

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2013)
Heft: 40

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>

**umspannend**

Hotellerie und Parahotellerie rücken immer näher zusammen, stellt der Einkaufschef von Interhome, Thomas Kirchhofer, im Interview mit der htr fest.

Seite 3

überzeugend

Präsenz Schweiz will dem Tourismus Plattformen für einen attraktiven Werbeauftritt der Schweiz an der Fussball-WM in Brasilien gewähren.

Seite 4

faszinierend

Fünf Sterne und viel Luxus: Die Genfer Hotels «La Réserve» und «Jiva Hill» im Direktvergleich.

Seite 7

entspannend

Der gemeinsame Lunch mit Arbeitskolleginnen hat nicht nur Vorteile, stellt eine aktuelle Studie zum Essverhalten in der Mittagspause fest.

Seite 15

Inhalt

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

hotel revue

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

102893
Schweizer Nationalbibliothek
Hilfstrasse 15
3005 Bern

San Bernardino

Ohne Schneeparty

Schon vor Winterbeginn kommen aus San Bernardino «Bad News» für die kommende Saison.

GERHAD LOB

Alle Wintersport-Destinationen hoffen auf ein gutes Wintergeschäft. Im Südbündner Ferienort San Bernardino jedoch ist die Party vorbei, bevor sie begonnen hat. Nachdem die Skianlagen bereits im letzten Winter ruhten, tun sie dies auch in der kommenden Saison. Die Eigentümerfamilie Ghezzi will

nicht mehr in eine alte Anlage investieren, die wegen Überalterung bald abgerissen werden muss. San Bernardino hofft jetzt auf einen grossen Relaunch. Gemäss einem Masterplan von 2012 sollen neben der Modernisierung des Skigebiets auch Thermen und Freizeitanlagen für die Ganzjahresnutzung gebaut werden. Nötig sind Investitionen von über 100

Mio. Franken. Verhandlungen mit Investoren seien im Gange. Christian de Tann, Präsident der Gemeinde Mesocco, stellt konkrete Informationen vor Weihnachten in Aussicht. Es wäre ein Weihnachtsgeschenk auch für die Beherbergungsbranche, die in den vergangenen Jahren massive Einbussen verzeichnete.

Seite 5

Barista-Welt

Kaffee wird Luxusprodukt



Gemäss Experten wird Kaffee ein knappes Gut, bei dem der Genuss künftig noch grösser geschrieben wird. Seite 18 bis 20.

Fotolia

Lausanne

Mehr Betten in Bahnhofnähe

Im Umkreis des Lausanner Bahnhofs plant die Schweizer Immobiliengruppe Mobimo ein Hotel, eventuell auch zwei. Stefano Brunetti, Präsident der Lausanner Hoteliers, ist dem Vorhaben gegenüber eher skeptisch eingestellt. Das Angebot sei in Bahnhofsnähe jetzt schon relativ gross. cj/dst

Seite 10

Milestone 2013

Jury nominiert 17 Bewerbungen

Für die Verleihung des Milestone am 12. November sind 17 von 90 Bewerbungen nominiert worden. Die fünfköpfige Jury beurteilte letzte Woche 14 Bewerbungen in der Kategorie «Herausragendes Projekt» und 3 Bewerbungen in der Kategorie «Umweltpreis» als überzeugend. Hingegen wird dieses Jahr erstmals kein Nachwuchspreis



Der Stein für Herausragende.

vergeben. Im Interview mit der htr hotel revue sagt Jurypräsidentin Barbara Rigassi, keine Bewerbung habe die geforderte Exzellenz aufgewiesen. Der von der htr und hotelieruisse vergabene Milestone ist seit seiner Lancierung im Jahr 2000 zum wichtigsten Tourismuspreis der Schweiz geworden. axg

Seite 8, 9, 11 bis 14

Täglich aktuell:
www.htr.ch

Adresse: Montbijoustrasse 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 40

ANZEIGE

klar

Schluss mit Sozialverunsicherung.

Wir schaffen klare Verhältnisse bei Ihren Löhnen.

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

Wettlauf zum Energiesparmeister

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



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

Miele PROFESSIONAL

Hugo Schmid, Partner

geradlinig

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

illy
CAFE

www.illycafe.ch

Qualität und textile Kompetenz

Leinenweberei Bern AG
Tissage de Toiles Berne SA
www.lwbern.ch

Aus der Region

Zentralschweiz
The Chedi neu Mitglied bei hotellerieuisse

Die Führung des neuen Hotels The Chedi in Andermatt hat sich entschieden, dem Verein der «Andermatt Gotthard Hotellers», einer Sektion von hotellerieuisse, beizutreten. Das sich noch im Bau befindende Hotel wird unter der Leitung des Generaldirektors Alain Bachmann am 6. Dezember 2013 offiziell eröffnet. Betrieben wird das Hotel durch die General Hotel Management Ltd. (GHM).

Schaukäserei auf Klewenalp darf gebaut werden

Private dürfen auf der Klewenalp im Kanton Nidwalden eine Schaukäserei für Private bauen. Dies, obwohl die Alp in einem Gebiet von nationaler Bedeutung liegt. Beschwerden von Nachbarn wies das Bundesgericht ab. Die Nidwaldner Fachstelle für Natur- und Landschaftsschutz habe den Standort geprüft. Sie sei zum Schluss gekommen, dass sich die geplante Baute in der Bauzone gut in die Landschaft integriere, heisst es im Urteil des Bundesgerichts. Der Neubau der Schaukäserei mit touristischem Rahmenprogramm wird von einer Urner Käserfamilie geplant.

Bahn Beckenried-Emmetten muss investieren

Für das vergangene Geschäftsjahr weist die Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG einen Gewinn von 375 774 Franken aus. Realisiert wurde ein Ertrag von 7,3 Mio. Franken. Der Cashflow von 1,5 Mio. Franken bedeute den besten Wert seit Bestehen der Gesellschaft, wurde an der Generalversammlung erklärt. Ende 2014 läuft bei der Pendelbahn Beckenried-Klewenalp die Konzession und Betriebsbewilligung aus. Für die Renovation der Bahn wurden 3 Mio. Franken budgetiert.

Wie weiter im Manoir?

Klar ist, dass das «Vieux Manoir» am Murtensee Ende Oktober schliesst. Nicht klar ist jedoch, ob und wann es wieder öffnet. Nun will die Freiburger Regierung vermitteln.

DANIEL STAMPELI

Die Schliessung des Hôtel Le Vieux Manoir in Meyriez per Ende Saison am 27. Oktober wurde Ende Mai dieses Jahres angekündigt und mit dem Zonnennutzungsplan begründet, welcher eine Erweiterung des Hotels nicht zulasse. Und diese sei notwendig, um die Wirtschaftlichkeit des Betriebs sicherzustellen.

Regierung strebt mehrheitsfähige Lösung an

Die Gemeinde Meyriez ist bereit, den Eigentümern des Hotels, Martin und Judith Müller-Opprecht, entgegenzukommen. Denn gemäss Beat Vonlanthen, Freiburger Volkswirtschaftsdirektor, will sie die Zonenplanung anpassen. Im Rahmen dieser Planung soll dann ein zukünftiges Ausbauprojekt durch die Eigentümer des Hotels Le Vieux Manoir realisiert werden können. Deshalb soll die Zonenplanung derart ausgestaltet werden, dass ein Ausbauprojekt eben möglich wird.

«Mir geht es darum, dass in der Vorphase, bevor die Zonenplanung öffentlich aufgelegt wird, zwischen den Eigentümern des «Vieux Manoir» und der Gemeinde Meyriez eine einvernehmliche Lösung gefunden werden kann, damit das Projekt dann auch eine Chance hat», erklärt der Freiburger



Zurzeit ist unklar, wann das Hotel Le Vieux Manoir in Meyriez nach der Schliessung Ende Oktober wieder Gäste beherbergen wird. ZVG

Staatsrat Beat Vonlanthen. Die Zonenplanung sei der Eigentümerschaft unterbreitet worden, damit diese sie prüfe und allenfalls Anpassungswünsche einbringen könne. Diese Diskussionen sollen stattfinden, bevor der Zonenplan öffentlich aufgelegt wird. Gemäss Vonlanthen soll eine mehrheitsfähige Kompromisslösung gefunden werden, damit die Angelegenheit nicht durch Einsprüche weiter verzögert werde oder die Planung derart ausfällt, dass Müllers ihr Projekt überhaupt nicht realisieren können.

«Ich als kantonaler Vertreter setze mich ein, damit man möglichst bald sicherstellen kann, dass das Projekt realisiert wird», so Vonlanthen. Touristisch sei es wichtig, dass das einzige 5-Sterne-Hotel im Kanton Freiburg

möglichst bald wieder eröffnet werde und nicht länger als ein Jahr geschlossen bleibe. «Ich möchte dazu beitragen, dass die Situation deblockiert werden kann.» Die Gespräche zwischen Müllers und der Gemeinde sollen demnächst stattfinden, so der Regierungsvertreter.

Die Eigentümer Martin und Judith Müller wollen auf Anfrage zur Angelegenheit keine Stellung nehmen und verweisen an die für das Hotel Le Vieux Manoir zuständige Medienstelle. Nur kann auch Esther Beck von Esther Beck Public Relations nicht sehr viel Licht ins Dunkel bringen. Ein konkretes Projekt bestehe seitens Müllers noch nicht. Und in absehbarer Zeit würden die Eigentümer des Hotels Le Vieux Manoir bezüglich Um- und Ausbau keinen Entscheid fällen. An ei-

nem klärenden Gespräch mit der Gemeinde seien sie aber durchaus interessiert.

Bald Informationen zu reduziertem Betrieb

In der zweiten Oktoberhälfte, hofft Esther Beck, werde sie über den Stand des allgemeinen Betriebs informieren können. Dies betreffe die Baumhaus-Suite, «Glasdianant» genannt, das Seehaus (4-Zimmer-Haus mit eigenem Privatstrand, Barbecue, privater Sauna und Blick auf den Murtensee) sowie das Restaurant La Pinte de Meyriez. Diese befindet sich im ehemaligen Gasthaus der Erbauerfamilie, eingebettet in den grossen Park des Hotels Le Vieux Manoir. Zum Ausbauprojekt hingegen dürfe dannzumal nicht mit Neuigkeiten gerechnet werden.



«Ich möchte dazu beitragen, dass die Situation deblockiert werden kann.»

Beat Vonlanthen
Freiburger Volkswirtschaftsdirektor

Buhlen um Schneesportzentrum

Für den Standort des geplanten nationalen Schneesportzentrums bewerben sich neun Orte aus sechs Kantonen. Gegen Ende 2013 soll ein erster Entscheid gefällt werden.

DANIEL STAMPELI

Am Montag lief die Bewerbungsfrist für das vom Bund geplante nationale Schneesportzentrum ab. Insgesamt gingen beim Bundesamt für Sport (Baspo) bis Eingabeschluss neun Bewerbungen ein. Es sind dies: Engadin/S-chanf, Davos und Lenzerheide aus Graubünden, Fiesch und Crans-Montana aus dem Wallis, Andermatt (Uri), Grindelwald (Bern), Engelberg (Obwalden) sowie Wildhaus-Alt St. Johann im Toggenburg (St. Gallen).

Im Sommer 2012 hatte das Baspo mit den Vorabklärungen für die Schaffung eines Nationalen Schneesportzentrums begonnen.

Die Idee dazu ist im Zusammenhang mit Diskussionen um die Förderung des Schneesports in der Schweiz entstanden. Konkret soll das Zentrum optimale Voraussetzungen für die Durchführung von Schul-Schneesportlagern bieten, ein geeigneter Standort für die Aus- und Weiterbildung im Schneesport sein sowie Ansprüchen des Leistungssports genügen. Im geplanten nationalen Zentrum für Wintersport sollen möglichst viele Schneesportarten, wie Skifahren, Skilanglauf, Biathlon, Skitouren oder Snowboard ausgeübt werden können. Der Betrieb des

Zentrums soll sich aber nicht nur auf den Winter beschränken. Für den Sommersport stehen Lagerort, Sportklettern oder Hallensportarten im Vordergrund.

Die beim Baspo eingegangenen Bewerbungsdossiers werden nun von einem Expertenteam geprüft. Ende 2013 soll dann dem Eidgenössischen Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport eine Empfehlung unterbreitet werden. Einen Termin für die Realisierung des Zentrums steht noch nicht fest. Das Bundesamt für Sport geht von Investitionen in der Höhe von rund 40 Mio. Franken aus.

ANZEIGE

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

50 JAHRE

Sales im Tourismus

Weiterbildung für die Branche
5.-6. November 2013

Wie funktioniert erfolgreicher Verkauf?

Sales im Tourismus – Reloaded –

Verkaufsorientiertes Gestalten der eigenen Website

Gästeinfragen verkaufsorientiert beantworten

Wie nutzt ihr Hotelbewertungen als Qualitätsmerkmal?

Best practice

Der Kurs mit **Fokus E-Tourismus** verknüpft theoretische Inputs mit fundierten Praxisberichten aus der Branche.

Inhalte:

- Via E-Mail Verkaufszahlen steigern
- Die Website verkaufsorientiert gestalten
- Google im Tourismus
- Hotelbewertungen richtig nutzen

Tel. +41 (0)81 286 39 75
E-Mail itf@htwchur.ch

STUDIERN FÜR'S LEBEN

➔ www.htwchur.ch

FHO Fachhochschule Ostschweiz

Grüne Wirtschaft interessiert

Die vom Bundesrat vorgeschlagene Revision des Umweltschutzgesetzes stösst in der Vernehmlassung auf grosses Interesse.

Die Vernehmlassung Revision des Umweltschutzgesetzes (USG) als Gegenvorschlag zur Volksinitiative Grüne Wirtschaft dauerte vom 27. Juni bis 30. September 2013. Bis zu diesem Zeitpunkt sind beim Bundesamt für Umwelt BAUF

über 80 Stellungnahmen eingegangen, teilte das BAUF mit.

Positiv gewürdigt würden die Bestrebungen des Bundes, die Ressourcenproblematik aktiv an die Hand zu nehmen und dabei insbesondere beim Konsum und der Abfallwirtschaft anzusetzen. Begrüss wird auch die Bestrebung, die Generationenaufgabe im Dialog mit Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft anzugehen. Die kritischen Stellungnahmen beziehen sich primär darauf, dass angesichts der ökologischen

Herausforderungen die Regelungen zu wenig weit gehen und der Konkretisierungsgrad noch zu verbessern ist.

Die Vernehmlassungseingaben werden im BAUF nun ausgewertet. Der Bundesrat wird unter Berücksichtigung der Eingaben voraussichtlich im Frühjahr 2014 die Botschaft zur Volksinitiative «Für eine nachhaltige und ressourcen-effiziente Wirtschaft (Grüne Wirtschaft)» und die USG-Revision zuhanden des Parlaments verabschieden.

dst



Thomas Kirchhofer, Einkaufschef bei Interhome, ist immer auf der Suche nach neuen Objekten. Wichtig ist dabei der gute Standort.

«Wir rücken zusammen»

Seit knapp einem Jahr ist Thomas Kirchhofer Einkaufschef bei Interhome. Der frühere Tourismusdirektor zu neuen Gästegruppen und seiner Beziehung zur Hotellerie.

MELANIE ROTH

Thomas Kirchhofer, wie gehen Sie vor, wenn Sie neue Objekte einkaufen? Wir suchen immer nach Objekten am rechten Ort zum richtigen Preis. Heute geschieht das vorwiegend über detaillierte Webanalysen. Dementsprechend kaufen wir dann ein. Unser Fokus liegt weltweit auf der Auslastung der Objekte und deren Qualität. Gerade in der Schweiz ist das nicht immer einfach: Es gibt Objekte, die den Ansprüchen im Domestic-Markt nicht mehr genügen, wir aber im Portfolio behalten müssen, weil das Produkt bei ausländischen Gästen immer noch gut ankommt.

Ihre Konkurrenz schläft nicht. Was sagen Sie zu neuen Plattformen wie Housetrup oder Airbnb?

Das sind erst zu nehmende Mitbewerber, die uns aber auch helfen, weil sie den Markt aufmischen. Die Plattformen investieren massiv, sind entsprechend erfolgreich und machen uns bezüglich Internetpräsenz das Leben schwer – sie kämpfen aber auch mit grossen Herausforderungen, mit Missbrauch und Rechtsfragen. Dort können wir punkten. Ich bin überzeugt,

Zur Person Der Einkaufschef von Interhome

Thomas Kirchhofer (47) ist Einkaufschef bei Interhome und Country Manager Schweiz. Zuvor war er unter anderem Tourismusdirektor in Ponthine. Interhome (Teil der Migros-Tochter Hotelplan Holding AG) vermietet 33 000 Ferienhäuser und Wohnungen in über 31 Ländern. Dabei übernimmt Interhome für den Eigentümer und den Feriengast die Organisation. In der Schweiz vermietet Interhome 3204 Objekte.

dass die Zeit die Spreu vom Weizen trennen wird.

Sie sprechen die Internetpräsenz an. Wie wichtig ist das Online-Geschäft? Der Online-Vertrieb macht heute einen Anteil von 70 Prozent aus. Wir haben in diesem Frühling eine E-Business-Offensive mit einem neuen Web-Shop, Tablet- und Smartphone-Applikationen gestartet, die sehr gut angelaufen ist. Wir investieren ausserdem viel ins Performance-Marketing und arbeiten eng mit Google zusammen.

Trotz allem stehen in Ihren Regalen noch Verkaufskataloge...

Ja, aber wir verabschieden uns immer mehr davon. In diesem Jahr wird es in der Schweiz keinen Winterprospekt mehr geben. Aber es gibt Märkte, wo man mit diesen Veränderungen vorsichtig sein muss. Längerfristig wird es aber überall ein Thema sein, auf Prospekte zu verzichten. Diese werden ja vor allem von Reisebüros genutzt. Mit unseren Online-Tools können sie Offerten auf die Bedürfnisse ihrer Gäste zuschneiden und ihnen damit mehr Wertschätzung entgegenbringen als mit einem Katalog.

Ihre Gäste kommen aus aller Welt. Welche Erfahrungen machen Sie mit neuen Märkten?

Ein sehr aktuelles Thema. Es gab kürzlich Vorfälle mit indischen Gästen in Grindelwald, die zum Dorfgespräch wurden und dazu führten, dass vorübergehend gewisse Objekte nur noch auf Anfrage verfügbar waren. Es ist unsere Aufgabe, den Eigentümern das Vertrauen zu geben, dass wir uns um ihre Objekte sorgen.

Und wenn ein Eigentümer trotzdem eine Gästegruppe ablehnt?

Dann müssen wir Einheiten schaffen, die sich gezielt auf diese Märkte ausrichten. Das wird in einigen Destinationen bereits gemacht – aber manchmal wird man wie wir in Grindelwald von einer Entwicklung überrollt. Das sind Lernprozesse. Wir können die Reiseströme nicht stoppen, das wollen wir auch nicht. Aber wir können uns auf die Entwicklung vorbereiten und sie steuern. Wir müssen unsere Leute vor Ort und in den Märkten schulen und die Eigentümer für die neuen Gäste sensibilisieren.

«Die klassische Hotellerie und die Parahotellerie vermischen sich immer mehr.»

Thomas Kirchhofer
Einkaufschef Interhome

Was sind weitere Herausforderungen in der Zusammenarbeit mit Schweizer Eigentümern?

Eine solide Partnerschaft steht bei uns im Zentrum. Das ist immer mehr eine Herausforderung, weil Eigentümer heute die Wahl zwischen vielen Vertriebspartnern haben und eine gewisse Freiheit verlangen. Früher war jeder Vertrag exklusiv, heute müssen wir flexiblere Lösungen anbieten. Deshalb sind für uns auch die Destinationskooperationen so wichtig.

Was sprechen Sie damit an?

Neben den Privateigentümern und Agenturen richten wir ein grosses Augenmerk auf Wohnungen aus den Reservationslösungen der Destinationen. Hier gilt es zu beweisen, dass wir mit unserem breit abgestützten Netzwerk der beste Partner sind, weil wir andere Reiseströme und -zeiten ansprechen können. Ausserdem haben wir kürzlich das Provisionsmodell auf ein marktfähiges Niveau angepasst.

Bei dieser Zusammenarbeit kommt Ihnen Ihre Erfahrung als Tourismusdirektor bestimmt entgegen...

Auf jeden Fall, gerade jetzt, wo die Ferienwohnungsbranche im Umbruch ist. Als Tourismusdirektor habe ich ein Gefühl für die Bedürfnisse der Leistungsträger entwickelt. Jede Destination hat ihre eigene Geschichte. Ich kenne sie, kenne die Leute – das bringt Vorteile. In dieser Zeit habe ich auch gelernt, wie wichtig die Gästebetreuung vor Ort ist.

Welchen Stellenwert hat diese Serviceleistung bei Interhome?

Sie ist zentral. Der Gründer von Interhome, Bruno Franzen, hatte bereits auf diesem Modell aufgebaut. Wir haben erkannt, dass wir uns vermehrt auf dieses Erbe konzentrieren müssen. Der Bedarf an Betreuung ist gewachsen – auf Seite der Eigentümer und der Gäste. Das ruft nach neuen Geschäftsmodellen. Dies geht in Richtung professionelles Anbieten von Facility Services. Der Gast soll die Option haben, Zusatzleistungen zu buchen.

Damit nähern Sie sich immer mehr der Hotellerie an...

Ja, genau. Die Beherbergungsbranche ist in einem extremen Wandel, die klassische Hotellerie und die Parahotellerie vermischen sich immer mehr. Man spricht von der Hybridisierung der Beherbergungsformen. Die Bedürfnisse des Gastes haben sich verändert. Das Raumbedürfnis ist gewachsen – ein klarer Vorteil für uns. Demgegenüber steht der Gast, der vermehrt Dienstleistungen in Anspruch nehmen will: ein Punkt für den Hotelservice.

Wem kommt diese Entwicklung mehr entgegen?

Die Entwicklung ist gut für beide Seiten, denn beide kämpfen mit Finanzierungsproblemen. Sich eine Ferienwohnung zu leisten, wird immer teurer, und die Hotellerie kann nicht mehr genug Geld pro Fläche investieren, um ein Hotelserlebnis zu gewährleisten. Das verlangt nach neuen Modellen – diese liegen im Interesse der Hotellerie und der Parahotellerie. Das bringt uns näher zusammen.

Konkurrenzdenken ist also fehl am Platz?

Ja, denn der ganze Vertrieb ist so herausfordernd, dass wir nur voneinander lernen können. Ich sehe es als Chance, zusammen zukunfts-trächtige Lösungen zu finden. Wir sind sehr gut vernetzt im internationalen Vertrieb, das macht uns zu einem wertvollen Partner und hat Anfang dieses Jahres in der Kooperationsvereinbarung von Parahotellerie Schweiz und Hotellerie-suisse bezüglich der politischen Interessenvertretung gemündet. Dieser Austausch ist uns sehr viel wert.

Standpunkt

«Wer immer tut, was er schon kann, bleibt, was er schon ist»



BARBARA
HALLER RUFF *

Das Zitat von Henry Ford hat nichts an Gültigkeit verloren und gilt in besonderem Masse für den hiesigen Tourismus. Bedingt durch die Veränderungen um ihn herum wird dieser geradezu gezwungen, nicht mehr nur das zu tun, was er bisher konnte. Für Bildungsunternehmen stellt sich die Frage, wie sie den Veränderungsprozess unterstützen können. Steigen die Anforderungen an die Branche, wird auch deren Weiterbildung zunehmend komplexer. Eine

«Die Studierenden profitieren von den Kernkompetenzen der einzelnen Partner.»

einzelne Hochschule kann dem nicht alleine gerecht werden. Die Lösung heisst Kooperationen. Eine Möglichkeit ist, dass unterschiedlich fokussierte Hochschulen gemeinsam Weiterbildungsprogramme anbieten. Die Studierenden profitieren von den Kernkompetenzen der einzelnen Partner, werden aus verschiedenen Perspektiven unterrichtet und knüpfen ein Netz mit den besten Dozierenden und Mitstudierenden aus anderen Fachbereichen. Eine zweite Chance liegt im Bologna-System selbst, das die Anerkennung von Bildungscredits unterschiedlicher Institutionen zum Ziel hat, was Studierenden individualisierte Weiterbildungsprogramme ermöglicht. Last but not least wird die direkte Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft immer wichtiger. So fördert die HTW Chur im Rahmen einer kleinen Akademie zusammen mit zehn Schweizer Deluxe Hotels den Führungsnachwuchs der Spitzenhotellerie.

* Barbara Haller Ruff ist Studienleiterin Weiterbildung Tourismus der HTW Chur und der Academy of Hotel Excellence.

Nachgefragt

Gletscherwachstum verwirrt Touristiker im Aletschgebiet



Geri Berchtold, hat die Meldung über das Wachstum einzelner Gletscher bei

Ihnen als Geschäftsführer von Aletsch Tourismus Freudenstürze ausgelöst?

Nein – eher Verwirrung. Natürlich nehmen wir hier im Aletschgebiet alle Informationen über die Gletscher mit besonderer Aufmerksamkeit auf. Wir erleben das globale Problem der Erderwärmung in der Natur aus nächster Nähe und können Gästen während der Bergtouren die Folgen des Klimawandels direkt vor Augen führen. Dass einzelne Gletscher nach einem strengen Winter plötzlich wider wachsen, ist überraschend, aber kein Grund, Entwarnung zu geben. ste

Aus der Region

Neue Publikation
Tourismus-
statistik 2012

Die Publikation «Schweizer Tourismusstatistik 2012» gibt einen detaillierten Überblick über die Tourismusstatistiken des Bundesamtes für Statistik. Der erste Teil beschäftigt sich mit der Bevölkerungsstatistik (HESTA), wobei in erster Linie die Ergebnisse des Jahres 2012 präsentiert werden. Vorgestellt wird die Entwicklung von Angebot und Nachfrage auf Landesebene sowie in einzelnen Tourismusregionen der Schweiz. Der zweite Teil ist der Erhebung zum Reiseverhalten der Schweizer Bevölkerung 2011 gewidmet. Im dritten Teil werden die touristische Bruttowertschöpfung, die touristische Nachfrage und die touristische Beschäftigung aufgezeigt. **dst**

Werben in Brasilien

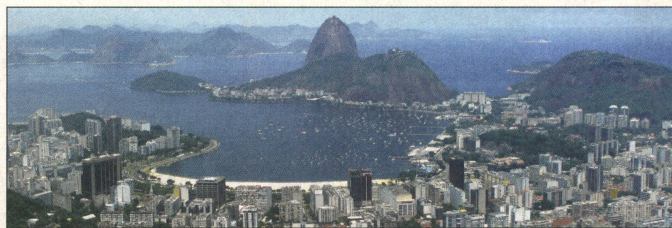
Brasilien ist einer der Zukunftsmärkte für den Schweizer Tourismus. Entsprechend prominent soll der Auftritt der Schweiz an den sportlichen Grossanlässen ausfallen.

