurich · Switzerland  
T +41 44 368 36 68 · F +41 44 368 36 36 · info@ema-house.ch · www.ema-house.ch

SUISSE ROMANDE



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

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

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

Tél.: 044 721 41 31 contact@hotel-career.ch



Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

**Gouvernante**

**Ihre Aufgaben**

- Sicherstellen der Sauberkeit in den öffentlichen Bereichen und den Gästezimmern
- Sicherstellen der korrekten Handhabung der Reinigungsmittel und der Reinigungsstandards
- Bestellung von Reinigungsmitteln und Verbrauchsmaterial Etage
- Lingerie-Arbeiten
- Reinigung des Spa-Bereichs und Sicherstellung der Hygiene-Richtlinien
- Sporadischer Frühstücksservice

**Ihre Voraussetzungen**

- Berufserfahrung als Gouvernante vorzugsweise in einem Wellness-Betrieb
- Eigeninitiative, exakte Arbeitsweise und unternehmerisches Denken
- Sie sind es gewohnt, selbstständig zu arbeiten
- Sie sind verantwortungsbewusst, hilfsbereit, freundlich, flexibel und teamfähig.

Haben Sie Freude und Elan, in einem jungen Team mitzuhelfen, und legen Sie Wert auf Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit, dann sind Sie bei uns richtig.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto.

Landgasthof & Seminarhotel LUEG  
Roland Hofstetter  
Lueg 535  
3413 Kaltacker  
info@lueg.ch

**hoteljob.ch**

La piattaforma per l'impiego leader nei campi dell' industria alberghiera, della gastronomia e del turismo.

**ANZEIGEN**

**AUS KONKURSVERFAHREN**

Professionelle Neuware!

Kutter – Entsafter – Saftzentrifugen – Mixer – Schneidemaschinen – Fleischwolfs-Schälmaschinen – Salamander – Friteusen – Japanische Messer – Kaffeemaschinen und vieles mehr

**mit bis zu 60% Rabatt.**

Bitte Informationen anfordern. Lieferung und Abholung möglich.

Clerk & Partner, Rechtsanwälte und Notare, Büro Holland  
kanzlei.clerk@clerk.com  
Tel. (Niederlande) 0031 6 310 88 769  
Wir sprechen Deutsch.

**STELLENVERMITTLUNGEN**

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der **ganzen Schweiz** für **qualifiziertes Hotelpersonal**.

Verlangen Sie das Anmeldeformular.

**Stellenvermittlungsbüro Hotelia**

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Fax 061 421 48 11.  
[www.hotelia.ch](http://www.hotelia.ch)

**PROFIL**

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von



**HOTELLERIE\* GASTRONOMIE ZEITUNG**

**HERAUSGEBER**

**hotelleriesuisse**  
Monbijoustrasse 130  
Postfach  
3001 Bern  
[www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch)

**Hotel & Gastro Union**

Adligenswilerstrasse 22  
6002 Luzern  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

**VERLAGE**

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

**Hotellerie\* Gastronomie Verlag**

Adligenswilerstrasse 27  
6006 Luzern  
[www.hotellerie-et-gastronomie.ch](http://www.hotellerie-et-gastronomie.ch)

**LEITUNG**

Barbara König  
Philipp Bitzer

**REDAKTION**

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

[redaktion@stellenprofil.ch](mailto:redaktion@stellenprofil.ch)  
[redaktion@immoprofil.ch](mailto:redaktion@immoprofil.ch)

**ADMINISTRATION**

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

**Nicole Kälin**

Tel. 041 418 24 44  
[nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch](mailto:nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch)

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

**VERKAUF**

Angela Di Renzo Costa  
Tel. 031 370 42 42

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

**PREISE**

**Stellenanzeigen**

Millimeter-Tarif  
s/w CHF 1.80  
4-farbig CHF 2.35  
Kaderubrik 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](http://www.hoteljob.ch) / [www.gastrojob.ch](http://www.gastrojob.ch) publiziert. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt werden.

