

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 8

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 31.07.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus *Avec cahier français*



Milestone

Das alles wird neu beim Milestone Tourismuspreis Schweiz 2014. **Seite 2 und 10**

Denkpause

Patrick Scherrer blickt mit Stolz auf seine Tätigkeit als Direktor des Berner Kursaals zurück und gönnt sich eine kreative Pause. **Seite 3**

Erfindergeist

Zwei smarte Quereinsteiger produzieren in der Surselva Bio-Gin und haben mit ihrer Erfindung in der Barkeeper-Szene viel Erfolg. **Seite 17**

Glaskunst

Eigenwillige Formen und spezielle Schliffeffekte sorgen in der Kreation von Trinkgläsern für viel Aufsehen. **Seite 20**

Inhalt	
aktuell	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-15
dolce vita	17-20

Nach dem Ja zur Masseneinwanderungsinitiative

Blick nach vorn

hotelleriesuisse setzt sich aktiv für eine wirtschaftsgerechte Umsetzung der SVP-Initiative ein.

GERY NIEVERGELT

Sie suche nach «vernünftigen Lösungen», sagte Angela Merkel diesen Dienstag in Bezug auf das Schweizer Ja zur Masseneinwanderungsinitiative. Die Aussage der pragmatischen Bundeskanzlerin kann als Fingerzeig verstanden werden. Nach all den emotionalen Debatten geht es nun für die schweizerische Poli-

tik darum, den Wortlaut der Initiative umsichtig und wirtschaftsgerecht umzusetzen. Dabei sind auch die betroffenen Branchen gefordert. hotelleriesuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel verspricht: «Wir wollen den Bundesrat bestmöglich unterstützen und verfolgen deshalb das Ziel, in den relevanten Arbeitsgruppen auf nationaler

Ebene vertreten zu sein.» Mit Blick auf die Bedürfnisse der Branche mit über 40 Prozent ausländischen Arbeitskräften steht für Brentel fest: «Ziel muss sein, die Rekrutierung von Fachkräften aller Stufen nach wie vor zeitgerecht und so einfach wie möglich zu gestalten und den bürokratischen wie finanziellen Aufwand möglichst gering zu halten.»

Kommentar

Konstruktive Mitarbeit zahlt sich auf jeden Fall aus



GERY NIEVERGELT

So billig war Medienpräsenz schon lange nicht mehr zu haben. Wer sich nicht alles zu Wort meldet in diesen Tagen nach dem überraschenden Ja zur Masseneinwanderungsinitiative! Wer sich nicht alles öffentlich empört oder masochistisch für sein Heimatland schämt! Es erinnert an einen kollektiven Seelenstrip-tease.

Sowas kann reinigend wirken. Es bewirkt jedoch in der Sache nichts. Arbeit steht an, und es lohnt sich, mit anzupacken. Denn mit dem Gang an die Urne ist ein demokratischer Prozess ja nicht abgeschlossen. Zur direkten Demokratie, wie sie in diesem Land gelebt wird, gehört auch, bei der Umsetzung einer vom Volk angenommenen Initiative nach gangbaren Wegen zu suchen und um mehrheitsfähige Lösungen zu ringen. Abstimmungssieger setzen sich hierzulande nie auf der ganzen Linie durch. Das weiss man übrigens auch in der SVP.

Diesmal stehen die mit der Umsetzung betrauten Bundesräte und Bundesbeamten vor einer besonders komplexen und konfliktbeladenen Aufgabe. Sie sind auf die konstruktive Mitarbeit von Parteien, Verbänden und Interessenvertretern angewiesen.

Das gilt ganz besonders für die Wirtschaftskreise. Denn für einen auch in Zukunft gesicherten Wohlstand der Schweiz wird mitentscheidend sein, dass die nun mal erfolgreiche Masseneinwanderungsinitiative in allen Sektoren und Branchen wirtschaftsgerecht umgesetzt wird.

Michel Roth im «President Wilson»

Tokio und Paris in Genf

Er wandelt in den Fussstapfen von Bocusé, Girardet oder Robuchon: Michel Roth ist auf der Treppe zum Olymp der ganz grossen Chefs bereits sehr weit oben angelangt und hat im «Ritz» in Paris schon viele Gäste mit traditionellen Gerichten der Cuisine française entzückt.

Vor drei Monaten hat Michel Roth seinen Wirkungskreis von Paris nach Genf verlagert. Im neu eröffneten Restaurant Umami des renommierten Hotel President Wilson hat der talentierte Küchenchef ein Konzept entwickelt, das japanische Spezialitäten mit Elementen der klassischen Cuisine française vereint. Inspiriert ist Roth von seinen zahlreichen Reisen nach Japan. «Ich möchte der unglaublichen Frische und Geschmacksvielfalt der asiatischen Küche samtene und knusprige Noten der französischen Küche beifügen», verdeutlicht der grosse Chef sein Konzept in einer exklusiven Audienz mit der htr hotel revue. **Seite 7**



Küchenchef Michel Roth überrascht mit asiatisch-französischen Kreationen. Sarah Hinni

Wallis

Brig will touristisch durchstarten

Um touristisch sicher in die Zukunft gehen zu können, hat Brig mit den Gemeinden der Region Simplon Süd die Brig Simplon Tourismus AG gegründet. Aktionäre sind die Gemeinden. Peter Bodenmann fordert, dass auch touristische Leistungsträger als Aktionäre zugelassen werden. **tl/dst** **Seite 5**

Regionalflugplätze Schweiz

Flughäfen bringen viele Gäste

Mit drei Landesflughäfen und elf Regionalflughäfen und insgesamt zwölf Landemöglichkeiten für Reisende von ausserhalb des Schengenraums ist die Schweiz gut aufgestellt. Die Nähe zu einem Flughafen sei ein «grosser Wettbewerbsvorteil», beteuert Frédéric Füssenich, Direktor von Engelberg-Tourismus. Die Nähe zum Berner Oberland will der

Flughafen Bern-Belp nun besser nutzen. Ab nächstem Winter steht wieder Charterverkehr nach England im Programm.

Immer mehr Skitouristen landen auch im deutschen Friedrichshafen, an die 40000 pro Winter, so Christian Wulf. Der Marketing-Chef wirbt bei englischen Tour Operatoren mit der Nähe zu Bündner Skitorien. Der

Flughafen in Samedan ist für Linien- und Charterflüge nicht geeignet. Im Gegensatz zu Sitten. Doch der Walliser Flughafen steht vor einer unsicheren Zukunft, so auch die gute Erreichbarkeit des Wallis mit Privatjets. Für den grössten Privatjet-Anbieter Netjets wäre die Schliessung ein Verlust. **gsg** **Seite 9 und Seite 11 bis 15**

Täglich aktuell: www.htr.ch

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



ANZEIGE

effizient

Abschluss und fertig.

Wir lassen in Ihren Büchern keine Fragen offen.

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

ROTOR Lips

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

Hugo Schmid, Partner

geradlinig

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

Jet-Cut

swiss made

blitzschnell glatte Folienabschnitte

economisiert die Prof.-Arbeit

alustar **Partner Jet-Cut**

Ihr Grossist hat's

BRITA Professional

MIT BRITA MACHE ICH DEN BESTEN ESPRESSO DER STADT

BRITA ist Platin Sponsor der Swiss Coffee Championships

75 Jahre

Gourmet

www.jillycafe.ch

Aus der Region

**Berner Oberland
Verlängerung für
Hotel im Lachen
in Thun**

Um am Thuner Lachenkanal mit den Bauarbeiten für das geplante Hotel zu beginnen, erhält die Losinger Marazzi AG zwei Jahre länger Zeit. Der Thuner Regierungsstatthalter hat die Baubewilligung bis Ende Oktober 2015 verlängert. Die Losinger Marazzi AG will 55 Mio. Franken in das Projekt stecken. Die Stadt Thun ist Grundeigentümerin. Entstehen soll ein Hotel der gehobenen Klasse mit rund hundert Zimmern. Weiter geht die Suche nach Investoren und Betreibern.

**Restaurant auf
dem Jungfrauoch
wird saniert**



Für mehr Gästekomfort investieren die Jungfrauobahn 11,3 Mio. Franken in die Sanierung des Gletscherrestaurants auf dem Jungfrauoch. Die neue Aussenfassade ermöglicht einen uneingeschränkten Blick auf den Gletscher und die Berge. Dank intensivem Zweischichtbetrieb kann das Bollywood-Restaurant bereits Mitte April 2014 wieder eröffnet werden. Das Gruppenrestaurant Eiger ist am 6. Mai wieder offen, dreizehn Tage vor dem offiziellen Termin.

Mittelland

**Weissenstein:
Start des Neubaus
der Gondelbahn**

Bei der Talstation in Oberdorf SO ist der Spatenstich zum Neubau der Gondelbahn auf den Weissenstein erfolgt. Die Arbeiten sind vergeben und Baubeginn ist so bald als möglich, wie der Verwaltungsrat der Seilbahn Weissenstein AG mitteilt. Sobald es das Wetter zulässt, würden die Aushub- und Baumeisterarbeiten beginnen. Die Abbrucharbeiten der alten Sesselbahn lägen im Zeitplan.

Bern

**Mehr Zeit für
Umbau des Berner
Stadttheaters**



Ein Jahr länger als geplant dauert die Sanierung des Berner Stadttheaters. Statt bloss auf zwei Jahre werden die Arbeiten auf drei Jahre verteilt. Die Projektverantwortlichen hoffen, damit Kosten sparen zu können, da es möglich wird, gewisse Projektteile erneut auszuschreiben. Der hohe Zeitdruck des Sanierungsprojektes hielt offenbar viele Anbieter von einer Offerte ab. Die erwünschte Konkurrenz blieb aus, was sich aus Sicht der Projektverantwortlichen negativ auf die Preise auswirkte.

Neues zum Milestone

Der Milestone gilt als renommiertester Innovationspreis der Schweizer Tourismusbranche. Das ist Motivation genug, ihn von Zeit zu Zeit einer Frischkur zu unterziehen. An der bewährten Grundkonzeption ändert sich beim Milestone Tourismuspreis Schweiz 2014 nichts. Erfolgt sind jedoch Anpassungen und Optimierungen.



Neu in der Jury: Der Westschweizer Touristiker Michel Ferla (l.) und der Hotelier Daniel F. Lauber aus Zermatt.

Transparenz in der Organisation

Die Milestone Strategiegruppe, welche die Rahmenbedingungen des Wettbewerbes sowie der Preisverleihung festlegt, über die Zusammensetzung der Jury entscheidet und die Bekanntheit der Marke Milestone fördert, setzt sich neu zusammen aus je einem Vertreter von htr hotel revue (Gery Nievergelt), hotellerieuisse (Christoph Juen) und dem Schweizer Tourismus Verband (Barbara Gisi). In die strategischen Entscheidungen mit einbezogen wird Richard Kämpf von Seco, das den Milestone im Rahmen von Innotour unterstützt. Die Geschäftsleitung hat weiterhin Sabrina Jörg inne. Mit einbezogen ist die Durchführung der Preisverleihung ist die Abteilung Kommunikation von hotellerieuisse.

Zwei Wechsel in der Jury

In der fünfköpfigen Milestone Jury gibt es für dieses Jahr zwei Wechsel. Barbara Rigassi (Jurypräsidentin, Unternehmerin), Fiorenzo Fäss-

ler (Managing Direktor Tourismusmarketing), Michel Ferla (Touristiker), Daniel F. Lauber (Hotelier), Jürg Stettler (Professor Hochschule Luzern).

Der profilierte Touristiker Ferla war unter anderem Direktor des Office du Tourisme de Montreux und während vierzehn Jahren Vizepräsident von Schweiz Tourismus. Der 65-jährige Romand wirkt heute als Präsident der Fondation du Casino Barrière de Montreux.

Der 35-jährige Walliser Daniel F. Lauber führt sein Hotel Mountain Boutique Resort Cervo in Zermatt mit Erfolg. Vor drei Jahren hat der Hotelier mit grosser Kompetenz in Social Media selbst einen Milestone erhalten (Kategorie Nachwuchspreis).

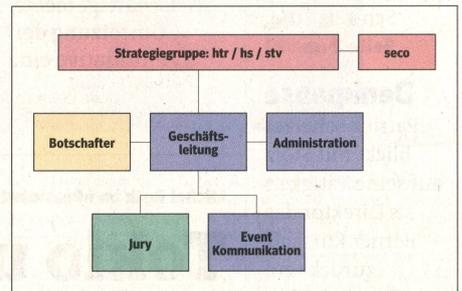
Somit setzt sich die Milestone Jury 2014 wie folgt zusammen: Barbara Rigassi (Jurypräsidentin, Unternehmerin), Fiorenzo Fäss-

ler (Managing Direktor Tourismusmarketing), Michel Ferla (Touristiker), Daniel F. Lauber (Hotelier), Jürg Stettler (Professor Hochschule Luzern).

Ausschreibung neu im Mai

Auch dieses Jahr werden die Auszeichnungen in den Kategorien «Herausragendes Projekt», «Umweltpreis», «Nachwuchspreis» und «Lebenswerk einer Persönlichkeit» verliehen. Allerdings werden die Ausschreibungen und Wettbewerbsbedingungen für die ersten drei Kategorien zurzeit überarbeitet und wo nötig vereinfacht. Offiziell lanciert wird die Ausschreibung nicht wie bis anhin bereits im März, sondern am 21. Mai anlässlich des Milestone Innovation Day. Eingabeschluss für die Projekte ist auch dieses Jahr Ende August. Die Preisverleihung 2014 findet statt am 11. 11. im Kursaal Bern.

Gery Nievergelt, Vorsitzender der Milestone Strategiegruppe



Organigramm des Milestone Tourismuspreis Schweiz.

Engelbergs unendliche Geschichte

Zurück auf Feld 1 mit dem Hotelprojekt am Kurpark in Engelberg – wegen einer Beschwerde. Pikant dabei: Bereits im Sommer 2011 musste die Planung des Fünfsternehotels von Grund auf neu in Angriff genommen werden.

DANIEL STAMPFELI

«Das Hotelprojekt am Kurpark muss neu geplant werden», teilt die Generalunternehmung Eberli mit Sitz in Sarnen mit. Gegen den positiven Bauteilscheid des Einwohnergemeinderates von Engelberg vom November 2013 liegt eine Beschwerde aufgrund der Grösse des Bauvolumens vor. «Zeitintensive Verhandlungsgespräche» hätten bis heute noch zu keiner einvernehmlichen Lösung geführt.

Weniger Zimmer und Wellness nicht auf dem Dach

«Um den Vorstellungen der Beschwerdeführer gerecht zu werden, ist eine Reduktion des geplanten Hotels Voraussetzung, so die Firma Eberli. Und dies sei mit einer Neuplanung verbunden.

Die neu entstandene Situation habe zur Folge, dass das bisherige Gebäudevolumen reduziert werden müsse. Und diese Projektänderung löse grundsätzliche Überlegungen aus. Das bisher erarbeitete Konzept muss an das kleinere Bauvolumen bzw. an die reduzierte Nutzungsfläche angepasst werden. Die Gebäudehöhe werde reduziert, indem die bis-

her auf dem Dach geplante Wellnessanlage auf einer Nachbarzelle gebaut werden soll. Zudem werde das Hotel auch über weniger Zimmer verfügen, erklärt Beat Christen, Sprecher der Eberli Sarnen. Nebst der erneuten zeitlichen Verzögerung von mehreren Monaten seien auch die zu erwartenden hohen Planungskosten vom Investor zu

verkräften. «Dass sich der Investor über die neue Ausgangslage und die nochmalige Verschönerung des Baustarts alles andere als glücklich zeigt, ist verständlich», so die Generalunternehmung. Der Investor, der chinesische Geschäftsmann Yunfeng Gao, sei jedoch nach wie vor davon überzeugt, dass Engelberg für seine touristische Zukunft ein Ho-

tel im 5-Sterne-Superior-Segment braucht. Wenn alles rund läuft, also keine Einsparungen mehr eingebracht werden könnten, könnte laut Christen im Herbst 2014 mit dem Bau begonnen werden.

Frédéric Füssinich, Direktor Engelberg-Titlis Tourismus, hat «grosse Hoffnung», dass das Hotel realisiert wird. Da das Projekt neu aufgelegt werden muss, wird es noch Jahre dauern. Zu einem möglichen Eröffnungstermin will sich Füssinich nicht äussern. Wichtig sei, dass mit einer Neuauflegung sämtliche Stolpersteine aus dem Weg geräumt würden.

Schon 2011 ging man wieder auf Feld 1 zurück

Nun muss also Engelberg noch länger auf das erste Fünfsternehotel warten, dessen Bau im Obwaldner Tourismusort seit Jahren ein Thema ist. Nachdem dem Projekt schon früher eine gute Zukunft beschieden war, hatten sich die Projektverantwortlichen schon im Sommer 2011 entschieden, die Planung des Hotels von Grund auf neu in Angriff zu nehmen. Es erfolgte damals ein kompletter Neustart der Planung mit einem neuen Architektenteam. Nach den allerersten Plänen hätte das Hotel auf den Winter 2013 eröffnet werden sollen.



Das ursprünglich geplante Hotelprojekt am Kurpark in Engelberg muss überarbeitet werden.

Gekaufte Bewertungen ärgern

Ausländische Websites bieten positive Hotelbewertungen zum Kauf an. Für hotellerieuisse ist es schwierig, dagegen vorzugehen.

Für knapp 1000 Franken bietet die italienische Website Recensio-tripadvisor.it 40 positive Bewertungen auf der Hotelbewertungsseite Tripadvisor an. Laut «Schweiz am Sonntag» offerieren weitere Anbieter das Verfassen von positiven Bewertungen an.

«Solche Plattformen sind uns bekannt», sagt Susanne Daxelhuber, Pressesprecherin von hotellerieuisse, dazu. Und: «Da es sich dabei um Firmen handelt, die im Ausland tätig und kaum auffindbar sind, ist es schwierig, gegen diese vorzugehen.» Auch die Hotels, die Dienstleistungen von solchen Firmen beziehen, seien nicht eruiert, so Susanne Daxelhuber weiter. «Wir gehen aber davon aus, dass es sich in der Schweiz – wenn überhaupt – um Ausnahmefälle handelt. Grundsätzlich liege es im Interesse der Anbieter, gefälschte

Bewertungen herauszufiltern, da der Endverbraucher eine Seite besuchen will, welche relevante und vor allem korrekte Informationen enthält. Aus diesem Grund seien die Bewertungsplattformen selbst in der Pflicht, gefälschte Bewertungen zu verhindern, so Daxelhuber. hotellerieuisse beziehe sich dabei auf die von der Hotrec (europäischer Verband von Hotels, Restaurants und Cafés) erarbeiteten Prinzipien für Bewertungsplattformen. Die Plattformen werden mit den Kriterien konfrontiert und müssen dazu Stellung beziehen. dst

Best Western Swiss Hotels mit Rekord bei den Übernachtungen

Bis Ende 2014 sollen mindestens fünf neue Hotels für Best Western gewonnen werden.

Im letzten Jahr vermittelte Best Western Swiss Hotels den 35 Partnerhotels in der Schweiz 101 200 Zimmernächte. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Steigerung von 5,99%, wie Best Western Swiss Hotels mitteilt. Der durchschnittliche Erlös pro Zimmer und Nacht lag bei 184 Franken. Zu den Erfolgsfaktoren zählt Best Western Swiss Hotels CEO Peter S. Michel den Wert der global bekannten Marke, die konsequente Umsetzung

der Qualitätsstrategien, den Fokus auf hohe Gästezufriedenheit sowie das Engagement für die wirtschaftliche, ökologische und soziale Nachhaltigkeit. Zum Rekord trugen einerseits die traditionellen Märkte USA, Deutschland, Schweiz, Grossbritannien und Frankreich bei. Ebenfalls einen positiven Trend verzeichnen die Buchungen von Geschäftsreisenden. Für das laufende Jahr wird erneut mit einem Umsatzwachstum gerechnet. dst



Patrick Scherrer blickt mit Stolz auf seine Tätigkeit als Direktor des Berner Kursaals zurück. Er hofft, dass dieser weiterhin erfolgreich ist.