DANIEL STAMPFELI

In der zweiten Novemberhälfte wird sich Präsenz Schweiz in Rio de Janeiro an Ort und Stelle nach möglichen Standorten für den Auftritt der offiziellen Schweiz während der Fussball-WM 2014 in Brasilien (Fanzone) und den Olympischen Sommerspielen 2016 in Rio de Janeiro (House of Switzerland) umsehen, erklärt

Botschafter Nicolas Bideau, Chef von Präsenz Schweiz. Etwas früher, nämlich Mitte Oktober, sollte definitiv klar sein, ob die Schweizer Fussballnati nächstes Jahr an der WM in Brasilien teilnimmt.

Bei der Fanzone an der Fussball-WM handelt es sich laut Nicolas Bideau um einen «etwas kleineren aber wie immer kreativen Auftritt» als beim House of



In Brasilien will sich auch die Schweiz von ihrer schönsten Seite zeigen.

Daniel Stampfli

Switzerland an den Olympischen Sommerspielen. Nicht ausgeschlossen sei, dass beide Projekte am gleichen Standort realisiert

werden. Sobald die Ausgestaltung der Plattformen klar ist, werden diese über die Regionaldirektorenkonferenz von Schweiz Tourismus den Touristikern angeboten. An der Präsentation an einer der Sitzungen dieser Konferenz werde eruiert, welche Regionen oder Destinationen sich für einen Auftritt interessieren. Im Schweizer Haus werden sich in Rio analog zu London im 2012 die Schweizer Wirtschaft und Wissenschaft, die schweizerische Kultur und der Tourismus präsentieren. «Auf den Plattformen Sport ist der Tourismus bis anhin unser wichtigster Partner», so Bideau.

Auch zwischen den Anlässen

Ziel von Präsenz Schweiz sei es, zwischen den beiden Grossanlässen Akzente zu setzen. «Wenn in Brasilien schon zwei derart grosse Anlässe stattfinden, wollen wir diese für einen grösseren Auftritt nutzen.

Es geht also nicht nur um die beiden Plattformen, sondern wir planen auch dazwischen verschiedene Aktivitäten mit Partnern», sagt Nicolas Bideau. Die erste Sitzung mit allen Partnern

findet Ende November in Rio de Janeiro statt. Bereits im Oktober 2013 eröffnet das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation in Rio eine Swissnex-Filiale. «Im Bereich Wissenschaft arbeiten wir mit ihnen zusammen. Im Bereich Tourismus arbeiten wir mit dem Vertreter von Schweiz Tourismus in São Paulo zusammen», erklärt Bideau weiter.

Millionen wurden gesprochen

Im Juni hatte der Bundesrat beschlossen, die Schweiz mit einer offiziellen Präsenz an den Olympischen Spielen 2016 in Rio de Janeiro sowie mit einem Rahmenprogramm

2014 bis 2016 in ihren Eigenheiten und Stärken zu zeigen und damit bekannter zu machen. Für das House of Switzerland wurde ein ausserordentlicher Beitrag von 5,5 Mio. Franken beschlossen. Das Rahmenprogramm 2014 bis 2016 sowie die allfällige Teilnahme der offiziellen Schweiz an der Fussball-Weltmeisterschaft 2014 wird durch Kredite des EDA im Umfang von maximal 3,5 Mio. Franken gedeckt.

«Beim Tourismus arbeiten wir mit dem Vertreter von ST in São Paulo zusammen.»Nicolas Bideau
Chef Präsenz Schweiz**Präsenz Schweiz Einsatz für das Image der Schweiz im Ausland**

Auf der Basis des Bundesgesetzes über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland unterstützt Präsenz Schweiz die Interessenwahrung der Schweiz mit den Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit. Dazu gehört die Vermittlung allgemeiner Kenntnisse über die Schweiz, die Schaffung von Sympathien für die Schweiz sowie die Darstellung der schweizerischen Vielfalt und Attraktivität.

Die strategische Ausrichtung der Landeskommunikation wird vom Bundesrat jeweils für vier Jahre festgelegt. Die Strategie 2012 bis 2015 wurde vom Bundesrat am 1. Juni 2012 verabschiedet und geht neu von einer thematischen Priorisierung aus, innerhalb derer geografische Schwerpunkte festgelegt werden. Finanziert werden die Aktivitäten über den jährlichen Voranschlag des Eidg. Departements für auswärtige Angelegenheiten. **dst**

Konsumentenschutz einigt sich mit dem Gastgewerbe

Label für «Hausgemachtes» wird im Frühjahr 2014 als Pilot in der Romandie lanciert.

Restaurants, die bevorzugt «Hausgemachtes» anbieten, mit einem Label auszeichnen: Diese 2006 von den Schweizer Konsumentenschutzvereinigungen (ACSI, FRC und SKS) lancierte Idee ist im Begriff, Gestalt anzunehmen, wie Slow Food Schweiz mittelt. Konsumentenschützer und Gastronomen hätten im Sommer Gespräche geführt, um sich über die allgemeinen Ziele, über umstrittene Punkte wie die Definition von «hausgemacht» und über die Kontrollwerkzeuge des Labels zu einigen. Die Pilotenführung ist im Frühjahr 2014 in der Romandie geplant.

Gaststätten, die sich freiwillig engagieren und die Fertigergerichte

auf ihren Speisekarten mit einem Sternchen kenntlich machen, können mit einem Aufkleber auf sich aufmerksam machen. Gerichte, Speisen, Beilagen und Saucen gelten als «hausgemacht», wenn sie ganz bestimmte Kriterien erfüllen. Unter anderem müssen die Produkte vollständig in der Küche des Restaurants vorbereitet, zubereitet und gekocht werden. Auch müssen sie aus Roherzeugnissen der Landwirtschaft oder Fischzucht bestehen.

Zur Stärkung der Glaubwürdigkeit und der Grundlagen des Labels werden unter der Leitung einer paritätischen Kommission Kontrollen durchgeführt. **dst**

IWB'Strom: 100% erneuerbar & günstig!



Entspannen und sparen?
IWB'Strom machts möglich!

www.iwb-strom.ch

Nicht nur an Ihrer Rezeption, auch im Strommarkt gehts hektisch zu und her.

Ihr individueller
Dauerfixpreis 2014+
Bis 25. Oktober entscheiden,
wechseln, Kosten senken ...
... und relaxen!



Mehr Infos:
QR-Code scannen!

(Scan-Programme in
Ihrem App-Store
erhältlich.)

Als Stromverbraucher von über 100 000 kWh pro Jahr können Sie ab 2014 Ihren Stromversorger frei wählen – und Geld sparen.

Nehmen Sie Ihre letzte Stromrechnung zur Hand und erfahren Sie auf www.iwb-strom.ch unmittelbar Ihr konkretes Einsparpotenzial.

Ihr Wechsel zu IWB'Strom ist schnell, einfach, sicher – und günstig!

100% erneuerbarer, günstiger Strom zu Ihrem individuellen Dauerfixpreis ab 2014. Heute entscheiden, **bis zum 25. Oktober 2013 wechseln** – und entspannt zurücklehnen.

IWB
Margarethenstrasse 40
Postfach
4002 Basel
Tel. 061 275 51 11
Fax 061 275 51 80
www.iwb.ch

Im Südbündner Ferienort stehen in der zweiten Wintersaison in Folge die Skilifte still. Das Dorf hofft auf den grossen Relaunch. Denn auch bei den Logiernächten gab es Einbussen.

GERHARD LOB

Nachdem die private Betreibergesellschaft San Bernardino Impianti Turistici (SBIT SA) den Betrieb der Anlagen im Skigebiet Confin bereits in der Saison 2012/2013 eingestellt hatte, werden die Gondeln auch in den Wintermonaten 2013/2014 nicht verkehren. Christian De Tann, Präsident der Gemeinde Mesocco, zu der San Bernardino gehört, bestätigt dies. Grund: Die Eigentümerfamilie Ghezzi will nicht mehr in eine Anlage investieren, die aus Altersgründen sowieso bald abgerissen werden muss. «Dabei müssen nicht nur die Skianlagen vollständig erneuert werden, sondern es braucht auch ein neues und modernes Restaurant im Skigebiet Confin», sagt Hans Peter Wellig, Direktor des Hotels Bellevue.

Sommer wurde inzwischen wichtiger als Winter

Laut dem Hotelier war die letzte Wintersaison ohne funktionierendes Skigebiet sehr schwierig. Der kleine Skilift im Dorf ist für Freunde des Alpinks nicht ausreichend. Auch andere Angebote, wie Langlauf, Winterwandern, Schneeschuhlaufen oder die neue Kunstseilbahn, die vom lokalen Verkehrsverein gepusht werden, können den Ausfall der Skiläufer nicht kompensieren. Diese Entwicklung hat Folgen. «Der Sommer ist für uns wichtiger geworden als der Winter», meint Wellig.

Gut laufe es im Winter einzig mit der Gruppenunterkunft «Ostello e Centro Nordico», wo viele Gruppen und Schulklassen logieren. Diese buchen Pakete und werden zum Skilaufen mit dem Car zum nahe gelegenen Skigebiet Splügen auf der Nordseite des San-Bernardino-Tunnels gebracht. Auch für Privatgäste stand dieses Angebot zur Verfügung. Doch kaum jemand hat davon Gebrauch gemacht – zu umständlich.



«Ein Wintersportort ohne Skigebiet funktioniert nicht.»

Michael Caffisch
Amt für Wirtschaft und Tourismus

Höhepunkt liegt weit zurück

Die Zahl der Übernachtungen in San Bernardino sei in den letzten Jahren sowieso schon stark zurückgegangen, noch bevor das Skigebiet Confin dicht machte (siehe Tabelle). Die Logiernächtestatistik der letzten 20 Jahre zeigt jedenfalls deutlich auf, dass die goldenen Zeiten von San Bernardino 20 Jahre zurück-



Bild aus besseren Zeiten: Früher herrschte in San Bernardino noch reger Betrieb. Aber seit letztem Winter stehen die Anlagen still. zvg

Stillstand in San Bernardino

Der Rückgang der Gäste ist schwierig zu beziffern, denn die Zahl der Übernachtungen in den sehr verbreiteten Ferienwohnungen tauchen in der offiziellen Logiernächtestatistik nicht auf. Christian De Tann ist der Meinung, dass es keinen grossen Einbruch gab.

liegen. Anfang der 1990er-Jahre gab es noch neun Hotelbetriebe mit 482 Betten. Diese generierten 57 606 Logiernächte. Im Jahr 2012 zählte man noch drei Hotelbetriebe mit 125 Betten und 7802 Logiernächte.

Investitionen von mehr als 100 Millionen Franken

Die Hoffnungen in San Bernardino ruhen nun ganz auf einem grossen Relaunch gemäss einem Masterplan von 2012. Dieser beinhaltet den Bau von Thermen mit dem dortigen Mineralwasser, die Einrichtung von touristischen Freizeiteinrichtungen, die ganzjährig genutzt werden können, sowie die Modernisierung und den Ausbau des Skigebiets mit künstlichen Beschneiungsanlagen. Mehr als 100 Millionen Franken sind nötig. Doch wer sind die Investoren? Kontakte sind geknüpft, Verhandlungen im Gange. Namen will De Tann nicht nennen, stellt aber konkrete Informationen noch vor Weihnachten in Aussicht.

Im Bündner Amt für Wirtschaft und Tourismus in Chur weiss man um die Schwierigkeiten von San Bernardino. «Ein Wintersportort ohne Skigebiet funktioniert nicht», so Michael Caffisch, Leiter Tourismusentwicklung. Die Gemeinde sei im Rahmen ihrer Möglichkeiten aktiv. Aber es brauche einen langen Atem.

Trotz der wenig erbaulichen Situation haben nicht alle den Glauben an San Bernardino aufgegeben. Erst vor Kurzem wurde ein innovatives E-Hotel in Betrieb genommen (htr vom 15. August). Allerdings ist dieses Hotel zum Selbst-Einchecken und ohne Personal eher für Durchreisende und Low-Budget-Gäste gedacht.

San Bernardino Konstant rückläufige Zahl an Übernachtungen

	Anzahl Hotels	Anzahl Betten	Logiernächte
2002	4	249	12 305
2003	4	249	13 808
2005	3	127	11 214
2006	3	127	10 554
2007	4	181	10 116
2008	4	247	10 648
2009	2	122	9 932
2010	2	102	8 666
2011	3	117	7 842
2012	3	125	7 802

Zahlen von der Gemeinde Mesocco. Innerhalb Mesocco sind alle massgeblichen Betriebe in San Bernardino. Quelle: AWT Graubünden

Aus der Region

Berner Oberland

Bahnen ziehen sich von der Börse zurück

Die Berner Oberland-Bahnen AG (BOB AG) hat bei der Berner Börse ein Gesuch um Dekotierung eingereicht. Der Handel der Inhaberaktien soll auf einer geeigneten Plattform für nicht kotierte Titel weitergeführt werden. Der Rückzug von der Berner Börse wird mit der Annahme der Minder-Initiative begründet. Dadurch seien die Anforderungen an kotierte Gesellschaften in vielerlei Hinsicht stark gestiegen. Gleichzeitig sei das Handelsvolumen der Inhaberaktien der BOB AG sehr gering.

Ostschweiz

Pizolbahnen mit Geschäftsjahr zufrieden



zvg

Die Pizolbahnen AG hat im Geschäftsjahr 2012/13 erneut mehr als 7 Mio. Franken Umsatz erzielt. Dies ist das zweitbeste Ergebnis im 13. Jahr des Bestehens der Bahn. Obwohl der Betriebsertrag von 7,56 Mio. Franken um 1% unter dem letztjährigen Rekordergebnis liegt, zeigte sich Verwaltungsrats-Präsident Josef Keller an der Bilanz-Medienkonferenz zufrieden. Wie Keller bekannt gab, will das Unternehmen auf der Bad Ragaz Seite einen Skilift durch eine Sechssesselbahn ersetzen.

Graubünden

Japanischer Stararchitekt für Vals verpflichtet

Die 7132 AG (frühere Hotel- und Thermalbad Vals AG) hat den bekannten japanischen Architekten Tadao Ando mit dem Projekt «im Boda» beauftragt. Dies schreibt Pius Truffer, VR-Delegierter der 7132 AG valsonline.ch. Das ganze Projekt umspanne eine Fläche von rund 20 000 m². Ein Grossteil davon sei Parkanlage und Garten. Jedermann soll dazu freien Zutritt haben. Das Projekt umfasse eine architektonische Interpretation der Natur-elemente «Licht, Wasser, Wind und Stein». dst

Heisse und kalte Steuersätze

Ein neuer Vorschlag für die Ausgestaltung der Mehrwertsteuer für Take-aways überzeugt wenig.

Für warme Speisen soll der Mehrwertsteuersatz im Take-away 8% betragen, also gleich viel wie im Restaurant. Für kalte Speisen soll der Satz nur dann gleich sein, wenn für den Konsum an Ort und Stelle besondere Vorrichtungen bereitstehen. Ansonsten soll er wie bisher 2,5% betragen. Dies schlägt die Wirtschaftskommission (WAK) des Nationalrats vor. Die Gesetzesänderung soll als indirekter Gegenvorschlag zur

Volksinitiative von Gastrosuisse dienen. Heute bezahlen Restaurants auf Speisen einen höheren Mehrwertsteuersatz als Take-aways. Gastrosuisse will mit der Volksinitiative «Schluss mit der MWST-Diskriminierung» diese Ungleichbehandlung beheben und fordert einen einheitlichen Satz von 2,5% auf alle Produkte.

Das Anliegen der WAK, gleich lange Spiesse zu schaffen, wird weitgehend anerkannt, wie sich in der Vernehmlassung gezeigt hat. Allerdings bezweifeln betroffene Organisationen und Parteien, ob die Einführung des neuen Kriteriums zweckmässig ist. Während ein Hot-Dog-Verkäufer künftig einen Satz von 8% bezahle, profitiere jemand, der ein

Sandwich anbietet, weiterhin von einem reduzierten Satz von 2,5%, kritisiert der Schweizerische Gewerbeverband SGV. Im äussersten Fall müsse ein Anbieter zwei Sätze verrechnen, was einen administrativen Mehraufwand bedeute.

Auch bei den politischen Parteien tönt es ähnlich. Gemäss CVP ist der Gegenentwurf wenig durchdacht. Als nicht zielführend erachtet die SP den Vorschlag. Gegen die WAK-Idee spricht sich auch die SVP aus. Einzig die Grünen begrüssen den WAK-Entwurf. Die FDP hält weiterhin an der Idee eines Einheitssteuersatzes fest. Einen Sondersatz für das Gastgewerbe möchte die BDP einführen. dst

DSR und Gammacatering spannen neu zusammen

Beide Partner versprechen sich von einem vertieften Austausch einen grossen Nutzen.

«DSR Le Restaurateur», die auf Personalrestaurants und Gemeinschaftsgastronomie ausgerichtete Unternehmung von Westschweizer Wurzeln, und die schweizweit bekannte Catering-Firma Gammacatering AG mit Sitz in Hünenberg, haben einen Zusammenarbeitsvertrag unterzeichnet. Im Mittelpunkt der Kooperation stehe ein vertiefter Austausch im Bereich Catering und Events, schreibt DSR in einer Medienmitteilung. Die Kooperation habe zum Ziel, von den kulinarischen Kompetenzen, Servicedienstleistungen und dem Netzwerk des jeweils

anderen zu profitieren und Möglichkeiten zur Zusammenarbeit sowie Synergien zu pflegen und zu nutzen. «Die neue Zusammenarbeit ermöglicht DSR, im Catering- und Event-Bereich noch besser auf die spezifischen Wünsche der Gäste und Kunden einzugehen», erklärt Christian Hürlimann, Direktor DSR Deutschland. «Durch das Engagement mit DSR profitieren wir von einem ausgewählten Netzwerk und können unsere exklusiven Serviceleistungen von einem erstklassigen Publikum vorstellen», sagt Anke Krause, CEO der Gamma Gruppe. dst

Ruepp & Partner ?!



Durch die Zusammenarbeit mit der Ruepp & Partner Dietikon AG sind aktuelle Finanz- und Betriebskennzahlen eine Selbstverständlichkeit. Wir können so den Betrieb nachhaltig und effizient führen.

Helmut Schattauer
Hilti AG

Ruepp & Partner Dietikon AG
www.ruepp.ch

Business am Ball

Die HFT Luzern hat im städtischen Casino mit einem Ball ihr 25-jähriges Bestehen gefeiert. Zuvor war **«Caramba Beneficial»** zum Sieger des BusinessPlanEvent13 gewählt worden.

ALEX GERTSCHEN

Rund 250 Gäste haben am Samstag im Luzerner Casino das 25-Jahr-Jubiläum der Höheren Fachschule für Tourismus (HFT) gefeiert. Bevor Schulleiter René Zeier und dessen Assistentin Verena Mehdi die Ballnacht lancieren konnten, galt es, den Sieger des BusinessPlanEvent13 zu küren. Der 2004 erstmals durchgeführte Wettbewerb wird für Businesspläne ausgeschrieben, die Studierende der HFT Luzern auf der Grundlage eigener oder externer Geschäftsideen erarbeitet haben.

Neues Studienjahr mit rekord-hoher Anzahl Einschreibungen

Die überragende Mehrheit der Gäste fand von den drei in die engere Auswahl gelangten Businessplänen jenen von «Caramba Beneficial» am überzeugendsten. Unter dieser Marke werden hierzulande Strickwaren verkauft, die Frauen und Kinder in peruanischen Armenvierteln herstellen. Dem Publikum gefiel insbesondere, dass der Geschäftsgewinn zurück nach Peru in die Finanzierung von Schulen, Volksküchen und Mikrokrediten fliessen.



Applaus, Applaus! An der **Ballnacht der Höheren Fachschule für Tourismus** im Casino Luzern hätte die Stimmung nicht besser sein können. zvg



Brigit und Mario Lütolf (Stadt Luzern, ehem. STV-Direktor). zvg

«Tourismusverwandt» und damit für den Wettbewerb relevant ist «Caramba Beneficial» laut Verena Mehdi deshalb, weil es jungen Schweizerinnen und Schweizern Volontariatsaufenthalte in Peru ermöglicht.



2. Rang im BusinessPlanEvent13: **N. Arnet** (li.) und **S. Martin**. zvg

Die HFT Luzern erfreut sich in ihrer Medienmitteilung übrigens nicht nur ihrer Vergangenheit, sondern auch der Gegenwart: Für das eben begonnene Studienjahr vermeldet sie einen neuen Rekord an Einschreibungen.



BusinessPlanEvent13: die **Siegerinnen** zusammen mit **René Zeier** (Leiter HFT Luzern, 2. v. l.) und **Samuel Vörös** (CEO Tavolago AG). zvg

Der beste Barkeeper der Schweiz mixt im Berner «Schweizerhof»

Andy Walch vom Hotel Schweizerhof wurde an den Swiss Bar Awards zum **«Barkeeper of the Year 2013»** ausgezeichnet.



Protagonisten des Swiss Bar Award letzten Sonntag in Luzern (v. l. n. r.): **Ruedi Zotter** (Veranstalter), **Janine Desens** (Clouds Bar, Zürich, Best Newcomer Bar), **Miriam Happle** (Bar & Lounge 42, «Marriott» Zürich, Beste Barkarte), **Andy Walch**, **Jennifer Ann Gerber** (Moderation) und **Reto Kuhn** (QN Bar & Lounge, Effretikon, Best Longseller Bar). zvg

Erster Walliser Tourismustag

In Martigny ist der erste **Walliser Tourismustag** durchgeführt worden. Im Zentrum stand die Zukunft des alpinen Tourismus.

In Martigny ist am Dienstag der erste Walliser Tourismustag durchgeführt worden. Er drehte sich um Fragen nach der mittel- und langfristigen Zukunft des alpinen Tourismus. Der Anlass, der laut Staatsrat Jean-Michel Cina auch 2014 stattfinden wird, wurde vom Walliser Tourismusobservatorium und Valais/Wallis Promotion organisiert.

Hauptreferent Andreas Meyer, GL-Vorsitzender der SBB, betonte unter anderem den verbesserten Anschluss des Wallis an die Flughäfen in Genf und Zürich und überraschte mit der Aussage, die SBB prüften zurzeit

eine direkte Verbindung zum Mailänder Flughafen Malpensa. Eric Fournier, Gemeindepräsident von Chamonix, und Aurelio Margueretaz, Tourismusberater der autonomen Region

Aostatal, liessen erkennen, dass Probleme in der Bergbahn- und Hotelfinanzierung auch die Nachbarn betreffen und wohl nur in Kooperation gelöst werden können. axg



Diskussionsrunde am Walliser Tourismustag (v. l. n. r.): **A. Meyer** (GL-Vorsitzender, SBB), **E. Fournier** (Gemeindepräsident, Chamonix), Moderator **V. Fragnière**, Staatsrat **J. Melly**, **A. Margueretaz** (Berater der Region Aostatal) und Staatsrat **J.-M. Cina**. zvg

Sesselrücken

Klaus Künzli macht Weg für Nachfolger frei

Klaus Künzli (Bild) tritt im Juni 2014 ein Jahr vor Ablauf von seiner Amtszeit als Direktor von Gastro-suisse zurück. Mit dem vorzeitigen



zvg

Rücktritt will er eine gestaffelte Erneuerung der Verbandsführung ermöglichen, da Mitte 2015 gleich mehrere Mandate an der Spitze von Gastro-suisse beendet werden. Der Verband nehme die Übergangszeit zum Anlass, die Organisation zu überprüfen und neu auszurichten, teilt der Verband mit. Im Übergangsjahr übernimmt Vizepräsident **Hannes Jaisli** die operative Leitung des Verbands.

Tarifverbund Nordwestschweiz in Frauenhänden

Die erste Geschäftsführerin des Tarifverbunds Nordwestschweiz (TNW) heisst **Claudia Demel**. Die 36-jährige Verkehrsökonomin



zvg

und Fachjournalistin übernimmt die Leitung der neu gegründeten Geschäftsstelle des zweitgrössten Tarifverbunds der Schweiz am 1. Januar 2014. Zuletzt war sie bei SBB Cargo als Teamleiterin verantwortlich. Bis anhin wurde die operative Geschäftsführung des TNW von den basellandschaftlichen Transportunternehmen BLT wahrgenommen.

Neuer Leiter für Ostschweizer Jugendherbergen



zvg

Der St. Galler **Erich Dassen** ist seit Anfang September neuer Bereichsleiter für die 16 Schweizer Jugendherbergen der Region Ost. Der gelernte Koch und Absolvent der Hotelfachschule Lausanne bringt grosse Berufserfahrung als Direktor verschiedener Hotels in der Schweiz mit. Zuletzt führte er das 4-Sterne-Hotel Walzenhausen in Appenzell Ausserrhoden. Daneben war er als Vizepräsident von hôtellerieuisse Ostschweiz tätig und vertrat diese in der Berufsbildungskommission von hôtellerieuisse. ste

ANZEIGE

Sparen Sie mit der eigenen Wäscherei – im Ø unter CHF 2.00 pro Kilo Wäsche



Faktoren, die für eine eigene Wäscherei sprechen:

- Unabhängigkeit
- Werterhaltung der Textilien
- Schnelligkeit
- Hygiene und Desinfektion
- Kostengünstige Lösung

Gerne ermitteln wir kostenlos Ihre persönlichen Kennzahlen. Kontaktieren Sie uns: kostenrechnung@schulthess.ch

Schulthess Maschinen AG
CH-8633 Wolfhausen, kostenrechnung@schulthess.ch
Tel. 0844 880 880, www.schulthess.ch



SCHULTHESS
Wäschepflege mit Kompetenz

Besuchen Sie uns
an der Igeho, Basel
23.11. – 27.11.2013
Halle 1.0, Stand A 30



Un air de vacances souffle sur La Réserve et le Jiva Hill Park Hotel, deux 5 étoiles situés à deux pas de Genève. Des établissements à la fois semblables et tellement différents.

MICHEL BLOCH

La Réserve, à Bellevue-Genève et le Jiva Hill, à Crozet, en France voisine. Ces deux 5 étoiles situés à une quinzaine de kilomètres l'un de l'autre ont en commun d'offrir de l'espace, une denrée rare dans la ville du bout du lac. Deux établissements qui traduisent chacun une vision contemporaine du luxe et ont en commun d'être ce que l'on appelle habituellement des «resorts».