**Aus- und Weiterbildung**

Millimeter-Tarif  
s/w CHF 1.80  
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 einem Monat auf [www.htr.ch](http://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](http://www.stellenprofil.ch) resp. [www.immoprofil.ch](http://www.immoprofil.ch) abrufbar

**ANZEIGENSCHLUSS**

Montag, 12.00 Uhr

**GESTALTUNG**

Natalie Schmid (Art Direction)  
Ursula Erni-Leupli  
grafilu (Illustrationen)

**PRODUKTION**

Inserate: htr hotel revue,  
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

**Redaktion:**

Hotellerie\* Gastronomie Verlag,  
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,  
8952 Schlieren

**KORREKTORAT REDAKTION**

Ringier Print Adligenswil AG,  
6043 Adligenswil/LU

**LITHOGRAPHIE**

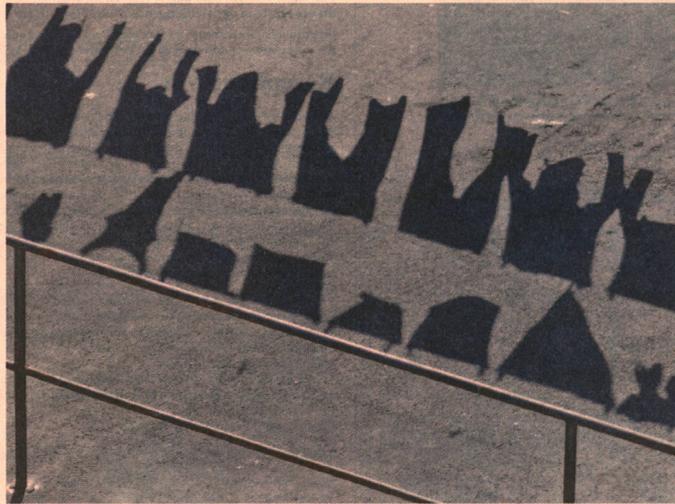
Christian Albrecht, Serum Network,  
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

**GEDRUCKTE AUFLAGE**

Reguläre Auflage 40.000 Ex.  
Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom 15.8., 29.8., 28.11., 12.12.)  
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.

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



KEYSTONE

# TEXTILIEN RICHTIG REINIGEN

**Damit die Freude an der neuen Wäsche nicht so schnell verblasst, gilt es, einige einfache Tipps zu berücksichtigen**  
Vor dem ersten Gebrauch sollten Sie fabrikneue Wäsche kontrollieren und einwaschen. Dadurch erhöhen Sie die Lebensdauer Ihrer neuen Wäsche. Kontrollieren und sortieren Sie im Alltag die Wäsche vor dem Waschen aus: Gewürzstreuer, Besteck, Kleingeld, Haarbürsten etc. schaden nicht nur dem Textil, sondern auch die Waschmaschine kann in Mitleidenschaft gezogen werden. Weiss- und Buntwäsche soll immer sortiert und getrennt gepflegt werden. Ebenfalls sollte nie Frottierware mit anderen Textilien zusammengewaschen werden.

**Einwaschen von neuer Wäsche**

Vor dem ersten Waschen sollte die auf neuer Wäsche vorhandene Appretur entfernt werden. Bei vereinzelt Wäschestücken kann das durch Einlegen während zwölf Stunden in eine lauwarme alkalische Waschmittellösung (mit einem Vor- bzw. Buntwaschmittel) erfolgen. Insbesondere bei mehreren Wä-