Alain D. Bollat

«Ich will mir Zeit nehmen»

Nächste Woche verlässt Patrick Scherrer nach 17 Jahren den Berner Kursaal. Gespräch über eine erfolgreiche Vergangenheit und eine Zukunft, die offen bleibt.

MELANIE ROTH

Patrick Scherrer, in einer Woche ist die Ära Scherrer im Kursaal Bern vorbei. Wie geht es Ihnen beim Gedanken daran?

Es ist spannend, diesen Schritt zu machen, mir eröffnen sich viele neue Perspektiven und Möglichkeiten. Natürlich schwingt aber auch eine gewisse Wehmut mit, wenn man über so lange Zeit etwas aufgebaut hat. Es freut mich, dass ich den Kursaal nachhaltig prägen konnte. Ich bin daran auch persönlich gewachsen.

Was sehen Sie als Ihre grössten Erfolge an?

Entgegen allen Vorbehalten aus der Branche und der Bevölkerung haben wir es geschafft, in der damals etwas stagnierenden Berner Hotellszene mit dem Hotel Allegro ein neues Lifestyle-Hotel zu positionieren. Das Hotel hat rasch einen festen Platz im Bewusstsein der Berner gefunden, wir erreichen eine gute

Auslastung und hohe Durchschnittspreise. Heute ist das Allegro laut «Bilanz»-Rating das beste 4-Sterne-Hotel in Bern sowie eines der besten in der Schweiz. Auch die Neupositionierung der Restauration sehe ich als Erfolg. Wir haben mit jungen Köchen wie Markus Arnold das «Meridiano» auf einem hohen Qualitätsniveau weiterentwickelt und mit dem «YU» und dem «Giardino» zwei neue Konzepte erfolgreich positioniert.

Ein weiterer Höhepunkt war die Neueröffnung des Kursaals 2012.

Ja, gleichzeitig waren die Umbauarbeiten bei laufendem Betrieb eine der grössten Herausforderungen. Wir haben die Punktlandung geschafft und als i-Tüpfelchen gerade den Swiss MICE Award für das beste Kongresszentrum der Schweiz erhalten. Anfangs war der Kursaal Bern noch sehr heterogen, er

hatte ein verstaubtes Image. Es hat einige Jahre gedauert, diesen Staub wegzubringen und einen roten Faden durchziehen. Heute sind die Berner stolz auf den Kursaal, das macht mich stolz. Es hat sich gelohnt, sich dafür einzusetzen. Ich habe den Kursaal immer so geführt, als würde er mir gehören – das ist meine Art und Weise.

Zur Person Vom Koch zum Vorzeigehotelier

Patrick Scherrer (49) ist seit 1997 für die Kongress + Kursaal Bern AG als CEO tätig. Er war für Planung und Bau des Hotels Allegro zuständig und führte es ab der Eröffnung 1998 als Direktor. 2002 übernahm er auch die Leitung des Kursaals. Scherrer startete seine berufliche Laufbahn als Koch und absolvierte die Hotelfachschule in Luzern. Er gehört zur siebenköpfigen Verbandsleitung von hotellerieuisse. Von 2001 bis 2013 war er Vorstandsmitglied bei Bern Tourismus und während einigen Jahren im Vorstand und Präsident der Berner Hotellerie.

mr

«Anfangs war der Kursaal noch sehr heterogen, er hatte ein verstaubtes Image.»

Patrick Scherrer
CEO Kongress + Kursaal Bern AG

einige Hindernisse bewältigen, um eine Baubewilligung zu erhalten. Auch auf der Management-Ebene habe ich sehr viele Erfahrungen gemacht, schöne, vereinzelt aber auch enttäuschende. Das ist sicher die grösste Herausforderung überhaupt, bei über 200 Mitarbeitenden die Dynamik hoch zu halten.

Wie spornen Sie Mitarbeitende zur Höchstleistung an? Ich integriere mein Team, nehme die Meinungen meiner Mitarbeitenden ernst, bringe ihnen Wertschätzung entgegen, kann aber auch

kritisch sein. Wenn Dienstleistungen oder Prozesse nicht funktionieren, kann ich sehr penibel sein. Dann fordere ich die Leistungen ein, lege den Finger auf den wunden Punkt.

Mit der Zeit könnte der Kursaal Ihre Handschrift wieder verlieren. Ist das für Sie ein wunder Punkt?

Meine Nachfolgerin wird das Unternehmen mit ihrer Art weiterprägen, und das ist auch richtig so. Das Haus muss sich weiterentwickeln. Ich werde die Entwicklung bestimmt beobachten und hoffe, dass der Kursaal weiterhin erfolgreich ist. Das entscheidet am Ende der Markt.

Und wie beurteilen Sie den Berner Hotelmarkt?

Es gibt einen Bedarf an 3- und vielleicht 4-Sterne-Hotels mit modernen Konzepten und internationalen Brands. Der 5-Sterne-Bereich ist mit dem «Bellevue» und dem «Schweizerhof» gut abgedeckt, die beiden Häuser sollten ihre Auslastung noch steigern. Ein Signature Event wäre für Bern gut, eine wiederkehrende Veranstaltung, die über die Grenzen hinausstrahlt. Mit dem Kursaal und der BEA haben wir ein sehr

grosses Potenzial als Kongressstadt für Veranstaltungen bis 1500 Personen. Es muss ein konstantes Wachstum stattfinden, und das auf allen Ebenen.

Irgendwo muss der Stein ins Rollen gebracht werden. Wo sehen Sie Handlungsbedarf?

In der Vermarktung der Destination und der Leistungsträger. Denn wenn die Nachfrage steigt, werden auch die Hotelprodukte kommen. Ich denke, es ist wichtig, dass man die Positionierung von Bern weitertreibt und aktiv umsetzt.

Und wohin treibt es Sie, wenn Sie in einer Woche den Kursaal verlassen?

Ich prüfe verschiedene Optionen, habe bis jetzt aber noch keine Entscheidung getroffen. Ich möchte mir Zeit nehmen, ein bisschen Abstand zu gewinnen von der langjährigen Tätigkeit. Ich kann mir nicht vorstellen, hier am Freitag den Schlüssel abzugeben und am Montag am neuen Ort anzufangen. Ich will meine Batterien aufladen und einen freien Geist für neue Herausforderungen kriegen.

Das heisst, wenn Sie in einer Woche gehen, ist noch nicht klar, wohin? Genau. Ich habe interessante Möglichkeiten, wir werden sehen, wie sie sich konkretisieren.

Meine Absicht, unternehmerisch tätig zu sein, besteht, in welchem Rahmen ist aber noch offen.

Wie stehen die Chancen, dass Sie Bern erhalten bleiben?

Meine Familie ist in Bern, hier bin ich zu Hause. Aber ich würde gerne nationaler tätig werden.

Sie sind Vorstandsmitglied von hotellerieuisse und könnten Nachfolger von Guglielmo L. Brentel als Präsident werden. Zu Verbandsinterna möchte ich nicht Stellung nehmen.

Standpunkt

Die Schlacht gewinnen und den Krieg verlieren?



ROGER SEIFRITZ *

Die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative wurde vielerorts mit Überraschung quittiert, auch in der Tourismusbranche. Stellt man den Volksentscheid in einen Gesamtkontext, ist er allerdings wenig überraschend. Er folgt dem Trend der fortschreitenden Einschränkung und Reglementierung. Ob Masseneinwanderung, Zweitwohnungen, Raumplanung oder Arbeitsmarkt – die Schweiz wandelt auf heiklem Pfad. Sie opfert nach und nach den Motor

«Wir entscheiden nicht nur über Sachfragen, sondern über das Erfolgsmodell Schweiz.»

des Erfolgsmodells Schweiz: die fast schon genetisch verankerte liberale Grundeinstellung. Im Kern strebt die Schweizer Bevölkerung nach der Bewahrung des erreichten (hohen) Wohlstandes und nach Sicherheit und Freiheit. Ihr Stimmverhalten an der Urne torpediert aber genau diese Ziele. Ich bin nicht davon überzeugt, dass die Mehrheit der Schweizer das will. Vielmehr scheint sie sich im geschickt durch einzelne Parteien und Gruppen geschürten Markt von Angst und Neid gängeln zu lassen. So gesehen haben die Befürworter der Einwanderungsinitiative zwar die Schlacht gewonnen, riskieren aber, gemeinsam mit uns allen den Krieg zu verlieren. Bereits stehen die nächsten Abstimmungen an, die ins gleiche Schema passen. Deshalb, liebe Touristiker, nutzt eure Überzeugungskraft und bedenkt: Wir entscheiden bei eidgenössischen Abstimmungen nicht nur über einzelne Sachfragen, sondern indirekt über das Erfolgsmodell Schweiz!

* Roger Seifritz ist Direktor der Reka.

Nachgefragt

Jetboot bringt neuen Adrenalinschub auf dem Brienzensee



Stefan Otz, begrüsst Sie als Direktor von Interlaken Tourismus, dass schon bald Jetboote

über den Brienzensee flitzen? Interlaken Tourismus war schon früh in das Projekt «Jet Boat Interlaken» involviert und begrüsst die zusätzliche touristische Attraktion, die sehr gut zu unserer Positionierung als «Adventure Capital of Europe» passt. Das neue Soft-Adventure-Angebot mit den Jetboot-Fahrten von Bönigen zu den Giessbachfällen kontrastiert mit der beschaulichen Dampfschiff-Idylle auf dem Brienzensee. Nach sorgfältiger Abwägung aller Vor- und Nachteile sind wir aber überzeugt, dass die Jetboot-Fahrten umweltverträglich sind und neue Impulse für die ganze Region bringen. ste

Aus der Region

Zentralschweiz

Villettepark in Cham wird erweitert

Die Erweiterung des Villetteparks in Cham hat am Dienstag begonnen. Die Parkanlage am See wird in Richtung Westen um ein Grundstück von 12 000 Quadratmetern erweitert. Ein Fussweg und zahlreiche Sitzbänke mit Blick auf den Zugersee werden auf der neuen Parzelle gebaut. Ebenso werden der Bach renaturiert und der Baumbestand ausgebaut. Die Kosten für die Erweiterung des Parks belaufen sich auf rund 185 000 Franken.

Klosterplatz Einsiedeln wird renoviert



Ob Adelboden dereinst über eine derart futuristische Bäderlandschaft verfügen wird, ist zurzeit noch fraglich.

ZVG

Die Sanierung der halbkreisförmigen Arkaden auf dem Klosterplatz Einsiedeln dauert fünf Jahre und kostet 6,4 Mio. Franken. Die Arkaden sollen das Areal und die Klosterfassade besser abstützen. Das Projekt ist Teil der Gesamtrenovierung des 40 000 Quadratmeter grossen Klosterplatzes. Finanziert wird die Renovierung mit Beiträgen des Kantons Schwyz, des Klosters und vor allem durch Spenden.

Tessin

Sasso San Gottardo nicht optimal gestartet

In der ersten vollen Betriebsaison 2012/2013 (per 30.9.2013) registrierte die Stiftung Sasso San Gottardo mit der Attraktion auf dem Gotthardpass 12 500 Eintritte. Dies entspricht gemäss «Tessiner Zeitung» nur einem Drittel des budgetierten Publikums. Es wird ein Defizit von 150 000 Franken ausgewiesen. Die finanziellen Mittel für den Betrieb 2014 in Höhe von 350 000 Franken sowie die Deckung des Defizits 2013 werde von den Gotthardkantonen Graubünden, Tessin, Uri und Wallis sowie der Eidgenossenschaft eingeschlossen.

Seeland

«Vieux Manoir»: Acht Einsprachen gegen Zonenplan



ZVG

Gegen den Zonennutzungsplan von Meyriez sind acht Einsprachen eingegangen, eine auch von den Besitzern des Hotels Le Vieux Manoir, Martin und Judith Müller-Opprecht, wie den «Freiburger Nachrichten» zu entnehmen ist. Hinter einer anderen Einsprache steht die Interessengemeinschaft IG Merlach mit 147 Unterschriften. Wie Judith Müller-Opprecht kürzlich der htr erklärte, wissen die Eigentümer noch nicht, wie es mit dem Hotel weitergehen soll. dst



Ob Adelboden dereinst über eine derart futuristische Bäderlandschaft verfügen wird, ist zurzeit noch fraglich.

ZVG

Das Bad wird kalt

Die Promotoren des Alpenbades in Adelboden müssen sich mit der Investorensuche beeilen. Ende November 2014 läuft die Baubewilligung ab, verlängert wird sie nicht mehr.

DANIEL STAMPELI

Die Verhandlungen mit Investoren zur Realisierung des Alpenbades Adelboden seien sehr weit fortgeschritten. Dies wurde im Juli 2013 verkündet. Seither wird vergeblich auf positive Nachrichten gewartet. Auf Nachfrage bei der Projektentwicklerin Swiss Spa Group AG (SSG) erhält man folgende Auskunft: «Die Verhandlungen sind immer noch sehr weit fortgeschritten.» Almut Fauser von der SSG: «In Bezug auf das Endergebnis sind wir gleich weit wie im vergangenen Sommer.»

Bloss handelt es sich aktuell um einen anderen Interessenten als noch im vergangenen Sommer. Damals war von einer

Schweizer Unternehmung die Rede, deren Eigentümer in der Schweiz wohnhafte Schweizer Bürger seien. «Die Verhandlungen konnten damals nicht weitergeführt werden.» Im Gegensatz zu damals soll es sich beim aktuellen Verhandlungspartner nicht um einen Schweizer handeln. Ob es sich um einen europäischen oder aussereuropäischen Investor handelt, will Almut Fauser nicht sagen.

Seit Jahren zuversichtlich betreffend Investorensuche

Der Optimismus – wohl eher der Zweckoptimismus scheint bei der SSG weiterhin ungebrochen zu sein. Gegenüber einem Baubeginn vor Ablauf der Baubewilli-

gung, also vor Ende November, «sind wir immer noch sehr positiv eingestellt», so Almut Fauser. Gleichzeitig räumt sie ein, dass bei einem Projekt in dieser Gröszenordnung Verhandlungen schwierige Prozesse seien. Diese Aussage war von Seiten SSG bereits vor zwei Jahren zu vernehmen.

Die gesamte Investitionssumme für das geplante Bad mit Hotel betrage nach wie vor rund 120 Mio. Franken. Der Hotelstandard (4 Sterne oder mehr) sei Gegenstand der Verhandlungen mit dem interessierten Investor. Das Hotel soll jedoch unverändert über rund 200 Betten verfügen. Die Spa-Fläche wird mit 4500 m² veranschlagt, mit einer

Wasserfläche von 840 m², verteilt auf 16 Wasserbecken.

Die Adelbodner Bevölkerung wird langsam ungeduldig. Nicht alle scheinen mehr an den Touristenmagneten Alpenbad zu glauben. Eine Gemeinde-Initiative, die verlangte, dass die Baubewilligung für das Alpenbad-Projekt nicht noch einmal verlängert wird, wurde am 9. Februar 2014 mit grossem Mehr angenommen.

Fehlende Kommunikation verunsichert Bevölkerung

Urs Pfenninger, Tourismusdirektor von Adelboden-Frutigen: «Die Initiative wäre gar nicht nötig gewesen, nach kantonalem Recht dürfte die Baubewilligung ohnehin nicht noch einmal verlängert werden.» Die Initiative sei vielmehr als Ventil der Bevölkerung zu betrachten. Die Bevölkerung sei verunsichert, da sie über die Entwicklung keine Kenntnis habe. Wird lange nicht informiert, schwinden Glaube und Hoffnung und es entstehen Gerüchte. Pfenninger spricht von einem klassischen Kommunikationsproblem.

«Ich selbst bin immer noch zuversichtlich und möchte dies auch weiterhin bleiben. Ich bin auch nach wie vor überzeugt, dass das Bad mit einem hochkarätigen Hotel eine sinnvolle Ergänzung zum bestehenden Angebot wäre», so Pfenninger. Auch er ist der Ansicht, dass die Zeit knapp ist, «aber im Moment sind die massgeblichen Leute überzeugt, dass es reicht».

Ursprünglicher Plan mehr als Makulatur

Die aktuelle Suche nach Investoren für das Alpenbad Adelboden wurde notwendig, nachdem Ende April 2010 der ehemalige Investor, die Pearl of Kuwait Real Estate Company, ihre Investorenabsicht wegen Zahlungsunfähigkeit zurückgezogen hatte. Als das Projekt im Jahr 2007 präsentiert wurde, gingen die Promotoren von jährlich 280 000 Badegästen aus. Damals war der Baubeginn für Frühjahr 2009 und die Eröffnung von Alpenbad und Hotel für Frühjahr 2011 geplant.

Konkordanz auf dem Bürgenstock

Auf dem Bürgenstock arbeitet die Bauherrschaft sehr eng mit der Denkmalpflege zusammen. Nur ein Miteinander führt laut dem Nidwaldner Regierungsrat zum Ziel

DANIEL STAMPELI

In den kommenden Monaten werden auf dem Bürgenberg bestehende historische Gebäudekomplexe mit modernen, zeitgemässen Bauten ergänzt. Da am Ende nicht ein Einzelobjekt entscheidend ist, sondern das Gesamtbild des neuen Bürgenstock-Resorts, arbeitet die Bauherrschaft sehr eng mit der Denkmalpflege zusammen. Man habe schon sehr früh erkannt, «dass nur ein Miteinander zum Ziel führen kann», erklärte der Nidwaldner Regierungsrat Res Schmid anlässlich



Das ehemalige «Grand Hotel» auf dem Bürgenstock.

einer Medienorientierung. Schmid hat Verständnis dafür, dass die Zustimmung zum Teilabbruch des «Grand Hotel» aus denkmalpflegerischer Sicht nicht überall auf Zustimmung stösst. «Doch die Bausubstanz des aus dem Jahr 1873 stammenden und ursprünglich als reines Sommerhotel realisierten «Grand Hotel» wies derart viele Mängel auf, dass ein Beharren auf dem Erhalt unverhältnismässig gewesen wäre», so Schmid. Für ihn ist es keine Frage, «dass der Regierungsrat die

Bauherrschaft in ihren Bestrebungen unterstützt, das Bürgenstock-Resort zu entwickeln».

Man sei sich auch im Klaren darüber, dass Denkmalschutz nicht zum Nulltarif erhältlich sei. So würden sich die Berechnungen der Höhe der Bundes- und Kantonsbeiträge für die geschützten Kulturobjekte an der geltenden Denkmalschutzgesetzgebung orientieren. Laut Res Schmid geht die Denkmalpflege von einer Beitragssumme von rund 1 Mio. Franken aus.

Deutsches Gastgewerbe im 2013 mit leichtem nominalem Umsatzplus

In den vergangenen zehn Jahren entstanden viele neue Arbeitsplätze.

Hotellerie und Gastronomie erzielten im Jahr 2013 in Deutschland gemäss dem Statistischen Bundesamt ein Umsatzplus von nominal 1,2% (real minus 1,1%). Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga Bundesverband) war von einem Umsatzplus von 1,0% ausgegangen, wie dieser mitteilt. Die Gastronomie erzielte im vergangenen Jahr ein nominales Umsatzplus von 1,4% (real minus 1,0%). Die Beherbergungsbetriebe lagen bei einem Umsatzplus von 0,9% (real minus 1,2%).

Mit den jüngsten Zahlen verzeichne das deutsche Gastgewerbe bereits das vierte Jahr in Folge ein Umsatzplus. Dehoga-Präsident Ernst Fischer sagt dazu: «Erfreulich ist vor allem, dass von dem konstanten Wachstum der Arbeitsmarkt profitiert.» So seien in den vergangenen zehn Jahren im Gastgewerbe 170 000 neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze entstanden – ein Plus von mehr als 22%. In der Gesamtwirtschaft waren es im selben Zeitraum rund 10%. dst

Am Projekt wird festgehalten

Die Bergbahnen Sörenberg halten an ihrem Projekt Rothorn fest. Dies trotz acht eingegangenen Einsprachen.