Le Jiva Hill compte 28 chambres et 6 suites. Pour son directeur adjoint Yannick Lobjoit, «le Jiva Hill correspond tout à fait à l'esprit d'un «lodge hôtel» avec ses suites sous forme de pavillons, ses bâtiments d'un étage, et les salles de séminaires dans d'autres constructions séparées. A La Réserve également, les bâtiments de faible hauteur donnent ce sentiment de cocon situé au milieu de la nature avec la vue sur le lac. Mais nos interlocuteurs préfèrent parler d'un «resort urbain».

Un bateau à La Réserve, un parcours de golf à Jiva Hill

«Nichée dans son immense parc à Bellevue à l'entrée de Genève, on peut même accéder à La Réserve avec le Motosafo, le bateau de l'hôtel. Il viendra à la belle saison et sur simple demande de votre part, vous querir gra-



Deux lieux propices à la détente dans un cadre naturel: La Réserve et sa piscine avec vue sur le lac; le jardin du Jiva Hill (en haut).

Philo de «resorts»

tuitement à Genève au débarcadère de votre choix», indique Alexander Carpentier, général manager de La Réserve. Un service personnalisé, un certain esprit «club» et même familial, contribue à créer à La Réserve, cette impression de maison privée, chère à la clientèle de cet hôtel qui compte 102 chambres et suites. La décoration de Jacques

Garcia confère à l'établissement ce côté chic et décontracté.

Le Jiva Hill Park Hotel, membre de Relais & Châteaux, se situe à 10 minutes de l'aéroport international de Genève. Yannick Lobjoit relève que l'hôtel est construit sur un domaine de 35 hectares. Il propose un parcours de golf ouvert toute l'année avec 18 départs et 9 greens d'arrivée, un «driving

range» de 250 mètres et un «putting green» éclairé. La base nautique Eurolac dispose quant à elle d'un plan d'eau d'une longueur de 650 mètres dédié aux passionnés de wakeboard et de ski nautique. Des courts de tennis, une piste de jogging et un parcours santé complètent ce cocktail de possibilités auquel s'ajoutent un espace bien-être, une piscine intérieure ouvrant sur une vaste terrasse en teck, une salle de fitness et des cabines où l'on prodigue des soins relaxants, amincissants et anti-âges.

Deux établissements qui présentent de l'art

«Les deux piscines intérieure et extérieure de La Réserve, la salle de sports, un programme de soins dont certains axés sur le mieux vivre et le mieux vieillir offrent assurément davantage que ce que l'on peut rêver», souligne Alexia Beugnon, directrice des ventes. Le spa s'étend sur une surface de 2000 m². Et comme l'automne approche, Alexander Carpentier complète: «Lorsque la patinoire est installée sur la piscine, c'est féérique.»

Les deux hôtels créent une impression d'évasion et de dépaysement. Le photographe et horloger genevois Denis Asch a d'ailleurs choisi La Réserve pour y exposer ses dernières photos-œuvres d'art de safari. Le Jiva Hill se veut également haut lieu de l'art. Des expositions y ont lieu régulièrement.

La situation transfrontalière pose inévitablement la question des prix (voir ci-contre), un argument de taille pour ces deux adresses qui comptent une clientèle business importante. Yannick Lobjoit déclare: «Les prix du Jiva Hill sont extrêmement compétitifs, le rapport prix-qualité excellent. Mais nous remarquons que les individus, comme les entreprises suisses, n'imaginent pas toujours qu'un tel hôtel puisse exister aux portes de Genève». La Réserve quant à elle fait preuve de discrétion sur l'éventuelle concurrence que pourrait représenter sa voisine française. «Notre positionnement est différent, se contente de relever Alexander Carpentier. Nous ne nous estimons pas en concurrence directe.»

Les singularités de chacun

Les chiffres clés des deux «resorts» et leurs caractéristiques principales.

La Réserve: 102 chambres dont 17 suites. Spa de 2000 m², piscine intérieure et extérieure. Cinq restaurants: Le Loti, comme Pierre Loti, écrivain voyageur, restaurant gastronomique du chef Philippe Durand (14 points au Gault Millau), Le Tse Fung (gastronomie chinoise), Café Lauren, cuisine élaborée avec un nutritionniste, le Bar et le Lodge. Service particulier: un bateau qui vient sur de-

mande chercher le visiteur au débarcadère de son choix. Direction: Alexander Carpentier. Le propriétaire, Michel Reybier, insufflé idées et axes stratégiques. La Réserve accueille une clientèle «leisure and business», de Genève, de Suisse romande et de l'étranger. Les prix varient selon la période et la surface: de CHF 375 à 995 la chambre et de CHF 1775 à 5500 la suite.

La Réserve est aussi présente à Paris (appartements) et à Ramatuelle, dans le Golfe de St-Tropez (hôtel et villas).

Jiva Hill Park Hotel: 28 chambres et 6 suites. Parc de 35 hectares. Spa avec piscine intérieure (17 mètres) ouverte sur la terrasse. Restaurant Shamwari du chef Emmanuel Ollivier et bar. Direction: Fabrice Mercier, directeur général et Yannick Lobjoit, directeur adjoint. Clientèle «leisure and business», de Genève et de Suisse romande, de France et de l'étranger. Les prix fluctuent en fonction de la période et du taux d'occupation: chambre de 241 à 370 euros et suites de 358 à 550 euros. mb

Les gens

Verbier nommé un directeur. Fin de la période transitoire.

Joël Sciboz (photo) dirige depuis mardi le tourisme de Verbier, suite à la décision de la destination Verbier-St Bernard de se séparer en



ltd

deux entités. Depuis le départ du directeur **Yan Baczkowski** en février, la destination était dirigée par intérim par **Dominique Fumeaux**. Joël Sciboz est diplômé de l'Ecole suisse de tourisme. Il a auparavant dirigé le Palladium de Champéry et bénéficie d'une «solide expérience en management hôtelier», relève un communiqué.

Un judoka à la tête du Centre des sports de Villars



ltd

Sergei Aschwanden, ancien judoka - champion d'Europe et médaillé olympique - a repris mardi la tête du Centre des sports de Villars (CDS). «J'aimerais à plus long terme placer Villars sur la carte du monde sportif, en y attirant un événement de grande envergure», confie-t-il au «24 heures». Son premier défi consistera à en faire une structure financièrement saine: Agé de 38 ans, le judoka a obtenu un master en management du sport à l'Université de Lausanne.

Ex-patron de Swiss engagé dans le monde du voyage

André Dosé (photo) sera le nouveau président du Fonds de garantie légal de la branche suisse du voyage, à compter du 1er avril



ltd

2014. Le conseil de fondation l'a élu lors de sa dernière assemblée pour succéder à **Kurt Heiniger**. André Dosé dirige aujourd'hui sa propre entreprise de consulting. L'ancien CEO de Crossair, de Swiss International Airlines et de Gulf Air est également président du club Grasshopper et siège dans plusieurs conseils d'administration. lb

Un label récompensera bientôt les restaurants fidèles au «fait maison»

Un projet pilote en Suisse romande permettra de valoriser le savoir-faire des professionnels.

Les restaurants qui privilégient le «fait maison» pourront bientôt bénéficier d'une visibilité supplémentaire grâce à un label distinctif. Les défenseurs des consommateurs et des restaurateurs ont abouti à un consensus, annoncent les défenseurs du projet dans un communiqué, réunis sous la bannière de la Semaine du goût. Un projet pilote sera lancé au printemps 2014 en Suisse romande.

L'obtention de ce label suppose le respect de plusieurs critères: les plats, accompagnements et sauces doivent être entièrement préparés et cuits au restaurant; ils sont obtenus à partir de matières premières crues d'origine agricole ou piscicole; ils ne doivent pas avoir été assaisonnés et n'utilisent que des ingrédients tradition-



Un label valorisera les mets «faits maison».

nels de cuisine (farine, huile, beurre, moutarde etc.). Les matières premières peuvent être fraîches, sèches ou congelées. Les restaurateurs participant à la démarche indiqueront sur la carte les plats pré-cuisinés avec un astérisque. lb

En bref

Genève

Bonne intégration pour l'Hôtel Ibis Nations

L'Hôtel Ibis Nations vient de fêter son inauguration. «Depuis son ouverture en février, l'hôtel s'est bien intégré dans le marché hôtelier genevois», estime dans un communiqué son directeur Luc Rosso. Un quart des clients est en relation avec la présence des organisations internationales, 45% sont des voyageurs d'affaires, 25% des touristes individuels et 5% des groupes. Il s'agit du dixième hôtel du groupe Accor en ville de Genève.

Un atelier autour d'un tofu produit localement



ltd

«Ma Colombière», à Lully (GE), le restaurant devenu privé de Chantal et Bernard Lonati (anciennement 1 étoile au Michelin), accueille des ateliers. Le prochain sera consacré au tofu. Layla Beck et Elodie Guerin de Swissoja présenteront ce produit bio élaboré à Genève. Les participants prépareront des mets sucrés, salés, à l'occidentale ou sans mention d'origine. Selon Chantal Lonati ce produit peu gouteux permet la créativité tous azimuts. aca

www.colombiere.ch

Genève pourrait danser jusqu'au lever du jour



ltd

Les discothèques et les boîtes de nuit genevoises pourraient ouvrir en semaine jusqu'à 7 heures du matin et le week-end jusqu'à 8 heures. C'est la proposition qu'a présenté le Conseil d'Etat genevois à la presse lundi pour lutter contre les nuisances sonores dans la rue et le prolongement des festivités à l'extérieur. Ces mesures interviennent dans le cadre de la refonte complète de la loi sur la restauration, le débit de boissons, l'hébergement et le divertissement. Le projet de loi devra encore être adopté par le Grand Conseil.

Jura

Le meilleur du terroir suisse en 240 médailles

L'édition 2013 du Concours suisse des produits du terroir a récompensé 240 produits, dans cinq catégories différentes. Le jury a évalué 812 produits au total de 266 producteurs, représentant 22 cantons. Entre 10 000 et 15 000 personnes ont assisté à la manifestation. Les organisateurs qualifient d'«excellente cuevée» le Marché des terroirs qui s'est tenu à Delémont-Courtemelon. lb

www.concours-terroir.ch

En bref

Vaud

Chillon envahi
d'épouvantables
monstres

Le château de Chillon deviendra un repère de monstres et de créatures en tout genre le 12 octobre, date de la 8e édition de la Nuit de l'épouvante. Des centaines de noctambules déguisés déambuleront dans l'édifice moyenâgeux de 17 h à 23 h. Ils pourront participer à des jeux de piste, des ateliers créatifs, parfaire leur tenue au stand de maquillage. La forteresse sera illuminée pour l'occasion, une ambiance musicale et festive à la lumière des flambeaux donnera le ton.

www.chillon.ch

Yverdon-les-Bains
Région en mode
électrique

Les offices du tourisme de la Région d'Yverdon-les-Bains franchissent une étape supplémentaire dans leur positionnement en faveur de la mobilité douce: ils ont identifié trois parcours spécifiquement adaptés au vélo électrique. Ils sont réunis dans une nouvelle brochure «E-Bike Région Yverdon-les-Bains» et permettent de relier Orbe, Romandières, Vallorbe et Yverdon. Suivant le tracé existant de SuisseMobile, ils sont donc praticables avec d'autres formes de cycles. La région compte 5 points de location de vélos électriques. lb

Milestone. Interview. Barbara Rigassi, présidente du jury, revient sur la délicate tâche de la nomination et rappelle que le Milestone récompense les projets qui se distinguent par leur excellence.

«Un prix convoité»

Le jury du Milestone a nominé 17 projets. Le prix de la relève ne sera pas décerné cette année. Sa présidente explique ce choix et relève la qualité des projets dans leur ensemble.

GÉRY NIEVERGELT

Barbara Rigassi, le jury dans sa nouvelle composition a siégé et tranché. En votre qualité de présidente, comment avez-vous vécu cette collaboration?

Nous étions tous conscients de l'importance de la tâche que nous accomplissions pour le tourisme suisse. Grâce au remarquable travail préalable effectué par la responsable de projet, nous avons reçu des informations détaillées en temps utile et nous avons pu préparer notre travail dans de bonnes conditions. Nos expériences et nos connaissances très diverses ainsi que la représentation au sein du jury des différentes régions de notre pays ont constitué des facteurs essentiels pour l'évaluation des propositions et ils nous ont permis d'engager des discussions de fond. En bref, nous avons rapidement fonctionné comme une équipe. Nous avons examiné les

options de manière aussi ouverte que critique et, à l'issue d'intenses échanges, nous sommes parvenus à adopter nos décisions à l'unanimité.

Comment évaluez-vous la qualité générale des projets? C'est la deuxième fois que je prends part aux travaux du jury. Cette année également, il était difficile de sélectionner un nombre limité de nominés parmi l'ensemble des projets intéressants. A elle seule, cette observation souligne la qualité des candidatures reçues. Naturellement, certaines idées ne sont pas parvenues à emporter notre adhésion. Cependant, le grand nombre de projets présentés démontre que le Milestone est un prix convoité, de sorte que nous pouvons véritablement distinguer les meilleurs dans chaque catégorie.

Pour la première fois, le jury n'a pas décerné de Prix de la relève. Pourquoi?

Il nous a semblé qu'aucun des projets remis ne remplissait les critères requis, non seulement par des insuffisances ponctuelles, mais également dans leur association globale, ainsi que le stipule le règlement. Il est essentiel à nos yeux de couronner des idées et des innovations qui ont une chance de s'imposer sur un marché très compétitif. Le Milestone récompense des prestations dans le tourisme



«Il est essentiel de couronner des idées qui ont une chance de s'imposer sur le marché.»

Barbara Rigassi
Présidente du jury Milestone

excellence et telles sont aussi les exigences posées pour le Prix de la relève.

Faut-il en conclure que l'esprit d'innovation fait défaut aux jeunes générations?

Certainement pas. Nous nous sommes penchés avec intérêt sur les 12 travaux présentés dans cette catégorie. Toutefois, nous ne pouvons juger qu'à partir des descriptions qui nous sont remises. Il serait erroné d'en tirer une conclusion générale sur les jeunes acteurs du tourisme suisse. Nous avons résolu de reporter le montant du prix sur l'année prochaine, avec l'espoir de parvenir à mobiliser encore davantage les nouveaux représentants de notre secteur. Je considère qu'il s'agit d'une mission importante pour les formateurs, les promoteurs et les accompagnateurs d'inciter les jeunes talents à remettre un projet.

Une fois de plus, le Tessin repart les mains vides. Comment l'expliquez-vous?

Le Milestone est uniquement décerné en fonction des critères stipulés dans le règlement. A cet égard, l'origine régionale des projets ne joue aucun rôle. Nous avons reçu des propositions passionnantes du Tessin, même si elles n'ont hélas pas réussi à passer le cap d'une nomination en raison de diverses considérations.

Quelle a été la bonne surprise lors de cette édition?

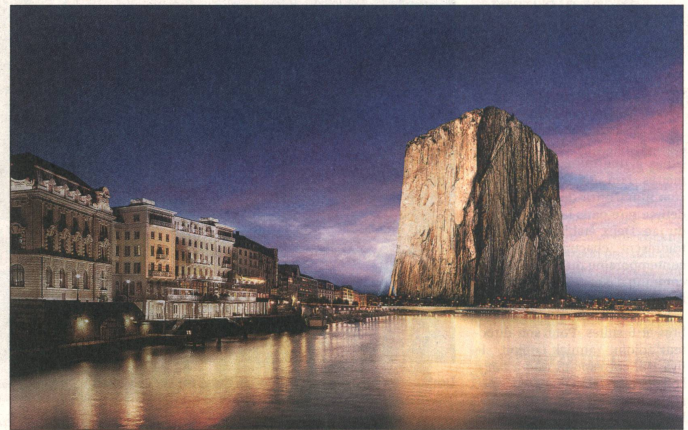
Elles ont été au nombre de deux: d'une part, l'unanimité qui s'est fait jour au sein du jury sur la nécessité d'imposer des exigences très élevées à notre travail et, de l'autre, la constatation que presque toutes les propositions étaient fortement orientées vers la clientèle. A ce propos, je relève

avec plaisir que plusieurs projets étaient dédiés avec intelligence au vaste et important segment des personnes à mobilité réduite.

Traduction Jean Pierre Ammon
d'un texte en page 11

Jury cinq membres
pour une nouvelle
dynamique

Barbara Rigassi, gérante associée chez BHP Brugger & Partner SA, préside le jury du Milestone pour la première fois. Barbara Gisi (directrice Fédération suisse du tourisme) et Susy Brüscheiler (présidente SV Groupe) ont rejoint le comité, aux côtés de Fiorenzo Fassler (directeur smarket AG) et Jürg Stettler (directeur de l'Institut de tourisme de la Haute école de Lucerne). lb



17 projets nominés au Milestone peuvent rêver de repartir avec le précieux sésame.

ldd

ANNONCE

POUR NOUS, LA MEILLEURE
DES MÉDECINES, C'EST
LE PARTENAIRE ADÉQUAT.



Reto Stöckenius, directeur, et Nadia Riboni, hôtel et spa Villa Principe Leopoldo, Lugano

Concours santé
Un séjour bien-être à gagner
sur www.swica.ch/gagner

Nous mettons tout en œuvre afin que vous et vos collaborateurs restiez en bonne santé ou recouvriez la santé.

SWICA vous propose, à vous et à votre équipe, un éventail complet de solutions d'assurance sur mesure pour les risques de maladie et d'accident. Vous bénéficiez d'une qualité de service hors pair et d'un suivi personnalisé. Afin que vous puissiez à nouveau, et sans délai, vous concentrer sur vos clients et la gestion de votre établissement. Optez sans attendre pour la meilleure des médecines. Téléphone 0800 80 90 80. swica.ch/gastro

POUR LA MEILLEURE DES MÉDECINES.

SWICA

Milestone. Projets nominés. Le jury a retenu 14 projets dans la catégorie Projet remarquable, 3 projets pour le Prix de l'environnement, aucun pour le Prix de la relève. Trois projets romands restent en course. Le suspense sera levé le 12 novembre.

Luna, Maya, Nendaz.

Trois projets romands sont nominés pour le Milestone: l'infrastructure scénique Luna du St Prex Classics, Nendaz en capitale du cor des Alpes et le Maya Guesthouse à Nax.

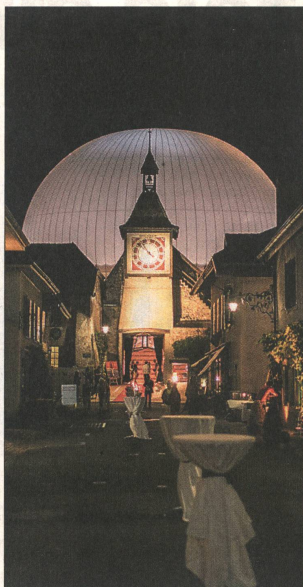
LAETITIA BONGARD

Sur 90 projets candidats au Milestone. Prix du tourisme suisse, 20 venaient de Suisse romande, un record. Trois d'entre eux poursuivent la compétition. Le jury a retenu l'infrastructure scénique Luna du St Prex Classics et Nendaz, capitale du cor des Alpes, dans la catégorie Prix remarquable qui comporte 14 nominés (voir ci-dessous). Le Maya Guesthouse de Nax fait partie des trois projets nominés de la catégorie Prix de l'environnement. Ces deux catégories ainsi que le Prix pour l'œuv-

re d'une vie seront récompensés le 12 novembre au Kursaal de Berne. Toutefois, aucun des 12 projets candidats au Prix de la relève ne remplissait les critères requis aux yeux du jury. D'où sa décision d'en nommer aucun cette année et de reporter le montant du gain à l'édition 2014, où 20 000 francs seront en jeu. Pour rappel, les trois vainqueurs du Prix remarquable seront récompensés d'une somme de 10 000, 5 000 et 3 000 francs; le Prix de l'environnement remportera 5 000 francs.

L'infrastructure scénique Luna: visibilité et fonctionnalité

Le St Prex Classics s'est doté d'une scène en plein-air qui répond à plusieurs critères: pouvoir être recouverte en cas d'intempéries et recevoir un public toujours plus nombreux, tout en intégrant en fond de scène la tour de l'Horloge, monument historique classé. Baptisée Luna, cette infrastructure scénique a été conçue par l'EPFL et peut accueillir environ 750 personnes. Elle représente la première salle de spectacle extérieure en Europe. Cette architecture éphémère est devenue un emblème et a permis d'apporter



Les trois projets romands nominés: le Maya Guesthouse de Nax, l'infrastructure Luna du St Prex Classics, le cor des Alpes de Nendaz. Ida

une visibilité et une notoriété internationale à région.

Représenté par la Fondation St Prex Classics, Lausanne-La Côte; Hazeline van Swaay, présid.

www.stprexclassics.com

Nendaz, un positionnement fort autour du cor des Alpes

Depuis la création du Festival international de cor des Alpes en 2002, Nendaz s'est positionné comme capitale internationale du cor des Alpes. En plus du festival qui se tient chaque année durant

un week-end en juillet et draine quelque 12 000 personnes dont 100 joueurs en compétition, la destination organise des animations sur le thème du cor des Alpes tout au long de l'année: des cornistes font vibrer toute la région de leurs sons, des stages sont organisés de mai à octobre, le quatuor de Cor des Alpes de Nendaz se produit dans toute l'Europe.

Représenté par Nendaz Tourisme, Sébastien Epiney, directeur

www.nendaz.ch

Maya, premier hôtel fabriqué en paille et l'écologie au quotidien

Le Maya Guesthouse à Nax, dans le Val d'Herens, a été retenu dans la catégorie «Prix de l'environnement». Inauguré à la fin de l'année 2012, il s'agit du premier hôtel en Suisse entièrement construit en paille: 55 tonnes ont été nécessaires à sa réalisation, complétées par des matériaux naturels tels que le bois, la pierre, la glaise, la chaux et le verre. Les huit chambres qu'il abrite donnent la part belle au bois et aux différentes

espèces de la région: sapin, pin, noyer, orme, frêne, mélèze. L'établissement est chauffé par un poêle à bois ainsi que des panneaux solaires, assurant un approvisionnement énergétique indépendant. Les plats sont réalisés à base de produits locaux et de saison. Le Maya Guesthouse dispose de son propre jardin, qui le fournit en fruits et légumes.

Représenté par Lisa et Louis Papadopoulos, propriétaires et gérants

www.maya-guesthouse.ch

14 projets nominés en Suisse alémanique

La liste des nominés au complet: les douze autres projets retenus dans la catégorie «Projet remarquable» et les deux projets dans la catégorie «Prix de l'environnement».

TRADUCTION JEAN PIERRE AMMON

Les projets nominés dans la catégorie «Projet remarquable»:

Portail météo

Depuis décembre 2012, Tourisme Grisons dispose de son propre portail météo qui permet de consulter les conditions atmosphériques en fonction de ses activités de prédilection et de prendre connaissance des prévisions pour les diverses régions du plus grand canton suisse. Les résultats s'affichent sous la forme d'un carrousel en surimpression sur la carte des Grisons. Représenté par Bergbahnen Graubünden, Silvio Schmid et Marcus Gschwend

www.wetter-graubunden.ch

Les Grisons à vélo

Avec un vaste réseau de parcours et des connexions optimales aux transports publics, les Grisons à la grande diversité topographique sont le paradis des bikers. Par 30 mesures concrètes, le projet graubündenBIKE s'est fixé pour objectif d'améliorer les tracés, de résoudre les conflits avec les autres utilis-

teurs, de soutenir les activités de marketing et d'assurer la préservation de l'environnement. Représenté par Allegro Tourismus, Darco Cazin, chef de projet

www.graubuendenbike.ch

Les fermes Jucker

En 15 ans à peine, les frères Jucker ont transformé la ferme de leurs parents et le Bächlihof à Rapperswil-Jona (SG) en un but d'excursion fort apprécié. Leur entreprise Jucker Farm AG fait œuvre de pionnier en associant de manière innovante tourisme et agriculture. En moyenne, elle accueille plus de 800 000 visiteurs par année.

Représenté par Jucker Farm AG, Martin & Beat Jucker, propriétaires

www.juckerfarm.ch

Voie libre

Afin de permettre aux personnes à mobilité réduite de pratiquer des activités de loisirs adaptées à leurs besoins, SuisseMobile communie dans sa rubrique Voie libre des propositions détaillées sur les transports publics, les infrastructures tels que sanitaires et restaurants le long des tracés ainsi que les caractéristiques des promenades proposées, classées par degré de difficulté.

Représenté par Mobility International Suisse MIS, Marcus Rocca, directeur

www.mis-ch.ch

Lofthotel à Murg

Sur les rives du Walensee, l'ancien filature de Murg a fait peu

neuve et s'est transformée en loft-hotel. Dans ce cadre historique exceptionnel, les chambres et suites évoquent le passé industriel du bâtiment. En outre, chaque année des ateliers créatifs sont organisés avec des artistes établis dans la région.

Représenté par azibene AG, Esther von Ziegler, directrice

www.lofthotel.ch

Banc le plus long

Les amateurs de fromage d'Appenzell ont tenu à réserver leur place sur le plus long banc du monde qui a vu le jour sur le Kronberg (AI). Sans la moindre publicité, de simples commentaires postés sur Facebook ont permis de pulvériser l'ancien record du monde. Plus d'un demi-million de personnes ont pris part à cette opération dont l'impact a été encore renforcé par les nombreux comptes-rendus des médias.

Représenté par Tourisme Appenzell AI, téléphérique du Kronberg et l'IP du fromage d'Appenzell, Simone Zuberbühler

www.appenzeller.ch/bank

Claire & George

La fondation Claire & George organise des vacances à l'hôtel avec l'appui de l'association Spitex. Ces prestations s'adressent aux personnes dont la condition physique requiert un soutien particulier. Après un essai pilote à Berne, le lancement officiel en mai a suscité des échos très positifs. 30 hôtels dans l'Oberland bernois et le Tessin prennent déjà part à ce projet.

Représenté par la Fondation Claire & George, Susanne Gümnam, directrice

www.claireundgeorge.ch

SwissTrails

La Suisse dispose d'un vaste réseau de sentiers pour randonneurs et cyclistes. Autour de cette infrastructure, SwissTrails propose des prestations complètes telles que le transport des bagages, la location de vélos, la réservation d'un hébergement et des informations détaillées sur son site Internet. Une offre qui accroît encore la visibilité nationale et internationale du réseau SuisseMobile.

Représenté par SwissTrails GmbH, Ruedi Jaisli, propriétaire

www.swisstails.ch

Académie d'été

Le concept «Académie d'été» propose aux responsables de la formation, animateurs de séminaires, cadres et spécialistes de l'hôtellerie d'approfondir leurs connaissances pendant les vacances. Ce projet, qui assure une utilisation optimale des infrastructures pendant l'été, est soutenu par sept partenaires responsables de l'organisation des cours de perfectionnement.