schestücken bzw. einer grösseren Wäscheanschaffung empfiehlt es sich, diese getrennt von der übrigen Wäsche wie folgt zu behandeln: Die Waschmaschine nur zur Hälfte füllen, die Waschtrommeltemperatur 30-40°C wählen, die Waschmechanik reduzieren (Schongang), die Waschmitteldosierung beim Vor- und Hauptwaschen um ca. zehn Prozent reduzieren; evtl. muss der Einwaschprozess wiederholt werden mit 60°C oder mehr, je nach Pflegeanleitung. Bei Geweben aus natürlichen Fasern (Baumwolle, Leinen) ist ein Einsprung normal. Aus diesem Grund kann es mehrere Waschgänge nebst dem Einwaschen benötigen, um auf die gewünschte Grösse zu gelangen resp. den maximalen Einsprung zu erlangen. Wird die Wäsche bei niedrigeren Temperaturen als gekennzeichnet gewaschen, muss mit einem geringeren Einsprung der Wäsche gerechnet werden. Das Einwaschen bringt das Wäschestück in die Normalform zurück: Durch das Weben, Veredeln und Konfektionieren wird das Gewebe beansprucht und kann dadurch etwas verziehen. Mit dem Waschen quillt die Faser auf und kann so die Form wieder einnehmen.

Die Frottierwäsche sofort mit der empfohlenen Temperatur (in der Regel 60° bzw. 90°C) waschen, da im Neuzustand leicht Schlingen gezogen werden können. Durch den ersten Waschgang, bei dem die Maschine nur halb beladen werden soll, kann bei neueren Waschmaschinen ein Einweichprogramm gewählt werden. Somit saugt sich das Gewebe auf und mit dem anschließenden Waschverfahren und dem Trocknen im Tumbler (bei hohen Temperaturen) verfestigt sich das Grundgewebe wieder und die Schlingen können dadurch weniger leicht gezogen werden. Nach dem korrekten Einwaschen kann die Wäsche entsprechend der Produktbeschreibungen gewaschen werden.



Claude Schärer  
Mitglied der Geschäftsleitung  
Schwab AG

**HESSER**  
Unternehmensberatung

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen – vermieten – für bessere Wirtschaftlichkeit zu reorganisieren – oder suchen Sie einen Betrieb – wir sind die Drehscheibe für interessante Hotels und Restaurants

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ  
055 410 15 57 – hesser@bluewin.ch

28986-10438

Bestbekanntes Tessiner **Grotto-Osteria-Ristorante** mit grosser Stammkundschaft im Raume **Ascona/Lago Maggiore** zu verkaufen.

Anfragen nur von solventen Interessenten, die bestrebt sind, die Nachfolge eines traditionsreichen Gastronomiebetriebs anzutreten oder evtl. eine Übernahme als Financier in Betracht zu ziehen.

Chiffre 28726-10444 an htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

28726-10444

**In der Innerschweiz zu verkaufen: Schweizweit bekanntes Speiserestaurant mit Auszeichnungen.**

Die Liegenschaft umfasst unter anderem schöne, gemütliche Holzstuben, eine moderne, frisch renovierte Küche und zwei geräumige Festsäle. Im Sommer wird im herrlichen, lauschigen Garten serviert. Zusätzlich stehen eine 3-Zimmer-Wohnung, zwei Gästezimmer und vier Personalzimmer zur Verfügung. Genügend Parkplätze sind vorhanden.

Grundstückgrösse ca. 2400 m<sup>2</sup>, Gebäudevolumen ca. 4700 m<sup>3</sup>.  
Gross- und Kleininventar sind zusätzlich zum Kaufpreis zu übernehmen.  
Verkaufspreis CHF 2 150 000.--

Interessenten melden sich bitte unter:  
Chiffre T 139-786265, an Publicitas S.A., Postfach 48, 1752 Villars-s/Glâne 1

28694-10420

In der Zentralschweiz zu verkaufen:

**Aktiengesellschaft mit Restaurant, Hotel und einem aussergewöhnlichen Kinderspielplatz**

Der Gastronomiebetrieb bietet 330 Plätze, 40 Betten (20 Zimmer) und eine grosse Gartenwirtschaft an verkehrstechnisch optimaler Lage und trotzdem im Grünen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:  
Roland Luetolf, OPES AG, Hübelstrasse 18, CH-6020 Emmenbrücke, +41 41 289 60 60, roland.luetolf@opes.ch

28698-10428

Zu vermieten ab 1. Dezember 2013

**Restaurant  
< Osteria Poltera >  
Arosa**

bekanntes, renommiertes  
Lokal an guter Lage  
ca. 70 Sitzplätze

Gegenüber Eissporthalle und  
Arosa Tourismus

**Telefon 081 377 13 81**  
**E-Mail gebi-poltera-ag@bluewin.ch**

28725-10443

**Interessante Kapital-Anlage für Investor**

30 Autominuten von Basel in der Region Delémont

Altershalber verkaufen wir Renditen-Objekt-Aktien-Paket (AG) zu 100% in Familienbesitz.

Gewerbe und Wohnungen Gebäude-Komplex auf 3700 m<sup>2</sup>. Einkaufsladen «Mini-Marché» 220 m<sup>2</sup> mit Depot und Post-Ab-lagestelle. Guter Umsatz. Raiffeisenbank-Automat. Zu- und Ausfahrt für Tankstellen-Anlage an Hauptstrasse, grosse Schaufenster-Front 10 x 2 m<sup>2</sup> und Büro. Parkplätze vor der Ausstellung. Evtl. Ladenvergrößerung oder medizinisches Zentrum. Heilpraktiker-Massage sehr bekannt, Hr. Lindenberger, schon vorhanden. Mieter seit 17 Jahren. 5 Wohnungs-Einheiten. Einstellhalle UG. Angegliederter Hotel-Restaurant-Betrieb, 3-Stern-Einrichtung mit 14 Hotelzimmern, 28 Bett. Das Hotel eignet sich als Alters- oder Pflegeheim. Rollstuhlgängig, Lift, Invaliden-Toiletten usw. Neuzzeitliche Einrichtung, super Infrastruktur, Parkanlage. Angrenzend 5400 m<sup>2</sup> Bauland. Voll erschlossen. Wohn-Gewerbe-Zone. Grosses Einzugsgebiet.

Verkaufspreis inkl. Hotel und Ladeneinrichtung  
**sowie Bauland Fr. 6 800 000.--**.  
Finanzierung geregelt.  
Erforderliches Eigenkapital Fr. 1 800 000.--.  
Interessenten erhalten nähere Auskunft.

**Kontaktadresse**  
Centre de Commerce Bellevue SA  
z. Hd. Hr. A. Haberthür  
Rte de France 22  
2805 Soyhières

28719-10439

**hotelforsale.ch**

**Haben Sie den Schlüssel?  
Hier ist der Erfolg!**

Aus Altersgründen zu vermieten  
per 1. Februar 2014  
bestens eingeführtes

**\*\*\*Unique-Hotel-Restaurant**  
im schönen Walliser Weingebiet  
Ein Ort der Begegnung, der über alle  
Grenzen hinweg bekannt ist!

Restauration mit ca. 105 SP, Saal mit ca. 80 SP  
Sonnenterrasse mit ca. 40 SP, 28 stilvoll  
ingerichtete Hotelzimmer, gehobene  
4½-Zimmer-Wohnung  
Umsatzgrösse heute 1 Mio. – ausbaubar  
Kaufinventar ca. Fr. 100 000.–

**Ideal für innovative Unternehmer!**  
Treue Stammkundschaft und ein kalantes  
Mietverhältnis warten auf Sie.  
Beteiligung und späterer Kauf möglich  
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung an:  
Jürg Zumkehr & Sophie Etterli  
Unternehmensberatung  
Bernastrasse 25, 3800 Interlaken  
Tel. 033 822 63 84  
info@hotelforsale.ch

27790-10341