Beim Bundesamt für Verkehr, beim Kanton Luzern und beim Regierungsschatthalteramt Interlaken-Oberhasli sind insgesamt acht Einsprachen gegen das Projekt Rothorn der Bergbahnen Sörenberg eingegangen. Die Bergbahnen planen, das Skigebiet Eisee-Rothorn zu erneuern und die Anbindung an das Skigebiet Sörenberg sicherzustellen. Herz-

stück des Projekts ist eine Achter-Umlaufkabinenbahn von Sörenberg Witmoos auf das Brienz Rothorn, dazu kommen der Bau eines neuen Bergrestaurants auf dem Ostgrat des Berges und der Ersatz des bestehenden Sessellifts auf Eisee.

Obwohl noch nicht alle Einsprachen vorliegen, lasse sich erkennen, dass verschiedene Einsprecher den kompletten Rückbau der heutigen Tal- und Bergstation wie auch des Panorama-Restaurants fordern, schreiben die Bergbahnen Sörenberg in einer Medienmitteilung. Die Bahnen verfolgten primär eine teilweise Umnutzung der Gebäu-

de, wobei die bahntechnischen Einrichtungen der heutigen Bahn ganz zurückgebaut werden sollen. «Enttäuscht und zugleich überrascht» sind die Bergbahnen über die Einsprache, respektive deren Inhalt, der Nachbarbahn Brienz Rothorn Bahn.

Sobald alle Einsprachen wie auch die Stellungnahmen der Amtsstellen und des Bundesamtes für Verkehr im Detail vorliegen, könne nach einer umfassenden Beurteilung ein angepasster Zeitplan für die nächsten Schritte erstellt werden. «Zurzeit besteht kein Grund, vom geplanten Projekt abzuweichen», so die Bergbahnen Sörenberg. dst

Neues Geschäftsmodell und neuer Standort: Brig wagt mit den Gemeinden der Region Simplan Süd einen touristischen Neubeginn. Doch die Altlasten wiegen schwer.

Theres Lagler

Es kommt einem Befreiungsschlag gleich: Die fünf Oberwalliser Gemeinden Brig-Glis, Ried-Brig, Termen, Simplan und Zwischbergen (Gondo) haben am Dienstag die Brig Simplan Tourismus AG (BST) gegründet. Sie übernimmt rückwirkend auf den 1. Januar 2014 die Aufgaben des Verkehrsvereins Brig Belalp Tourismus (BBT). «Die Gemeinden des Bezirks Brig Süd sind gewillt, die Tourismusstrukturen neu in die Hände zu nehmen, um den Gast wieder in den Mittelpunkt zu stellen», betonte Louis Ursprung, der Stadtpräsident von Brig-Glis, vor den Medien im Stockalperpalast. Auslöser für die Neuorganisation seien die jahrelangen Querelen, die Machtkämpfe, die Verpolitisierung und schliesslich der Austritt von Naters-Blatten-Belalp aus der Tourismusorganisation gewesen.

Die Gemeinden wollen eine Professionalisierung herbeiführen

«Wir mussten eine neue Struktur suchen, die nach einem allfälligen Austritt eines Partners nicht wieder auseinanderfällt wie ein Kartenhaus», führte Karl Schmidhalter, Ressortchef Wirtschaft und Kultur, aus. Deshalb sei die Wahl auf eine AG gefallen. Vereinsstrukturen seien nicht mehr zeitgemäss. Das Aktienka-



In Brig, dem Sitz des Stockalperpalasts, will man die Tourismusstrukturen grundlegend neu ordnen.

Brig: Neustart mit Nebengeräuschen

pital der Brig Simplan Tourismus AG beläuft sich auf 200 000 Franken. Die Stadtgemeinde Brig-Glis hält 60 Prozent der Namenaktien, die anderen vier Gemeinden je 10 Prozent. Die Forderung von Peter Bodenmann, Präsident des Hoteliersvereins Brig und Umgebung, auch touristische Leis-

tungssträger als Aktionäre zuzulassen (siehe Text unten), quittierte Stadtpräsident Ursprung mit der Bemerkung: «Wenn die AG gut läuft, sind wir auch bereit, die AG zu öffnen. Wir lassen uns aber nicht unter Druck setzen. Zuerst wollen wir die Situation beruhigen.» Der Verwal-

tratsrat der AG setzt sich aus Wirtschafts- und Tourismusvertretern aus der Region zusammen und darf höchstens sieben Mitglieder umfassen. Den Anfang machen fünf: Stefan Luggen (Gewerbevertreter), Reto Steiner (Hotelier), Elmar Pfammatter (Marketing), Beat Pfammatter (bis 2005 Briger Tourismusdirektor) und Paul Schnidrig (Geschäftsführer Brigebad). Diese Zusammensetzung gefällt nicht allen, waren doch einige bereits Vorstandsmitglieder von Brig Belalp Tourismus.

Der Tourismusdirektor will Brig wieder besser vernetzen
Während sich die Wortführer in Stellung bringen, freut sich einer bereits auf den Umzug in die neuen Büros: Renato Julier, designierter Direktor von Brig

Simplon Tourismus. Der neue Standort befindet sich ab Mai im Gebäude des Hotels Victoria direkt vis-à-vis dem Bahnhof Brig. «Uns schwebt ein Tourismusbüro der neuen Generation vor: Wir möchten ein Gäste-Service-Center fürs ganze Oberwallis werden», erläutert Julier. Er strebt eine enge Zusammenarbeit mit der Matteredrig (Geschäftsführer Brigebad), horn Gotthard Bahn, der BLS, der Postauto Schweiz AG, der Aletsch Arena und Obergoms Tourismus an. Auch die Leistungsträger vor Ort und das Gewerbe sollen eingebunden werden. Bis es so weit ist, gilt es, die Altlasten zu bereinigen. Voraussichtlich Ende März findet die Generalversammlung von Brig Belalp Tourismus statt, die aufzeigen soll, weshalb die Finanzen derart aus dem Ruder liefen.



«Wir möchten ein Gäste-Service-Center fürs ganze Oberwallis werden.»
Renato Julier
design. Dir. Brig Simplan Tourismus

Hotellerie Die Forderungen

Der Hoteliersverein Brig und Umgebung hat kurz vor der Gründung der Brig Simplan Tourismus AG eine ausserordentliche Sitzung abgehalten. Unter Leitung von Präsident Peter Bodenmann haben die Hoteliers einen Forderungskatalog verabschiedet. Sie machen ihre Zusammenarbeit mit der neuen Tourismusorganisation gemäss Schreiben von Peter Bodenmann von folgenden Bedingungen abhängig:
- Die Vergangenheit von Brig Belalp Tourismus (BBT) muss durch eine unabhängige Revisionsstelle aufgearbeitet werden.

- Die Gemeinden, die 2006 die Homologation der Statuten verschluppt haben, erstatten den Hotels zuhanden deren Gäste die zu viel kassierten Kur- und Beherbergungstaxen zurück.
- Aktionäre der neuen AG werden die Gemeinden und die Privaten aufgrund der jährlich von ihnen und ihren Gästen geleisteten Beiträge.
- Die Hotellerie muss, da sie die grösste Zahlerin sein wird, in einem siebenköpfigen Verwaltungsrat mit mindestens drei Verwaltungsräten vertreten sein.
- Die Mittel von BBT dürfen der neuen AG nur zur Verfügung ste-

hen, wenn deren Personalkosten nicht mehr als 40 Prozent pro Jahr ausmachen und die Mittel anteilmässig in Projekte investiert werden, die den jeweiligen Beitragszahlern und ihren Gästen dienen.
Zwei weitere Punkte führt Bodenmann auf: Zum einen offerieren die Hoteliers 50 000 Franken für die Übernahme der Bimmelbahn Simplan Express, wenn ihnen mindestens die Hälfte der bisherigen Beiträge zur Verfügung gestellt werden. Zum andern mache auch die Talhotellerie von Naters unter all diesen Bedingungen mit.

Eine Seerose fürs Jubiläum

Herzstück des Tourismusjubiläums Gästival 2015 in der Zentralschweiz ist eine Seerose – eine schwimmende Plattform auf dem Vierwaldstättersee.

rose für 700 Personen ausgelegt. In der Gastronomie steht die Selbstbedienung im Vordergrund.
Die Seerose wird voraussichtlich vom 29. Mai bis 20. September 2015 in Luzern, Alpnachstad,

Brunnen, Stansstad, Flüelen und zuletzt wieder in Luzern anlegen. In der Zentralschweiz wird das Jahr 2015 zum Jahr der Gastfreundschaft. Gefeierte wird die 200-jährige Tourismusgeschichte der Region.



Je nach Bedarf stehen bis zu vier Blütenblätter zur Verfügung.

38 Meter im Durchmesser und 12,4 Meter in der maximalen Höhe – das sind die Masse der Stahlkonstruktion in Form einer Seerose. Je nach Veranstaltung werden auf der schwimmenden Plattform ein bis vier Blütenblätter als Tribünen genutzt. Die modularen Nutzungsmöglichkeiten erlauben es, unterschiedliche Bedürfnisse für grössere und kleinere Anlässe abzudecken. So reichen die Zuschauerkapazitäten von 110 bis zu 465 Personen. Insgesamt – inklusive Personal und Gastronomiebereiche – ist die See-

Schweiz

Zweitwohnungen: Ausnahmen für die Hotellerie

Der Bundesrat will bei der Umsetzung der Zweitwohnungs-Initiative Ausnahmen zulassen, wie er kurz vor Redaktionsschluss der htr mitteilte. In seiner Botschaft zum Zweitwohnungsgesetz zuhanden des Parlaments sieht der Bundesrat vor, dass Hotelbetriebe komplett in Zweitwohnungen mit «kalten Betten» umgewandelt werden können, sofern sie bereits seit 25 Jahren bestehen und nicht mehr wirtschaftlich weitergeführt werden können. Ergänzend soll in bescheidenem Umfang das Erstellen neuer Zweitwohnungen in Ausnahmefällen auch möglich sein.

Aus der Region

Mittelland

Mehr Gäste für das Thermalbad Zurzach



Bad Zurzach Tourismus AG

In den ersten drei Monaten seit der kompletten Eröffnung der Wellnesswelt Sal Aqua Natura konnten im Thermalbad Zurzach 12% mehr Gäste (1.11.2013 bis 31.1.2014) als in der entsprechenden Vorjahresperiode gezählt werden. Die Hotellerie weist in derselben Periode ein Gästeplus von 8% auf. Im Park Hotel wurden bis im letzten Sommer alle Zimmerkategorien erneuert.

Zürich

BAZL legt Lärmberechnung für Flughafen auf

In den vier betroffenen Gemeinden Bachs, Kloten, Rümlang und Winkel rund um den Flughafen Zürich wird das Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) Unterlagen zur neu berechneten Fluglärmbelastung öffentlich aufliegen. Diese sind noch Bestandteil des vorläufigen Betriebsreglements des Flughafens Zürich, wie das BAZL mitteilt. Die Einsprachefrist läuft vom 24. Februar bis zum 25. März 2014.

Bern

Moderne Car-Infrastruktur gefordert



ZVG

Nach Ansicht der Wirtschaftsvereinigung Entente Bernoise muss die Situation für Reisebusse in der Stadt Bern verbessert werden. Gefragt seien moderne, funktionale Infrastrukturen. Den CarTourismus in erster Linie als Angelegenheit von privaten Anbietern anzusehen, setze falsche Signale, teilt die Wirtschaftsvereinigung mit.

Der Schlüssel im «Dorint» passt

Kurz vor Eröffnung des neuen **Dorint Airport-Hotels in Zürich** trafen sich am letzten Freitag Bauherren, Pächter, Vertreter der Stadt und weitere Protagonisten zur Schlüsselübergabe.

Am 1. März 2014 werden die ersten Gäste im fünfstöckigen Neubau des Dorint Airport-Hotels am Zürcher Flughafen einkehren. Einen ersten Blick in das fertige Hotel, das in Form eines Schweizer Kreuzes gebaut wurde, durften am vergangenen Freitag bereits die Gäste der offiziellen

Schlüsselübergabe werfen. Der anwesende «Dorint»-Geschäftsführer Olaf Mertens zeigte sich erfreut über das dritte Schweizer Haus der Hotelkette: «Mit dem Dorint Airport-Hotel Zürich ergänzt die Neue Dorint GmbH ihr Portfolio mit einer Destination am grössten Flughafen der Schweiz.» Auch Hoteldirektor Detlef F. Lin-

der ist überzeugt: «Das ist ein aussergewöhnliches Hotel an einem hervorragenden Standort.» Geplant und realisiert wurde das Hotel durch die Schweizer Immobilienentwicklerin und Totalunternehmung Losinger Marazzi AG. Dorint hat die Immobilie von der Turintra AG für zunächst 25 Jahre gemietet. sag



Jacky Gillmann, Präsident Verwaltungsrat Losinger Marazzi AG, Riccardo Boscardin, Leiter Global Real Estate, UBS Fund Management (Switzerland) AG, Detlef F. Linder, Hoteldirektor Dorint Airport-Hotel Zürich, und Olaf Mertens, Geschäftsführer Neue Dorint GmbH (v.l.n.r.).
Kaspar Müller-Bringmann/Dorint Hotels & Resorts

Die Belvoirpark Hotelfachschule Zürich hat neues Alumni-Netzwerk

Rund 150 Ehemalige, Absolventen und Studierende trafen sich im Volkshaus Zürich zur Gründungsfeier



Die «Alumni»-Gründungsmitglieder (v.l.): Denise Millen, Park Hyatt Zürich; Thomas Aufdermauer, Gasthof Seefeld Hurdlen; Isabel Distel, Olive Garden Zürich; Tamara Philipona, Belvoirpark Hotelfachschule; Raphael Tobler, Katara Hospitality Switzerland AG; Adrian Aeschlimann, Belvoirpark Restaurant; Nico Himmelberger, Hallenstadion Zürich. br

Deutscher Sternekoch wechselt ins «Aphrodite» im Hotel Giardino Ascona

Christian Scharer verlässt seinen Küchenchef-Posten im Buddenbrooks Restaurant im Resort A-Rosa Travemünde



Spitzenkoch Christian Scharer wirkt bald in der Schweiz. zvg

Von der Ostsee zum Lago Maggiore: Christian Scharer (2 Sterne, 18 Punkte) wird ab April Chef im Restaurant Aphrodite des «Giardino» Ascona. Damit ist er neben «Ecco»-Küchenchef Rolf Fliegau (2 Sterne, 17 Punkte), bald der zweite Spitzenkoch im Tessiner Hotel. «Es erfüllt mich mit Stolz, Christian Scharer in unserem Team begrüssen zu dürfen», sagt Philippe Frutiger, CEO Giardino Hotel Group. sag

Eine Ära im Ferienart Saas-Fee geht zu Ende

Beat und Chantal Anthamatten geben die Direktion des Ferienart Resort & Spa in Saas-Fee auf die Sommersaison 2014 ab. Sie



prägen das Hotel seit 30 bzw. 27 Jahren. Das «Ferienart» erhielt viele Auszeichnungen. Beispiele sind das erste Minerijehotel der Schweiz (2001), Gastgeberteam des Jahres Guide bleu (2004), Hotelunternehmer des Jahres (2007), Gewinner des ersten «Milestone» für Nachhaltigkeit (2008). Der Verwaltungsrat des «Ferienart» will die operative Führung erneuern, um die richtigen Weichen für die nächsten Jahre zu stellen.

Neuer Projektleiter für Grossprojekt «The Circle»

Beat Pahud (46) ist neuer Gesamtprojektleiter für das Grossprojekt «The Circle» am Flughafen Zürich. Der diplomierte Kulturingenieur und Betriebswirt ETH war bereits von 1995 bis 2004 bei der Flughafen Zürich AG in diversen Funktionen tätig, unter anderem als Projektleiter Gesamtplanung bei der Flughafendirektion und als

Sesselrücken



Mitglied der Geschäftsleitung der Flughafen Zürich AG. Zuletzt war Pahud von 2012 bis 2013 bei der Straumann Gruppe für die weltweite Training Academy zuständig. zvg

Wechsel von der Igeho zur Mustermesse Basel

Matthias Lager (49) übernimmt per 1. April 2014 die Leitung des Projekts «100 Jahre Mustermesse Basel». Er wird seine



neue Aufgabe als Stabstelle der MCH Group wahrnehmen. Matthias Lager war bisher während 16 Jahren als Messeleiter der Igeho (plus Mefa / Lefatec) für die Messe Basel tätig. Im Zuge der Neustrukturierung der Gastronomie- und Lebensmittelmesse in Basel und Lausanne wird ein Messeleiter für beide Standorte gesucht. Ab 1. April 2014 übernimmt Walo Dalhäuser ad interim die Messeleitung. zvg

Neue Führung im Verband Gastro-Unternehmer

Thomas Kulcsár (50, Bild) wurde an der Generalversammlung zum neuen Präsidenten des Verbandes der dipl. Gastro-Unternehmer/innen VDVG gewählt. Er ist seit 2011 Bereichsleiter Hotellerie der Psychiatrischen Dienste des Kantons Graubünden. Als Präsident übernahm Kulcsár das Zepter von Roland Furrer (53), der in Solothurn die Betriebe Hotel an der Aare, Hotel Bären und die Brasserie Aaregarten führt. Anstelle des zurückgetretenen Thomas Hofstetter wurde Roman Halbheer (50) in den Vorstand gewählt. zvg



Swiss Cities haben einen neuen Präsidenten
Martin Sturzenegger (Bild), Direktor von Zürich Tourismus, ist an der Generalversammlung der Vereinigung Swiss Cities zu deren neuem Präsidenten gewählt worden. Grund für die Neuwahl ist der Weggang von Remo Rey als Direktor von Winterthur Tourismus. Vorstandsmitglieder von Swiss Cities sind maximal sechs Jahre im Amt. Dies gilt auch für den Präsi-

Swiss Cities haben einen neuen Präsidenten

ernannt worden. Paul Mulcahy (rechts) ist neu zum Unternehmen als Vice President Distribution und Revenue Management gestossen. Beide verstärken das Team in der Zentrale in Zürich und werden massgeblich an der globalen Strategie der im gehobenen Segment operierenden internationalen Hotelgruppe arbeiten, die mit über 16'000 Mitarbeitern 80 Hotels und Resorts in 25 Ländern betreibt. dst



den. Eine Neuwahl wäre gemäss Statuten 2016 erfolgt. Der Weggang von Remo Rey machte diese früher erforderlich. Zu den Swiss Cities gehören aktuell 23 Städte.

Mövenpick Hotels & Resorts: neue Führungskräfte

Jan Bundgaard (Bild links) ist bei Mövenpick Hotels & Resorts intern zum Vice President Development für Europa und Afrika



ernannt worden. Paul Mulcahy (rechts) ist neu zum Unternehmen als Vice President Distribution und Revenue Management gestossen. Beide verstärken das Team in der Zentrale in Zürich und werden massgeblich an der globalen Strategie der im gehobenen Segment operierenden internationalen Hotelgruppe arbeiten, die mit über 16'000 Mitarbeitern 80 Hotels und Resorts in 25 Ländern betreibt. dst

ANZEIGE

Gelesen von Entscheidungsträgern!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.
Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

Chantre de l'élégance culinaire à la française, Michel Roth propose un concept inspiré du Japon. Au Président Wilson de Genève, il innove avec le restaurant Umami.

ALEXANDRE CALDARA

Des branches d'arbres à la verticale panachées de fleurs rouges. Une piscine aux habits d'hiver. Et voici Umami, terrasse estivale transformée en espace zen de 70 couverts sous tente et agréablement chauffée. Mais le nouveau concept du Président Wilson, de Genève, surprend surtout en associant les saveurs nipponnes à une signature référence de la cuisine classique française, le chef Michel Roth. Propriétaire et directeur du Président Wilson, à Genève, Charles Tamman a élaboré ce concept avec ce cuisinier emblématique du Ritz de Paris cet été. Pour commencer en toute discrétion au début du mois de décembre. Deux petites cuisines ouvertes en cabanons, l'une pour le chaud, l'autre pour le froid. Collette rouge blanc bleu de Meilleur ouvrier de France, impeccable tour de cou, port de tête assuré, Michel Roth s'installe sur un siège cubique: «On associe plus mon nom au vol-au-vent qu'à la fusion asiatique, mais étonner me plaît aussi et je me reconnais dans la cuisine épurée, très saine.»