Représenté par l'hôtel de séminaires Sempachersee, Remo Fehlmann, directeur

www.diesommerakademie.ch

Itinéraire Kambly

Kambly, qui conjugue depuis trois générations l'authenticité et un fort enracinement régional, a inauguré

en mai 2013 l'itinéraire cyclable 777 en collaboration avec Suisse-Mobile, RentaBike, la compagnie BLS et Tourisme Emmental. D'une longueur de 30 km, il donne un aperçu de la vie quotidienne dans la région et garantit des points de vue à couper le souffle.

Représenté par Kambly SA, Hans-Martin Wahlen et Jan Cermak

www.kambly.ch

L'univers Gothard

Au col du Gothard, dans les anciennes cavernes du «Sasso da Pigna», le visiteur pénètre dans un univers entièrement dédié à l'eau, au climat, à l'énergie, à la mobilité et à notre espace de vie. Les gigantesques cristaux de Planggenstock symbolisent la force de la nature, qui assure nos ressources alors que l'ancienne forteresse évoque le passé militaire de la région.

Représenté par la Fondazione Sasso San Gottardo, Martin Immenhauser, président

www.sasso-sangottardo.ch

Mooraculum

Au cœur de la biosphère de l'Unesco Entlebuch, le circuit des droséras s'étend sur 1,5 km. Ses 17 stations offrent aux visiteurs la possibilité de se familiariser avec la formation de la tourbière et ses habitants. L'autre attraction du Mooraculum est un parc qui présente le monde des tourbières sous une forme particulièrement innovante.

Représenté par Téléphérique Sörenberg AG, Karl Lustenberger, directeur

www.mooraculum.ch

Les projets nominés pour le «Prix de l'environnement»:

Valises à domicile

Le transport de bagages «domicil da vacanza» est conçu pour faciliter le trajet des touristes à destination de la région de vacances Engadine Scuol Samnaun Val Müstair. Depuis 444 gares desservies en Suisse, les voyageurs peuvent enregistrer leurs bagages jusqu'à leur domicile de vacances et vice-versa. Ce projet a vu le jour en collaboration avec les CFF, les Chemins de fer rhétiques et Post-Auto.

Représenté par TESSVM, Michael Leibacher, directeur du développement des prestations

www.engadin.com

Arène durable

Umwelt Arena Spreitenbach est un but d'excursion pour tous ceux qui s'intéressent au développement durable. Plus de 100 partenaires présentent leurs solutions et idées dans 45 expositions interactives, réparties dans les secteurs «Vie et nature», «Énergie et mobilité», «Construire et rénover» et «Énergie renouvelable». Umwelt Arena accueille aussi des congrès et des séminaires d'entreprise.

Représenté par Walter Schmid, promoteur et président du conseil d'administration

www.umweltarena.ch

Descriptif détaillé des projets sur: www.htr-milestone.ch

Lire aussi le «fokus» consacré au Milestone, pages 11-14.

Des hôtels sur les rails

Le groupe Mobimo projette de réaliser un, voire deux hôtels, dans le périmètre de la gare de Lausanne. Les hôteliers sont plutôt dubitatifs sur la nécessité d'étoffer l'offre de ce secteur.

CLAUDE JENNY

Après le quartier du Flon, le groupe Mobimo investit notamment dans le quartier de la gare de Lausanne. Le géant allemand de l'immobilier, propriétaire de toute la zone occupée précédemment par La Poste, vient de transformer l'imposant immeuble de six étages en centre d'affaires. Ce paquebot «Horizon 4-6» a été inauguré récemment. Demeure une vaste surface au sol et deux étages qui s'étendent jusqu'au quartier proche de la Rasude et qui va également subir une nouvelle affectation avec, notamment, la possible installation d'un hôtel. Directeur de Mobimo pour la Suisse romande, Marc Pointet confirme: «Oui, la transformation de l'espace Rasude de l'ancien parc postal pourrait inclure un hôtel, et peut-être même deux, de catégories différentes».

Le groupe Mobimo a fait du quartier du Flon le symbole de son expansion en Suisse romande, une carte de visite remarquée. En reprenant tout le parc immobilier du groupe LO, il a poursuivi la transformation d'un quartier devenu l'un des pôles animés de la capitale vaudoise.



«Ce projet va avancer dès l'année prochaine et se concrétiser pour 2020.»

Marc Pointet
Directeur Mobimo Suisse romande

Un projet d'envergure, estimé entre 240 et 280 millions

«En plus d'espaces réservés à une extension du centre d'affaires, nous estimons pertinent de prévoir une installation hôtelière dans ce périmètre ferroviaire. La volonté est là, mais la réalisation prendra un peu de temps», précise Marc Pointet. «Nous devons avancer dans ce projet – estimé entre 240 et 280 millions – en concertation avec les CFF et en devant faire avaliser un nouveau plan de quartier. C'est un projet qui va avancer dès l'année prochaine et se concrétiser pour 2020», ajoute

le directeur de Mobimo Roman- die. Pour le groupe lucernois, déjà propriétaire de trois hôtels – deux à Lausanne (l'hôtel au Flon, Hôtel Aulac à Ouchy) et un à Zurich (Hôtel Renaissance Zurich Tower Hotel) – la composante hôtelière est tout à fait pertinente dans le périmètre d'une grande gare.

Un point de vue qui suscite moins d'enthousiasme de la part des professionnels que nous avons interrogés. Président des hôteliers lausannois, Stefano Brunetti est dubitatif. Il argumente: «L'offre dans le périmètre de la gare est déjà importante. Qui plus est, plusieurs hôtels ont fait l'objet récemment d'agrandissements et/ou de rénovations. La réouverture du Royal Savoy (5 étoiles) est pour bientôt. Il y a donc déjà pas mal d'acteurs présents». Le directeur de l'Hôtel de la Paix se montre donc prudent: «Je suis d'avis que le marché doit d'abord digérer ces extensions avant d'envisager un accroissement de l'offre, qui ne pourrait que provoquer des tensions sur les prix». Pour mémoire, un hôtel 5 étoiles avait déjà été envisagé il y a quelques années sur la «parcelle postale» mais le projet fut vite abandonné.

L'insécurité et le bruit comme facteurs préjudiciables

Faut-il dès lors opter pour un hôtel de catégorie inférieure pour attirer les voyageurs des trains en provenance de Milan ou de Paris, voire de l'aéroport international de Genève? Que nenni, estime Eric Fassbind, bien placé pour poser un diagnostic puisqu'il est le patron de deux hôtels 4 étoiles proches de la gare, l'Alpha Palmiers et l'Agora Swiss Night. «Au prix du mètre carré dans cette zone, je ne crois pas qu'une affectation hôtelière soit la plus rentable», estime l'hôtelier, qui brosse même un tableau plutôt sombre de l'avenir de ce quartier sur le plan hôtelier. Il cite d'abord les nuisances sonores liées à l'important trafic ferroviaire: «A Zurich, un hôtel prévu au bout des voies a été finalement déplacé pour cette raison».

Il y a surtout un facteur sécuritaire qui porte préjudice notamment aux hôteliers de la zone de la gare, victimes des actes de vandalisme qui accompagnent le succès des nuits lausannoises. «Chaque semaine, nous avons au moins un client qui se plaint d'avoir été importuné, voire – pire – agressé en ville», souligne Eric Fassbind. «Ce phénomène a pour conséquence



La partie inférieure du bâtiment «Horizon 4-6» devrait accueillir un ou deux hôtels après transformations.

Michael Kessler/ldd

que certaines personnes renoncent à séjourner à Lausanne durant le week-end et nous en ressentons les effets». Il établit le même constat pour les deux établissements qu'il dirige à proximité de la gare de Genève.

L'essor de la ville se dirige vers la périphérie

Pour lui, la zone ferroviaire n'est donc pas – ou plus – spécialement attrayante, même si elle se transformera en pôle muséal avec la construction du nouveau Musée cantonal des beaux-arts, dont l'ouverture est attendue dès 2016. «Le trend est plutôt à un essor vers la périphérie avec le centre de congrès qui verra le jour sur le site de l'EPFL, complété d'un hôtel, et la construction de l'Hôtel Aquatis (3 étoiles) sur les hauteurs de la ville», relève l'hôtelier. Directeur de deux hôtels trois étoiles du quartier

sous-gare – l'Hôtel Ala gare et l'Hôtel du Boulevard –, Brieuc Corlay fait preuve de fatalisme: «Le problème à Lausanne est surtout lié à une demande fortement fluctuante: à certains moments de l'année, la ville manque de lits, à d'autres il y en a déjà trop».

Il souligne toutefois que la présence près de la gare est bénéfique pour ses établissements puisqu'une grande partie de sa clientèle vient du rail. Mais c'est «à la fois un très gros avantage en raison de la proximité et un gros désavantage à cause du bruit qui est une nuisance inévitable». L'attrait de la gare apparaît donc relatif pour une bonne implantation. Situation d'autant plus vraie à Lausanne que la petitesse de la ville et la mise en service du métro urbain rend d'autres quartiers aisément accessibles, notamment les hôtels situés à Ouchy.

Périmètre de la gare: une situation qui abrite déjà plusieurs hôtels

Les alentours de la gare de Lausanne disposent de près de dix établissements hôteliers, principalement dans les catégories 3-4 étoiles. Situé à la Place de la gare, l'Hôtel Continental (4 étoiles) est le plus proche. Il avait été construit en 1964 pour absorber la demande liée à l'exposition nationale suisse. Ses 116 chambres ont toutes été rénovées en 2009. A quelques pas de là, à l'Avenue de la gare, se trouve l'Hôtel Victoria, un 4 étoiles de 60 chambres.

Dans le quartier sous-gare, deux hôtels du groupe Hôtels et Patrimoine: l'Hôtel Ala gare (3 étoiles, 45 chambres) et l'Hôtel du Boulevard (3 étoiles, 21 chambres et suites), un hôtel-

résidence avec la particularité d'être doté d'un check-in automatique avec un service de réception à distance. Citons encore l'Hôtel Agora Swiss Night du groupe Fassbind (4 étoiles, 142 chambres), également propriétaire d'un établissement de l'autre côté des rails, en montant le Petit-Chêne, l'Hôtel Alpha Palmiers (4 étoiles, 215 chambres). Plus à l'est, situé à l'Avenue Sainte-Luce, l'Hôtel Elite (3 étoiles) est un boutique-hôtel de 33 chambres. On trouve encore dans ce secteur deux établissements bon marché: le Lausanne Guesthouse & Backpacker (80 lits) et la Pension Bienvenue (27 chambres), une pension qui n'accueille que les femmes. lb

ANNONCE

www.hotelleriesuisse.ch/
reseau_de_consultants

Pour votre succès –
notre réseau
de consultants

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
SUISSE ROMANDE ASSOCIATION

Jet-Cut
system de recharge Inox
swiss made

économise le travail des pros

alustar *Rechargeur Jet-Cut*

chez votre grossiste

toutpourlacuisine

pistor

Hügli

100% digeste
100% savoureux

L'assortiment sans lactose ni gluten

A NOUVEAU

Genérisation Fetteflur

www.hueglifoodservice.ch

Dormir
c'est sensuel.

roviva

OBJECTS

www.roviva.ch

SUN TOP 3100®

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

KÄSTLISTORES

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

Es muss doch nicht
alles so kompliziert sein.

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

hotelmanagement
Einzelhotel, Hotelkette, Ferienanlage
protel



Die Milestone-Jury
hat entschieden:
Aus insgesamt 90
eingereichten
Tourismusprojekten
wurden deren
17 nominiert. Leer
geht dieses Jahr der
Nachwuchs aus.

GERY NIEVERGELT



Milestone-Jury auf der «Seminarmei» Solothurn: Jürg Stettler, Leiter Institut für Tourismuswirtschaft ITW; Jury-Präsidentin Barbara Rigassi, Managing Partner Brugger und Partner AG; Susy Brüsche, Präsidentin SV-Stiftung; Barbara Gisi, Direktorin Schweizer Tourismus-Verband; Fiorenzo Fässler, Managing Direktor Smarket AG.

17 Nominierte dürfen hoffen

Die diesjährigen Gewinner des von der htr hotelrevue und hoteliersuisse verliehenen, renommierten «Milestone. Tourismuspreis Schweiz» werden am 12. November im Berner Kurssaal gefeiert. Hoffnung machen dürfen sich 17 Nominierte in den Kategorien «Herausragendes Projekt» und «Umweltpreis», für ihr «Lebenswerk» geehrt wird zudem eine Persönlichkeit aus der Tourismusbranche. Nicht vergeben wird dagegen zum ersten Mal in der Geschichte des Milestone der Nachwuchspreis. Die Entscheidungsfindungen der fünfköpfigen Jury erläutert deren neue Präsidentin Barbara Rigassi.

Die neu zusammengesetzte Jury hat getagt und entschieden. Wie erlebten Sie als Präsidentin die Zusammenarbeit?

Barbara Rigassi: Wir waren uns alle bewusst, dass wir für den Schweizer Tourismus eine sehr wichtige Aufgabe zu erfüllen haben. Dank der ausgezeichneten Vorarbeit durch die Projektleiterinnen wurden wir zeitgerecht ausführlich dokumentiert und konnten uns gut auf unsere Arbeit vorbereiten. Die unterschiedlichen Erfahrungen und Wissenshintergründe sowie die ausgewogene regionale

Herkunft und Verankerung war wichtig für die Jurierung und hat fundierte Diskussionen ermöglicht. Kurzum: Wir funktionierten rasch als Team, welches die Meinungen gegenseitig offen und kritisch hinterfragte und nach eingehenden Diskussionen zu einem immer einstimmigen Entscheid fand.

Wie beurteilen Sie gesamthaft die Qualität der diesjährigen eingereichten Projekte?

Bereits zum zweiten Mal darf ich in der Jury mitwirken. Wiederum war es schwierig, aus der Fülle der guten Projekte die beschränkte Anzahl an Nominierungen zu bestimmen, was zeigt, dass die Qualität der Eingaben insgesamt sehr gut war. Natürlich gab es auch einzelne Eingaben, die inhaltlich nicht überzeugten. Die wiederum grosse Zahl der Eingaben zeigt aber, dass der Milestone ein begehrter Preis ist, was uns denn auch ermöglicht, wirklich die Besten auszuzeichnen.

Warum vergibt die Jury dieses Jahr keinen Nachwuchspreis?

Die Jury kam zum Schluss, dass keines der eingereichten Projekte die Kriterien erfüllt, und zwar nicht einzelne Kriterien, sondern in ihrer Kombination, wie dies im Reglement festgehalten ist. Uns ist es wichtig, Ideen und Innovationen auszuzeichnen, die in einem kompetitiven

Markt Chancen haben. Der Milestone steht für Leistungen im Tourismus mit Exzellenz, das gilt auch für den Nachwuchs.

«Die grosse Zahl der Eingaben zeigt, dass der Milestone ein begehrter Preis ist.»

Barbara Rigassi
Jurypräsidentin Milestone

Lässt sich daraus ableiten,

dass es der Branche an innovativen Nachwuchskräften fehlt?

Nein, das wäre ein falscher Schluss. Wir freuen uns über die zwölf eingereichten Projekte. Wir können aber nur das beurteilen, was eingereicht wird. Daraus auf die Innovationskraft aller jungen Talente im Schweizer Tourismus zu schliessen, wäre falsch. Wir haben beschlossen, das Preisgeld auf nächstes Jahr zu übertragen. Es wäre schön, wenn es noch besser gelingt, das Potenzial bei den Nachwuchskräften zu mobilisieren.

Ich sehe hier eine wichtige Rolle der Ausbilder, Förderer und Begleiter von jungen Talenten.

Auch das Tessin geht wieder einmal leer aus. Weshalb? Der Milestone ist ausschliesslich im Reglement festgelegten Kriterien verpflichtet. Die regionale Herkunft der Projekte spielt dabei keine Rolle. Wir hatten spannende Eingaben aus

dem Tessin, die aber die Hürde für eine Nominierung aus verschiedenen Gründen nicht geschafft haben.

Welches war für Sie persönlich die positive Überraschung? Das sind zwei: Einmal die Tatsache, dass wir uns in der Jury in Bezug auf den hohen Anspruch, den wir an unsere Arbeit stellen müssen, alle von Beginn weg einig waren. Zum

Zweiten, festzustellen, dass praktisch alle Projekte eine sehr hohe Kundenorientierung aufweisen. Insbesondere die Tatsache auch, dass einige Projekte sich intelligent mit dem attraktiven Marktsegment der mobilitätseingeschränkten Kunden befassen.

Alle nominierten Projekte auf den folgenden Seiten.
www.htr-milestone.ch

Kommentar

Einmal aussetzen für die Jugend

Der Milestone, wichtigste Trophäe im Schweizer Tourismus und Symbol für die innovative Power der Branche, wird von unserer Zeitung und von hoteliersuisse



GERY NIEVERGELT

verliehen, wobei das Seco im Rahmen des Innoutour-Förderprogramms Unterstützung leistet. Seit zwei Jahren sitzen wir Ausrichter des Preises nicht

mehr in der Jury. Diese soll unabhängig entscheiden können, und das ist gut so. Es ist daher zu akzeptieren, dass die Jury nach Sichtung der eingereichten Projekte entschieden, keinen Nachwuchspreis zu verleihen. Allerdings bedauere ich den Entscheid. Zum ersten Mal gehen im Wettbewerb um zukunftsweisende Projekte die Branchenvertreter der Zukunft leer aus, und das ist nicht gut.

Es ist auch nicht so, dass es dem Nachwuchs im Schweizer Tourismus an kreativen jungen Leuten fehlt. Wenn von immerhin zwölf in dieser Kategorie

eingereichten Projekten keines genügt, so liegt das Problem womöglich auch darin, dass man von Studienabgängern einen Realitätsbezug erwartet, den sie noch nicht erfüllen können. Vielleicht klappt halt noch nicht mit einem perfekten Businessplan, aber es gibt andere Skills, die für eine innovative Branche genauso wichtig sind: Freche Ideen, Idealismus, Begeisterung.

Wir nehmen den Jury-Entscheid zum Anlass, den Nachwuchspreis neu aufzulegen. Ein zweites Mal sollte die Jugend nicht aussetzen müssen.

WEINKLIMASCHRÄNKE

Exklusivität
in Design
und Qualität.

EUROCAVE

In der Schweiz vertreten durch:
Klimawatt AG | Seestrasse 18 | 8802 Kilchberg
Telefon 044 716 55 44 | www.klimawatt.ch



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

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

htr hotelrevue

ANZEIGE

www.muekusch.de • info@muekusch.de

MÜKUSCH
EINRICHTUNGEN

Der KOMPLETTEINRICHTER!
Wir vereinen Ideenreichtum,
Tradition und Handwerk.
Bei uns sind Sie in guten Händen –
gemeinsam für Ihr Objekt!

GROSSE AUSSTELLUNG
UNSERER ZIMMERTYPEN!
MUKUSCH EINRICHTUNGEN
Aumühle 5 • D-87538 Obermaiselstein
Tel. 0849 (0) 9326 - 36160



Milestone 2013. Die Nominierten für «Herausragendes Projekt»

Nachhaltiger Bike-Tourismus

Die Fachstelle für Langsamverkehr führt seit März 2010 in Kooperation mit Partnern wie Graubünden Ferien «graubündenBIKE» durch. Der Sommertourismus soll nachhaltig gestärkt werden, indem Bike-Trails verbessert, Angebote entwickelt, Konflikte gelöst oder die Umweltverträglichkeit sichergestellt werden. **Das Urteil der Jury:** Das destinationenübergreifende Projekt setzt ein Gästebedürfnis gekonnt um und stellt eine Kooperation entlang der gesamten Erlebniskette dar.

Vertreten durch: Allegra Tourismus, Darco Cazin, Projektleiter
www.graubuendenbike.ch



Allegra Tourismus vertritt das Projekt «graubündenBIKE», mit dem der Sommertourismus nachhaltig gestärkt werden soll. zvg

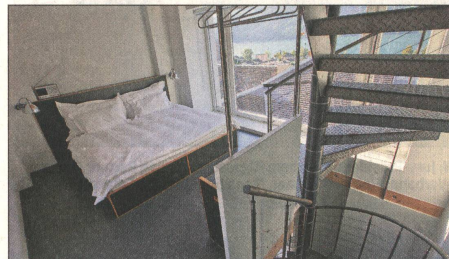
Die längste Bank der Welt



Appenzellerland Tourismus Al, die **Luftseilbahn Kronberg** und «**Appenzeller Käse**» haben der Welt längste Bank gebaut. zvg

Jeder Facebook-Fan von «Appenzeller Käse» konnte sich einen Sitzplatz auf einer Bank reservieren, die erst anschliessend auf dem Kronberg gebaut wurde. Innerhalb weniger Tage gelang es allein mit Hilfe von Facebook-Posts, genügend Fans für den Weltrekordversuch zu begeistern. Insgesamt erreichte die Aktion 500.000 Personen. **Das Urteil der Jury:** Die geniale Idee ermöglichte mit geringem Aufwand eine maximale Marketingwirkung. Vertreten durch: Appenzeller Tourismus Al, Luftseilbahn Kronberg und SO Appenzeller Käse GmbH, Simone Zuberbühler
www.appenzeller.ch/bank

Lofthotel in alter Spinnerei



Die **azibene AG** hat in der denkmalgeschützten Spinnerei Murg am Walensee ein Lofthotel eingerichtet. zvg

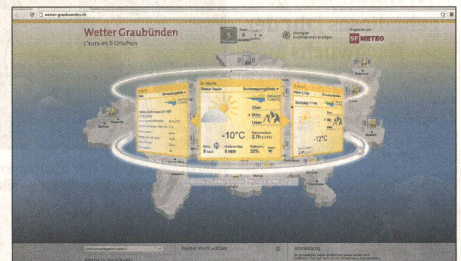
Mit viel Liebe zum Detail und Kreativität wurde aus der ehemaligen Spinnerei am Walensee ein neuer Ort der Begegnung geschaffen. Herzstück bildet ein Lofthotel. Mit Motorrädern befahrbare Lofts oder ein ehemaliger Wasserturm, der als Turn-Fitness-Suite dient, sind zwei Beispiele für die gelebte Kreativität. **Das Urteil der Jury:** Das Lofthotel ist eine innovative Umnutzung einer denkmalgeschützten Spinnerei und schafft einen Mehrwert für Gemeinde und Bevölkerung.

Vertreten durch: azibene ag, Esther von Ziegler, Geschäftsführerin
www.lofthotel.ch

Portal für das Bündner Wetter

Der Bündner Tourismus hat seit Dezember 2012 ein Wetterportal. Dank der Topografie Graubündens gibt es irgendwo im Kanton mit grosser Wahrscheinlichkeit das richtige Wetter für die geplante Aktivität. Der User kann ein individuelles Profil hinterlegen und sich bei passendem Wetter benachrichtigen lassen. **Das Urteil der Jury:** Erstmals wird in dieser Form ein für die Gewinnung der Tagestouristen relevantes Thema aufgegriffen. Gästen wird der Reiseentscheid stark erleichtert.

Vertreten durch: Bergbahnen Graubünden, Silvio Schmid und Marcus Gschwend
www.wetter-graubuenden.ch



Die **Bergbahnen Graubünden** informieren den Gast mit ihrem Wetterportal über das vielfältige Bündner Wetter. zvg

Puplreportage - Kästli Storen

The Alpina Gstaad: Alpenchic mit moderner Terrassenüberdachung



Im Alpina wurde erstmals eine Konstruktion mit Verbindungsspickeln angewendet. Rechts im Bild eine Teilansicht des grosszügigen Poolbereichs sowie der Aussenbereich des mit 16 GaultMillau-Punkten dotierten japanischen Restaurant. Fotos: The Alpina Gstaad

The Alpina Gstaad, von Gault Millau eben zum Hotel des Jahres gekürt, kombiniert Tradition mit Luxus und räumlicher Grosszügigkeit. Dies gilt auch für die weitläufig angelegten Terrassen. Die textile Beschattung muss höchsten Anforderungen gerecht werden – und sich millimetergenau an die verwinkelte Fassade anpassen.

Das Alpina beeindruckt in vielerlei Hinsicht. Etwa mit imposanten Dimensionen, einer damit verbundenen räumlichen Grosszügigkeit, einer spannenden Architektur, einem beträchtlichen Investitionsvolumen von rund 300 Mio. Franken, Spitzengastronomie und einem höchsten Anspruch genügenden Spa.

Doch trotz diesen Superlativen ist die Liebe zum Detail im Alpina, dem jüngsten 5-Sterne-Haus in Gstaad, auf Schritt und Tritt sichtbar. Die Materialisierung ist mit Stein, Holz und Leder schlicht gehalten und steht für einen Stil, der in die liebliche Bergwelt des Saanenlandes passt. Verarbeitet wurden diese Materialien allesamt von Profis, die ihr Handwerk seit Jahrzehnten in

Perfektion beherrschen. Sie wurden orchestriert von lokalen Architekten und Bauführern, die mit den hohen Ansprüchen der beiden Investoren Marcel Bach und Jean-Claude Mimran vertraut sind.

Profis wurden auch gesucht, als es darum ging, bereits in der Planungsphase die Überdachung der ebenfalls grosszügig gehaltenen Terrassen zu diskutieren. Die in Bern-Belp domizilierte, auf textile Beschattungslösungen spezialisierte Kästli & Co. AG, hat im Saanenland bereits zahlreiche attraktive Terrassen mit einer filigranen, wind- und wetterfesten Beschattungsanlage überdacht. In der ganzen Schweiz ist das jeweils auf die individuellen Bedürfnisse der Bauherrn angepasste Produkt Sun Top® 3100 bereits weit über 1000 Mal im Einsatz. Und nach längeren planerischen Diskussionen stand fest: Solche Anlagen sollten auch die Terrassen des Alpina schmücken.

Doch die Herausforderungen waren auch für die seit über 75 Jahren auf textile Sonnenschutzsysteme spezialisierte Firma kein Pappenstil. Das Gebäude mit seinen imposanten Dimensionen ist auf der

Längsseite verwinkelt gebaut. Die Storen sollten sich in schöner Materialisierung nahtlos und millimetergenau in diese Dimensionen einfügen und die Gäste auf den Terrassen an jedem Tisch vor Sonne und Regen schützen. „Um den Storenbauer herauszufordern, haben wir das Gebäude nicht gerade gebaut“, sagt der in Gstaad ansässige Investor Marcel Bach lachend.