«Premières découvertes avec Bocuse, Girardet, Robuchon»

En aucun cas, il ne veut imiter la cuisine japonaise: «Plutôt y associer une base classique française, le moelleux, le croquant, le croustillant, avec la fraîcheur incroyable de la cuisine asiatique et ses textures.» Rien à voir avec Izumi, restaurant fusion de l'Hôtel des Bergues ouvert en fin d'année, avec un mandat de conseils du mythique Nobu. «Nous admirons ce chef, mais nous nous situons ailleurs.» Michel Roth parfume depuis longtemps ses bouillons pour les crustacés de citronnelle et de gingembre. Ses multiples voyages au Japon restent gravés en lui: «Mes premières découvertes avec Bocuse, Girardet, Robuchon. Kyoto ou l'exigence des profes-



Michel Roth et Franck Meyer dans l'espace du restaurant Umami évoquent l'identité de leur cuisine.

Photos Sarah Hinni

Béarnaise soleil levant

seurs de l'école de cuisine Tsugi.» Avant de devenir un restaurant, Umami reste avant tout la cinquième saveur de la culture japonaise. Le sucré, l'acide, l'amer, le salé et... difficile à traduire, certains disent délicieux, d'autres saoureux. Au côté de Michel Roth, son chef Franck Meyer (venu lui aussi du Ritz), le premier dit du second: «Vous verrez, il ira dans les détails.» Calme, attentionné, le jeune chef évoque d'abord à propos du pays du soleil levant: «Le respect des gens, le goût naturel des produits, une pointe d'acidité différente.»

Puis nous tire par la manche à Tsukigi, le plus grand marché au

poissons de Tokyo: «A la fois archaïque et novateur avec des états de poissons, notamment de thons d'une qualité incroyable, avec des tuk-tuk qui se faufilent à toute allure. Il faut être dans l'ambiance, on y mange des nouilles, du poisson cru à cinq heures du matin dans des tout petits restaurants, avec des cuisiniers à la gestuelle unique.» Michel Roth complète: «J'y ai vu des viviers de poissons vivants inouï, leur art du taillage surprend aussi,

même les professionnels.» Au Japon, les deux chefs privilégient les endroits qui proposent des plats traditionnels et la cuisine de rue. La carte d'Umami évoluera. Michel Roth pense à une tomate cœur de bœuf laquée à la sauce citronnelle avec de la mozzarella en condiment. Franck Meyer voit bien la féra, le cardon genevois, la viande suisse et même les fromages se laisser contaminer par l'inspiration asiatique: «Les Japonais mangent du

«On associe plus mon nom au vol-au-vent qu'à la fusion asiatique.»

Michel Roth
Chef du Président Wilson

fromage en France, moins au Japon, on peut les surprendre.» Leur ami Daiki Nishio qui travaillait aussi au Ritz rend régulièrement visite à l'équipe de cinq cuisiniers de l'Umami pour leur transmettre les secrets du riz et les astuces des goûts d'Asie.

L'importance centrale de sa région natale: la Lorraine

Michel Roth se réjouit des nouvelles tendances de la cuisine: «Simplement un retour à la nature, on travaille avec des produits près de nous, d'un terroir, sans trop de complications.» On ne résiste pas à leur demander ce qu'il préfère manger. Le cri du cœur de

Michel Roth: «Une entrecôte à la sauce béarnaise.» Vient vite après la volaille rôtie. Franck Meyer lui glisse le pâté lorrain. Roth embraye sur sa région la Lorraine, la quiche évidemment, mais aussi «l'odeur de mon enfance, les fruits du jardin, la tarte à la mirabelle.»

En cœur les deux hommes expliquent: «Vous savez les chefs aiment les contextes et les plats simples, après le travail on ne se casse pas trop la tête.» Franck Meyer, originaire de la Nièvre, ne blêmit jamais face au cochon: «J'aime aussi le bœuf bourguignon, la blanquette, les fromages.» La gastronomie française se mange aussi avec des baguettes.

Maki poêlé au foie gras et des airs de röstis

Le repas à Umami commence par un petit bol de chips orange au centre de la table. Franck Meyer explique ces nuages de patates douces: «Dans la région de Nara au Japon, tout le monde mange des cornets de

frites de patates douces.» Le premier plat comme une collection de bijoux verticaux ponctués d'œufs de poisson verts et orange arrive.

Il s'agit de «rouleaux de bœuf Wagyu, crémeux d'artichauts au

wasabi, réduction soja». L'artichaut, atout de cœur dans le répertoire des saveurs de Michel Roth, détourne subtilement le paquet compact de goût du rouleau, entraîne ailleurs. Les surprises se succèdent. Le maki res-

semble à un maki. Mais le voici poêlé au foie gras, accompagné de pommes et de gingembre. Le maki croque et se drape de cette onctuosité si française. Les chefs aiment aussi ponctuer le repas par des souvenirs: Okonomyaki traditionnel. Cette galette de choux, de carottes, de pommes de terre est servie comme dans les rues japonaises.

Avec une tranche de bacon et par-dessus ses copeaux de bonite qui frissonnent encore. «Dans la tradition japonaise, on laissait les poissons sécher sur la plage, puis on les découpait avec des petits rabots», explique Franck Meyer. Ici, pas de clin d'œil occidental, pourtant on y trouve une ressemblance avec une platée de röstis.

Le léger détournement revient avec le bœuf à la sauce sukiyaki. «J'utilise une opération repérée dans la fondue du même nom où les lamelles de viande coagulent dans l'œuf battu. Moi, je snacke le bœuf et le déglace à la cassonade et au soja. Je le serre sur plat avec une sauce au sésame blanc.» Au dessert, on découvre la touche du pâtissier Didier Steudler (venu du Ritz), la fine tarte sablée meringuée se drapée de yuzu. aca



Le Okonomyaki traditionnel: une galette de choux, de carottes et de pommes de terre.

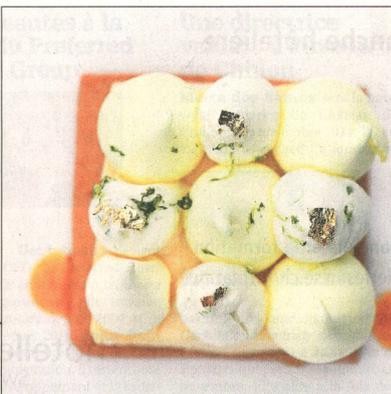
Figure du Ritz, seul Meilleur ouvrier de France et Bocuse d'or la même année

Michel Roth raconte volontiers qu'il a gravi tous les échelons en cuisine au Ritz, cet établissement mythique actuellement en rénovation, qu'il considère comme sa famille. Il y entre en 1981 comme premier commis de Guy Legay et repart en juillet. En 1992, il lui succède comme chef de cuisine du restaurant L'Espadon.

De 1999 à septembre 2001, il s'offre une parenthèse au restaurant Lasserre où il obtient une deuxième étoile Michelin. Il retrouvera le Ritz en 2001. En 2009, il

obtient la deuxième étoile Michelin comme chef des cuisines. Il quitte le Ritz à l'été 2012. En septembre, il arrive au Président Wilson, de Genève où il prend le rôle de conseiller culinaire et chef exécutif.

Le 21 novembre 2013, le Restaurant Bayview obtient sa première étoile Michelin, son chef est Laurent Wozniak. En 1977, Michel Roth devenait Meilleur apprenti de France. 1991 sera une année notable: il devient le seul chef Meilleur ouvrier de France et remporte le Bocuse d'Or. aca



Les «rouleaux de bœuf Wagyu, crémeux d'artichauts au wasabi réduction soja» et en dessert la fine tarte sablée meringuée au yuzu.

En bref

International Une offre pensée spécialement pour les femmes

Mgallery, collection d'hôtels haute de gamme du groupe Accor, lance «Inspired by her», une offre inspirée par les femmes. Elle est testée dans quatre hôtels en France et devrait être proposée dans les 70 hôtels du réseau d'ici la fin de l'année. Elle s'appuie sur une étude réalisée auprès de 250 clientes. A son arrivée, la cliente reçoit un document qui lui permet de prendre connaissance de l'ensemble des services. **aca**

Fribourg Visites guidées gratuites à Bulle



De mai à octobre, les acteurs touristiques de Bulle, dont le Musée gruérien, proposeront des visites commentées gratuites de la ville. Ces visites, au nombre de dix, se feront le long du circuit historique «Bulle à découvrir» mis en place l'an passé. Vingt visites commentées avaient été organisées cette année-là. **mh**

Spécificité vaudoise

La deuxième sélection des Premiers Grands Crus Vaudois vient d'être présentée. Quinze Chasselas figurent dans cette sélection, ils partiront bientôt en tournée aux Grisons.

ALEXANDRE CALDARA

Il s'agit d'un label unique comme dans le Bordelais, toute proportion gardée, les Vaudois possèdent leurs Premiers Grands Crus: symbole de l'excellence du Pays de Vaud. L'Office des vins vaudois (OVV) vient de présenter sa deuxième sélection au Grand Conseil et ils partiront bientôt en tournée dans les Grisons. Quinze vins dont trois nouveaux composent cette sélection, il s'agit du Château de la Bâtie, sur La Côte, à Vinzel, un Dézaley La Guenietta et un Saint-Saphorin les Roches Plates. «C'est un succès pour les vigneron·s il s'agit d'un bel atout de ventes», explique Pierre Keller, président de l'Office des vins vaudois.

L'artiste et ancien directeur de l'Ecole d'art de Lausanne a conçu une plaquette avec ce papier fin

élégant qui recouvre les bouteilles, comme une robe légère: «Je la voulais comme un symbole d'ouverture, qu'elle fasse parler de nos vins.» Contrairement au classement figé du Bordelais, le label vaudois se veut en mouvement, même s'il comprend pour l'heure que des Chasselas. Les vins doivent correspondre à des critères stricts comme: la qualité du sol, la situation du domaine, l'âge des vignes, une récolte manuelle, des rendements limités dans la quantité, la réputation historique du domaine, ainsi qu'un grand potentiel de garde du vin. Ils sont vérifiés et approuvés chaque année par une commission d'experts.

Pour Pierre Keller, l'OVV doit faire la promotion de l'ensemble des vins vaudois: «Ce label peut être incontestablement un plus



Le Château de la Bâtie, à Vinzel, figure dans les Premiers Grands Crus Vaudois.



«Ce label est un succès pour les vigneron·s, il s'agit d'un bel atout pour les ventes.»

Pierre Keller
Président de l'OVV

dans notre communication. Mais certains vins font parler d'eux sans cela. Mardi soir, à Madrid, un Suisse me disait que son vin préféré était le Grand Cru Dézaley «Chemin de Fer» de Luc Massey. Le Dézaley Médinette Grand Cru de Luc Bovard brille aussi partout. Tout le monde ne peut pas réaliser des Premiers Grands Crus, mais du bon vin oui.» Le président regrette les dernières affaires qui touchent les vins vaudois, notamment celle qui consistait à vendre un vin sous un autre nom: «La meilleure réponse pas-

se par trois éléments: la qualité, l'image et l'honnêteté.»

Les douze Premiers Grands Crus classés en 2012 et qui le restent sont de Mont-sur-Rolle (Château de Châtagneréaz, Château de Mont, Domaine de Autecour et domaine de Es Cordelières), trois d'Yverne (Clos de la George, l'Ouille 1584, l'Ouille). Deux de La Côte (Le Domaine La Capitaine et le Château Malessert). Le Château de Chardonne, le domaine de Fischer à Yverne et le Clos du Châtelard à Villeneuve y figurent également.

Le Berceau de Sens, restaurant étoilé de l'école hôtelière de Lausanne, propose l'ensemble des Grands Crus à la carte et le restaurant «Le Chalet» du Mirador Kempinski propose une carte très spécialisée sur les vins vaudois.

Pour Pierre Keller, le but de toute promotion sera toujours de donner envie: «De boire du vin vaudois pas de regarder les bouteilles.» Qui a prétendu que les designers ne s'intéressaient qu'au flacon?

www.premiersgrands crus.ch

ANNONCE

Des talents pour l'hôtellerie



Faites carrière dans la branche hôtelière

Informations sur la formation professionnelle et la formation continue dans l'hôtellerie: www.hotelleriesuisse.ch/formation



hotelleriesuisse – compétence,
dynamisme, enthousiasme.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

L'aéroport régional de Sion est la porte d'entrée des stations valaisannes pour une clientèle très aisée se déplaçant en jet privé. En attendant le retour des vols charter.

GERHARD LOB

Bernhard Karrer a l'espoir chevillé au corps. Alors même que l'armée a adopté en novembre dernier la décision de principe d'abandonner l'aéroport de Sion, il demeure optimiste quant à l'évolution du trafic civil. «Je suis convaincu que la Confédération usera de son influence pour soutenir l'aéroport de Sion qui est la porte d'accès aux stations valaisannes», affirme-t-il.

Ouvvert en 1935, l'aéroport de Sion est le plus petit des aéroports régionaux suisses. Par le nombre de mouvements et de passagers, il se situe loin derrière Berne-Belp, Saint-Gall-Altenrhein ou Lugano-Agno, aux volumes déjà modestes. Actuellement, il n'accueille aucun vol de ligne et la reprise de vols charter ne semble pas à l'ordre du jour.

En jet, puis en limousine vers Crans-Montana et Verbier

La situation était bien différente il y a quelques années encore. De 1996 à 2005, la capitale valaisanne était desservie par des liaisons régulières, tandis que la compagnie Titan Airways assurait de décembre à avril deux rotations hebdomadaires depuis Londres par l'entremise de sa filiale Snowjet. Pour des raisons structurelles, ces vols ont été supprimés à l'issue de l'année 2012.

Hormis Air Glacier, qui propose des transports de personnes et de marchandises par hélicoptère, l'aéroport valaisan joue un rôle non négligeable pour les jets privés. Connus sous le nom de Business Jet Traffic, ces services sont essentiellement utilisés par des touristes aux moyens substantiels qui souhaitent rejoindre rapidement les pistes de ski. A destination de Zermatt ou de la proche station bernoise de Gstaad, le transfert ultérieur peut intervenir en hélicoptère.

Sion, le voyage se poursuit en limousine, généralement en direction de Crans-Montana ou de Verbier. Les touristes qui arrivent en Suisse à bord de jets privés proviennent le plus souvent de Scandinavie, de Russie, d'Ukraine ou du Royaume-Uni.

«Cette niche est très intéressante



Un jet privé sur le tarmac de l'aéroport de Sion.

Valais/Wallis Promotion - F. Perraudin

L'avenir incertain de l'aéroport de Sion



«La niche du Business Jet Traffic est très intéressante pour notre marché.»

Bruno Huggler
vice-dir. Valais/Wallis Promotion

pour notre marché touristique, car la création de valeur est très élevée dans ce domaine», relève Bruno Huggler, vice-directeur de Valais/Wallis Promotion. Il souhaiterait cependant que des vols charter retrouvent le tarmac de l'aéroport séduisant.

Malgré l'intérêt affiché, les opérateurs se tournent de préférence vers l'aéroport de Genève qui permet de regrouper les passagers dont la destination finale se situe dans la région lémanique, en France voisine et dans le Valais. Pour accroître l'attrait de l'aéroport, des investissements sont réalisés dans un nouveau système d'atterrissage GPS qui ouvrira les installations à des appareils tels que les Airbus A320 ou les Boeing

737. A cet effet, la direction de l'aéroport a étroitement collaboré avec AirBerlin et Easyjet.

Néanmoins, les deux compagnies low-cost n'envisagent pas d'instaurer des vols réguliers vers le Valais. Ainsi que le déclare Thomas Haagensen, directeur commercial pour l'Europe du Nord auprès d'Easyjet: «Actuellement, aucune nouvelle ligne ou collaboration plus étendue n'est prévue avec l'aéroport de Sion.»

Le départ de l'armée se traduirait par des coûts supplémentaires de l'ordre de sept millions de francs. Il conviendrait alors de déterminer avec la ville de Sion, propriétaire de l'aéroport, et le Conseil d'Etat des possibilités d'un partenariat public-privé. Ce-

pendant, le retrait des militaires serait favorablement accueilli par les habitants du Valais central, las d'entendre les passages à basse altitude des F/A-18 et des Tiger, qui représentent des nuisances sonores certaines pour un canton touristique.

Une idée: acheminer directement les touristes de Milan-Malpensa

Andreas Meyer, directeur des CFF, a émis une suggestion intéressante lors d'un débat qui s'est tenu lors de la Foire du Valais en octobre dernier. Il a en effet évoqué la perspective d'acheminer directement en Valais les touristes qui arrivent à l'aéroport de Milan-Malpensa. «Actuellement, la Région Alps planche sur l'établis-

sement d'une nouvelle liaison ferroviaire vers Malpensa, indépendamment ou en collaboration avec la filiale des CFF Tilo», a-t-il précisé dans un entretien accordé au «Walliser Bote».

L'ancienne régie prendrait en charge les touristes à Malpensa afin de leur offrir «un voyage confortable jusqu'en Valais». Andreas Meyer est convaincu que «le besoin existe» et que cette prestation rencontrerait un succès immédiat. Si le projet n'est pas encore sur des rails, les études se poursuivent.

Traduction Jean-Pierre Ammon sur la base d'un texte en page 13. Voir aussi sur le même thème le «Fokus» pages 11 à 13.

Les gens

Subit changement de direction à l'Hôtel 4 Vallées

Yves Mudry, directeur de l'Hôtel Nendaz 4 Vallées, et le groupe Boas ont mis abruptement fin à leur collaboration suite à des visions



d'avenir divergentes. **Jean-Michel Rupp** (photo), expert en gestion hôtelière et directeur de l'Hôtel des Bains de Saillon, et **Jacinthe d'Andres**, directrice adjointe de l'établissement nendard assureront l'intérim du 4 étoiles sup. ouvert depuis fin décembre. jje

Nouveautés à la tête du Preferred Hotel Group



Lindsey Uebberoth devient nouvelle CEO du Preferred Hotel Group, elle continuera à tenir son rôle de présidente. Elle travaille pour le groupe depuis 2004 et le préside depuis 2010. **John Uebberoth** reste président du conseil d'administration, il restera actif dans le développement et la croissance. Le groupe représente 650 hôtels indépendants dans le monde, dont plusieurs en Suisse.

Une directrice veillera à l'avenir de Chillon

Marta dos Santos sera la nouvelle directrice du Château de Chillon, dès novembre 2014. Tel en a décidé le conseil de fondation,



parmi les 68 candidatures reçues. L'actuelle directrice adjointe de Chillon succédera à **Jean-Pierre Pastorji** qui prendra sa retraite en novembre. Elle aura à la fois des compétences managériales et des connaissances spécifiques en matière historique et culturelle. aca

Hôtel de plumes alpines

Deux professionnelles de l'écriture s'associent à l'Hôtel Gstaaderhof pour proposer un concept de vacances créatives conciliant balades, lecture et écriture.

L'Hôtel Gstaaderhof sera le refuge d'esprits créatifs et lyriques le temps de trois ateliers saisonniers. Nicole Cordier et Josiane Bataillard, deux professionnelles de l'écriture et chroniqueuses, invitent les amateurs francophones de belles lettres à emmener une plume, un carnet et un livre de prédilection. Matériel nécessaire pour participer, durant une semaine, à des ateliers d'écriture organisés sous forme d'exercice ludique. Ils seront encadrés par des balades et des ateliers de lec-



L'Hôtel Gstaaderhof, théâtre de trois ateliers créatifs. ldd

ture, à la découverte de la littérature romande et suisse, parmi lesquels trois auteurs phares: deux classiques, Robert Walser et Charles Ferdinand Ramuz, et un contemporain, Roland Buti. Les participants, 12 au maximum par

session, logeront sept nuits en demi-pension dans l'hôtel 4 étoiles de Gstaad. Un confort qui leur permettra de bénéficier du spa ainsi que d'un massage de 30 minutes. Le forfait inclut aussi un dîner surprise et un programme d'animation variant en fonction des saisons. En hiver, il comprend une escapade en carrosse, un apéritif sibérien, des randonnées dans le Saanenland.