Um den Anforderungen gerecht zu werden, wurden insgesamt 12 Anlagen geplant und realisiert, welche mit automatisch aus- und einfahrenden Stoffspickeln die aus der Fassadekonstruktion entstandenen Winkel überdachen. „Diese Lösung haben wir eigens für die spezielle Situation im Alpina entwickelt“, sagt Geschäftsführer Marc Kästli und verhehlt nicht, dass sie seinen Konstrukteuren anfänglich einiges Kopfzerbrechen bereitet hatte. Doch die enge Zusammenarbeit mit den Vertretern der Bauherrschaft, dem lokal ansässigen Kästli-Partner Tapistore, den hauseigenen Konstrukteuren und den in der Manufaktur in Belp beschäftigten Handwerkern und Näherinnen ermöglichte eine reibungslose Kommunikation sowie Flexibilität und Tempo in der Ausführung.

Mit dem Resultat sind alle zufrieden. „Unsere Gäste geniessen höchstmöglichen Komfort auf den Terrassen und uns gibt die wind- und wetterfeste Anlage auch bei allfällig instabilem Bergwetter eine gewisse Planungssicherheit im Service und in der Betreuung unserer Kundschaft“, sagt der erfahrene Hoteldirektor Nik Leuenberger.

KÄSTLISTOREN

Kästli & Co. AG
Seit 1937

Bietet im Raum Bern die gesamte Palette von Beschattungslösungen an.

Ist schweizweit führend bei kundenindividuellen textilen Beschattungslösungen.

ca. 45 Mitarbeitende
Geschäftsführer: Marc Kästli
Weitere Informationen und Referenzen:
www.kaestlistoren.ch oder 031 340 22 22



Milestone 2013. Die Nominierten für «Herausragendes Projekt»

Mirakulöses Mooraculum

Das Mooraculum in der Unesco Biosphäre Entlebuch beinhaltet einen Moorwasserpark und den Sonnentauweg – einen 1,5 Kilometer langen, mit 17 Erlebnisstationen versehenen Rundweg. Der Wasserpark, das Herzstück des Mooraculums, strahlt Authentizität und Einmaligkeit aus. Er ist der grösste Erlebnisspielplatz in den Alpen zum Thema Moor. **Das Urteil der Jury:** Das Mooraculum ist ein innovatives Vorzeigebispiel dafür, wie ein sensibler Naturraum für eine touristische Erlebnisinszenierung ökologisch schonend genutzt werden kann.

Vertreten durch: Bergbahnen Sörenberg, Karl Lustenberger, Direktor
www.mooraculum.ch



Der grösste Erlebnisspielplatz in den Alpen zum Thema Moor ist das Herzstück des Projektes der **Bergbahnen Sörenberg**.

zvg

Ferien dank der Hotelspitex



Die **Claire & George Stiftung** ermöglicht Menschen, die auf Spitexhilfe angewiesen sind, in mittlerweile 30 Hotels einen Ferienaufenthalt.

Die Claire & George Stiftung organisiert Ferien im Hotel mit Spitex-Unterstützung. Das Angebot im 2- bis 5-Sterne-Segment richtet sich an Menschen aller Altersgruppen. Nach der Pilotphase im Kanton Bern wurde die Dienstleistung im März 2013 landesweit lanciert. 30 Hotels im Berner Oberland und Tessin machen mit, weitere Aufnahmen sind geplant. **Das Urteil der Jury:** Das Konzept greift ein wachsendes Bedürfnis auf. Es erlaubt Hotels eine bessere Auslastung in der Nebensaison, da die Gäste nicht unbedingt auf Ferienzeiten angewiesen sind.

Vertreten durch: Claire & George Stiftung, Susanne Gümnam, Geschäftsführerin
www.claireundgeorge.ch

Mondschein im Konzertsaal



In Zusammenarbeit mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Lausanne (EPFL) haben die St. Prex Classics «Luna» geschaffen, Europas ersten Konzert-«Saal» unter freiem Himmel. Er integriert das historische Ortsbild und kann – der Name verrät es – bei schlechtem Wetter gedeckt werden. **Das Urteil der Jury:** Der Konzertsaal hat eine wahnsinnige Ausstrahlung und stimuliert Künstler wie Besucher gleichermaßen. Er belebt den Sommer-tourismus und ist eine gelungene Kooperation mit der EPFL.

Vertreten durch: Fondation St. Prex Classics Lausanne – La Côte, Hazeline van Swaay, Präsidentin
www.stprexclassics.com

Bei Bedarf gedeckt, ansonsten unter freiem Himmel: Die **Fondation St. Prex Classics** erfreut sich eines neuen Konzertsaals.

zvg

Neues Leben in der Festung

In den Kavernen der ehemaligen Festung «Sasso da Pigna» ist eine einzigartige Themenwelt erschaffen worden. Sie geht den Fragen nach, was die Themen «Wasser», «Wetter und Klima», «Energie», «Mobilität und Lebensraum» sowie «Sicherheit» für uns bedeuten und wie wir mit ihnen umgehen. Der andere Teil der Erlebniswelt ist der denkmalgeschützte Bereich von «Sasso da Pigna». **Das Urteil der Jury:** Das Nutzungskonzept ist spannend und ein Beispiel für eine gelungene Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Partnern und Regionen.

Vertreten durch: Fondazione Sasso San Gottardo, Martin Immenhauser, Präsident
www.sasso-sangottardo.ch



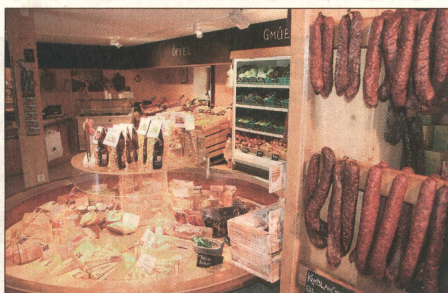
Die **Fondazione Sasso San Gottardo** lockt mit einer spannenden Erlebniswelt die Besucher ins Innere des Berges.

zvg

Juckers Erlebnis-Bauernhöfe

Innerhalb von 15 Jahren haben die Brüder Martin und Beat Jucker den elterlichen Bauernhof sowie den Bächlihof in Rapperswil-Jona zu einem national bekannten Ausflugsziel ausgebaut. Mit einer Kürbisausstellung lancierten sie eine neue Form der Erlebnis-Landwirtschaft. Jährlich zählen die beiden Höfe über 800 000 Besucher. **Das Urteil der Jury:** Das Familienunternehmen engagiert sich kontinuierlich und konsequent für Innovationen. Auch im Marketing setzt sie für die Erlebnis-Landwirtschaft neue Massstäbe.

Vertreten durch: Jucker Farm AG, Martin und Beat Jucker, Inhaber
www.juckerfarm.ch



Zum Erlebnis «Landwirtschaft» gehören die entsprechenden Produkte: Die **Jucker Farm AG** hat ihre Höfe ganz auf den Gast ausgerichtet.

zvg

Spurensuche im Emmental



Eine App nimmt Velofahrer auf eine Tour, die der Produktion des Feingebäcks der **Kambly AG** in Trubschachen gewidmet ist.

zvg

Im Mai 2013 lancierte Kambly in Kooperation mit SchweizMobil, RentaBike, Emmentaler Tourismus und der BLS die «Kambly Erlebnis Tour». Die Veloland-Route Nr. 777 vermittelt dank einer kostenlosen App und 14 Stationen Einblicke ins Leben und den Arbeitsalltag der Menschen, die Kambly seit Generationen mit den Rohstoffen für die Feingebäck-Herstellung versorgen. **Das Urteil der Jury:** Das Projekt beeindruckt durch Innovationen in allen relevanten Bereichen, durch eine klare Strategie und deren konsequente und schnelle Umsetzung.

Vertreten durch: Kambly SA, Hans-Martin Wahlen und Jan Cernak
www.kambly.ch

igeo

23.-27. November 2013 | Basel | www.igeo.ch
Internationale Fachmesse für Hotellerie,
Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum

KNOW-HOW FÜR PROFIS
DER GASTRONOMIE:

Hier finden Sie Tafelfreuden à discrétion.

PARALLEL
ZUR IGEHO:
Salon Culinare
Mondial 2013

Powered by



Offizielle Medienpartner



ANZEIGE



Milestone 2013. Die Nominierten für «Herausragendes Projekt»

Weg frei mit SchweizMobil

Für Menschen mit eingeschränkter Mobilität ist es oftmals schwierig, geeignete Freizeitangebote zu finden. Die «Hindernisfreien Wege» von SchweizMobil schaffen Abhilfe, indem sie Auskunft geben über die Anreise mit barrierefreien öffentlichen Verkehrsmitteln, die Beschaffenheit eines Weges und die Infrastruktur der Umgebung (z.B. Toiletten und Restaurants). **Das Urteil der Jury:** Das Angebot schafft einen hohen Mehrwert für eine wachsende Zielgruppe und nutzt überdies das Wegnetz sowie die Plattform von SchweizMobil.

Vertreten durch: Mobility International Schweiz
MIS, Marcus Rocca, Geschäftsführer
www.mis-ch.ch



Mobility International Schweiz, die Reisefachstelle für Menschen mit Behinderung, vertritt die «Hindernisfreien Wege» von SchweizMobil. zvg

Ort im Zeichen des Alphorns



Erlebbares Brauchtum: **Nendaz Tourisme** und die Leistungsträger haben mit der Fokussierung auf das Alphorn ein USP geschaffen. zvg

Nendaz positioniert sich als «capitale du cor des Alpes» – nicht nur dank seines bekannten internationalen Alphornfestivals, das jeweils im Juli stattfindet. Während des ganzen Jahres erfüllen die sonoren Klänge den Walliser Ferienort, in dem unter anderem auch Kurse angeboten werden, um interessierte Gäste in dieser alten Kunst zu schulen. **Das Urteil der Jury:** Nendaz inszeniert die Kultur des Alphorns auf eine innovative Art und Weise. Der Mut zur Fokussierung ermöglicht einen USP mit nationaler und internationaler Ausstrahlung.

Vertreten durch: Nendaz Tourisme,
Sébastien Epiney, Direktor
www.nendaz.ch

Den Sommer clever nutzen



Mens sana in corpore sano: Weiterbildung in der «Sommerakademie» des **Seminarhotels Sempachersee**. zvg

Für Ausbildungsverantwortliche, Seminarleiter, Trainer, Coaches oder Personalfachleute gibt es keine Weiterbildungsangebote in den Ferienzeiten. Mit der «Sommerakademie» wird dieses Manko behoben. Mitgetragen wird das Angebot von sieben Partnern, die für die Inhalte verantwortlich sind, sowie von Sponsoren, die die segmentspezifische Vermarktung unterstützen. **Das Urteil der Jury:** Die «Sommerakademie» ist eine geschickte Angebotsergänzung zur Schließung der Sommerlücke und überzeugt durch strategische Kooperationen.

Vertreten durch: Seminarhotel Sempachersee,
Remo Fehlmann, Direktor
www.diesommerakademie.ch

Diener des Langsamverkehrs

Swiss Trails stellt auf dem Netz von SchweizMobil ein international einzigartiges Serviceangebot zur Verfügung. Dazu gehören unter anderem Gästebetreuung, Gepäck- und Fahrradtransporte, Fahrradvermietung und Unterkunftsvermittlung. **Das Urteil der Jury:** Swiss Trails gibt der Infrastruktur von SchweizMobil einen Mehrwert. Die Firma ist ein Erfolg, weil sie immer wieder ihre Erfahrungen weitergibt, ihren Konkurrenten Dienstleistungen (Gepäcktransport) zur Verfügung stellt und vielfältige Kooperationen betreibt.

Vertreten durch: Swiss Trails GmbH,
Ruedi Jaisli, Inhaber
www.swisstrails.ch



Während sich der Gast dem schweisstreibenden Vergnügen widmet, ist **Swiss Trails** im Hintergrund um die Reise Logistik besorgt. zvg

Drei Nominationen für den Umweltpreis



Kein Hotel für Strohköpfe, sondern für naturverbundene Geniesser: das mit Stroh erbaute **Maya Guesthouse** in Nax Mont-Noble (VS). zvg



Die **Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG** ermöglicht ihren Gästen mit «domicil da vacanzas» unbelastetes Reisen. zvg



Wie lässt sich nachhaltig leben? Die **Umwelt Arena Spreitenbach** gibt Antworten und bereitet dem Besucher zugleich ein Erlebnis. zvg

Boutique Hotel aus 55 Tonnen Stroh

Das Boutique Hotel Maya Guesthouse in Nax Mont-Noble (VS) ist das erste fast komplett aus Strohballen gebaute Hotel. Dafür wurden 55 Tonnen Stroh verarbeitet, zudem natürliche Materialien wie Holz, Stein, Lehm, Kalk und Glas. Die acht Gästezimmer wurden mit Holzern aus der Umgebung gefertigt: Fichte, Zirbelkiefer, Walnuss, Ulme, Birne, Esche und Lärche.

Ein Holzofen sowie eine solarthermische Anlage dienen der Wärmegewinnung, mit dem Ziel, das Maya Guesthouse energetisch unabhängig zu betreiben. Die Gerichte werden vorwiegend

mit lokalen und saisonalen Produkten zubereitet. Ausserdem liefert der eigene Garten Obst und Gemüse.

Das Urteil der Jury: Das Maya Guesthouse ist das erste Hotel mit einer Gebäudehülle aus Strohballen. Die Idee wird auch durch die Verwendung anderer natürlicher Baumaterialien sowie das nachhaltige Managementkonzept konsequent und überzeugend umgesetzt. Das Maya-Guesthouse ist besonders umweltfreundlich.

Vertreten durch: Lisa und Louis Papadopoulos, Inhaber und Geschäftsführer
www.maya-guesthouse.ch

«Travel light» dank Gepäcktransport

Der Gepäcktransport «domicil da vacanzas» ermöglicht eine stressfreie An- und Abreise ohne Kofferschleppen. Von 444 bedienten Bahnhöfen der Schweiz aus kann der Gast das Gepäck mit Zielort «Scuol domicil» oder «Val Müstair domicil» bis in die Unterkunft in der Ferienregion Engadin Scuol Samnaun Val Müstair aufgeben. Die Gepäckaufgabe bei der Rückreise erfolgt erneut vom Hotel oder der Ferienwohnung aus.

Das Projekt konnte dank der Unterstützung des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation sowie in Zusammenarbeit

mit den SBB, der Rhätischen Bahn und PostAuto umgesetzt werden. Der Service hat für den Gast in der Pilotphase keine Zusatzkosten zur Folge.

Das Urteil der Jury: Der Gepäcktransport zu Standardpreisen – ein Schlüsselement für die Verlagerung zum öffentlichen Verkehr (ÖV) – wird geschickt umgesetzt. Die tolle Idee entspricht einem relevanten Thema und Kooperationsprojekt zwischen dem ÖV und der Destination.

Vertreten durch: Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG, Michael Leibacher, Leiter Angebotsentwicklung
www.engadin.com

Erlebnisreiche Umwelt Arena

Die Umwelt Arena Spreitenbach ist ein Ausflugsziel für Laien, Fachleute und Familien, die sich für Nachhaltigkeit im modernen Leben interessieren. Über 100 Partner präsentieren ihre Lösungen und Ideen in 45 interaktiven Ausstellungen – die keine Verkaufsshows sind – in den Bereichen «Natur und Leben», «Energie und Mobilität», «Bauen und Modernisieren» sowie «Erneuerbare Energien».

Gleichzeitig ist die Umwelt Arena Veranstaltungsort für Firmen- und Familienanlässe, Seminare, Messen und Kongresse. Mit speziellen «Gewinnerpa-

den» (individuell) und verschiedenen Führungen (auch für Schulen) können die Besucher ihr Wissen spielerisch vertiefen.

Das Urteil der Jury: Die Umwelt Arena ist extrem spannend und weltweit das erste Haus dieser Art. Sie hat ein grosses Potenzial. Dank dem erlebnisreichen, interaktiven Angebot lernen die Besucher tatsächlich auf spielerische Art und Weise die Umwelt besser kennen. Das Kernthema wird konsequent umgesetzt.

Vertreten durch: Umwelt Arena Spreitenbach, Walter Schmid, Initiator und Verwaltungsratspräsident
www.umweltarena.ch

Essen macht empathisch

Eine aktuelle Studie zeigt, dass der gemeinsame Lunch zwar entspannt, kognitive Fähigkeiten aber teilweise reduziert. Trotzdem meint Mitautorin Annekathrin Schacht, dass sich eine Mittagspause lohnt.

GUORUN SCHLENCZEK

Annekathrin Schacht, die Studie macht deutlich, dass nach einem gemeinsamen Essen im Restaurant die kognitive Kontrolle reduziert ist. Ist das für die Arbeitssituation nun als positiv oder als negativ zu werten? Ich würde sagen positiv. Die kognitive Leistung nimmt ja nicht als Ganzes ab. Die Entspannung hat ja auch einen positiven Effekt.

Weichen?

Die neurologischen Untersuchungen haben klar gezeigt, dass nach einem gemeinsamen Lunch im Restaurant die Versuchspersonen sensibler auf emotionale Gesichtsausdrücke reagieren. In vielen Arbeitsbereichen ist das von grosser Bedeutung: ob für die Zusammenarbeit im Team, für Führungspersonen oder im Umgang mit den Kunden.

Und welches sind die Nachteile eines gemeinsamen Lunches? Beeinträchtigt sind vor allem Kontrollfunktionen. Bei Tätigkeiten, bei denen es darauf ankommt, dass das kognitive Prüfungssystem perfekt funktioniert und eine hohe Präzision gefordert ist, kann ein gemeinsames Mittagessen in entspannter Restaurantatmosphäre tatsächlich einen negativen Einfluss haben. Das wäre zum Beispiel der Fall bei Hirnchirurgien oder Fabrikarbeitern, beide müssen mit ihren Geräten respektive Maschinen sehr exakt arbeiten.



«Es gibt nicht die goldene Regel für den optimalen Lunch.»

Annekathrin Schacht
Universität Göttingen

Was wären Ihrer Ansicht nach die idealen Bedingungen für den Lunch am Mittag?

Die aktuelle Studie ist die erste dieser Art, weitere sollen noch folgen. Wir haben nur zwei Situationen miteinander verglichen: Essen am Arbeitsplatz alleine und Essen im Restaurant mit einer Freundin. Die Standardoption, das Essen mit Kollegen im Personalrestaurant, haben wir noch nicht untersucht. Die Daten lassen aber bereits vermuten, dass es die Standardoption für die optimale Mittagszeitgestaltung nicht gibt.

Was heisst das für Arbeitgeber?

Es gibt nicht die goldene Regel für den optimalen Lunch des Arbeitnehmers. Ich denke, dass man das Thema individuell und in Abhängigkeit der Arbeitsbedingungen angehen muss. Je nachdem wird eine andere Art der Mittagessenszeitgestaltung die beste sein.



Mit der Freundin lunchen macht nicht glücklicher, aber entspannter.

Fotolia

Was können Caterer von den Ergebnissen lernen?

Dass sie sich nicht nur aufs Essen fokussieren, sondern die ganze Essenssituation mit einbeziehen. Das Essen war bei unseren jeweiligen Versuchsbedingungen völlig identisch. Allein der Kontext des Essens sorgte für den Effekt. Mit einem so deutlichen Effekt hatte ich persönlich gar nicht gerechnet.

Was will man als Nächstes untersuchen?

Unter anderem die Auswirkung auf die Kreativität. Ich vermute, dass ein Restaurantbesuch hier einen positiven Einfluss hat. Vergleichen wollen wir auch verschiedene Kontexte: das Top-Lokal versus die Mensa.

Studie Die psychologischen Effekte einer mittäglichen Mahlzeit

Dass sich eine gemeinsame eingenommene Mahlzeit positiv auf die Interaktion der Beteiligten auswirkt, wird allgemein angenommen. Wissenschaftlich erforscht wurde diese Frage in der Vergangenheit allerdings noch nicht. Eine Forschergruppe unter Leitung des Instituts für Psychologie der Humboldt-Universität in Berlin hat nun untersucht, welche kognitiven und emotionalen Prozesse durch gemeinsames Essen in Gang gesetzt werden. 32 Probandinnen nahmen ihr Mittagessen alleine im Büro oder zusammen mit

einer Freundin in einem Restaurant ein. Gemessen wurde die Wirkung auf Wahrnehmung und Emotionen per Fragebogen, EEG und Reaktionszeitmessung. Mit der neurologischen Messung und der Wirkung des Essens auf die kognitive Leistung der Arbeitnehmer geht das Forschungsteam neue Wege. Kernergebnis: Bei einer gemeinsamen eingenommenen Mahlzeit lässt die kognitive Kontrolle etwas nach. Die Probanden waren nachher zwar nicht besser gelaunt, aber fühlten sich entspannter. Veröffentlichung unter www.plosone.org

MARKTNOTIZEN

Kunden gewinnen mit Empfehlung per Postkarte



Neue Kunden gewinnen mit der Empfehlungskarte der Post

Zufriedene Kunden sind die beste Werbung. Deshalb bietet die Post ihren Geschäftskunden seit Kurzem ein einfaches und wirkungsvolles Instrument, um neue Kunden zu gewinnen: die Empfehlungskarte. Bestehende Kunden schicken die vorfrankierte Empfehlungskarte an Verwandte, Freunde oder Geschäftspartner. Mit einem persönlichen Gruss versehen wird sie bestimmt gelesen und bleibt in Erinnerung.

«Gefällt mir» in Kartenform

Die Empfehlungskarte ist Mundpropaganda und Postkarte in einem. Sie kombiniert die glaubwürdige persönliche Empfehlung mit der positiven Wirkung des Briefs. Wenn bestehende Kunden ein Produkt, eine Dienstleistung oder ein Unternehmen den Personen in ihrem Umfeld weiterempfehlen, beeinflusst das deren Kaufentscheid positiv. Ähnlich dem «Gefällt-mir»-Button in den sozialen Medien ist die Empfehlungskarte eine auffällige Werbevariante in der physischen Welt. Dabei wirkt ihre Botschaft sogar stärker als eine Online-Empfehlung: Eine Karte im Briefkasten erzielt eine besonders hohe Aufmerksamkeit. Empfehlungskarten eignen sich ideal zum Auflegen, als Beilage in der Rechnung, in einem Paket, in einer Zeitschrift oder als Bestandteil eines adressierten Mailings.

Nur für verschickte Karten bezahlen

Das neue Angebot der Post eignet sich für Unternehmen jeder Grösse. Sie bezahlen lediglich das Porto jener Karten, die effektiv verschickt wurden. Ein Unternehmen, das die Empfehlungskarte einsetzt, bezahlt pro Auftrag eine Grundgebühr von 50 Franken und pro verschickte Karte innerhalb der Schweiz 1.15 Franken. Ins Ausland verschickte Empfehlungen kosten je 1.90 Franken.

www.post.ch/empfehlungskarte

Gnarly Head

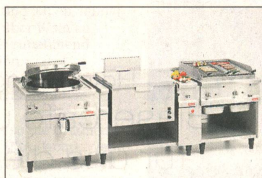
Halloween – with a hint of Gnarly

«Cool» oder «knorrig»? Im Amerikanischen verwendet man das Wort «Gnarly» sowohl für die Umschreibung alter und knorrigere Reben, als auch in der Umgangssprache für «cool» oder «extrem». Die alten Weinstöcke der Familie Indelicato, von denen die Zinfandel-Trauben stammen, sind genauso alt und knorrig. Und entsprechend dem kalifornischen Lifestyle ist dieser Kultwein auch so richtig «gnarly». Mehr als 100.000 Fans auf Facebook und der mehrfache Gewinn des Hot Brand Awards beweisen die grosse Beliebtheit von Gnarly Head. Und wer ein Glas vom Old Vine Zinfandel probiert, der versteht auch gleich das Erfolgsrezept: die Qualität, die vielschichtig und komplex aber zugleich zugänglich geblieben ist. Nach der heißen BBQ-Saison freut sich Gnarly Head bereits auf Halloween – denn ein frecher Old Vine Zinfandel passt hervorragend zu einer pikanten Kürbiscrème und einem Anflug von Grusel. In der Schweiz kann der Gnarly Head bei Dettling & Marmot sowie im CC bei Prodega/Growa bezogen werden.

www.dettling-marmot.ch



Gnarly Head Old Vine Zinfandel



ProfilLine von PALUX

PALUX: Leidenschaft fürs Kochen

PALUX präsentiert die Serie ProfilLine – Live-Präsentationen mit Touch 'n' Steam! Die neue, leistungsstarke thermische Geräte-Serie PALUX ProfilLine steht bei den Herbstmessen 2013 im Mittelpunkt der Messeauftritte von PALUX. Zusätzliche Gerätegrössen ergänzen die Heissluft-Dämpfer-Generation Touch 'n' Steam. In Aktion zeigen die Multifunktionsgeräte, wie Profis Tag für Tag einfach, effizient und mit höchster Qualität kochen können.

Die professionelle Verpflegung stellt hohe Ansprüche an ihr Arbeitsumfeld: Gefragt sind individuelle und nachhaltige Konzepte, wirtschaftliche Effizienz und qualitativ erstklassige Produkte. In puncto Küchentechnik und Küchenplanung hat PALUX für jeden Bedarf die optimale Lösung, in der klassischen Gastronomie sowie in der Gemeinschaftsverpflegung. Die neue PALUX ProfilLine ist ein umfassendes, leistungsstarkes Geräteprogramm speziell für die Zubereitung von grossen Mengen. Das modulare Standgeräteprogramm überzeugt mit bewährter PALUX-Technik in solider, stabiler Verarbeitung. Eine Vielzahl an thermischen Komponenten in Elektro- und Gasausführung ermöglicht individuelle Küchenlösungen, massgeschneidert auf Betriebsgrösse und Bedürfnisse.

Erleben Sie die neue PALUX ProfilLine und lassen Sie sich von den Qualitäten der Heissluft-Dämpfer-Serie Touch 'n' Steam überzeugen. PALUX freut sich auf Sie!

www.palux.de

Saftzentrifuge ganz aus Edelstahl: Rotor Vitamat Inox

Die neue Hochleistungs-Saftzentrifuge Rotor Vitamat Inox besticht durch Robustheit, Einfachheit und wesentlich gesteigerte Produktivität. Beim Material wurde konsequent auf Edelstahl gesetzt. Alle Teile mit Lebensmittelkontakt können unendlich oft in der Spülmaschine gereinigt werden. Insbesondere weist der Schleuderkorb weder Kunststoff noch Magnetmaterial auf.