Ce séjour se déroulera en hiver du 23 au 30 mars, au printemps du 18 au 25 mai et en automne du 12 au 19 octobre. «Lire, écrire et se laisser porter», écrivent les organisatrices qui suggèrent «une autre forme de vacances, sur le chemin des livres et de la découverte de soi». Ou, en langage touristique: un moyen original de diversification. lb

www.gstaaderhof.ch

Montrer patte verte aux entreprises

L'engagement en termes de durabilité est devenu un argument pour séduire le tourisme d'affaires. Le petit «plus» qui peut faire la différence. L'expérience de Villars et de Genève.

LAETTITIA BONGARD

Arrivée en train, accueil autour d'un café «fair trade» dans un centre de congrès recouvert de cellules photovoltaïques, prise de notes sur du papier recyclé, nuit dans un hôtel triant ses déchets. Exemple de ce que pourrait être une journée d'affaires dans un climat équitable. Echo aux chartes qui lient de plus en plus d'entreprises et de sociétés aux valeurs environnementales et sociétales. Dans quelle mesure les acteurs touristiques particulièrement engagés dans le développement durable profitent-ils de cette tendance?



«Cet engagement me permet surtout de fidéliser une certaine clientèle d'affaires.»

Sébastien Angelini
Hôtel du Golf & Spa, Villars

«Ce phénomène est difficilement quantifiable, admet Sébastien Angelini, directeur associé de l'Hôtel du Golf & Spa à Villars-sur-Ollon, à l'origine du label écologique de la station (lire encadré). Nous savons que ces critères constituent une réalité pour une clientèle corporative que nous hébergeons. A qualité, prestations et prix égaux, cet engagement peut faire la différence.» Véronique Kanel, porte-parole de Suisse Tourisme, confirme: «Ces critères ont pris de l'importance au cours des cinq dernières an-

nées dans le tourisme d'affaires, de séminaires et de congrès. La Suisse jouit d'une excellente réputation dans ce domaine.» Parmi les critères les plus sensibles, elle cite: le réseau des transports publics, le recyclage des déchets, l'efficacité énergétique ou encore des produits locaux en matière de gastronomie. Toutefois, rejoignant l'avis de tous nos interlocuteurs, elle tient à souligner: «Dans tous les cas, le rapport qualité-prix demeure le critère déterminant.»

Une réflexion qui doit avoir lieu à l'échelle de la destination

A Genève, le groupe Manotel propose un programme de durabilité depuis sept ans dans ses six hôtels. Son président directeur général, Paul E. Muller, reste toutefois prudent sur l'impact de ces démarches: «Je ne m'aventurerais pas à dire que ces actions ont drainé une clientèle supplémentaire. Peut-être indirectement.» Il croit davantage aux efforts de la ville et de l'office du tourisme: «Pour intéresser un organisateur de congrès, cette approche doit correspondre à celle de la destination dans son ensemble.» Bien positionnée sur ce créneau, Genève – par ailleurs Cité de l'énergie – peut se prévaloir de nouveaux forfaits de réunion «vert» (lire ci-contre), Mélanie Paillard, du Bureau des congrès, parle «d'une nécessité d'être à jour, ne serait-ce que pour rivaliser avec d'autres villes très portées sur ces thématiques.»

Cette notion de nécessité n'échappe pas à Sébastien Angelini: «Ce positionnement me permet avant tout de fidéliser une clientèle que j'aurais peut-être perdue sans cela. Mais si je le fais, c'est avant tout par conviction et pour réaliser des économies. L'argument mercantile passe en se-

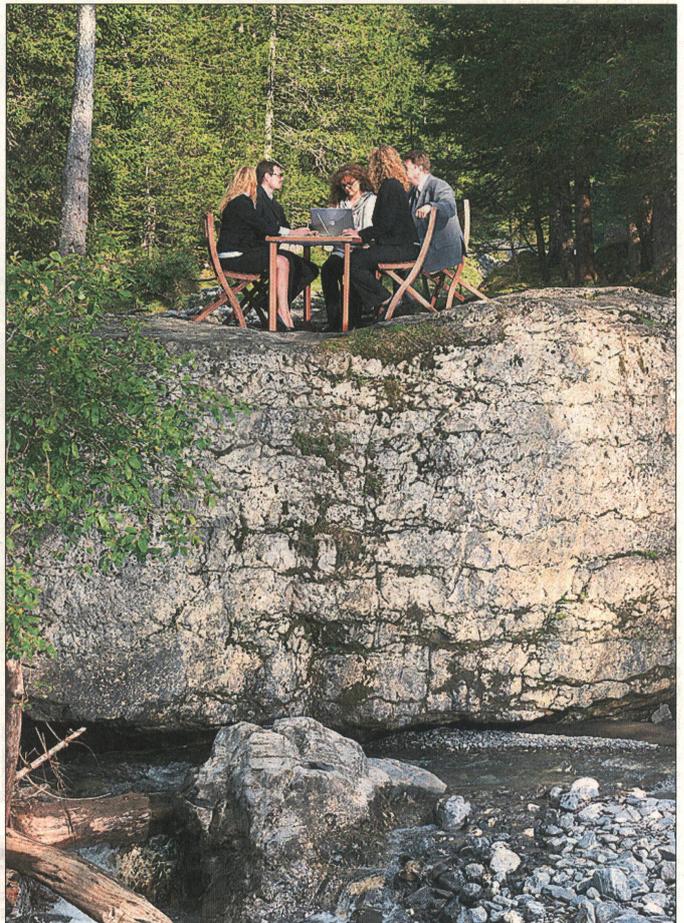
cond plan.» De son côté, l'Office du tourisme de Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex recourt à cet argument marketing, sans toutefois le considérer comme décisif. «Une corde de plus à notre arc», tempère Guy Chanel, directeur marketing. Certaines entreprises pharmaceutiques ou industrielles sont liées à des normes ISO et nous interroge sur notre engagement.»

Un sujet tendance, surtout en Grande-Bretagne et en France

Dominique Geissberger, responsable MICE au sein de la destination, évoque «un sujet tendance, surtout en Grande-Bretagne et en France». Cette préoccupation anglo-saxonne prend des allures concrètes pour l'hôtelier de la station vaudoise: «Outre les questionnaires portant sur la santé et la sécurité, de plus en plus de tour-opérateurs anglais nous adressent un formulaire sur notre engagement en faveur du développement durable.» Si l'analyse plus détaillée des actions entreprises suit cette tendance, elle ne constitue pas (encore) la règle. Selon l'expérience de Sébastien Angelini: «Les entreprises n'exigent pas des résultats concrets, elles souhaitent voir qu'une démarche a été engagée, nous devons montrer patte verte. La philosophie du prestataire doit correspondre à celle du mandataire.»

**«Eco partenaires»
Le Club Med
bientôt labellisé**

Créé en 2009, le label auto-proclamé «eco partenaires» de Villars compte à ce jour 13 prestataires de services. A l'origine de la démarche, l'hôtelier Sébastien Angelini vise une vingtaine de labellisés d'ici à deux ans, parmi lesquels de gros porteurs comme le Club Med de Villars, les Mines de sel de Bex. Villars détient les labels ISO 9001 et 14001 depuis 2009, et depuis avril 2013, le label Flocon vert, en tant que station pilote suisse. lb



Le tourisme d'affaire est toujours plus sensible aux critères de développement durable. Villars Tourisme

Forfait pour réunions «green»

Difficilement quantifiable, le phénomène est suffisamment réel pour inciter certains acteurs touristiques à développer des actions ciblées. Dernier exemple en date: le Bureau des congrès de la Fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT&C) vient de lancer un «forfait vert» à l'attention des organisateurs de séminaires et de congrès. «Ce Green Daily Delegate Rate peut se décliner de différentes formes. Cinq hôtels partenaires proposent des forfaits réunions «vert» et s'engagent à reverser 1 franc par délégué à l'Association pour la

Sauvegarde du Léman», explique Mélanie Paillard, coordinatrice communication au sein du Bureau des congrès.

En tant qu'hôtels partenaires, le Grand Hôtel Kempinski, le Mövenpick Hotel & Casino, l'Hôtel Novotel Genève Centre, l'Hôtel Ramada Encore et l'Hôtel Warwick proposent chacun un package personnalisé: pause-café avec produits locaux, mise à disposition d'une salle équipée en ampoules à basse consommation, eau filtrée, etc.

«Ces forfaits ont été lancés en décembre et communiqués en janvier. Il est encore trop tôt

pour tirer un bilan. Nous avons planté une petite graine, à voir comment elle va se développer», indique Mélanie Paillard.

La page web «Geneva meets green» en profite pour lister les autres acteurs genevois du secteur MICE ayant une démarche durable, à l'image des groupes hôteliers Intercontinental, Novotel, Kempinski, Manotel et le Starling Hotel ainsi que les centres de conférences Palexpo et le Centre international de conférences de Genève. lb

www.geneve-tourisme.ch/fr/bureau-des-congres/green/

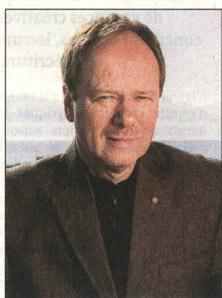
Les dernières nouveautés du Milestone

Le Milestone est le prix à l'innovation décerné par la branche suisse du tourisme. Cette responsabilité est un motif suffisant pour procéder de temps à autre à une nécessaire cure de rafraîchissement.

Le groupe stratégique Milestone définit les conditions-cadres du concours et les critères qui président à l'attribution des prix. Il lui appartient également de déterminer la composition du jury et d'accroître le degré de notoriété de la marque Milestone. Le groupe stra-

tégique se compose désormais d'un représentant de htr hotel revue (Gery Nievergelt), d'hôtellerie-suisse (Christoph Juen) et de la Fédération suisse du tourisme (Barbara Gisi). Richard Kämpf du SECO, qui apporte son soutien au Milestone par le biais du programme d'innovation Innoutov, est aussi associé à la prise des décisions importantes. Comme précédemment, Sabrina Jörg en assure la direction. En outre, le département communication d'hôtellerie-suisse collabore à l'organisation de la cérémonie de remise des prix.

Composé de cinq personnalités, le jury du Milestone connaît un double changement cette année. Barbara Gisi a présenté sa



Michel Ferla, nouveau membre du jury du Milestone.

démission pour des considérations d'incompatibilité puisqu'elle est désormais membre du groupe stratégique Milestone. Susy Brüschiweiler a également fait part de son retrait pour des raisons personnelles. Ces deux membres seront remplacés par Michel Ferla et Daniel Lauber. Michel Ferla, qui a accompli sa carrière dans le secteur touristique, a notamment dirigé l'Office du tourisme de Montreux et assumé la fonction de vice-président de Suisse Tourisme pendant quatorze ans. Agé de 65 ans, ce Romand est actuellement président de la Fondation du Casino Barrière de Montreux. Le Valaisan Daniel Lauber dirige avec succès son établissement, l'Hôtel

Mountain Boutique Resort Cervo à Zermatt. Il y a trois ans, le jeune hôtelier a reçu un prix Milestone dans la catégorie de la relève professionnelle pour ses remarquables compétences dans le domaine des médias sociaux.

Ouverture du concours au mois de mai

Les membres du jury 2014 du Milestone sont donc Barbara Rigassi (présidente et entrepreneur), Fiorenzo Fässler (directeur en marketing touristique), Michel Ferla, Daniel Lauber et Jürg Stettler (professeur à la Haute école de tourisme de Lucerne). Cette année le jury décernera des prix dans les catégories «Projet remar-

quable», «Prix de l'environnement», «Prix de la relève» et «Ensemble de l'œuvre d'une vie». Les exigences et les modalités du concours sont actuellement remaniées pour les trois premières catégories afin de procéder à des simplifications. Le lancement officiel de la compétition n'interviendra plus en mars, mais le 21 mai à l'occasion du Milestone Innovation Day. La date de dépôt des projets demeure fixée à la fin août pour l'édition 2014, alors que la cérémonie de remise des prix se tiendra le 11 novembre au Kursaal de Berne.

Gery Nievergelt, responsable du groupe stratégique Milestone

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

hotellerieunion
protel



Am Flughafen Bern-Belp zeigen sich die Berge besonders nah: In nur 40 Minuten Fahrtzeit erreicht der Reisende Interlaken, als Ausgangspunkt für diverse Wintersportmöglichkeiten.

Flugplatz bestimmt das Ziel

Die Nähe eines Wintersportortes zu einem Flughafen ist ein klarer Wettbewerbsvorteil. Kostensensitive Charterflüge erschweren jedoch das Geschäft. Potenzial bieten Privatjets.

GUDRUN SCHLENCEK

Die Schweiz ist gut bestückt mit Flugplätzen. Drei Landesflughäfen und elf Regionalflughäfen bieten eine direkte Anbindung an In- und Ausland (siehe Grafik). Fast 45 Millionen an- und abfliegende Passagiere sind so jährlich in der Schweiz unterwegs. Ein Blick auf die räumliche Verteilung der Flugplätze zeigt aber auch, dass die Ferientouristen der Schweiz hier nur bedingt profitieren können und die Nähe der Flugplätze zu den Winterdestinationen des Schweizer Tourismus sehr unterschiedlich ist. So freut sich Tourismusdirektor Frédéric Füssenich, dass Engelberg «vom grössten Flughafen der Schweiz das am schnellsten zu erreichende schneesichere Skigebiet» ist. Mit dem ersten Flieger kommt der Gast von London oder Stockholm mittags in Engelberg an. «Somit lohnt sich noch eine Halbtageskarte. Ein grosser Wettbewerbsvorteil.» Ein Drittel der Hotelwintergäste reise per Flugzeug an, Tendenz steigend.

Eine besondere Nähe zum Skigebiet weisen Regionalflughäfen auf und besonders begünstigt ist hier das Berner Oberland: mit

dem Flughafen Bern-Belp, der sowohl die Grösse als auch die Landetechnik bietet, um internationalen Linien- und Charterverkehr abzuwickeln. In nur 40 Minuten Fahrtzeit erreicht der Reisende Interlaken als Ausgangspunkt für die umliegenden Skigebiete. Den verkehrstechnischen Vorteil möchten die Berner nun wieder vermehrt für sich nutzen. Vermehrt, weil in der Vergangenheit der Flughafen Bern den Berner Oberländer Hotels durchaus die Betten mit englischen Gästen füllte. «Keine andere touristische Region hat einen internationalen Flughafen so nah am Skigebiet», wirbt Daniel Steffen, Chief Commercial Officer (CCO).

Charterflüge zu englischen Regionalflughäfen als Nische

Über zehn Jahre besuchte die Flugverbindung zwischen Bern und England sowie Holland den Hoteliers bis zu 80'000 Logiernächte pro Wintersaison. Damit ist seit letztem Winter Schluss, insbesondere der hohe Frankenkurs hat der Nachfrage einen Strich durch die Rechnung gemacht. Inzwischen legt die Nachfrage auf dem englischen Markt allgemein wieder zu und damit auch die Hoffnung, die dortigen Gäste wieder in die Schweiz zu locken. Natürlich auch per Flugzeug, das bei den Engländern im Winterurlaub praktiziert.

Flughäfen und Bern-Belp angeboten. Als Abflugsorte hat die Synergy Communications AG, zuständig für Vertrieb und Einkauf der Angebote, dabei bewusst nicht die Londoner Flughäfen Gatwick und Heathrow ausgewählt, sondern setzt auch in England auf lokale Flughäfen wie Cornwall, Bournemouth oder Glasgow. Der Kunde solle so direkt wie

möglich ins Wintersportgebiet gelangen. Andreas Forsthuber von Synergy Communications AG will damit ein attraktives Nischenprodukt bieten, das sich nicht mit der von den nationalen Airports startenden Konkurrenz messen muss. Kann es auch nicht, kostet bei Forsthuber die Woche im 3-Sterne-Hotel inklusive Flug und Shuttle doch 600 Pfund. Bei der Konkurrenz, die nach Innsbruck oder Salzburg fliegt, ist die gleiche Leistung für 350 Pfund zu haben. Im Visier für sein neues Produkt hat Forsthuber die 50-plus-Generation: eine Generation, die genügend finanzielle Mittel besitzt, das Spezielle schätzt und die, wenn der Ferienaufenthaltsort Interlaken ist, das Skifahren nur noch als eine von vielen Aktivitäten im Winterurlaub praktiziert.

Der Initiator und Investor des neuen England-Engagements chartert für das Angebot ein Flugzeug mit 70 Plätzen der Fluggesellschaft Intersky, deren Homebase heute in Friedrichshafen liegt, und wird damit jedes Wochenende vier Regionalflughäfen in Grossbritannien anfliegen lassen. 280 Gäste pro Woche sollen

so ab Januar kommenden Jahres jede Woche für ihren Winterurlaub ins Berner Oberland gelangen. Das zusätzlich zu jenen, die bereits heute den Linienflug von Skywork ab London nützen. Allerdings ist Skywork aufgrund finanzieller Engpässe kein sicherer Partner für den Flughafen Bern: Das Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) hat die Betriebsbewilligung noch bis Ende Sommerflugplan 2014 verlängert. Bis dahin hat die von Bern aus operierende Fluggesellschaft Zeit, die Restrukturierung abzuschliessen. Wie wichtig es für die Berner Skidestinationen aber sei, dass der Gast

nach Bern und nicht nach Zürich fliegt, betont Daniel Steffen vom Flughafen Bern-Belp: «Landet der Reisende in Zürich, Basel oder Genf ist er als Feriengast fürs Berner Oberland schnell verloren.» Mit anderen Worten: Der Flughafen bestimmt indirekt auch die Wahl des Ferienziels.

Das Risiko, welches Forsthuber mit dem Charterangebot trägt, ist gross. 20'000 bis 30'000 Franken kostet das Chartern eines entsprechenden Flugzeugs pro Einsatz, schätzt Daniel Steffen. Die Charterkosten waren schliesslich auch der Hauptgrund, weshalb die fallenden Preise im Linienver-

kehr in den letzten Jahren das Chartergeschäft zurückgedrängt haben. Doch Forsthuber gibt sich zuversichtlich und plant bereits weitere Charter-Verbindungen nach Norwegen und Polen. Es wäre nicht der erste Versuch, Skigäste aus Norwegen per Charterflug in die Schweiz zu locken. Ab Januar dieses Jahres hätten sogenannte Ski-Bomber zweimal wöchentlich aus Norwegen in Altenrhein landen sollen. Das Engagement kam nicht zustande, die zuständige Fluggesellschaft Fly Nonstop ging pleite.

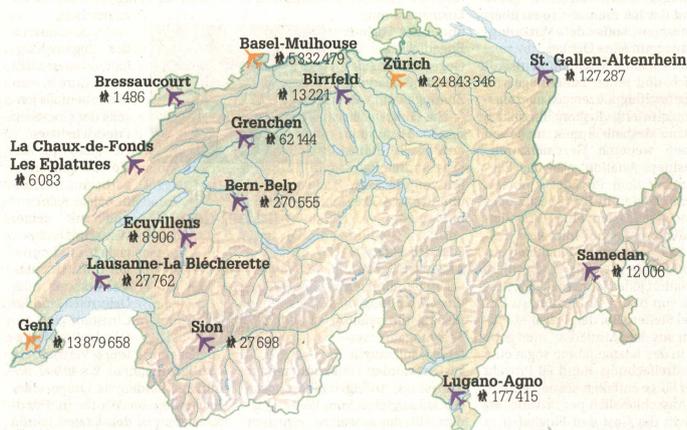
Fortsetzung auf Seite 12



«Landet der Reisende in Zürich, ist er als Gast fürs Berner Oberland schnell verloren.»

Daniel Steffen
Flughafen Bern-Belp

Schweizer Landes- und Regionalflughäfen



Landesflughafen

Regionalflughafen

Passagierzahlen 2012

Quelle: BAZL/Grafik: htr

Landepiste neben der Skipiste



Bilder zvg



Der Engadin Airport in Samedan ist das Ziel zahlungskräftiger Gäste aus aller Welt. Die Nähe zu den Pisten ist attraktiv. 2012 verzeichnete der Flughafen rund 2200 Flüge mit Privatjets.



Fortsetzung von Seite 11

Am Flughafen Altenrhein hatte man sich über das Vorhaben derweil gewundert: «Das Risiko eines solchen Charterfluges ist gross. Und das hat niemand sonst übernommen», konstatiert Marketing-Managerin Nina Oehler.