Der neue Vitamat basiert auf einem von Rotor Lips gebauten Spezialmotor, der wesentlich schneller dreht, als bei anderen gewerblichen Zentrifugen. Daher hat das Gerät eine bessere Saftausbeute und arbeitet schneller. Eine optimale Ausbeute wird zudem durch die 2 unterschiedlichen Drehzahlen ermöglicht, eine tiefere für weiche Früchte und Obst sowie eine hohe für harte Früchte und Gemüse. Durch die ausgetüftelte Geometrie hat der neue Vitamat Inox eine deutlich geringere Neigung zum Verstopfen und kann – ebenfalls dank der wählbaren Drehzahl – auch Äpfel sehr gut entsaften. Der mitgelieferte grosse Tresterbehälter fasst 12 Liter.

www.rotorlips.ch



Rotor Vitamat Inox



WIBERG Paprika geräuchert

Einzigartiger Geschmack in der Küche

WIBERG Neuprodukte 2013

Die neuen Gewürze und Öle sorgen für einen einzigartigen Geschmack in der Küche – bei gleichzeitiger Vielfalt. WIBERG Paprika geräuchert ist ebenso rot wie reich an Nuancen. WIBERG Paprika geräuchert schmeckt würzig-fruchtig mit kräftiger Rauch-Note und findet sowohl für Ragouts, Eintöpfe, Saucengerichte, Suppen, Dips, Marinaden, Aufstriche, Käsespezialitäten als auch für pikantes Gebäck Verwendung. Der Sesam schwarz hebt sich von seinem roten Newcomer-Kollegen zwar farblich ab, ist jedoch ebenso universell einsetzbar. Die ganzen Körner machen sich besonders gut als Panade oder zum Garnieren verschiedener Speisen, wie Fleisch, Fisch, Krustentiere und vegetarische Gerichte.

Genuss ohne Grenzen ist garantiert!

Verkosten Sie diese und viele weitere WIBERG Produkte auf der Igeho in Basel, Halle 1.2 Nr. C92!

www.wiberg.eu

News

Erstes Schweizer
Mitgliedshaus bei
Embrace Hotels

Das 3-Sterne-Haus Breite Hotel in Basel ist das erste Hotel in der Schweiz, das dem Verbund der Embrace Hotels beigetreten ist. 40 Integrationshotels, bisher vornehmlich aus Deutschland, Italien und Griechenland, haben sich darin zusammengeschlossen. Sie wollen eine Plattform für die Betriebe bieten sowie Arbeitsplätze für behinderte Menschen in der Hotellerie erhalten und neu schaffen.

www.dasbreitehotel.ch

Gletscherrestaurant
auf dem Jungfrau-
joch wird saniert

Die Jungfrauabahn investieren 11,3 Millionen Franken in die Sanierung des Gletscherrestaurants auf dem Jungfraujo. Bis im Frühjahr 2014 werden das Bolly-wood- und das Gruppenrestaurant Eiger erneuert, um den Gästen zusätzliche Sitzplätze, eine komplette Neuausstattung der Räumlichkeiten und der Küchen sowie eine neue WC-Anlage zu bieten. Der Tagesbetrieb auf dem Jungfraujo bleibt während der Sanierungsphase aufrechterhalten.

Kolumne

Destinationen für Kunden



Harder's

Thomas Harder ist Markenspezialist. Der Gründer und Geschäftsführer von Swiss Brand Experts arbeitet regelmässig mit Destinationen und touristischen Leistungsträgern zusammen. In der htr-Kolumne schildert er seine ganz persönlichen Markenbeobachtungen.

Während der letzten Jahre stand das Thema Destinationsbildung auf der Prioritätenliste der Schweizer Touristikerinnen und Touristiker weit oben. Es galt als Erfolgsgeheimnis im touristischen Konkurrenzkampf. Während an verschiedenen Orten Projekte mit diesem Lösungsansatz realisiert werden, sind vermehrt auch Meldungen von Misserfolgen zu vernehmen. Destinationsbildungen kommen nicht zustande, zeitigen nicht die gewünschten Resultate, Abspaltungen erfolgen.

Wie und wann kann gemeinsames Wirken und Agieren gelingen? Aus markentechnischer Sicht erachte ich drei Grundüberlegungen als wesentlich: Erstens ist das organisatorische Verbinden von Orten und Angeboten zu einer Destination vorerst eine rein strukturelle Massnahme – mehrere kränkelnde Orte zusammen ergeben noch nichts Überzeugendes, Starkes. Zweitens gehören Gast und Kundschaft ins Zentrum der Überlegungen. Allzu oft sind bei Zusammenschlüssen stattdessen Grössen-, Effizienz- und Vermarktungsvorstellungen die Treiber, der Gast erlebt in der Folge Verschlechterung und bleibt zu Hause. Und drittens denken Gäste nicht in Destinationen, sondern in ihrer ganz eigenen Präferenz – sie haben einen Primär-Ort im Tal, das umgebende Tal ist vielleicht oder gerade nicht Nebensache. Das grössere Ganze der Destination ohne die lokalen, spezifischen Angebote kann für sie sogar negativ sein.

Aus diesen Grundüberlegungen können fünf Umsetzungsimpulse abgeleitet werden – immer bildet die Kundschaft Dreh- und Angelpunkt: 1. Mehrleistung entscheidet. Die Destination muss als Ganzes mehr wertschöpfende Leistung erbringen, mehr Dynamik und Sichtbarkeit entwickeln als die einzelnen Akteure alleine – möglichst mittels sonst nicht realisierbaren Angeboten: ein grösseres, abwechslungsreicheres Skigebiet mit neuen Bahnen und Pisten, wie das Aletschgebiet, echte Vereinfachung für den Gast durch «alles aus einer Hand» in Flims-Lax, die Wellness-Bereicherung durch die Einbindung von Weggis an Luzern. Ein fassbares Mehrleistungsprogramm sollte dafür entwickelt werden.

2. Keine Einheitsrezepte. Jedes Destinationsprojekt präsentiert eine andere Konstellation und Chance: Einmal gibt es wie in Zürich oder Genf eine klare Leaderkonstellation, einmal besteht eine Parallelkon-

stellation mit einzelnen profilierten Orten einerseits und einem starken Gesamtgebilde andererseits, wie im Val d'Anniviers oder Jura Trois-Lacs, einmal sind Einzelorte für die Gäste massgeblich (Einzelkonstellation) und Koordination mit anderen erfolgt im Hintergrund oder nur bei Einzelprojekten, wie bei der Skigebietsverbindung Arosa/Lenzerheide. Je nach Konstellationsart unterscheiden sich Destinationsorganisation und die Konzepte für Angebots-/Produktentwicklung, Betreuung vor Ort, Vermarktung sowie Marken-Architektur und -Auftritt.

3. Internen Wettbewerb fördern. Jüngst habe ich erlebt, wie nach dem Zusammenschluss dreier Bergbahnen der gegenseitige Wettbewerb um die beste Pistenpräparation und Veranstaltungen für den Gast verschwunden und die Leistungen für den Gast merklich gesunken sind. Das Beispiel bringt es auf den Punkt – Co-opetition kann wesentliche Voraussetzung für ein differenziertes, wertschöpfendes Angebot für die Gäste sein. Wie erhalten Sie dieses belebende Spiel der Kräfte in der Destination?

4. Organische Entwicklung – Stärken stärken. Die Destinationsentwicklung sollte auf den vorhandenen und in den Köpfen der Gäste verankerten Stärken aufbauen und in der heutigen, nach Authentizität suchenden Zeit auch das Lokale neben dem neuen Grösseren stärken. Verhindern Sie in der Destinationsbildung künstlichen Aktivismus und aufgesetzte Neuerfindungen. Die Rückbesinnung der Destination Schweiz auf den Schneesport ist positives Beispiel fürs Prinzip Stärken stärken.

5. Gäste-Einbezug von Beginn weg. Beziehen Sie die Gäste gezielt in den Entwicklungsprozess ein. Ergründen Sie genau, was für den Gast heute attraktiv ist, was er als positive, was als negative Veränderungen einschätzen könnte.

Unsere Kolumnisten

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

ANZEIGE

BLASERCAFÉ
SUISSE

La Marzocco.
State of the Art!

Blasercafé ist Ihr neuer Vertriebspartner für die Kultkaffeemaschinen vom italienischen Hersteller La Marzocco. Immer mehr Topbaristi vertrauen auf diese formschönen und technisch ausgeklügelten Halbautomaten. Grund Genug, mit ihnen diesen Vorsprung zu teilen. Gerne unterstützen wir Sie bei der Planung und Umsetzung Ihres individuellen Kaffeekonzeptes.

Besuchen Sie uns an
der IGEHO in Basel.
Halle 1.2 / Stand D47

www.blasercafe.ch

Hotel Rivingtons & Sons, Zürich:
„Blasercafé und La Marzocco ist
für uns die perfekte Lösung.“



«Trinke ich Wein, höre ich Musik»

Justin Leone hatte genug vom Leben als Profimusiker – und wurde Sommelier. Im Münchner Top-Lokal Tantris macht er am neuen «Sommelier's Table» Wein zum lockeren Thema.

NATHALIE KOPSA

Justin Leone, Sie sind bekannt für Ihren unkonventionellen Umgang mit Wein, gelten als wilder Counterpart im «Tantris»-Sommelierteam. Inwiefern können Sie sich mit dieser Rolle identifizieren? Ich habe eine ganz andere Herangehensweise an die Themen Wein und Kulinarik als meine Kollegen. Das hängt zum einen mit meinem Vorleben als Musiker zusammen. Ich denke anders. Wenn ich einen Wein schmecke, dann höre ich Musik. Auch beim Wein geht es um Balance, Harmonie, Kontrapunkte. Die Nuancen reihen

sich für mich wie Noten auf einem Blatt aneinander. Ich bin auch anders, weil ich Amerikaner bin. Wenn ich Gäste mit meinem Akzent anspreche, ist das für manche verwirrend oder lustig und wirkt nicht ganz so seriös, wie man das von einem Sommelier in einem Sterne-Restaurant gewohnt ist.

Was halten Sie von Prahlern mit Weinwissen? Ich halte keine todernsten Vorträge über Wein, so etwas interessiert doch keinen. Wenn ein Gast zurück auf die Schulbank möchte, kann er das gerne woanders tun. Was ich gar nicht mag, ist die Haltung von Ratgebern wie «Wein für Dummies». Da steckt eine überhebliche Haltung gegenüber unerfahrenen Weintrinkern dahinter, die ich hasse. Jeder von uns hat einmal als Dumme angefangen. Wenn ein Gast neugierig ist, und sich zum ersten Mal mit Wein auseinandersetzt, respektiere ich das. Ich möchte das Thema Wein aber auch nicht ins Lächerliche ziehen. Wein ist ganz bestimmt eine seriöse Angelegenheit und kann so komplex wie ein Kunstwerk oder eine Schweizer



Von der Konzertbühne ins Spitzenrestaurant: Justin Leone gehört zum Sommelier-Team im Münchner «Tantris».

ZVG

Armbanduhr sein. Aber man darf seinen Humor bei aller Ernsthaftigkeit nicht verlieren.

Woher kommt Ihre Liebe zum Wein?

Meine Mutter ist Engländerin und trinkt höchstens einmal im Jahr ein Bier oder einen Sherry. Mein Vater ist Italiener und hatte beim Essen immer eine grosse Karaffe Rotwein auf dem Tisch stehen. Das könnte schon der Kern für meine spätere Wein-Passion sein. Ich bin irgendwann an einem Punkt im Leben angekommen, an dem ich mich für einen «erwachsenen» Job qualifizieren wollte, und so ging ich zunächst an die Uni, um meinen MBA mit Schwerpunkt Musik zu machen. Parallel dazu fing ich an, immer mehr Bücher über Wein zu lesen und war zunehmend fasziniert davon.

Haben Sie ein Sommelier-Diplom?

Wir sind nicht so die Urkunden-Typen in den USA (lacht). Wenn man sich dort für einen Posten als Sommelier interessiert, lernt man sein Handwerk, indem man einen erfahrenen Sommelier bei der Arbeit unterstützt. Natürlich liest man viel und macht Verkostungen. Das Wichtigste ist aber die Selbstmotivation, weil es um Leidenschaft geht. Das funktioniert nicht bei allen, manche brauchen feste Strukturen und Hausaufgaben – ich nicht.

Seit Kurzem gibt es im Tantris den «Sommelier's Table». Die Idee stammt von Ihnen?

Auswahl von 20 Bordeaux des 63er-Jahrgangs, also seines Geburtsjahres machen. Oder wenn jemand gerade im Burgund war und dieses Erlebnis gerne mit seinen Kollegen teilen möchte, könnten wir einen Crus-de-Bourgogne-Abend organisieren, an dem wir gemeinsam durch die ganze Côte d'Or wandern.

Sie haben doch bestimmt noch weitere Projekte in petto?

Als Nächstes werde ich mit meinem Sommelier-Kollegen Stefan Peter einen Wein-Négoce aufmachen, mit einem sexy Sortiment sowohl in der bewährten hohen Tantris-Qualität als auch mit erschwinglicheren Posten. Wir Sternegastronomen sind doch die Stimme und die Botschafter der Winzer, was liegt da näher, als deren Weine mit unserer Erfahrung einem grösseren Publikum vorzustellen?

Fakten Ein amerikanischer Kontrabassist im Münchner Spitzenrestaurant

Justin Leone ist in Kanada geboren und in den USA aufgewachsen. Der 31-jährige studierte Kontrabass-Spieler hat den Grundstein für seine Sommelier-Laufbahn unter anderem im 3-Sterne-Restaurant Alinea in Chicago unter der Leitung von Küchenchef Grant Achatz gelegt. Seit 2011 ist er Mitglied im dreiköpfigen Sommelier-Team im «Tantris» in München. Das 2-Sterne-Restaurant wurde 1971 vom Baunternehmer und Feinschmecker Fritz Eichbauer erbaut. Kulinarisch von der französischen Kü-

che und architektonisch von den Schweizer Mövenpick-Restaurants inspiriert, gilt es als Wegbereiter einer neuen Gastronomiebewegung in Deutschland. 1973 vergab der Guide Michelin dem «Tantris» mit dem damaligen Chef Eckart Witzgmann den ersten Stern, ein Jahr darauf folgte der zweite. Seit 20 Jahren prägt Hans Haas den Stil der Küche. Die Fabelwesen aus Beton auf dem Vorplatz und im Restaurant stammen übrigens vom Schweizer Künstler Bruno Weber. nk
www.tantris.de

Impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotelesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Resortleitung:

aktuell: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Çaldara/aca

fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lib; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl;
Gudrun Schlenczek/gsg

Praktikum: vakant
Grafik und Produktion: Roland Gerber/rg;
Andrea Husistein/ah; Daniel Steiny/st
Korrektur: Paul le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Alesch/hpa
Praktikum: Arbresha Veljaj/vav
Koordination: Daniel Steim

Verlag

Leitung: Barbara König,
Assistent: Alain Häni.
Stellensinsette: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Arbresha Veljaj/vav
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller,

Michael Müller.

hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: 10 330 (WEMF/SW-
Beglaubigung 2013)
Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 169.–,
ISSN: 1424-0440

Kontakt

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
Inserte: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: Inserte@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.

BRITA Professional

**MIT BRITA
MACHE ICH DEN
BESTEN ESPRESSO
DER STADT**

PURITY Finest –
Erfahrung und Leidenschaft
für guten Espresso

Besuchen Sie uns an der Igeho in Basel!
Vom 23. – 27. November 2013, Halle 1.1 Stand E103

Erfahren Sie mehr unter:
www.professional.brita.net





ENTFACHE DIE VIELFALT



FoamMaster™ FM800

Der neue FM800 ist der professionelle und elegante Alleskönner der neuen Premiumklasse von Franke Coffee Systems. Der intuitive und individuell programmierbare 10.4" Touchscreen macht die Bedienung zur Leichtigkeit: eine kleine Berührung genügt, und klassische Kaffees gelingen genauso perfekt wie warme und kalte Milchschaumgetränke. Perfekter Schaum in der gewünschten Konsistenz. Eine vollautomatische Kaffeeelösung, die alle Sinne anspricht.

fm.franke.com

IGEHO, BASEL

vom 23. bis 27. November 2013 | Halle 1.1 | Stand F121

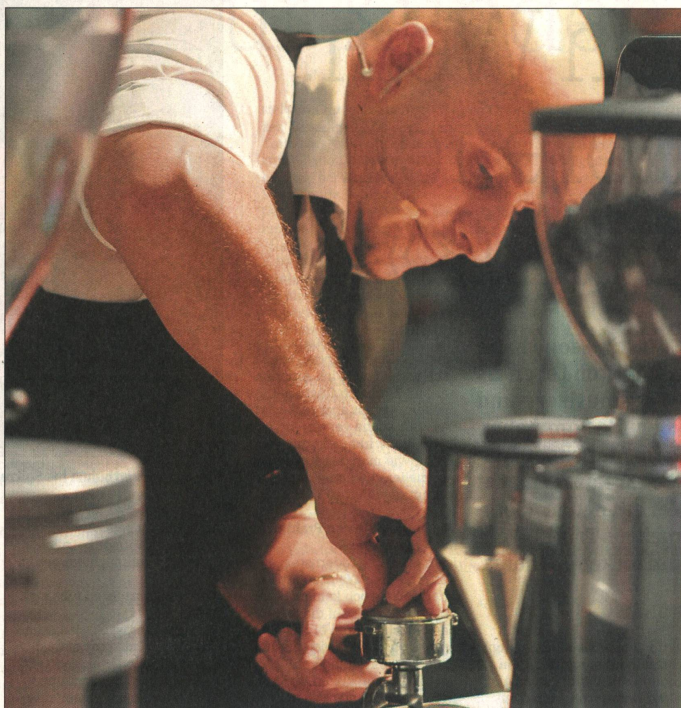
COFFEE
SYSTEMS

FRANKE

18 dolce vita

htr hotelrevue
Nr. 40 / 3. Oktober 2013

Kaffee. Barista-Kunst. Giuliano Bartoli fordert eine Grundbildung zum Cafetier. Kurse alleine reichten nicht.



Giuliano Bartoli bereitet täglich bis zu 800 Espresso an der Siebträgermaschine zu.

SCAE Schweiz/zvg

«Eine Lehre zum Cafetier tut not»

Giuliano Bartoli ist mit Herz und Seele Barista. Der Job sei hart, es brauche Wissen und Motivation.

REINATE DUBACH

Giuliano Bartoli, was raten Sie einem Gastronomen, wenn ihm sein Kaffee nicht mehr schmeckt?

Vielleicht ist es ein technisches Problem, dann müsste er seinen Röster kontaktieren und ihn bitten, die Kaffeemaschine richtig einzustellen. Wenn er einen Vollautomaten hat, den alle Mitarbeitenden bedienen sollen, müssen diese auch entsprechend geschult sein. Aber vielleicht möchte der Gastronom eine Siebträgermaschine anschaffen. Dann müsste er jemanden finden, der die Verantwortung dafür übernehmen und sich zum Barista ausbilden möchte.

Sie sind Barista und machen 700 bis 800 Espresso pro Tag in der Zürcher Kaffeebar La Stanza, das tönt nicht nach einem einfachen Job.

Nein, ist es nicht. Manchmal habe ich Probleme mit den Bandscheiben oder mit den Bändern in den Armen, das kommt davon, dass ich immer die gleiche Bewegung machen muss. Es ist ein stressiger Job, die Gäste wollen nicht lange auf ihren Espresso warten.

Sie sind aber gerne Barista? Absolut. Ich habe die Freude daran behalten. Ich schaue

einem Espresso gerne zu, wie er in die Tasse rinnt, wie er riecht. Ich mache gerne ein Cappuccino mit Latte Art. Für mich ist das nicht malochen, auch wenn ich fünf Tage pro Woche neun Stunden lang als Barista arbeite. Ich mache etwas Feines.

Was zeichnet einen guten Barista aus?

Das Interesse an einem guten Kaffee und die Motivation, diesen den Gästen zubereiten zu wollen. Man muss Kaffee wirklich sehr gerne haben in diesem Beruf.

Muss man nicht auch sensorisch gut sein und manuell geschickt?

Ich glaube nicht, das lernt man alles. Die nötige Intelligenz für den Beruf kommt mit der Motivation.

Und freundlich sollte man auch immer sein.

Wenn man im Stress ist, ist das nicht einfach. Als Gast sollte man daran denken, dass der Barista auch einmal einen schlechten Tag haben kann.

Sollten die Wirte ihren Angestellten die Barista-Kurse bezahlen?

Ich finde schon, die Kurse kosten vielleicht 1000 bis 1500 Franken. Aber damit der ausgebildete Barista dann im Betrieb bleibt, müsste der Gastronom ihm auch die Möglichkeit geben, seine Fähigkeiten anzuwenden.

Was raten Sie jungen Frauen oder Männern, die Barista werden wollen?

Sie sollen Barista-Kurse besuchen. Nach einem Kurs ist man natürlich noch nicht Barista, es braucht viel praktische Erfahrung dafür.

«Die Barista-Kurse sind keine fundierten Ausbildungen.»

Giuliano Bartoli
Zürcher Café «La Stanza»

Aber eigentlich genügen die Barista-Ausbildungen, wie sie

angeboten werden, nicht. Nein, man kratzt ein bisschen an der Oberfläche, es sind keine fundierten Ausbildungen. Es müsste in der Schweiz eine Lehre als Cafetier geben, in welcher ein umfassendes Kaffee-Wissen vermittelt wird, also vom Anbau über die Verarbeitung und Röstung bis zur Baristakunst. Servicefachleute müssen ja auch mehr lernen, als Essen und Trinken zu servieren, Köche müssen mehr können, als Rezepte zu befolgen. Bei Baristi sollte es nicht anders sein.

Zur Person Auf dem Weg zum Barista-Trainer

Giuliano Bartoli ist Barista im Zürcher Café «La Stanza» und dort und im «Café Lang» und im «Hotel Rivington and Sons» verantwortlich für die Kaffeequalität und die Ausbildung der Mitarbeitenden. Er ist SCAE Certified Barista und lässt sich aktuell zum Barista-Trainer ausbilden.

Kaffee. Brewed Coffee. Mit mengengebrühten Billigkaffees hat der neue Trend zur Filtermethode nichts mehr zu tun. Provenienzen werden einzeln in die Tasse gefiltert. Im hektischen Gastro-Alltag wird das zur Herausforderung.

Filterkaffee avanciert zum Luxusprodukt

Filterkaffee als Gourmet-Variante ist aufwendig in der Zubereitung. Gross ist im Vergleich auch der Warenaufwand – dafür sind die Verkaufserlöse bis zu 50 Prozent höher.

GUÐRÚN SCHLENCZEK

Wer wirklich Kaffeequalität zelebrieren und geniessen will, lässt zunehmend die Finger vom Kolbenkaffee – jener Machart, bei der das Wasser mit hohem Druck durch das Pulver fliesst. Die absolute Krönung für jeden Kaffee-Gourmet ist heute vielmehr der gefilterte Kaffee, englisch «brewed coffee». Christoph Huber, Mitinhaber des Café Henrici in Zürich, schwärmt: «Mit der Filtermethode löst man die grössten Aromenvielfalt aus dem Kaffee heraus.»

Die Filtermethode hat es aber nicht nur punkto Aromen in sich, sondern auch punkto Arbeitsaufwand und Warenaufwand. Denn wer wie Huber im «Henrici» auf feinste Kaffeequalität setzt, serviert den Filterkaffee nicht aus der Maschine, sondern per Handaufguss direkt vor dem Gast. «Um in unserem Hochfrequenzbetrieb im Zürcher Niederdorf den Arbeitsaufwand handhaben zu können, teilen wir diesen zwischen uns und dem Gast auf», verdeutlicht Christoph Huber.

Der Barista bereitet den Kaffee vor, der Gast macht den Rest selbst

Konkret sieht das folgendermassen aus. Der Barista bereitet den Filterkaffee vor: Er wiegt die

Menge Kaffeebohnen ab, mahlt die Portion frisch und nässt das Kaffeepulver im Filter an (Bloom). Der Mitarbeitende aus dem Service begibt sich mit dem heissen Wasser und dem vorbereiteten Kaffee zum Gast und macht den ersten Aufguss am Tisch, wobei er dem Gast das Handling erklärt. Dann ist der Gast selbst an der Reihe und giesst seinen Filterkaffee fertig auf. «Die Gäste sind meist stolz auf ihren frisch gebrühten Kaffee und erhalten von uns ja auch noch eine Mini-Schulung.» Wird der Kaffee nicht kalt bei der

«Wir teilen den Arbeitsaufwand zwischen uns und dem Gast auf.»

Christoph Huber
Café Henrici Zürich

Prozedur? Huber winkt ab. Alles werde gut vorgewärmt, die Temperatur in der Tasse betrage noch rund 60 Grad. «Die meisten Gäste trinken den Kaffee sogar zu schnell», beobachtet Huber. Ein Filterkaffee biete nach ein bis zwei Minuten Standzeit das optimale Bouquet. Im Gegensatz zum Espresso, der nach 20 Sekunden zu geniessen ist.

Pro Tasse braucht es doppelt soviel Kaffeepulver

Deutlich höher auch der Kaffeebedarf pro Tasse: Reichen für einen Espresso rund 7 Gramm Kaffeepulver, verlangt eine Tasse Filterkaffee nach 15 Gramm. Bei dunkel geröstetem Kaffee ist das Verhältnis zwischen Wasser und Kaffee noch enger. Tendenziell verwendet man aber helle bis mittlere Röstungen und wie im «Henrici» beim Handaufguss meist reine Provenienzen.

Der Filterkaffee avanciert dabei zur Degustationsmethode, welche aufgrund des Aufwands auch ihren Preis hat. Im Henrici kostet die Tasse Filterkaffee – je nach Sorte und Herkunft – Fr. 5.50 oder 6.–. Espresso und Café crème da-

gegen stehen für Fr. 4.20 auf der Karte. t

Obwohl mit Abstand mehr Getränke auf Espresso-Basis verkauft werden, ist Filterkaffee fester Bestandteil der Kaffee-Kultur im «Henrici». Der grosse Renner war in dem Zürcher Café diesen Sommer jedoch der «kalt gebrühte Kaffee», ebenfalls eine «slow-coffee»-Methode, die eine besonders lange Kontaktzeit zwischen kaltem Wasser und Kaffeepulver voraussetzt: Jeder dritte Kaffee wurde kalt verkauft. Und auch der Filterkaffee erfreut sich bereits einer Weiterentwicklung: Der

«Clever Coffee Dripper» (siehe Zweitext) gebe dem Barista noch mehr Spielraum bei der Zubereitung, betont Huber.

Hotelkette «25hours» testet Handmade-Filterkaffee

Filterkaffee per Handaufguss ist aber nicht nur etwas für persönlich geführte Cafés mit ausgebauter Barista-Kultur. Bei der Designhotel-Gruppe «25hours» testet man im Betrieb Hotel Hafencity aktuell den Handmade-Filterkaffee mit direktem Aufbrühen am Gaststisch. Wenn der Test positiv ausfällt, soll diese Kaffeezubereitungsart auch in anderen Häusern Einzug halten. «Ich kann mir gut vorstellen, das auch bei uns in der Schweiz umzusetzen», meint Anita Vogler, Managerin vom 25hours-Hotel Zürich West.