Das Chartergeschäft ist riskoreich und teuer. Linienflüge von Regionalflyplätzen aus auszulasten schwierig. Regionalflyplätze setzen deshalb immer mehr auf einen weiteren Geschäftszweig: Business Aviation, also das Fliegen mit dem Privatjet – ob mit dem eigenen in Privatbesitz oder einem geleasten eines Privatjet-Anbieters (siehe Interview Seite 15). Am Berner Flughafen erfreut sich die Sparte Business Aviation jedes Jahr eines Zuwachses von bis zu 10 Prozent, so Daniel Steffen. Bei den Privatjet-Flügen aus dem Mittleren Osten gebe es in den letzten Jahren sogar eine Verdreifung. Rund 60 Prozent der Flüge entfallen auf den Winter.

Ausschliesslich per Privatjet erreicht der Gast den Flughafen in Samedan. Der Oberengadiner Regionalflyhafen ist ein Sichtflughafen: Wolken oder Nebel verunmöglichen dem Piloten schnell die Landung, er muss dann auf die

Flughäfen St. Gallen-Altenrhein oder Friedrichshafen ausweichen. Auch wenn die Flugbewegungen in Samedan seit 2008 um rund ein Viertel abgenommen haben: Daran, dass sich der Oberengadiner Luxustourismus ohne den Airport Engadin – der im Gegensatz zu jenem in Gstaad ein Zollflughafen ist (siehe Box) – in dieser Form nie entwickelt hätte, lässt Andrea Parolini von der Engadin Airport AG keine Zweifel.

Friedrichshafen setzt auf Skigäste

Um der direkten Flugverbindung ins Engadin neuen Schwung zu verleihen, soll nun investiert werden, unter anderem in ein neues Anflugverfahren, was die Abhängigkeit vom Wetter mildert. «Bis das so weit ist, vergehen sicher noch zwei Jahre», verdeutlicht Parolini. Von den Anflugproblemen in Samedan profitiert dafür Altenrhein. Mangelnde Sichtbarkeit beklagt Nina Oehler

vielmehr auf dem Markt. «Weltweit kennen viele nur Zürich als Flughafen.» Insbesondere über den direkten Kontakt zu Operatoren wie Netjets bemüht sich Oehler nun, den Flughafen bekannter zu machen.



«Im Winter sind bei den Airlines neue Betätigungsfelder willkommen.»

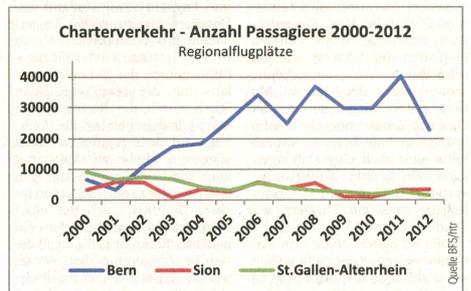
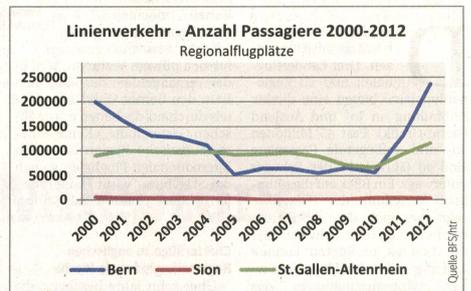
Christian Wulf
Flughafen Friedrichshafen

Die Konkurrenz des Regionalflyhafens lauert nicht nur in Zürich, sondern ebenfalls jenseits der Grenze in Friedrichshafen. Der deutsche Regionalflyhafen wirbt mit internationalem Standard und mit seiner Wetterunabhängigkeit. Skitouristen mit Urlaubsziel Schweiz oder Österreich sind für Christian Wulf, zuständig für Marketing & Vertrieb, ein wichtiges Segment. Bis 40 000 Skitouristen landen via Linien- oder Charterflug im Winter in Friedrichshafen, in den letzten Jahren habe sich das Aufkommen von Winter zu Winter sogar jeweils verdoppelt. Die meisten Skitouristen kämen aus England, besonders aktiv in dieser Sparte erweist

sich Monarch Airlines. Der Wintertourismus ist für Friedrichshafen so wichtig, dass der Flughafen sogar selbst für Skiregionen wie Graubünden in England wirbt. «Wir reisen sicher alle halbe Jahre nach England und sprechen mit den grossen Tour Operators.» Wulf sieht im Winterfluggeschäft noch Potenzial: «Das Wintergeschäft ist für Airlines traditionell schwach. Neue Betätigungsfelder sind da willkommen.»

Zollflughäfen für den internationalen Personenverkehr

Nur auf einem «Zollflughafen» können Personen von ausserhalb des Schengenraums direkt landen: Möglich ist das auf den drei Landesflughäfen und auf folgenden Regionalflyplätzen: Samedan, Bern-Belp, Sitten, St. Gallen-Altenrhein, Lugano-Agno, Grenchen, Lausanne-Bélcherette, La Chaux-de-Fonds. Als Flugfeld bietet nur jenes in Locarno diese Möglichkeit. Für eine Landung auf einem anderen Flugfeld muss auf einem Zollflughafen zwischengelandet werden.





Als der «Snowjet» nach Sitten mit London verband: Seit die «Titan Airways» 2012 ihre Flüge einstellte, hat der Walliser Flughafen keine regelmässigen Verbindungen mehr.

Valais/Wallis Promotion - F. Perraudin

Sittens Zukunft hängt vom Entscheid des Militärs ab

Die touristische Bedeutung des Flughafens in Sitten ist nicht unerheblich. Dennoch wäre seine Zukunft bei einem definitiven Abzug der Luftwaffe ernsthaft infrage gestellt.

GERHARD LOB

Die Hoffnung stirbt zuletzt. Dieses Motto gilt auch für Bernhard Karrer. Obwohl das Militär im November 2013 den Grundsatzentscheid fällte, den Flughafen von Sitten als Standort aufzugeben, gibt sich Karrer als Direktor des Zivilflugplatzes optimistisch. «Ich bin sicher, dass es in Bundesbern im Falle eines

Rückzugs des Militärs viel Druck geben wird, den Flugplatz Sitten in irgendeiner Weise am Leben zu erhalten – als Tor im Südwesten zu den wichtigen Tourismusdestinationen im Wallis.» Der formale Entscheid werde erst Ende Mai fallen. Im Übrigen habe der Flughafen eine Konzession bis 2031.

Keine Linien- und Charterflüge mehr

Unter den Schweizer Regionalflughäfen ist der im Jahr 1935 in Sitten eröffnete der kleinste. Die Anzahl der Flugbewegungen und Passagiere liegt weit unter denjenigen von Bern-Belp, St. Gallen-Altenrhein und Lugano-Agno, die ihrerseits ein vergleichsweise be-



«Es gäbe in Bern viel Druck, um den Flugplatz in irgendeiner Weise zu erhalten.»

Bernhard Karrer
Direktor, Flughafen Sitten

scheidenes Volumen aufweisen. Das Total der Passagiere lag in Sitten im vergangenen Jahr bei 23 556. Zurzeit gibt es keine Linienflüge. Aber auch Charterflüge im Incoming-Geschäft, etwa aus Grossbritannien, sind momentan nicht angesagt. Das ist schon anders gewesen. Von 1996 bis 2005 gab es einen Linienverkehr. Und

ab 2008 bot die britische «Titan Airways» mit ihrer Tochtergesellschaft «Snowjet» jeweils von Dezember bis April zwei Mal pro Woche einen Flug von London nach Sitten an. Im Jahr 2012 strich die Fluggesellschaft aber aus strukturellen Gründen die direkte Flugverbindung ins Wallis.

Bedeutung kommt dem Sittener «International Airport» einerseits als Hauptstützpunkt der Gesellschaft Air Glaciers zu, welche Personen- und Materialtransporte per Helikopter oder Flugzeug anbietet, und andererseits als Start- und Landebasis für Privatjets. Im offiziellen Jargon spricht man vom Business Jet Traffic.

Mit dem Helikopter weiter nach Zermatt und Gstaad

Vermögende Personen nutzen die Business-Flieger nach Sitten, um schnell in einen Skort zu gelangen. Der Transfer nach Zermatt und das gemäss Luftlinie nahe gelegene Gstaad im Kanton Bern kann gemäss Karrer im Helikopter erfolgen. Die beiden bei Luxusgästen beliebten Destinationen verfügen über einen Hel-

port. Für andere Destinationen verläuft die Weiterreise ab Sitten in der Regel mit einem Limousinenservice. Dies betrifft vor allem Resorts in Crans-Montana und Verbier. Die reichen Gäste stammen insbesondere aus Skandinavien, Russland, der Ukraine und Grossbritannien.

«Sie ist eine Nische für unseren Tourismusmarkt,

aber die Wertschöpfung ist in diesem Bereich natürlich besonders hoch», sagt Bruno Huggler von Valais/Wallis Promotion zur Privatfliegerei. Er würde sich wünschen, dass es in Zukunft wieder grössere Charterflüge nach Sitten gibt. Doch das Business ist schwierig. «Ich spüre ein Interesse für Charterflüge nach Sitten, aber wenn es ums Konkrete geht, bevorzugen Tour Operators doch letztlich Genf», hält Huggler fest. Denn der dortige Flughafen erlaube es, verschiedene Gästesegmente zu bündeln, solche mit Ziellorten im Wallis, aber auch im Raum Genf und Frankreich.

Um die Attraktivität des Flugplatzes Sitten zu erhöhen und auch Landungen von Flugzeugtypen wie dem Airbus A320 oder der Boeing 737 zu ermöglichen, wird zurzeit in ein neues GPS-Landesystem investiert. Direktor Karrer hofft, dass das neue System ab Juni 2014 einsatzbereit ist und dann möglichst bald die Erlaubnis für GPS-Anflüge vorliegt.

Bei der Einrichtung dieses Systems hat der Flugplatz eng mit AirBerlin und Easyjet zusammen-



«Tour Operators bevorzugen für Charterflüge Genf, um mehr Segmenten zu bündeln.»

Bruno Huggler
Tourismusleiter, Valais/Wallis Prom.

gearbeitet. Die Aufnahme von Linienflügen der beiden Low-Cost-Carriers – etwa von Hamburg oder Berlin aus – ist aber vorerst kein Thema. Thomas Haagensen, Commercial Director Nordeuropa bei Easyjet, sagt auf Anfrage: «Zurzeit plant Easyjet keine Streckenverbindung nach Sitten und hat auch für die nächste Zukunft keine Pläne für eine Zusammenarbeit mit dem Flughafen Sitten.»

Ungedeckte Kosten von 7 Mio. Franken bei Luftwaffenabzug

Bei solchen Zukunftsüberlegungen müssen finanzielle Implikationen mitbedacht werden. Denn wenn sich das Militär definitiv aus Sitten verabschiedet, lassen sich die Kosten für die Infrastruktur nicht mehr teilen. Gemäss einer Studie würden zusätzliche Kosten von 7 Millionen Franken anfallen.

Aus diesem Grund werden nun Gespräche mit der Stadt Sitten als Flughafeneigentümerin und der Kantonsregierung geführt, um auch neue Möglichkeiten der Privat-Public-Partnership zu prüfen. Eine Prognose ist extrem schwierig, wie das Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) bestätigt. «Der Entscheid des VBS für den Rückzug aus Sitten wird nicht unmittelbar umgesetzt. Daher hat die Diskussion bei uns gerade erst begonnen. Grundsätzlich gehört Sitten als Regionalflughafen aber in das System der Flughafenlandschaft Schweiz und wird auch in

der Zukunft so betrachtet», sagt BAZL-Sprecher Martine Reymond.

Des einen Leid wäre ... auch des anderen Leid

Nicht überall herrscht Katzenjammer wegen des Rückzugs des Militärs. Das Geld aus dem VBS nahm man zwar gerne, aber es ist bekannt, dass die Stadt wegen der Lärmemissionen der Kampfflugzeuge nicht gerade positiv auf die militärische Nutzung zu sprechen war. Für einen Tourismuskanton war dies ein Problem.

Anderswo sah und sieht man dies gerade umgekehrt. Der Brienzener Hotelier-Verein befürchtet, dass die Luftwaffe rund 1200 Kampfflugzeuge von Sitten auf den Militärflugplatz Meiringen verlegen könnte, ohne dass die Touristiker aus dem östlichen Berner Oberland schon seit einigen Jahren gegen die Lärmbelastung durch die Luftwaffe. Zusätzliche Militärflüge können sie nicht gebrauchen.

ANZEIGE

Mit den SBB vom Mailänder Flughafen Malpensa direkt ins Wallis fahren?

Eine interessante Idee für einen Anschluss des Wallis an den internationalen Flugverkehr hat SBB-Chef Andreas Meyer ins Spiel gebracht. Anlässlich einer Podiumsdiskussion an der Foire du Valais in Martigny im Oktober 2013 erklärte er, dass eine direkte Verbindung vom Interkontinentalflughafen Mailand-Malpensa ins Wallis mehr als nur ein Traum sei. «Zurzeit untersucht die RegionAlps AG, ob sie alleine oder in Zusammenarbeit mit der anderen SBB-Tochter Tilo eine Verbindung nach Malpensa schaf-

fen kann», präziserte er später gegenüber dem «Walliser Boten».

Laut Meyer ist es das Ziel, den Touristen von Malpensa ins Wallis eine «bequeme Reise anzubieten». Er ist überzeugt, dass ein Bedürfnis gegeben ist. «Wenn es heisst, «Die Schweizer Bahn holt Sie in Malpensa ab», bekämen wir sicherlich Zuspriechen.» Letzte Woche erklärte er gegenüber der htr hotelrevue aber, dass das Projekt noch nicht weiter gediehen sei. Es befindet sich nach wie vor in der «Studienphase».

htr

22. August 2013
Nr. 34 / Fr. 4.50
AZA/JAA - 3001 Bern/Berne
www.htr.ch

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE hotel revue

Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français



Für Gourmets

Der König des «Moutarde de Bénichon» wird dieses Wochenende in Estavayer-le-Lac gekürt.

Seite 20

Für Neubeginn

Das Hotel Scuol Palace ist von der vormaligen Eigentümerin zurück-ersteigert worden. Die Abklärungen für einen Neustart sind im Gange.

Seite 4

Für Feste

Die Organisation der Fêtes de Genève soll neu überdacht und verbessert werden. Eine engere Zusammenarbeit von Genève Tourismus mit den Stadtbehörden wird angestrebt.

Seite 9

Für Genüsse

Mehr als 120 Veranstaltungen stehen an der «Genuss 13», der Plattform für Regionalprodukte, auf dem Programm.

Seite 18

Schweizer Tourismus-Verband (STV)

Ohne Schonfrist

Politdossiers, Vakanzen und die erste GV: Die neue STV-Direktorin hat bereits alle Hä

Von einer gemächlichen Einarbeitungszeit kann Barbara Gisi, die neue Direktorin des Schweizer Tourismusverbands (STV), nur träumen. Sie ist noch keine 100 Tage im Amt, und



ausleuchten. Barbara Gisi sieht durchaus noch Verbesserungspotenzial. Als eine der grössten Herausforderungen bezeichnet sie den korrekten Umgang mit Gästen aus anderen Kulturkreisen. Die Basissimus-Debatte wird

Kommentar

Die Wechsels im Hotelmanagement häufen sich



GERY NIEVERGELT

und Rücktritte in unserer

Eidg. S

A1



Wenn an

Touris: Aven neuer

Immer aktuell am Ball!

Verfolgen Sie 10 Wochen lang für 29 Franken die Branchenaktualitäten. Oder beziehen Sie die htr hotel revue gleich im Jahresabonnement für 169 Franken.

Verlag htr hotel revue
Monbijoustrasse 130 | 3001 Bern
Telefon +41 (0) 31 370 42 22 | Fax +41 (0) 31 370 42 23
verlag@htr.ch | www.htr.ch

htr hotel revue

Inhalt

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

Der designierte neue Direktor von Avenches Tourismus, Martial Meyste, will auf den drei bestehenden, erfolgreichen Events aufbauen. Eine Herausforderung nach seinem Amtsantritt im März 2014 ist die Schaffung eines grösseren Hotelangebots. dst/aca Seite 10

Gruppen wie die Sorell Hotels Switzerland oder die Aargau Hotels haben in den letzten Jahren ihr Portefeuille markant ausgebaut. Dabei liessen sie sich nicht von einem engen Konzept leiten, sondern von den Gelegenheiten, die der Markt bot: Sie kauften auch dann attraktive Objekte, wenn sich diese nicht nahtlos ins

Inventory einfügten. Die Welcome, Sunstar und Fassbind Hotels wandeln ebenfalls auf diesem pragmatischen Expansionspfad. Aus dieser Haltung heraus streben die Gruppen keine neuen schweizerischen «hard brands» an. Gerade im Wettbewerb mit den Ketten setzen sie vielmehr auf die Individualität

der Betriebe unter bestmöglicher Nutzung der Synergien. Die Gruppen sind überzeugt, dass die richtige Mischung aus betrieblicher Vielfalt und überbetrieblicher Einheit Erfolg verspricht. Ihre Geschäftszahlen bestätigen diesen Optimismus bisher nicht durchgehend. axg idofokus, Seite 11 bis 13

Postfach 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
E-Mail: redaktion@htr.ch
Aboservice: Tel. 031 740 97 99
E-Mail: abo@htr.ch



9 771662 1334000 34

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf

HOREGO

19 Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Handel, Spielzeug und Autozubehör.

www.horego.ch

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

rebagdata

hotel-management solutions 044 731 74 10 • www.rebag.ch

hotellösungen protel

illy CAFE

www.illycafe.ch

Jet-Cut
Inox Nachfüllsystem
swiss made

accreditiert die Profi-Arbeitsalustar **Rotator Jet-Cut**
Ihr Grossgut hat's

ROTOR Lips

www.RotorLips.ch

Rotor Lips AG • 3661 Uetendorf
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

Kleine Flughäfen sind wichtig

Carsten Michaelis, Regional Senior Vice President for Netjets Europe, schätzt die guten Anflugmöglichkeiten in der Schweiz. Sie seien besser als in anderen Alpenländern.

GU DRUN SCHLENZCEK

Carsten Michaelis, Netjets bietet welt- und europaweit die grösste und breiteste Privatjet-Flugflotte: Wer sind Ihre Kunden?
Unser Kundenportfolio besteht hauptsächlich aus Unternehmern und Gesellschaften, zusammen machen diese 75 Prozent aus. Die restlichen 25 Prozent sind Individualkunden. Die Bandbreite ist gross und reicht vom High-net-worth-individual bis zum Sportler.

Wohin geht die Tendenz: Mit dem eigenen Flugzeug in die Ferien zu fliegen oder von Ihnen einen Privatjet zu ordern?
Mir fällt auf, dass wir immer mehr Kunden haben, die vorher ein eigenes Flugzeug hatten und nun unsere Dienste in Anspruch nehmen oder parallel zum eigenen noch mit Netjets fliegen.

Worauf führen Sie das zurück?
Wir bieten volle Sicherheit, gut geschulte Piloten und einen Rundumservice, das wird geschätzt.

Rundumservice: Kann man bei Ihnen auch den ganzen Ferienaufenthalt buchen – vom Flug bis zum Hotel?
Wir bieten dem Kunden grundsätzlich alles an, was er wünscht. Der gefragteste Dienst am Boden ist der Limousinenservice, sei es für den ganzen Ferienaufenthalt oder um das Urlaubsziel zu erreichen. Obwohl es möglich wäre, Hotelbuchungen über uns zu buchen, sind solche Buchungen nicht die Regel. Viele unserer Leisure-Kunden mit Zielort Schweiz haben zudem ein eigenes Chalet oder fliegen zu Freunden.

Wie häufig fliegt Netjets in die Schweiz? Häufiger oder eher



Wer einen Privatjet chartert, ordert auch gerne gleich eine Limousine, um an sein Urlaubsziel zu gelangen. Kaum gefragt dagegen sind Hotelbuchungen.

ZVG

seltener als noch vor ein paar Jahren?

Die Entwicklung ist klar positiv. Um ein Beispiel zu nennen: Die Zahl der Flugstunden, welche bei unseren Jets am Zürcher Flughafen Ende letzten Jahres protokolliert wurde, hatte im Vergleich zum Vorjahr um 10 Prozent zugenommen.

Wie wichtig ist der Tourismus für Netjets?

Tourismus ist auf jeden Fall wichtig für Netjets. 30 bis 40 Prozent der Flugstunden entstehen aus privaten Interessen unserer Kunden. Die restlichen 60 bis 70 Prozent der Netjets-Flugstunden werden aus Businessgründen geflogen.

Steigt die Nachfrage im Winter, in der Hauptsaison für den Schweizer Ferientourismus?

In der Schweiz ist die Nachfrage bei uns Sommer und Winter ausgeglichen. Wir sehen aber einen Anstieg von russischer Kundschaft, die in den Wintermonaten vermehrt einfliegt.

Die Schweiz hat drei Landes- und elf Regionalflugplätze. Welche nutzen Sie im Leisure

bereich am meisten?

Unsere Kunden ist es sehr wichtig, mit dem Flugzeug möglichst direkt ans Ferienziel zu gelangen. Das ist eine Frage der Bequemlichkeit, aber auch der Zeit, die bei unseren Kunden oft knapp ist. Lange Shuttle-Wege werden wo möglich vermieden. Deshalb sind Regionalflugplätze wie Samedan und Sitten für uns sehr wichtig. Insgesamt ist jedoch Genf der meistbesuchte Flughafen und Zürich folgt dicht dahinter.

Ist die Schweiz punkto Landemöglichkeit und Erreichbarkeit (winter-)touristischer Ziele besser oder schlechter aufgestellt als die umliegenden Alpenländer?
Dass viele Schweizer Regionalflughäfen sich in der Nähe von Skigebieten befinden, erachten



«Einen Wegfall des Sittener Flughafens würden wir bedauern.»

Carsten Michaelis
Netjets Europe

viele Netjets-Kunden als grossen Vorteil. Wir sehen in der Schweiz deutlich mehr Anflugmöglichkeiten als in anderen alpinen Ländern wie zum Beispiel Österreich.

Die Zukunft des Sittener Flugplatzes ist unsicher, da sich das Militär hier zurückzieht (Anm. d. Red: siehe Seite 13).

Wie wäre das für Sie und Ihre Kunden, wenn das Wallis keinen eigenen Flugplatz mehr bieten würde?

Wie bereits gesagt: Nähe zum Urlaubsort ist für unsere Kunden sehr wichtig und der Flughafen in Sitten ist in der Rangliste der meistangeflogenen Flughäfen der Schweiz auf Platz vier bei Netjets. Einen Wegfall des Sittener Flughafens würden wir bedauern. In einem solchen Fall müssten wir zusammen mit den Flughäfen

die beste Alternative für die Landung respektive die Anreise unserer Kunden finden.

Netjets investiert in den nächsten zehn Jahren 17,6 Mrd. US-Dollar in eine neue Kurzstrecken-Flotte. Erwarten Sie so viel Wachstum?

Mit der Investition zeigen wir deutlich, dass wir an den Markt glauben. Ziel ist es, die Flotte jung zu halten. Die Investition umfasst 670 neue Flugzeuge. Noch besser werden unter anderem Avionik, Schalldämpfung und Innenausstattung.

Rechnen Sie damit, dass der Privatjet-Markt wächst?

Nach der letzten Krise im 2008 zeigt sich jetzt eine langsame Stabilisation. Wir sind vorsichtig optimistisch.

Sie sind bei Netjets auch für Osteuropa zuständig: Wie entwickelt sich das Geschäft hier?

Osteuropa gehört zu den Märkten, welche wieder ein positives Wachstum ausweisen – so wie die Türkei, der Mittlere Osten, Schweden, Dänemark

und nun auch wieder Grossbritannien. Wir sehen auch grosses Potenzial im deutschen und im Schweizer Markt, besonders in der Light-Jet-Kategorie.

Netjets Europe Zwölf Anflugziele in der Schweiz

Netjets ist weltweit der führende Betreiber von Business-Jets. Das Unternehmen, das zu Berkshire Hathaway von Warren Buffet gehört, feiert dieses Jahr sein 50-Jahre-Jubiläum. Bei Netjets kaufen Kunden je nach Flugbedarf im Jahr entweder einen Anteil an einem Business-Jet oder eine Karte, die einer Stundenanzahl eines bestimmten Flugzeuges entspricht. Weltweit zählt Netjets an die 7600 Kunden (davon 1350 in Europa), für die über 700 Jets bereitstehen. Netjets fliegt in der Schweiz rund zwölf Flughäfen an: Altenrhein, Bern, Buochs, Geneva, Grenchen, Les Eplatures, Luzern, Lugano, Payerne, Samedan, Sion, Zürich.

ANZEIGE

Gesucht: Windlicht
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotellerieuisse

Schon Mitglied?



Profitieren Sie jetzt von den Vorzügen einer Mitgliedschaft!

Als Hotelier erhalten Sie mit der Sternklassifikation einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil. Sie punkten bei Ihren Gästen mit Transparenz, Vertrauen und Sicherheit. Das attraktive Leistungsangebot für Mitglieder beinhaltet unter anderem exklusive Angebote unserer Preferred Partners und ein den Marktbedürfnissen angepasstes Aus- und Weiterbildungsprogramm.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.hotelleriesuisse.ch/mitgliedschaft



hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.


hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Ein holder Bio-Gin aus dem Bündnerland

Im neuen Bündner Gin ist Bio-Wacholder wichtiger Bestandteil.

Zwei Quereinsteiger produzieren Bio-Gin in der Surselva – und überzeugen damit die Barkeeper-Szene. Wie Beat Sidler und Gustav Inglin auf den Wacholder kamen.

SABRINA GLANZMANN

Wenn André Borba, Bar Manager im Park Hotel Vitznau, einen «Heartbeat» mixt, dann nimmt er dafür etwas Randen- und Limettensaft. Er füllt das Cocktailglas mit Spritze, garniert mit Zitronenzeste – und als Hauptzutat verwendet er einen neuen Bio-Gin aus der Surselva. Borba ist einer von drei Bartendern, die nach einem Treffen mit den beiden Produzenten der Spirituose derart überzeugt waren, dass sie kurzerhand ihre eigenen Rezepturen damit kreieren haben. «Das war ein sehr spezielles Moment, der uns zeigte, dass wir unsere Sache gut gemacht haben», sagt Beat Sidler. Mit Gustav Inglin steckt er hinter dieser Bündner «Schnapsidee». Vor einem Monat lancierten die beiden circa 50-jährigen Geschäfts-

partner mit 420 Flaschen die erste Abfüllung ihres eigenen London Dry Gin «Breil pur», mit dem sie jetzt die Spirituosenlandschaft – zunächst die hiesige, längerfristig auch die internationale – aufmischen wollen.

Kennengelernt haben sich der Basler Sidler und der Zuger Inglin in Brigels (auf Rätoromanisch «Breil», was dem Gin den Namen gibt), wo beide seit Jahren ein Feriendomizil haben. Als langjährige Führungskräfte in der Konsumgüter- und Finanzindustrie packte sie vor rund einem Jahr die Lust, zusammen etwas Neues zu wagen. «Andere in unserem Alter fangen an, Marathons zu laufen, wir gründeten die Firma Breil Pur SA», sagt Gustav Inglin spitzbübisch. Dabei habe alles doch eher philosophisch-spielerisch begonnen, «wir machten ein Brainstorming und fragten uns, was wir auf die Beine stellen könnten. Klar war, dass es einen Bezug zu Brigels und zum Bündnerland haben muss», so Inglin weiter.

«Spionagebesuch» in der Destillaria Candinas

Die ersten «Tours d'horizon» in der Region waren aber eintönig: Salsiz, Honig, Produkte mit Bergkräutern – das gab es alles

schon zur Genüge. Aber dann kam das Schlüsselerlebnis, das die zündende Geschäftsidee geben sollte: Beat Sidler erhielt eine Einladung zu einem Abendanlass mit dem Titel «How to make Gin». «Auf der Rückseite der Einladung waren Zeichnungen von einem Brennofen und von Kräutern abgebildet. Die Idee keimte

«Andere in unserem Alter beginnen mit Marathon, wir gründeten eine Gin-Firma.»

Gustav Inglin
Co-Gründer Breil Pur SA

auf, warum machen wir nicht einen Gin aus der Surselva? Und plötzlich realisieren wir, dass wir das tatsächlich ernst meinen», so Beat Sidler lachend – die beiden besuchten

den Workshop und das Projekt «Bündner Gin» konnte starten. Auf der Suche nach einer Lohnbrennerei stiessen die beiden bald auf die Destillaria Candinas in Surrelin, wo Gion Candinas auf seinem Bio-Suisse-zertifizierten Bauernhof in sechster Generation Spirituosen nach alten Rezepten destilliert. «Wir machten mit unseren Frauen dort eine Art «Spionagebesuch», haben viel degustiert und den Candinas Löcher in den Bauch gefragt. Irgendwann wurden sie misstrauisch, wer wir eigentlich sind», erzählt Gustav Inglin die

Anekdote. Man kam ins Gespräch und war sich fachlich und menschlich bald sicher, gemeinsame Sache machen zu wollen. Als es dann in einem nächsten Schritt darum ging, die Rezeptur auszutüfeln, gab ihnen ein Bekannter den Tipp, David Clutton anzuschreiben – der Brit gilt als Gin-Koryphäe und war schon an der Entwicklung zahlreicher Wacholderdestillate beteiligt.

Tanja Grandits inspirierte zu Gin-Truffes

Mit dem Gedanken, nichts verlieren zu können, schrieb man «Dr. Gin» an und erhielt die Antwort, was denn der USP des Produktes sein solle. Gustav Inglin: «Wir sagten ihm, wir wollten einen Gin gänzlich aus Bio-Zutaten machen, mit Wacholderbeeren aus dem Bündnerland, denn alle Vergleichsprodukte, die wir kannten, verwendeten solche aus dem Mittelmeerraum. Das

hat ihn überzeugt.» Inglin und Sidler gaben das Geschmacksprofil vor, Clutton machte die Rezeptur – aus einer Longlist von 40 Kräutern resultierten die Hauptzutaten Bio-Wacholder, Alpenrosen und Schokoladenminze, der Rest bleibt geheim. Die Kräuter sammeln sie selbst, und den Wacholder beziehen sie von «Kräuter-Harry», einem 75-jährigen Kräutersammler aus dem St. Galler Rheintal.

Im letzten Jahr haben die beiden «Gin-Novizen» intensive Bio-Zertifizierungsprozesse durchlaufen, die Sammelgenehmigung für Alpenrosen eingeholt und die Ausbildung zum Spirituosen-Sommelier absolviert – und den smarten Geschäftsmännern wird nach wie vor nicht langweilig. Mit der Confiserie Hauser in St. Moritz haben sie bereits eigene Gin-Truffes realisiert, inspiriert von Tanja Grandits' Buch «Gewürze», in dem sie die passende Kombination von Wacholder und Schokolade rümt.

Zu Investitions- und ersten Umsatzzahlen halten sich Gustav Inglin und Beat Sidler bedeckt – mit dem Verkaufstart seien sie aber «sehr zufrieden». Bis dato machen die beiden von der Destillation über die Abfüllung bis zum Etikettenkleben alles selber. Vielleicht wird sich das bald ändern.



Der «Breil Pur»: Schweizer Gin aus gänzlich biologischen Zutaten.

Instagram-Aktion: grosse Resonanz

Das «Instagram»-Projekt, das Gstaad Saanenland Tourismus als erste Alpen-Destination realisiert hat, war erfolgreich: Es brachte über 130 000 Likes in einer Woche.

SABRINA GLANZMANN

The Gstaad Slow Life Experience» hiess das Kommunikationsprojekt, welches Gstaad Saanenland Tourismus, das Hotel Saanewald Lodge in Saanenmöser und das weltweite Nutzer-Netzwerk «Instagramers» auf der Social-media-Plattform Instagram durchgeführt haben (siehe htr vom 23. Januar). Dabei haben acht einflussreiche «In-

stagramer» aus ganz Europa vom 7. bis 9. Februar fleissig Bilder von der Region geschossen, und eine öffentliche Foto-Safari («Gstaad-Instameet») lockte über



Das Saanenland durchs Smartphone an der Instagram-Aktion. zvg

30 Teilnehmende an. Die erste Bilanz von «The Gstaad Slow Life Experience», bei der die Partner auf die emotionale Kraft von Bildern setzen, ist sehr positiv: «Die

Resonanz sowohl auf Instagram als auch in den Medien und in der Branche ist überwältigend», sagt Kerstin Sonneckalb, PR-Leiterin von Gstaad Saanenland Tourismus. Auch Paul Peyer, Besitzer der Saanewald Lodge und Initiator der Aktion, zeigt sich zufrieden: «Eigentlich ist es noch zu früh für eine Bilanz. Fest steht, dass wir bei der Planung und Realisierung unglaublich viel Spass hatten.» Das Hauptanliegen der Aktion, zeigt sich zufrieden: «Eigentlich ist es noch zu früh für eine Bilanz. Fest steht, dass wir bei der Planung und Realisierung unglaublich viel Spass hatten.» Das Hauptanliegen der Aktion, zeigt sich zufrieden: «Eigentlich ist es noch zu früh für eine Bilanz. Fest steht, dass wir bei der Planung und Realisierung unglaublich viel Spass hatten.»

Auch nach offiziellem Schluss wurde noch fleissig gepostet: Bis zum 14. Februar waren es rund 500 Bilder. Allein die Fotos, die mit dem Schlüsselwort (Hashtag)

#TheGstaadSlowLifeExperience gekennzeichnet wurden, sind 6,6 Mio. Mal erschienen. Sie wurden mit rund 137 800 Likes aktiv bewertet und rund 4000 Mal kommentiert. Mit 10 800 Likes ist eine Landschaftsaufnahme von Nathalie Geoffroy (@nathparis) aus Frankreich der Spitzenreiter unter den geposteten Bildern.

«Die bis jetzt erreichten Zahlen sind nicht absolut zu sehen. Die Fotos sind jetzt im Netz verfügbar und werden weiterhin gesehen und bewertet», erklärt Kerstin Sonneckalb. «Es wäre sicher interessant, in einigen Wochen eine erneute Evaluation vorzunehmen», sagt auch Criss Jimenez von «Instagramers», der das Projekt organisatorisch mitbetreut hat. Ein ähnliches Instagram-Projekt für den Sommer ist bereits in Planung.

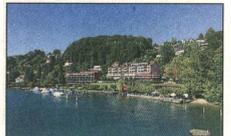
News

Neue Fachmesse: «Free From Food Ingredients»

Am 3. und 4. Juni 2014 öffnet in Brüssel die neue europäische Branchenmesse «Free From Food Ingredients» (FFF) erstmals ihre Tore. Sie findet im Rahmen der Fachmesse «Free From Food» (FFF) statt, die letztes Jahr ihre Premiere feierte. Die FFF spricht Entscheidungsträger und Einkäufer aus dem Lebensmitteleinzelhandel, dem Reformhaus- und Naturkostbereich, der Gastronomie und dem Ausser-Haus-Markt an; sie will über Trends und Entwicklungen bei Produkten mit Allergen-, Zusatzstoff- oder Intoleranz-freien Inhaltsstoffen informieren. sag

www.freefromfoodingredients.com

Seminarhotel des Jahres: Seehotel Hermitage, Luzern



ZVG

Die Ausgabe 2014 des Midena-Seminarguides hat das Luzerner Hotel Hermitage zum «Midena Seminarhotel des Jahres» erkoren. Der Seminarhotelführer sieht im gekürzten Hotel «das Haus am See mit etwas Mehr» und lobt, es lade ein «zu Tagungen, die vergessen lassen, dass man am Arbeiten» sei. Der Midena Seminarguide zeichnet jährlich einen Betrieb aus, der im Bereich der Tagungs-Hotellerie Besonderes leistet.

www.seminarguide.ch

Urs Messerli schliesst «Mille Privé» in Kirchdorf

Der Inhaber der «Mille Sense Groupe», Urs Messerli, eröffnete das Fine-Dine-Restaurant «Mille Privé» vor fünf Jahren im ehemaligen «Spyscher» in Kirchdorf BE und erhielt auf Anhieb 15 GM-Punkte. Zuletzt wurde der Betrieb von Messerlis Jungköchin Aline Born geführt, die hier ihre eigene Kochplattform hatte. Nun schliesst der Gastronom den Betrieb per Ende April. Künftig steht «Mille Privé» für Messerlis Beratung und Coaching von Hotel- und Gastronomiebetrieben.

www.millesensgroupe.ch

Wanderausstellung über Globalisierung, Genuss, Geschäft



Helvetas/Thomas Kozlik

Die Ausstellung «Wir essen die Welt» von Helvetas über Genuss, Geschäft und Globalisierung ist ab heute bis am 24. Mai im Politi-Forum Käfigturm in Bern zu sehen. Die Wanderausstellung nimmt die Besucher mit auf eine kulinarische Weltreise und bietet ihnen einen Blick über den eigenen Tellerrand. Die von der Stiftung Mercator Schweiz und dem Staatssekretariat für Wirtschaft Seco unterstützte Ausstellung wird auch noch in Zürich und Vaduz zu sehen sein. fee

www.wir-essen-die-welt.ch

Tourismus

Neue Stadtführung durch die «rüddigi Lozämer Fasnacht»

Luzern Tourismus lanciert eine neue Führung und ergänzt somit ihr Angebot an thematischen Stadtrundgängen. Der zweistündige Rundgang «Rüddigi Lozämer Fasnacht» widmet sich voll und ganz dem fasnächtlichen Luzern. Neben der Entstehungsgeschichte werden Anekdoten zur sogenannten «schönsten Jahreszeit» erzählt und nach dem Rundgang sollen Begriffe wie Tagwach, Urknall, Bruder Fritschi oder Uszüglete für niemanden mehr Fremdwörter sein.

www.luzern.com

Schokolade

Mehr Absatz und Umsatz für hiesige «Schoggi»-Industrie



Die Schweizer Schokoladeindustrie erhöhte 2013 ihre Verkaufsmenge, gemäss Zahlen von Chocosuisse, Verband der Schweizerischen Schokoladefabrikanten. Der Absatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 3,9% auf knapp 180 000 Tonnen an. Der Umsatz stieg um 3,1% auf 1,68 Mrd. Franken. 61,2% der Produkte (110 000 Tonnen, +5,6%) wurden 2013 exportiert. Die Inlandnachfrage belief sich im vergangenen Jahr auf knapp 70 000 Tonnen (+1,4%).