Sorgfalt lässt Anita Vogler heute schon beim mengenaufgebrühten Filterkaffee am Frühstücksbuffet walten. Für jede Kanne wird der Kaffee frisch gemahlen, eine blumigere und eine herbere Sorte stehen zur Auswahl. «Wir nehmen die Zubereitung des Filterkaffees genauso ernst wie jede andere Kaffeezubereitungsart.»



Gefiltertes Kaffeeeglück: Christoph Huber vom «Henrici» zeigt die perfekte Zubereitung vor.

Kaffeezubereitung Neue Methoden, welche noch mehr Aroma versprechen: vom Filterkaffee zum Coffee-Dripper

Der «Clever Coffee Dripper» ist eigentlich eine Zubereitungsart zwischen Filterkaffee und French Press (Bodum). Dank Filterung fehlt dem Kaffee aber die Trübsal der French-Press-Methode. Die längere Kontaktzeit zwischen Kaffeepulver und heissem Wasser wiederum ergibt ein vollmundiges Aroma. Das Equipment ist ähnlich wie bei der Filtermethode. Das Kaffeepulver wird in den Filter gegeben, mit

heissem Wasser aufgefüllt und durchgerührt. Jetzt wird der Kaffee ähnlich der Zubereitung mit einer French Press für wenige Minuten stehen gelassen. Ein Deckel verhindert, dass der Kaffee abkühlt.

Das sogenannte Shut-off-Aussgussventil hält den Kaffee so lange in dem Filter zurück, bis er auf eine Tasse gestellt wird. Der Widerstand des Tassenrands öffnet das Aussgussventil, und der Kaffee fliesst in die Tasse.

Für die klassische Filtermethode – zunehmend mit der englischen Bezeichnung «brewed coffee» betitelt – setzen Trend-Cafés statt den deutschen Melitta-Filter lieber den Hario-Handfilter aus Japan ein. Ein Unterschied: Statt gerade sind die Rippen im Hario-Filter geschwungen, was das Aufquellen des Kaffeepulvers und den seitlichen Durchfluss des Wassers erleichtert. Zudem ist die Öffnung im Boden grösser, die Kontaktzeit also kleiner. gsg

ANZEIGE

Große Ereignisse werfen ihre Schatten voraus:
Entdecken Sie exklusiv auf der Igeho unseren neuen
Vollautomaten Melitta® Cafina® XT6.
Und erleben Sie Wirtschaftlichkeit in Perfektion.
Wir sehen uns vom 23.–27.11. in Basel.
Igeho Halle 1.1, Stand F101

www.cafina.ch



caфина®
Seit 25 Jahren ein Unternehmen der Melitta Gruppe

© – Registrierte Marke eines Unternehmens der Melitta Gruppe.

Kaffee. Entwicklungen. Die Kaffeebohne wird ein knappes Gut, die Ansprüche der Gäste steigen stetig, das Kaffee-Wissen der gastronomischen Mitarbeitenden ist im Hintertreffen. Resultate der ersten Zukunftstagung von Cafetier Suisse.



Die Zukunft der Kaffeebohne

Am 6. Tag des Kaffees vom letzten Freitag fand die erste Zukunftstagung der Schweizer Kaffeebranche statt. Ein Fazit: Kaffee wird ein teures Luxusprodukt werden.

RENATE DUBACH

Als Geschenk zum eigenen 75-Jahr-Jubiläum hat Cafetier Suisse die Tagung im Gottlieb Duttweiler Institut in Rüschlikon organisiert. Man wolle sich, so Präsidentin Johanna Bartholdi, nicht nur Gedanken über die Zukunft des Kaffees machen, sondern auch ausloten, auf welche Konsumtrends sich die Branche einrichten müsse: «Werden Konsumenten künftig Wert auf Bio, Fairtrade und Kaffee Kunst legen oder wollen sie einfach einen schnellen «coffee to go»?», fragte die Verbandspräsidentin. Beruhigende Antworten bekamen die Anwesenden dann allerdings nicht zu hören, ganz im Gegenteil. Gleich zu Beginn wurden sie von

den Aussagen des Geschäftsführers des Coffee Consulate in Mannheim, Steffen Schwarz, aufgerüttelt. Der ehemalige Unfallchirurg malte ein düsteres Bild von der Zukunft des Kaffees, das seinem Namen alle Ehre machte: «Wir stehen im Bereich Kaffee vor einem Paradigmenwechsel, Kaffee wird zunehmend selten, exklusiv und schliesslich zu einem absoluten Luxusprodukt», verkündete Schwarz. Und nannte gleich mehrere Gründe dafür: die schlechten Ernten in Südamerika aufgrund von Umweltkatastrophen und Kaffeerost. Auch in Vietnam, dem zweitgrössten Kaffee-Exportland, müsse man mit 40 Prozent kleineren Ernten rechnen, weil die Kaffeebäume alt und

erschöpft und zu schnell gewachsen seien. Gleichzeitig nehme der Kaffee Konsum weltweit zu: «Brasilien wird zum grössten Konsumenten, die trinken ihren Kaffee künftig gleich selber».

Rohkaffeeleger schwinden

Man dürfe nicht glauben, mit dem Klimawandel gäbe es mehr Länder, in denen Kaffee angebaut werden könnte, denn ein Ausweichen sei kaum möglich, weil die Böden für Kaffee ungeeignet seien. Und auch die weltweiten Lagerbestände schrumpfen. «Früher hatte man noch Rohkaffee-Lager, die für ein halbes Jahr reichten. Heute reichen sie noch für drei Wochen.» Für den Kaffee-Experten gibt es aber Positives im Szenario: «Das beliebige braune Getränk wird es nicht mehr geben. Das Zelebrieren von Kaffee und seinen Zubereitungsarten wird steigen. Schliesslich werden wieder

«Kaffee ist die meist-unterschätzte Branche der Schweiz.»

Roger Bähler
CEO Turm & Bogen Kaffee

Alternativen eingesetzt, wie Zichorie, Lupinen und Weizen.»

Ganz so schwarz sahen die anderen Referenten die Kaffeezukunft nicht. Aber in einem Punkt waren sie sich einig: Die Themen Nachhaltigkeit und Fairtrade werden beim Kaffee immer wichtiger. Sowohl Ernst Knuchel, Ge-

der Fresh Coffee GmbH, Steffen Schwarz und Sandra Frieden von der Max-Havelaar-Stiftung sind davon überzeugt, dass einerseits

Roger Bähler, Turm & Bogen Kaffee.

die Situation der Kaffeebauern in den Ursprungsländern verbessert werden muss und dass andererseits die Gäste den Preis für fair gehandelten Kaffee gerne bezahlen – falls die Qualität stimmt.

Ausbildungsrückstand im Fach Kaffee

Eine Lanze für eine verbesserte Ausbildung im Bereich Kaffee brachen Roger Bähler, CEO bei Turm & Bogen Kaffee in St. Gallen, und Giuliano Bartoli, Head of Coffee für drei trendige Cafés in Zürich (siehe Seite 18). «Kaffee ist die meist-unterschätzte Branche der Schweiz», dies obwohl rund drei Viertel des Rohkaffees auf Schweizer

schrumpft, wir können unsere Spitzenposition nur halten, wenn wir die Ausbildung verbessern», hielt Bähler fest. Er forderte die Gastronomie auf, «den Ausbildungsrückstand zusammen mit der Industrie aufzuholen».

Gemäss Barista Bartoli wissen die Gäste zunehmend mehr über Kaffee, in dieser Beziehung habe sich in den letzten Jahren viel verändert. «Wenn ein Gast den Barista fragt: «Hat der Espresso heute etwas mehr Säure?», dann heisst das doch, dass dieser Gast sehr wohl weiss, wie der perfekte Kaffee schmecken müsste. Es darf nicht sein, dass die Gäste mehr über ihren Espresso wissen als der Barista.» Deshalb hoffe er sehr, dass in Richtung Ausbildung etwas von der Branche getan werde. Johanna Bartholdi zumindest versprach, den Ball aufzunehmen: «Es ist aber nicht einfach, die Gastronomie zu überzeugen», meinte sie. Ob es eine zweite Kaffee-Zukunftstagung geben wird, ist noch unklar. Eine Umfrage bei den Teilnehmenden soll diese Frage klären.

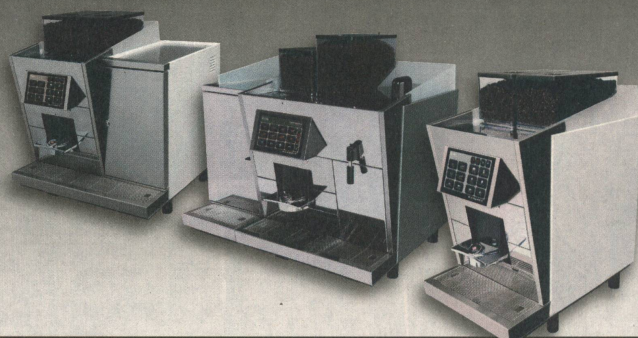


ANZEIGE

BLACK&WHITE 3

Vollendete Technik
für grenzenlosen Genuss

Messe Basel
igeho
23.-27.11.2013
Kaffee Genuss erleben
HALLE 1.1 / STAND C111



Thermoplan AG | Röhrlistrasse 22 | CH-6353 Weggis | www.thermoplan.ch

thermoplan
Swiss Quality Coffee Equipment

PROFIL

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

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

Nr. 40 · 3. Oktober 2013

htr hotelrevue

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE"
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



DARF ES EIN WENIG MEHR SEIN?

Unsere Stärke, die natürliche Schönheit des Landes, müssen wir nicht erfinden oder erst noch erschaffen. Sie ist gegeben. Wir müssen uns bloss darauf zurückbesinnen, sie pflegen und erhalten. Doch die «Swissness» alleine ist noch kein Erfolgsgarant. Nur gerade die Hälfte der befragten Gäste nimmt uns als gastfreundliches Land wahr. Hier müssen wir ansetzen. Gastfreundlichkeit ist Menschenfreundlichkeit und die setzt die vier M voraus: «Man muss Menschen mögen».

«Vorne links, dann rechts», weist der Mitarbeitende den Gast an, der ihn freundlich nach dem Weg zur Bar fragt. Gastfreundschaft als Kernkompetenz – uns allen bekannt, wenn es darum geht, Gästen als Dienstleistende zu begegnen. Also schulen wir die Mitarbeitenden auf Höflichkeit und Achtsamkeit im Verkauf. Der gewünschte Erfolg all dieser Trainings ist meist nach wenigen Tagen wieder verfliegen. Während wir es als selbstverständlich voraussetzen, dass ein Koch um Wirkung und Zusammensetzung seiner Speisen weiss, wissen wir hingegen wenig von den Menschen, mit denen wir tagtäglich zu tun haben. Dabei wäre es die Voraussetzung, wenn wir Gäste (und Mitarbeitende) begeistern wollen. Grundlage einer echten Dienstleistung ist unter anderem die innere Haltung aller Mitarbeitenden, welche sich direkt im Umfeld der Gäste bewegen. So wäre es doch eigentlich eine Selbstverständlichkeit, dem Gast nicht einfach den Weg zu weisen, sondern ihn freundlich zur Bar zu begleiten. Dies wäre Ausdruck einer wahrhaft gelungenen un-

ternehmerischen Kultur. «Man muss Menschen mögen», welch abgenutzte Führungserkenntnis und doch unabdingbar an Erfolg oder Misserfolg geknüpft. Mitarbeitende dort abholen, «wo sie stehen», halten, was man selbst verspricht sowie den Respekt vorleben, den man von anderen erwartet. Tatsächlich sind es die Vorgesetzten, welche durch ihr Wesen und die innere Haltung den Geist eines Teams beeinflussen. Vorgesetzte müssen sich gerade heute mit Fragen auseinandersetzen wie: «Was kann ich dazu beitragen, um den Mitarbeitenden ein Umfeld zu schaffen, in dem Innovation und Begeisterung herrscht, ohne sie jedoch von der Pflicht ihres Anteils zu entbinden!» Jeden Tag bietet sich die Chance, «kulturell» zu wirken. Denn es fällt schwer zu glauben, dass Menschen morgens mit dem Vorsatz aufstehen, heute eine schlechte Arbeit abzuliefern. Unternehmenskultur beginnt mit der authentischen Beziehung zu sich selbst und damit auch zu Gästen und Mitarbeitenden.

Eines der grossen Geheimnisse liegt darin Gäste emotional zu gewinnen, indem wir ihnen offen und ehrlich interessiert begegnen. Dann kehren sie gerne zurück und berichten nebenbei auch anderen von dem grossartigen, bei uns erfahrenen Dienstleistungserlebnis.



Hanna E. Rychener Kistler, lic. phil. I
Direktorin IST
Internationale Schule für Touristik
www.ist-zurich.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Der grösste Erfolg des
Zeitgeistes: Alle haben
Uhren – niemand hat Zeit»

Ernst Ferstl

AGENDA

16. OKTOBER

«Start Nachdiplomstudium HF
Hotelmanagement»,
von hotelleriesuisse,
im SolbadHotel, in Sigriswil
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

31. OKTOBER

«Professionelles Arbeiten in der
Wäscherei/Lingerie», vom
Berufsverband Hotellerie-Haus-
wirtschaft, im WäBi Bildungszent-
rum, in Wädenswil
www.hotelgastrounion.ch

4. NOVEMBER

«Führungskurs intensiv»,
vom Berufsverband Hotel-
Administration · Management,
Fachschule Richemont,
in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

6. NOVEMBER

«Flambieren und Tranchieren –
ein Erlebnis für den Gast», vom,
Berufsverband Restauration, im
Hotel Balsthal, in Balsthal
www.hotelgastrounion.ch

20. NOVEMBER

Qualitäts-Gütesiegel für den
Schweizer Tourismus- Q1,
von hotelleriesuisse,
Hotel Freienhof, in Thun
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

25. NOVEMBER

«reception@hotelleriesuisse.ch –
Modul III», von hotelleriesuisse,
im Seminarhotel Sempachersee,
in Nottwil
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue

für nur 150 Franken

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

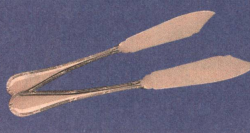
www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

Für Ihren Erfolg –
unser
Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Gesucht: Fischmesser
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

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 Unfälle vermieden werden können.

Türen und Tore (Teil 2)

Gefährdung:

- Quetschungen des Daumens an Türdrückern
- Kopfverletzungen durch sich zu spät öffnende automatische Tür

Mögliche Sicherung:

- Klemm- und Scherstellen vermeiden (abgekröpfte Türdrücker verwenden)
- Bei automatisch angetriebenen Türen und Toren Tippsteuerung, Kontaktleiste, Lichtschanke, Zutrittsbeschränkung durch Kontaktmatten oder Kraft- und Energiebegrenzung vorsehen, Öffnungssensor richtig einstellen

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

DIE GRÖSSTEN FEHLER IM BEWERBUNGSSCHREIBEN

Sie erhalten Absage über Absage, ohne sich je vorstellen zu können? Das kann verschiedene Gründe haben. Einer könnte das Bewerbungsschreiben sein. Eine deutsche Studie zeigt, was Personalchefs am schlimmsten finden.

Das Schlimmste ist, wenn ein Bewerbungsschreiben mit Flecken versehen ist oder geknickte Ecken aufweist. Dann landet Ihr Schreiben garantiert auf dem Absagestapel. Doch fast ebenso schlimm sind Rechtschreib- oder Tippfehler. In Deutschland wurden Personalchefs gefragt, wie viele Fehler sie akzeptieren, bis sie eine Bewerbung ablehnen?

Die Antworten sind eindeutig:

Einen Fehler:	18 Prozent
Zwei Fehler:	28 Prozent
Drei Fehler:	24 Prozent
Vier Fehler:	10 Prozent
Fünf Fehler:	6 Prozent
Sechs Fehler und mehr:	4 Prozent
Ist mir egal:	9 Prozent

Spätestens ab vier Fehlern ist also bei den meisten Personalchefs Schluss mit lustig. Schon bei drei Fehlern landet die Bewerbung bei jedem zweiten Befragten im Aus.

SCHLUDDRIGE TEXTE

Für zwei Drittel aller Personalchefs ist eine unangemessene Sprache oder Jargon ebenfalls eine Todsünde. SMS-Sprache mit halben Sätzen und Abkürzungen wie «mfg» «s. g. H. Müller» gehen in einem Bewerbungsschreiben nicht. Ein böser Schnitzer ist ebenfalls «Hallo, Frau Müller» statt «Sehr geehrte Frau Müller», auch wenn ein persönlicher Kontakt vorausgesetzt. Vertraulichkeit schadet ebenso wie zu viel

Distanz. Ein «Hochachtungsvoll» am Schluss passt nicht mehr in unsere Zeit, dahin gehört ausgeschrieben «Mit freundlichen Grüßen».

ÜBERLÄNGE

Klar und knapp formulieren können, muss man in fast jedem Beruf. Das Bewerbungsschreiben darf nicht länger als eine Seite sein.

LAHMER EINSTIEG

Es gibt immer noch Leute, die schreiben, was offensichtlich ist: «Hiermit bewerbe ich mich als ...» oder «Ihre Stellenausschreibung interessiert mich». Wer hätte das gedacht! Ein idealer Aufhänger ist ein persönlicher Kontakt: «Vielen Dank für das freundliche Telefongespräch.» Dann schnell zur Sache kommen und erläutern, warum gerade Sie für die Stelle geeignet sind.

ICH, ICH, ICH

Nicht der eigene Vorteil zählt, sondern der Nutzen für das Unternehmen. Selbstverliebt wirkt es, wenn jeder Satz mit «ich» beginnt.

PHRASEN DRESSCHEN

«Ich bin teamfähig, kommunikationsfähig und durchsetzungsstark» – das kann jeder behaupten. Beweise zählen, etwa ein erfolgreiches Projekt an einer Hotelfachschule, ein Preis an einem Kochwettbewerb oder eine gute Bewertung vom Testesser.

Mario Gsell

BUCHTIPP

EIN SURVIVAL GUIDE DURCH DIE KOLLEGENHÖLLE

Wer mit anderen Personen zusammenarbeitet, kennt die so genannten «Nein-Kollegen». Arbeitskollegen, mit denen man möglichst wenig zu tun haben will, weil sie einen auf irgendeine Art und Weise nerven. Michael Bandt und Ralf Schmitt haben den ultimativen Guide durch die Unwegsamenheiten des Arbeitsalltags im Umgang mit den Kollegen geschrieben. Über Typen wie den Misserfolgsverweigerer oder die korrekte Sybille, den ewigen Entertainer, den Hochgeher, Herrn Knack oder Dr. Know. Insgesamt beschreiben Bandt und Schmitt 14 verschiedene Typen. Die beiden Autoren verzichten ganz auf statistisches Material und Wissenschaftlichkeit. Stattdessen schreiben sie eine fiktive Geschichte eines Managers in einem Büro, der von solchen Kollegen umgeben ist. Über diese darf gelacht werden, bis die Erkenntnis über Ihren eigenen Arbeitsort Ihnen die Tränen in die Augen treibt. Die bisher erforschten vierzehn Nein-Kollegen überstehen Sie nur mit der nötigen Kollegenhöhlenkompetenz. Und welcher Kollege sind Sie?



«Ich bin total beliebt, es weiss nur keiner»

Orell Füssli Verlag
von Ralf Schmitt und
Michael Bandt
ISBN
978-3-280-05488-8
CHF 22.90

AUS- UND WEITERBILDUNG

Das Intensivseminar

GASTRO SUISSE

Der Schweizer Bier-Sommelier®
Bier entdecken, verkosten und erfolgreich verkaufen

Termine: Berufsbegleitend
Start Frühling: Dienstag 22. Januar 2013
Start Herbst: Mittwoch 11. September 2013

Weitere Informationen:
Gastro-Suisse
Bühnenstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0549 377 111, www.gastro-suisse.ch

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform
für Gastronomie,
Hotellerie und
Tourismus

**JETZT
BUCHEN**

GASTRO SUISSE
Für Hotellerie und Restauration



G3

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

unternehmerisch denken
unternehmerisch entscheiden
unternehmerisch handeln
von der Vision bis zur Umsetzung

Nächste Seminare: 13. Januar 2014 in Bern und
20. Januar 2014 in Basel, Jura und Genève
L-GAV Ausbildungsförderung von CHF 5'000.-

Weitere Informationen:
Gastro-Suisse
Gastro-Unternehmerausbildung
Bühnenstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0549 377 52 26, weiterbildung@gastro-suisse.ch
www.gastro-suisse.ch

Durchblick

**Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement**

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIREKTION

...winterthur... tourismus

Die attraktive Kulturstadt Winterthur und die landschaftlich reizvolle Region suchen eine/einen

Tourismusdirektor/in (per Februar 2014).

Ist dies die nächste Herausforderung für Sie? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung bis 15. Oktober 2013. Ausführliche Informationen zur Stelle erhalten Sie zudem auf unserer Homepage.

www.winterthur-tourismus.ch/jobs

KADER

Airport Bern-Belp Restaurant

Herzlich willkommen an Bord!
«Der Meeting Point» direkt beim Flughafen freut sich auf Sie.
Heben Sie mit uns ab!

Zur Verstärkung unserer Crew suchen wir die Fachperson mit Flair am Beruf, der richtigen Prise Kreativität und Freude an einem abwechslungsreichen und vielseitigen, saisonalen Angebot.

Ab sofort suchen wir
Küchenchef m/w
mit absolvierter Berufslehre

Auf Ihr komplettes Bewerbungsdossier mit Bild freut sich:

Herr Robert Hager
Airport Hotel Bern-Belp GmbH
Flugplatzstrasse 57
3123 Belp, Tel. 031 961 61 81
www.airhotel.ch info@airhotel.ch

Für unser modernes ***Ferien- und Sport-
Hotel TOGGENBURG in Wildhaus
suchen wir ab Winter 2013 eine dynamische und
teamorientierte Persönlichkeit als

**Geschäftsführer
W/M oder – Paar**

Das kompakte, neu renovierte Hotel verfügt über eine gepflegte Restauration, Pizzeria mit Holzofen, Hausbar, Jacuzzi-Whirlpool und Sauna.

Sie haben eine Hotel-/Gastroausbildung, Freude am Gastgeber sein und suchen ein langfristiges & selbstständiges Jahresengagement. Natürlich erfreuen Sie sich an einer attraktiven 4-Zimmer-Wohnung mit Süd-balkon im Hause und einem anspruchsvollen Job in der schönsten und natürlichsten Berg- und Seenwelt der Ostschweiz. Ich freue mich auf ihre umgehende Bewerbung:

paul.beutler@beutler-hotels.ch, oder
Im Tobel, CH- 9658 Wildhaus.



Schweizerische Gemeinnützige Gesellschaft
Société suisse d'utilité publique
Società svizzera di utilità pubblica

Wir suchen per 1.1.2015 oder nach Vereinbarung die oder den künftige/n

Pächterin/Pächter auf dem Rütli.

Das Rütli als Wiege der Eidgenossenschaft wurde 1860 von der Schweizerischen Gemeinnützigen Gesellschaft (SGG) an die Eidgenossenschaft geschenkt und wird seither von der SGG verwaltet.

Das drei Hektaren grosse Grundstück direkt am Vierwaldstättersee gehört zur Gemeinde Seelisberg UR und beinhaltet eine Bio-Landwirtschaft mit einer kleinen Tierhaltung sowie 33 Feldobst-Hochstammbäumen.

Zwischen Donnerstag vor Ostern und Mitte November ist die Gastwirtschaft «Rütlihaus» mit zwei gemütlichen Gaststuben, Lauben und einer gedeckten Terrasse (250 Sitzplätze) täglich geöffnet und empfängt Tagesgäste, die mit dem Kursschiff oder zu Fuss auf dem Rütli eintreffen.

Die Pacht umfasste bisher die Gastwirtschaft sowie die Landwirtschaft und den Unterhalt des öffentlichen Grundstücks. Je nach Eignung könnte die Landwirtschaft künftig auch separat verpachtet werden, was dem Pächter/der Pächterin der Gastwirtschaft andernorts eine Wintersaison-Stelle ermöglichen würde.

Der Pächterin/dem Pächter stehen im Rütlihaus eine 7-Zimmer-Wohnung sowie ein Bootshaus mit zwei Bootslegeplätzen zur Miete zur Verfügung. Die SGG sucht eine Person mit einer fundierten Ausbildung in Gastronomie sowie Berufserfahrung. Die Gastgeberin/der Gastgeber betreut die Gäste mit Herzblut und innovativen gastronomischen Ideen und ist interessiert am Planen und Mitgestalten von öffentlichen und privaten Anlässen.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.sgg-ssup.ch sowie www.ruetli.ch.

Für Fragen steht Ihnen Lukas Niederberger, Geschäftsleiter SGG, gerne zur Verfügung

(044 366 50 33).
Kontakt: Schweizerische Gemeinnützige Gesellschaft,
Schaffhauserstrasse 7, Postfach, 8042 Zürich, info@sgg-ssup.ch, www.sgg-ssup.ch

28769-10476

Say yes! to a new career

Für das Radisson Blu Hotel, Zurich Airport, suchen wir zum 1. November 2013 oder nach Vereinbarung einen

Revenue Manager (m/w)

In dieser anspruchsvollen Tätigkeit sind Sie direkt dem General Manager unterstellt und sind verantwortlich für folgende Aufgaben:

- Optimierung des RevPar und RGI
- Umsatzprognosen und Analysen
- Erstellung von Forecast und Budget für die Bereiche Rooms und C&B
- Mithilfe bei der Erstellung des Monthly Reporting an das Head Office
- Mitbewerberanalysen hinsichtlich Verfügbarkeit und Preis
- Vorbereitung & Durchführung des wöchentlichen Revenue Meetings
- Pflege der Rezidor-eigenen sowie externen Buchungskanäle
- Evaluierung und Erweiterung der bestehenden Buchungskanäle
- Gewährleistung der Rate Parity und des Parallel Pricing
- Enge Zusammenarbeit mit dem Sales-Departement in Bezug auf Preisgestaltung
- Vorgesetzter des Reservierungsteams (6 Personen) und des Meetings & Events Sales Teams (10 Personen)

Was wir von Ihnen erwarten:

- Mehrjährige Berufserfahrung in einer ähnlichen Position – idealerweise in der internationalen Kettenhotellerie
- Führungserfahrung mit Durchsetzungsvermögen
- Belastbarkeit sowie Flexibilität
- Kommunikationsstärke und Präsentationssicherheit
- Ausgeprägtes analytisches Denken und strategische Vorgehensweise
- Hohe Ziel- und Ergebnisorientierung
- Ein gepflegtes Erscheinungsbild und vorbildliche Umgangsformen
- D/E fliessend in Wort und Schrift

Das Radisson Blu Hotel Zurich Airport bietet Ihnen:

- Karrierechancen in der international expandierenden «Carlson Rezidor Hotel Group» mit über 1300 Hotels weltweit
- Gute Entwicklungsmöglichkeiten mit unseren konzerninternen Weiterbildungsprogrammen und der Rezidor Business School
- Bonusprogramm

Willkommen in Zürich's erstem Business & Lifestyle Hotel direkt mit dem Flughafen verbunden, das neben 330 Zimmern und Suiten in verschiedenen Designs, faszinierende Restaurant-Konzepte und dem einzigartigen Wine Tower auch das mit über 4000 m² umfassendste Konferenzcenter der Schweiz bietet.

Wenn Sie die abwechslungsreiche Arbeit in einem Grossunternehmen der Hotellerie/Gastronomie kennen und zu schätzen wissen und die Gastgeber-Funktion verinnerlicht haben und ausstrahlen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Radisson Blu Hotel, Zurich Airport
Postfach 295, 8058 Zürich-Flughafen
E-Mail: bewerbung.zurich@radissonblu.com
Internet: www.zurich.radissonblu.com
Ansprechpartner: Ute Saltenberger



28769-10483



Wir bieten 118 Bewohner/innen ein Daheim und suchen per 1. Februar 2014

Koch m/f 100%

Als junge, dynamische Fachperson bereiten Sie im Team täglich frische Mahlzeiten zu. Mit Kreativität kochen Sie auch für Familienfeiern, Bankette und Caterings. Sie verfügen über 2 bis 5 Jahre Erfahrung, Teamfähigkeit, Flexibilität.

Weitere Informationen finden Sie unter www.ap-ebikon.ch/informationen/freie-stellen

Alters- und Pflegeheime Ebikon
E-Mail: job-ap@ebikon.ch
www.ap-ebikon.ch

28732-10448



Arbeitsplatz mit Aussicht

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. 12. 2013 oder nach Vereinbarung

Stellvertretender Leiter Gastronomie (m/w) 100% ganzjährige Anstellung

Einsatz vorwiegend im Panoramarestaurant Stockhorn. 5-Tage-Woche mit Wochenend-Einsatz, gelegentlicher Abendbetrieb.

Aufgaben:

Aktive Gästebetreuung, Mitarbeiterführung, Mithilfe bei der Personaleinsatzplanung und im Gruppengeschäft.

Wir freuen uns auf eine führungsgewohnte und kontaktfreudige Person mit sorgfältiger Arbeitsweise sowie der Bereitschaft für flexiblen Einsatz. Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Beat Bühler, Leiter Gastronomie (jeweils von 16 bis 18 Uhr).

Stockhornbahn AG
Beat Bühler, Leiter Gastronomie
Kleindorf
3762 Erlenbach i. S.
Tel. 033 681 21 81
Fax 033 681 21 25
beat.buehler@stockhorn.ch
www.stockhorn.ch

28770-10477

Innovative Unternehmer gesucht!

Für ein kleines, aber feines Hotel-Restaurant im schönen Berner Oberland suchen wir eine

Geschäftsführung (1 Person oder Paar)

Ihr Profil: Sie sind 28 bis 45 Jahre jung, führungssicher, frontorientiert, belastbar, eine ausgeprägte Gastgeber-Persönlichkeit, unternehmerisch denkend und handelnd und bringen Erfahrungen in der Geschäftsführung mit.

Objekt: Stilvoller, familiärer Betrieb mit exquisiter Küche und 18 gepflegten Hotelzimmern mit 36 Betten.
Eintritt: nach Vereinbarung

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Jürg Zumkehr & Sophie Etterli
Unternehmensberatung
Bernastrasse 25 / 3800 Interlaken
Tel. 033 822 63 84 / info@hotelforsale.ch

28767-10474

10-Tage-Job

Zuger Messe, 18. bis 28. Okt.

möchten Sie mit einem «Kurzeinsatz» bei sehr guter Entlohnung mitarbeiten oder die Zwischensaison überbrücken?

Service-/Küchen-/Buffet-Angestellte/Pizzaiolo

nussbaumer.karl@bluewin.ch oder rufen Sie an: Telefon 041 750 40 40
K. Nussbaumer, Catering, Sattelstr. 5, CH-6315 Morgarten/Oberägeri ZG

28771-10475

längerfristig mit de/it/edv Kenntnissen

Receptionist/in

Hotel Bellavista
7513 Silvaplana/St.Moritz
info@bellavista.ch, 081/8386050

28768-10467

betreuung
realisierung
planung
konzept



hpmisteli

«Wynhus zum Bären»

in Münsingen BE

Das Objekt: Ein bekannter und geschichtsreicher Gastronomiebetrieb, mit langer Tradition und grossem Entwicklungspotential. Die Bühne für ein innovatives Konzept. Den Rahmen für dieses aussergewöhnliche Objekt bilden die historische Gaststube, ein gemütliches Stübli, das stimmungsvolle Sali und das beliebte Fumoir.

Zu den vielseitig nutzbaren Räumlichkeiten gehört eine grosse Gartenterrasse, die sich an warmen Tagen längst als Treffpunkt etabliert hat. Die leistungsfähige, moderne Infrastruktur wie auch alle Gasträume im Erdgeschoss wurden im 2009 umgebaut.

Der Standort: Zentral, mitten im Ortskern von Münsingen, zwischen Bern und Thun.

Die Vision: Neue Inhalte für die älteste Taverne des Kantons Berns – kreative, frische, pfiffige Angebote, überraschende Dienstleistungen und ein einmaliges Ambiente als Basis für eine von Geniessern nachgefragte Adresse.

Für dieses einzigartige Projekt suchen wir im Auftrag unseres Mandanten auf Februar 2014 neugierige, ideenreiche, kommunikative und präzise Gastgeber als

Mieter (Paar oder Team)

Mit Freude und viel Liebe für die kleinen Details gestalten und prägen Sie den lebendigen Betrieb engagiert als aktiver Gastgeber. Das vorhandene Potenzial und die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten sind Herausforderungen, die Sie mit unternehmerischem Flair nutzen.

Sie sind Profi(s) und begeisterte(r) Teamplayer, verfügen nebst gastronomischer Grund- und Weiterbildung über breite Erfahrung in der gehobenen Gastronomie.

Sie fühlen sich angesprochen und sind interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Kontaktnahme.

hpmisteli, hotel- & gastrokonzepte
wattenwylweg 28, 3006 bern
annemarie.schlup@hpmisteli.ch | www.hpmisteli.ch

28769-10486

Der besondere Reiz des Casinotheaters Winterthur liegt in der Verbindung von Theater, Restaurant und Event unter einem Dach. Das Casinotheater will vor allem eines: das Publikum gut unterhalten – sowohl im Theater als auch in der Gastronomie. Unser Haus verfügt über ein Restaurant mit Bar und grosser Terrasse sowie über einen schönen Tagungs- und Eventbereich mit passendem Rahmen für Anlässe wie Hochzeiten, Tagungen oder Seminare.

In unserem A-la-carte-Restaurant sowie an Banketten mit bis zu 500 Gästen pflegen wir vom Mittagmenü bis zum Gourmet-Dinner eine leichte, frische und saisonale Küche.

Für die Leitung unserer Küche suchen wir per 1. Dezember 2013 oder nach Vereinbarung einen motivierten und kreativen

Küchenchef (m/w)

für welchen Kochen nicht nur ein Job ist, sondern eine Passion.

In dieser sehr abwechslungsreichen Aufgabe obliegt Ihnen die Verantwortung für den gesamten Küchenablauf inklusive Budgetvorgaben und Wareneinkauf sowie der Führung und Förderung einer motivierten Küchenbrigade (18 Mitarbeitende) mit Lernenden. Sie arbeiten eng mit der Direktion zusammen. In Ihren Verantwortungsbereich fallen ebenfalls die Erarbeitung sämtlicher Angebote, deren Zubereitung und die Qualitätssicherung der Gerichte im Bankett-, Seminar- und A-la-carte-Bereich.

Sie sind eine kreative, vielseitige und engagierte Fachkraft mit abgeschlossener Berufsausbildung und bringen aus Ihren früheren Tätigkeiten sowohl Erfahrung aus gepflegten Seminar- und Bankettbetrieben wie auch aus mittleren bis gehobenen A-la-carte-Restaurants mit. Umwelt- und kostenorientiertes Denken und Handeln, Führungsqualitäten, Nervenstärke, Kreativität und schlicht und einfach die Leidenschaft am Kochen mit hervorragenden Produkten sollten Ihre Stärken sein.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Casinotheater Winterthur
Marc Bürge
Stadthausstrasse 119
8400 Winterthur
marc.buerge@casinotheater.ch



28758-10465



Ab der kommenden Wintersaison suchen wir eine/n Direktionsassistent/in

Für unser familiäres Suiten- und Garnihotel mit 22 Zimmern/Suiten und einem grossen Wellnessbereich suchen wir eine Persönlichkeit, welche uns in verschiedenen Bereichen unterstützt.

Anforderungen:
Sie beherrschen sämtliche Arbeiten an der Rezeption und haben Fidelio-Erfahrung.
Sie unterstützen uns im Restaurationsbereich und verwöhnen unsere Gäste an der Cheminéebar. Gleichzeitig sind Sie die Stellvertretung der Direktion bei dessen Abwesenheit.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Familie S. und K. Bodenmann
Romantik Hotel BelArosa, 7050 Arosa
www.belarosa.ch

28758-10461

FREUDE an der Gastronomie?

Individuelle Beratung und Kundennähe sind die Stärken unseres Wein-Handelsbetriebes. Wie sind im Handel von hochwertigen Schweizer und ausländischen Weinen tätig. Zur Verstärkung suchen wir einen/eine

VERKAUFS-BERATER/IN

50/80/100%

Ihre Aufgaben

- Selbstständige Verkaufsberatung in der Gastronomie
- Betreuung und Ausbau bestehender Kunden im Verkaufsgebiet (Deutschschweiz)
- Gewinnung von Neukunden
- Teilnahme an Messen

Ihr Profil

- Abgeschlossene Berufsausbildung
- Nähe zum Kulturgut «Wein»
- Flair für Beratung und Verkauf
- Ehrgeizig und sozialkompetent
- Führerschein

Ihre Perspektiven

- Selbstständiges Arbeiten
- Faire Sozialleistungen
- Gute Verdienstmöglichkeiten mit attraktivem Provisionssystem

Wenn Sie sich für einen Wein-Handelsbetrieb mit starker Verankerung in der Gastronomie begeistern können, freuen wir uns über Ihre Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 28751-10462 an htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

28751-10462

Für nur 150.- Franken können Sie hier ein

Stelleninserat schalten

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



Familiäres Berghaus mit 1200 Sitzplätzen im Ski- und Wandergebiet Männlichen-Kleine Scheidegg

Zur Vervollständigung unseres motivierten Teams haben wir auf die kommende Wintersaison 2013/14 folgende Stellen neu zu besetzen:

Jungkoch 100% (m/w)

Wir legen grossen Wert auf eine gepflegte, frische und saisonale Küche. Deshalb freuen wir uns auf Ihre Kreativität und Freude am Beruf.

Servicefachangestellte 100% oder auch Teilzeit möglich

Sie sind eine aufgeschlossene Persönlichkeit, kontaktfreudig, verkaufsorientiert, betreuen unsere Gäste herzlich und sind gerne Teil eines motivierten Teams.

Allen positiv denkenden Berufsleuten bieten wir eine attraktive Stelle in aufgestellter Atmosphäre.

Erste Eindrücke erhalten Sie unter:
www.berghaus-maennlichen.ch

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:

Daniela und Ruedi Stalder-Kaufmann
Berghaus Männlichen - 3818 Grindelwald
Tel. 033 853 10 68 Fax. 033 853 35 32
info@berghaus-maennlichen.ch

28760-10470



Suchen Sie eine neue Herausforderung?
Per 15. Dezember 2013 suchen wir:

Küchenchef (Alleinkoch)

Sind Sie: teamfähig, flexibel, selbstständig, kreativ? Haben Sie Gefühl fürs Schöne? Lieben Sie Ihren Beruf?

Wir erwarten: dass die Speisen hausgemacht hergestellt werden, von der Grundbasis bis zum Endprodukt, sowie das Mitgestalten der Speisekarte bis zum Einkauf.

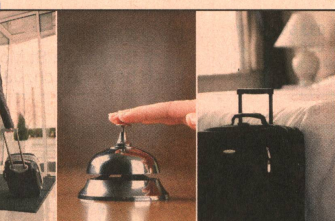
Wir bieten: Arbeiten in einem aufstrebenden und zukunftsorientierten Hotel-Restaurant. Ein junges, engagiertes Team heisst Sie willkommen.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung. Auskunft erteilt Ihnen gerne Frau Andrea Thomi.

Hotel-Restaurant Rössli
Dornhaldestrasse 35, 3627 Heimberg
Tel. 033 437 12 16, info@roessli-heimberg.ch

28733-10446

hotelleriesuisse ist mit seinen über 3000 Mitgliedern das Kompetenzzentrum für die Schweizer Hotellerie und vertritt als Unternehmerverband die Interessen der national und international ausgerichteten Hotelbetriebe. Am Hauptsitz in Bern beschäftigt der Verband rund 100 Mitarbeitende.



Wir bieten auf August 2014 mit Arbeitsplatz in Bern, engagierten Jugendlichen eine Lehrstelle als

Kauffrau/Kaufmann E- oder M-Profil Branchendienstleistung und Administration

Was dich erwartet

hotelleriesuisse bietet dir eine abwechslungsreiche und herausfordernde kaufmännische Ausbildung. Ein vielseitiges Ausbildungsprogramm ermöglicht dir einen interessanten Einblick in die verschiedenen Tätigkeitsgebiete des Verbandes. Die Teams der Geschäftsfelder Bildung, Mitgliederservices, Wirtschaft und Recht sowie die administrativen Fachbereiche unterstützen, fördern und fordern dich während der dreijährigen Ausbildungszeit.

Was wir erwarten

Du hast die Sekundarschule oder die Realschule mit Weiterbildungsjahr erfolgreich abgeschlossen. Du bist dienstleistungsorientiert und offen, hast Freude am Kontakt mit Menschen und die Branche Hotellerie, Gastronomie und Tourismus fasziniert dich. Neben deinem Flair für Zahlen hast du Spass an Fremdsprachen und arbeitest gerne im Team. Eine rasche Auffassungsgabe, Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Verantwortungsbewusstsein runden deine Persönlichkeit ab.

Die Kernaufgaben von hotelleriesuisse umfassen die Schweizer Hotelklassifikation, die politische Interessenvertretung der Branche sowie Angebote rund um Beruf und Bildung. hotelleriesuisse bietet ihren Mitarbeitenden ein attraktives Arbeitsumfeld und ausgezeichnete Sozialleistungen.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf deine schriftliche oder elektronische Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugniskopien und/oder Semesterbeurteilungen sowie den Resultaten des Multichecks. Für weitere Auskünfte steht dir Frau Marlis Kurz, Berufsbildnerin, unter Telefon 031 370 42 56 gerne zur Verfügung.

hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.
Marlis Kurz
Human Resources
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
hr@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch



28750-10461

DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte



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

PC 40-1855-4
www.denkanmich.ch



ASTORIA

THE LEADING FIRST-CLASS HOTEL
LUCERNE SWITZERLAND
DESIGN HERZOG & DE MEURON

Küchenchef (m/w) per November 2013 oder nach Vereinbarung

In dieser anspruchsvollen Tätigkeit führen Sie den gesamten Küchenbereich unseres Hauses und sind direkter Ansprechpartner der Küchenchefs unserer Spezialitätenrestaurants. Sie sind verantwortlich für die optimale Organisation und den reibungslosen Ablauf aller Küchen-Outlets. Zudem überwachen Sie die Bankettküche und die Patisserie und unterstützen die Küchenteams aktiv.

Verfügen Sie über mehrjährige Erfahrung in einer vergleichbaren Position in 4*- und/oder 5*-Hotels und in mit Gault-Millau-Punkten ausgezeichneten Restaurants? Sind Sie idealerweise zwischen 35 und 45 Jahre alt? Ausserdem ein durchsetzungsfähiger und belastbarer Machertyp mit ausgeprägtem Organisationstalent? Dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbung inklusive Lebenslauf, Foto und Qualifikationsnachweisen per E-Mail. Wir freuen uns, Ihnen in einem persönlichen Gespräch mehr über diese interessante Stelle zu erzählen!

Hotel Astoria
Frau Sonja Sturzenegger
Pilatusstrasse 29
6002 Luzern
Schweiz
E-Mail: hrmanager@astoria-luzern.ch
Internet: www.astoria-luzern.ch

28762-10471

Den besonderen Reiz des Casinotheaters macht die Verbindung von Theater, Restaurant und Event unter einem Dach aus. Das Casinotheater will vor allem eines: das Publikum gut unterhalten – sowohl im Theater als auch in der Gastronomie.

Wir suchen per 1. Dezember 2013 oder nach Vereinbarung

Service-Mitarbeitende mit Barerfahrung (100%)

Sie haben eine abgeschlossene Lehre als Restaurantfachfrau/-mann oder mehrere Jahre Berufserfahrung in einem guten Restaurant. Sie kennen die Rezepturen von Drinks, Cocktails und Shots, können unsere Kunden in der Wahl von Wein oder Digestif beraten und servieren zu jedem Essen das passende Getränk. Ausserdem sprechen Sie einwandfreies Deutsch/Schweizerdeutsch. Sie sind aufgestellt und motiviert, arbeiten gerne im Team, und es ist Ihnen eine Freude, unsere Gäste so richtig zu verwöhnen.

Wir bieten eine abwechslungsreiche Tätigkeit in unserem Restaurant mit hochstehender Küche, Bar und Gartenwirtschaft. Vom schrägen Komiker über den Winterthurer Kulturfreak bis zum Feinschmecker geht alles bei uns ein und aus.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungen mit Foto an:

Casinotheater Winterthur
Julia Zink
Stadthausstrasse 119
8400 Winterthur
julia.zink@casinotheater.ch
052 260 58 80



28755-10465

In Myanmar (Burma) ernten Kleinbauern- Familien mehr Reis dank Bio-Landbau.

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

PC 30-303-5
www.swissaid.ch

SWISSAID
Ihr mutiges Hilfswerk.

SUISSE ROMANDE



**HOTEL
CAREER**



**HORESTO
Jobs**

www.hotelcareer.fr

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

28761-10465

STELLENGESUCHE

Möchten Sie in Ihrer Wohlfühl-Oase neue Wege beschreiten? Oder eine Entspannungs-Oase aufbauen?
... dann lesen Sie weiter!

Innerschweizerin-Bündnerin

**Dipl. Gesundheitsberaterin –
Masseurin/Therapeutin
für Tibetische «Ku-Nye»-Massagen,
Tib. Yoga, Burn-Out Prevention**

sowie Kl. Massagen, Fussreflexzonen-Massage, kosm. Anwendungen, mit besten Referenzen sucht neue 60-80%-Herausforderung in mittelgrossen Erstklasshotel. Region GR / Zentralschweiz

Langjährige Erfahrung in der gehobenen Hotellerie und mit anspruchsvollen Gästen. Kompetent, Kommunikation in D/E/V/F. sehr engagiert. Saison- oder Jahresstelle, verschiedene Anstellungsmodelle möglich.

Für ein unverbindliches Gespräch nehmen Sie bitte Kontakt auf unter Chiffre 28734-10450 an htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

28734-10450

SUISSE ROMANDE

Cherchons couple sans enfants et flexible

entre 40-50 ans pour propriété dans la campagne
vaudoise et partiellement à la montagne.

Elle femme de chambre, bonne cuisinière,
repassage impeccable

Lui entretien jardin, chauffeur, bricoleur et service
de table.

Permis de travail et de conduire pour les deux indispensables. Expérience dans poste similaire souhaité. Faire offre avec CV détaillé et excellentes références contrôlables exigées. (Offres sans photos, CV et références ne seront pas pris en considération.)

Offres sous chiffres 28766-10473 à htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

28766-10473

Stelle suchen – Stelle finden www.hoteljob.ch

28731-10447

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für
Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotelrevue

**HOTELLERIE“
GASTRONOMIE ZEITUNG**

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse

Monbijoustrasse 130

Postfach

3001 Bern

www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22

6002 Luzern

www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

htr hotelrevue

Monbijoustrasse 130

3001 Bern

www.htr.ch

Hotellerie “Gastronomie Verlag

Adligenswilerstrasse 27

6006 Luzern

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

redaktion@immoprofil.ch

ADMINISTRATION

Angela Di Renzo Costa

Tel. 031 370 42 42

angela.direnzo@htr.ch

Nicole Kälin

Tel. 041 418 24 44

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

inserte@stellenprofil.ch

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

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

Natalie Schmid (Art Direction)

Ursula Erni-Leupi

grafilu (Illustrationen)

PRODUKTION

Inserte: 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

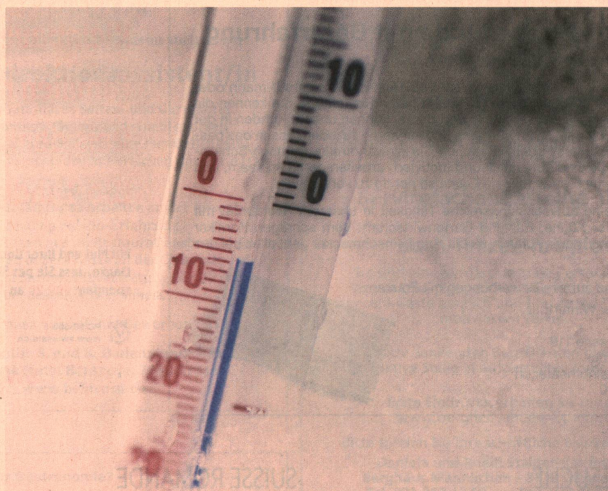
LITHOGRAPHIE
Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

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 Verwen-
dung der redaktionellen Inhalte bedarf der
schriftlichen Zustimmung durch die Re-
daktion. Die in dieser Zeitung publizierten
Inserte 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

KEEP COOL – RICHTIG KÜHLEN



KEYSTONE

Die Kälteanwendungen sind in der Hotellerie ein wichtiger Bestandteil. Doch oft wird fahrlässig mit dieser Energieform umgegangen. Behalten Sie einen kühlen Kopf und optimieren Sie Ihre Systeme.

Es ist nicht erstaunlich, dass in der Hotellerie bis rund ein Viertel des Energieverbrauchs in die Prozesskälte fliesst! Pflegen und kontrollieren Sie Ihr Kältesystem darum lieber heute als morgen – denn wenn Sie in diesem Bereich nur ein Prozent einsparen, wirkt sich das auf ihre Energierechnung positiver aus, als wenn Sie in einem anderen Bereich mehrere Prozente einsparen.

Grosses Potenzial für die Hotellerie

Sind Sie sich bewusst, dass ihre Kühl- und Kälteanlagen rund um die Uhr, während 365 Tagen im Jahr im Einsatz sind? Sie also auch zu den Zeiten, in welchen vermeintlich «nichts läuft», still vor sich herkühlen und gefrieren? Es gilt also, diesen Grundlast-Anteil (durchgehender Verbrauch) zu reduzieren. Die Kältschrankzellen sind zu Tausenden in verschiedenen Grössen im Einsatz. Entsprechend unterschiedlich ist die Nutzung. Den-

noch kann im täglichen Betrieb durch einfache Massnahmen oder konsequentes Benutzerverhalten viel an Energiekosten eingespart werden. Als Klassiker gilt die Temperatur. Ein Absenken der Temperatur um ein Grad Celsius verursacht bereits einen Mehrverbrauch von vier Prozent Energie. Der Energieverbrauch bei tieferen Temperaturen steigt also überproportional an. Eine Kältetemperatur von minus 18°C benötigt 25 Prozent weniger Energie als eine Kältetemperatur von minus 23°C.

Tipps im Umgang mit Kühlen und Gefrieren

Normaltemperatur ist mindestens -18 Grad beim Gefrieren beziehungsweise maximal fünf Grad beim Kühlen, allerdings sind die Vorschriften des Lebensmittelgesetzes zu beachten. Tauen Sie die Zelle in den Niedertarifzeiten ab. Ist die Tür dicht? Sind die Dichtungen der Kühlraumtüren, Kühlschrantüren und Kältschubladen regelmässig intakt, weich und am richtigen Ort? Ist die Kühlzelle beleuchtet oder beheizt? Halogen- und Glühlampen produzieren nebst Licht noch viel Wärme. Setzen Sie besser LED-Leuchtmittel ein, diese produzieren fast aus-

schliesslich Licht! In Kombination mit einem Bewegungsmelder ist die Kühlzelle optimal ausgestattet. Achten Sie stets auf Ordnung in den Regalen – je kürzer der Aufenthalt in der Zelle, desto geringer der Kälteverlust! Freistehende Kühlgeräte sind für Umgebungstemperaturen von 15°C bis 25°C konzipiert und sollten deshalb nicht der direkten Sonnenbestrahlung ausgesetzt werden. Keine warmen Speisen in den Kühlraum bringen. Tiefkühlprodukte immer im Kühlraum auftauen. Gut gefüllte Kältezellen benötigen weniger Energie! Und zu guter Letzt: Kühlmittel R12 und R22 sind gesetzlich verboten und müssen ersetzt werden. Die «Bitzer App» zeigt Ihnen alternative Kältemittel.



Patrice André Maurer
Branchenmanager
BKW Energie AG

hotelforsale.ch
Zu verkaufen
Im weltbekannten, schönen
Berner Oberland
**kleines, aber feines
Hotel-Restaurant**
mit wunderschöner,
verträumter Gartenterrasse.
18 gepflegte Hotelzimmer
mit 43 Betten,
3-Zimmer-Wirtswohnung,
Restauration mit 90 SP,
Terrasse mit 70 SP.
VRP: Fr 2,9 Mio.
Interessiert? Wir freuen uns
auf Ihre Kontaktaufnahme:
Jürg Zumkehr & Sophie Etterli
Die Spezialisten im Verkauf
von Hotels und Restaurants
Bernastr. 25, 3800 Interlaken
Tel. 033 822 63 84
info@hotelforsale.ch

28768-10475

HESSER
Unternehmensberatung
Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen –
vermieten – für bessere Wirtschaft-
lichkeit 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

28688-10076

**Kann man
positive
Energie
sparen?**

Bewusst leben macht glücklich:
wwf.ch/gluecks-experiment

WWF

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

htr hotel revue