Gastronomie

Wiener Restaurant führt Angebot von 140 E-Zigaretten

Das Restaurant Einstein in Wien will mit einem neuen Angebot «den Trend zum Nichtraucherlokal der Zukunft» setzen: In seiner neuen «Dampfbar» können die Gäste über 140 verschiedene E-Zigaretten kostenlos ausprobieren oder ausleihen. Als Shop-in-Shop-Konzept kann man die E-Zigaretten dort auch kaufen. «Die gesetzliche Lage wird immer restriktiver. Deshalb haben wir unsere innovative Dampfbar geschaffen», sagt Bettina Gross vom «Einstein».

www.einstein.at

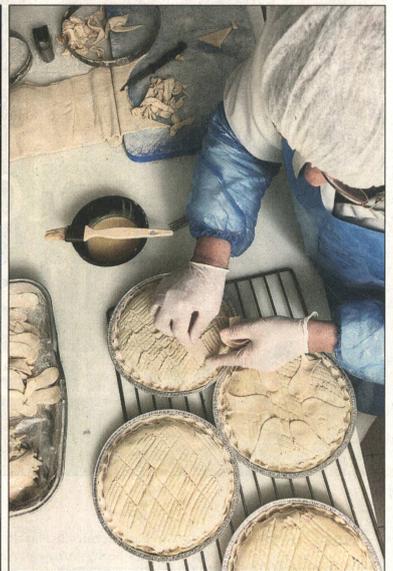
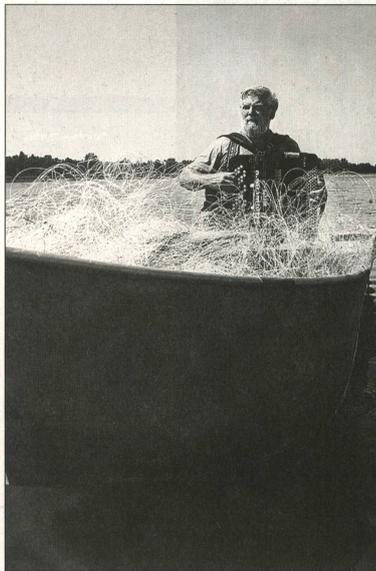
«Neue Blumenau» in Lömmenschwil macht «Tavolata»



Der Oberwalliser Weinproduzent Josef-Marie Chanton, der dafür bekannt ist, alte Walliser Rebsorten zu neuem Leben zu erwecken, ist am 7. März zu Gast im Restaurant Neue Blumenau in Lömmenschwil. Er wird den Gästen über seine Berufung erzählen und die passenden Weine zum Menu kredenzen, welches Gastgeberin und Spitzenköchin **Bernadette Lisibach** in Form einer Tavolata präsentiert. Ausserdem wird Andreas Etter von Jeroboam Weine als Ansprechpartner vor Ort sein. sag

www.neueblumenau.ch

Die Retter der Vielfalt



Einer der 84 Porträtierten in «Buttenmost und Ochsenschwanz»: Rheinfischer Adrien Vonarb, der seine Fänge auch zu Torten weiterverarbeitet.

Bilder Marco Aste/af-verlag.ch

«Buttenmost und Ochsenschwanz» porträtiert 84 Persönlichkeiten vom Affineur bis zum Züchter. Das Buch ist eine schöne, intime Hommage an die kulinarische Vielfalt.

SABRINA GLANZMANN

Früher war er Chemiker, dann Berufssakordionist und Musikschultreiber; heute ist Adrien Vonarb professioneller Rheinfischer. Seine Geschichte handelt davon, wie er mit grossmaschigen Netzen nachhaltigen Fischfang

betreibt, wie er in Balgau seine Weissfische zu Torten oder Terrinen weiterverarbeitet – und wie diese Spezialitäten und seine Fänge vom französischen Grossverfeiler bis zu Gourmetlokalen nachgefragt werden.

Wie passioniert der Fischer dieser Arbeit nachgeht, das erzählt Martin Jenni in seinem neuen Buch «Buttenmost und Ochsenschwanz». Der Autor und Journalist porträtiert darin 84 Persönlichkeiten aus der Schweiz und dem benachbarten Ausland, vom Affineur bis zum Züchter, die «mit ihrer subtilen Arbeit und ihrer Leidenschaft der kulinarischen Vielfalt einen Namen geben und dafür sorgen, dass wir Konsumenten nicht im Einheitsbrei versinken», schreibt Jenni im Vorwort. Dort gibt er auch zu bedenken, dass der Schweizer Durchschnittsbürger 20 Prozent seines Einkommens in



Freizeit, Luxus und Ferien investiert, aber nur 8 Prozent in seine Ernährung. Es genüge also nicht, scheidet Jenni, über Begriffe wie «Bio» und «biodynamisch», über Qualität und Nachhaltigkeit und artgerechte Tierhaltung zu sprechen, wenn man nicht bereit sei, einen dafür angemessenen Preis zu zahlen.

Flüssige, launige und kompetente Texte, persönliche Bildaufnahmen
Martin Jenni und Fotograf Marco Aste geben den Produzenten, den Gastgeberinnen, den Menschen

hinter diesen Begriffen in «Buttenmost und Ochsenschwanz» ein Gesicht. Jenni schafft das mit flüssigen, launig geschriebenen und kompetenten Texten, und Aste mit Bildaufnahmen, welche die Protagonisten, ihre Produkte und Wirkungsstätten persönlich und unmittelbar einfangen.

Der Leser erfährt zum Beispiel mehr über Edith Nüesch und Peter Gschwend, die in Wetzikon die Nudelwerkstatt «La Martina» betreiben – wie Gschwend vom Notar und Schweizer Meister im Rudern Steward bei der Swiss wurde, um sich schliesslich ganz der handwerklichen Pastaproduktion zu verschreiben. Oder wie Konstrukteur Beat Vogelsang in seiner Freizeit in Geroldswil exklusive, hochkonzentrierte Seife herstellt. Einige kamen über Umwege zu ihrer Passion, andere haben sich ihr seit Jahr und Tag verschrieben, und als

Leser ist man ziemlich fasziniert von der selbstverständlichen Dringlichkeit, mit der diese Menschen ihre Arbeit angehen.

Martin Jenni hat zuletzt mit der Publikation «Cervelat und Tafelspitz» ursprüngliche Schweizer Dorf-, Quartier- und Landlokale vorgestellt und für Furore gesorgt. «Buttenmost und Ochsenschwanz» ist der logische, empfehlenswerte Nachfolger davon, mit vielen Inputs gerade auch für Gastronomen und Hoteliers.

In ein, zwei Jahren will sich Adrien Vonarb übrigens ganz dem Akkordeonspiel widmen. Bis dahin bleibt er seinen Fischen treu.

Marco Aste, Martin Jenni, **Buttenmost und Ochsenschwanz. 84 Originale und ihre kulinarischen Geheimnisse**, AT Verlag, 384 Seiten, ISBN 978-3-03800-785-2, Fr. 49.90

Das Buch ist erhältlich auf www.hotellerieuisse.ch/buchshop

Kolumne



Christoph Kokemoor ist Chefsommelier im Grand Hotel Les Trois Rois in Basel

Viva Sicilia – traditionelle Rebsorten neu entdeckt

Kennen Sie Nerello Cappuccio oder Nerello Calabrese? Nein, ich spreche nicht von einem neuen Kaffee oder einem Tomatensalat mit Mozzarella. Das sind Rebsorten in einem der ältesten Weinbaugebiete Italiens. Es ist das grösste Weinanbaugelände Italiens und eines der unbekanntesten. Wir sprechen über die Dolce Vita Italiens. Eine kulinarische Hochburg durch die vielen fruchtbaren Gemüsegärten und eine der facettenreichsten Fischküchen. Eine beliebte Ferienregion der High Society des 20. Jahrhunderts. Eine Region, die die Italiener aber gerne vergessen hätten. Sie sorgte mehr für politische Schlagzeilen als für positive Berichte über den Weinbau. Deshalb hatten die Weine Siziliens bis 1990 kaum eine Bedeutung. Selbst die Vorherrschaft des berühmten Marsalas war am Verblasen, weil sich die Weinwelt immer mehr auf trockene Weine konzentrierte. Das Ende der sizilianischen Weinbautradition drohte!

Die ursprünglichen weissen und roten Marsala-Rebsorten Grillo, Catarratto Bianco, Damaschino, Grillo, Inzolia, Nerello Mascalese, Nero d'Avola und Perricone suchten eine neue Identität. Die Versuche, mit den althergebrachten Weinbaumethoden den Rebsorten eine neue Persönlichkeit zu verleihen, waren eher durchschnittlich. Die meisten trockenen Weine aus den ursprünglichen Marsala-Rebsorten taugten nur als einfache Tischweine. Deshalb wurden viele Versuche gestartet, die Ursachen zu erforschen. Im Zuge dessen wurden

geologische Untersuchungen vorgenommen. Im Ergebnis zeigte sich, dass sich im ursprünglichen Marsala-Gebiet die herkömmlichen Rebsorten nicht für trockene Weine eignen. Sie blieben farblos und belanglos.

Die landwirtschaftliche Weinbau-Kommission entschied sich, wie viele Weinanbaugelände anderer europäischer Regionen, die modernen Rebsorten Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Merlot und Syrah anzupflanzen. Gute Voraussetzungen boten das Klima mit den nötigen Niederschlägen und die ertragreichen Böden, die geprägt sind von kreideähnlichem Ton und Kalkstein. Um den Äna herum wachsen die Weine auf vulkanischem Boden. Der Anbau neuer Rebsorten verhalf den Winzern auf Sizilien zu neuem Aufschwung.

Doch der Erfolg forderte in manchen Regionen Siziliens Opfer. Die fruchtbaren Böden, die für den Gemüseanbau geeignet sind, konnten auch als Rebgräten genutzt werden. Im Gegenzug wurden schwierige Lagen mit Steilhängen zum Brachland. Niemand wollte an diesen steilen Hängen einen arbeitsintensiven Landbau betreiben. Das hat viele Umweltschützer und die Seelen der Sizilianer geweckt. Dieser Widerstand brachte eine grosse Aufmerksamkeit. Aus diesem Grund sind in den Anfängen des 21. Jahrhunderts viele Investoren und Önologen nach Sizilien gekommen und haben in die Rebgräten des Änas investiert. Die Erfolge der letzten Jahre

sprechen für sich. Einige Gewächse sind inzwischen mit den bekannten «Tre bicchieri» des «Gambero Rosso» ausgezeichnet worden. Nicht nur die Weine des Änas zeichnen sich durch Komplexität und Finesse aus. Die ursprünglich getadelten Tischweine der alten Marsala-Rebsorten erhielten einen neuen Aufschwung durch konsequente Bodenbearbeitung. Die Natur verhalf mit den Möglichkeiten des biologischen Weinbaus den Weinen zu einer neuen Struktur. Die farblosen Rebsorten erhielten wieder Aufmerksamkeit, weil sich auch der Geschmack der Weinliebhaber verändert hat. Weine aus den Rebsorten Frappato und Perricone zeichnen sich durch elegante Struktur aus. Die Weissweine aus Catarratto werden zu fruchtig eleganten Speisebegleitern.

Die grossen Weinbaubetriebe wie Planeta, Donnafugata und Fariato haben dem Weinbau Siziliens zu neuem Renommee verholfen und tragen sicherlich einen grossen Anteil am Bekanntheitsgrad. Doch die aufstrebenden kleinen Winzerbetriebe, die sich auf die autochthonen Rebsorten konzentrieren, wie Palari, Occipinti, Pietradolce, gewinnen immer mehr an Bedeutung.

Bestellen Sie wieder einmal einen Tomatensalat mit Mozzarella, empfehle ich dazu einen Catarratto von Castellucci Miano oder zu einem Fischgericht einen der leichteren Rotweine aus der Frappato-Rebe. Viva Sicilia – ein Hoch auf eine aufstrebende Weinbauregion!

Events

«1. Swiss Kitchen Talk» am 17. März in Grenchen

«Die Leute zum Brainstorming an einen Tisch bringen»: das wollen die beiden Köche Rolf Caviezel (freestylecooking.ch) und Philippe Berthoud (philippeberthoud.com) mit ihrem «1. Swiss Kitchen Talk». Der Anlass findet am 17. März im Restaurant Station 1 in Grenchen bei Rolf Caviezel statt und richtet sich an Köche, Gastronomen und Interessierte aus der Lebensmittelbranche. «Es geht dabei nicht um Sterne und Punkte, sondern um neue Techniken, neue Ideen und Wissensaustausch» so Rolf Caviezel - an der ersten Austragung etwa stehen Fermentation und das Verbrennen von Lebensmitteln (zum Beispiel Gemüseasche) im Vordergrund. Mehr Informationen und Anmeldung (bis 28.2.) auf:

<http://swisskitchentalk.blogspot.ch>

14. Wein- und Gourmetmesse «Schlaraffia»



Vom 6. bis 9. März 2014 findet die 14. Ausgabe der «Schlaraffia», der Wein- und Gourmet-Messe in Weinfelden, statt. Als beliebter Feinschmecker-Treffpunkt der Ostschweiz präsentieren auch dieses Jahr über 130 Aussteller ihre Produkte. Es finden ausserdem zahlreiche Aktivitäten und Rahmenveranstaltungen für das Fachpublikum statt, darunter zum Beispiel Blinddegustationen mit einem diplomierten Biersommelier.

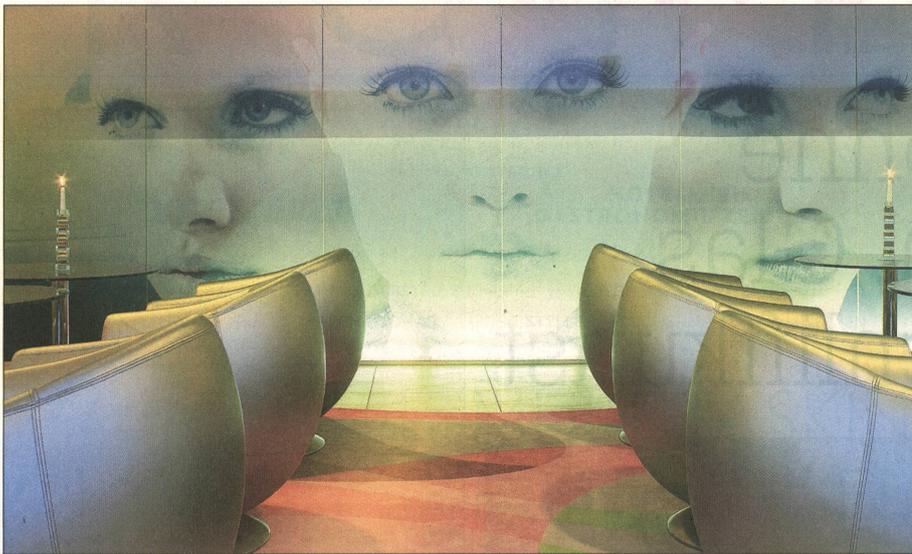
www.schlaraffia.ch

7. China Festival im Hotel Park Weggis mit 1400 Besuchern



Mit der diesjährigen Durchführung seines China Festivals kann das «Park Weggis» laut Communique «auf eines der gelungensten Festivals seit der Entstehung vor sieben Jahren» zurückblicken. 1400 Gäste konnte Gastgeber Peter Kämpfer vom 18. Januar bis 9. Februar für die verschiedenen Veranstaltungen rund um China empfangen. Während der drei Wochen konnten die Besucher das Reich der Mitte durch chinesische Gästeöche aus Sichuan kulinarisch authentisch erfahren. Dazu gaben zehn Referenten Einblicke in die Gepflogenheiten und Denkweise der chinesischen Kultur. sag

Stardesigner Karim Rashid hat im «Prizeotel» seine Vision von hochwertigem Hoteldesign für jedermann verwirklicht. Gespräch an der Jubiläumsfeier in Bremen.



Der Lounge- und Lobby-Bereich des «Prizeotel» in Bremen-City, entworfen von Stardesigner Karim Rashid.

Prizeotel Management Group/ztg

Funktionales Design

Karim Rashid, das Design für das «Prizeotel» in Bremen war ihr erstes Budget-Hotelprojekt. Was hat Sie daran gereizt?

Ich wollte mit dem «Prizeotel» beweisen, dass man auch für ein relativ schmales Budget schöne Dinge umsetzen kann. Für mich als Designer war das eine besondere Herausforderung und ein wichtiger Lernprozess. Das «Prizeotel» ist in dieser Hinsicht für mich ikonisch geworden.

Würde ein solches Hotelkonzept auch auf dem US-amerikanischen Markt funktionieren?

Absolut. Die Amerikaner hungern förmlich nach Design, nur das war dort bislang immer eine teure und elitäre Angelegenheit. Erst in den letzten Jahren hat so etwas wie ein Demokratisierungsprozess stattgefunden, der durch Marken wie Apple oder Nike initiiert worden ist. Sie haben die Masse für zeitgenössisches Design empfänglich gemacht.

Sind Trends für Sie wichtig?

Nein überhaupt nicht, denn Trends haben weniger mit Design zu tun als mit oberflächlichem Style. Ich gebe Ihnen ein Beispiel für echtes zeitgenössisches Design: Gerade habe ich einen stapelbaren Stuhl aus der Acai-Frucht für einen Kunden in Brasilien entworfen, ein 50-Dollar-Stuhl, von dem 100.000 Stück in der Woche gefertigt werden. Das ist echtes Design mit einem Bezug zur Gegenwart und unserer heutigen Welt.

Prizeotel Das Budget-Designkonzept liebaugelt mit dem Standort Schweiz

Auf der Party zum 5. Geburtstag des «Prizeotel» Bremen-City letzte Woche waren Krawattenträger unter den Gratulanten klar in der Minderheit. Das war aber auch nicht anders zu erwarten, schliesslich gibt sich das Designhotel jung, trendy und cool. Mittendrin: Hotelier Marco Nussbaum. Er nutzte die Gelegenheit für eine Prizeotel-Zwischenbilanz: «Wir häuten uns stetig, wir verbessern uns, probieren neue Entwicklungen und Trends aus.» Im März 2013 ist mit der May & Co.-Unternehmensgruppe ein strategischer Investor aus dem Immobilien-sektor eingestiegen, der einen Anteil von einem Drittel an der Prizeotel Management Group über eine gezielte Kapitalerhö-

Spielt der Faktor Nachhaltigkeit für Sie in Ihrer Arbeit eine Rolle?

Ich mache so viele Sachen, die nachhaltig und ökologisch sind, aber wenn Leute meine Entwürfe sehen, denken sie, dass ich wegen der Kunststoffe, die ich verwende, nicht umweltbewusst bin. Sie wissen nicht, dass ich von jedem Stück Plastik, das ich benutze, weiss, ob es unter ökologischen Gesichtspunkten hergestellt wurde. Meine Objekte sind trotz ihres poppigen Outfits umweltfreundlich. Die grösste Idee von Nachhaltigkeit und Ökologie ist, dass wir Dinge besitzen, die man für eine sehr lange Zeit benutzen kann. Das übertrifft wirklich alles.

Es ist ja öfters von einem Gegensatz zwischen Design und Alltagstauglichkeit die Rede und von den Konflikten zwischen Auftraggeber und Designer, die sich daraus ergeben. Wie stehen Sie persönlich dazu?

Als Industriedesigner bin ich sehr darauf fokussiert, Dinge zu entwerfen, die alltagstauglich und funktional sind. Ein Beispiel: Bei meinem letzten Besuch im Restaurant des Nhow-Hotels in Berlin, für das ich das Interior-Design gemacht habe, sagte der Kellner zu mir: Sie haben wirklich einen tollen Job gemacht, denn es ist mein erster Arbeitsplatz, an dem ich nicht

gegen irgendwelche Ecken stosse. Und ich dachte mir: Was für ein Kompliment! Ich will Dinge machen, die im Alltag funktionieren. Und das Beste daran ist: Wenn meine Auftraggeber merken, dass ich die Funktionalität ernst nehme, versuchen sie gar nicht erst, sich einzumischen. Ich möchte in einer Welt leben, in der alles lässig ist, leicht und soft. Ich mag keine Formalitäten und keine Hindernisse, die im Weg stehen.

Wie kann man Hoteldesign besser machen?

Ich sage immer: Vergesst die Farbe der Tapete, macht erst einmal die Basics richtig und funktional. Damit man sich im Hotelzimmer nicht wehrt, muss erst einmal das Licht stimmen, dann erst kann man sich gut rasieren oder lesen. Aber die meisten Designer entwerfen das Zimmer am Reissbrett und bestimmen dann, «hier kommt das Bett hin und dorthin der Stuhl». Die wenigsten stellen sich die Frage, wozu man eigentlich zwei Tischchen neben dem Bett braucht. Nur um die Leselampen dort zu platzieren?

Was war Ihre schlechteste Hotelerfahrung? Oh, da gibt es so viele!

Die schlimmsten Planungsfehler kann man zurzeit sicher in Sotschi besichtigen. Ich bin übrigens sehr froh, dass ich mich nicht dazu habe überreden lassen, mich dort in einem Projekt zu involvieren. Vor Kurzem war ich in einem Pariser Design-Hotel. Mein

«Die schlimmsten Hotelplanungsfehler kann man zurzeit in Sotschi besichtigen.»

Karim Rashid
New Yorker Stardesigner

Zimmer hatte nackte Betonwände, es sah aus wie in einer Gefängniszelle und der gesamte Raum war grau. Das Licht war so spärlich, dass ich meinen Koffer mit meinem

Handy ausleuchten musste. Wie soll sich ein Gast in solch einer Umgebung wohl fühlen? Derartige Fehler entstehen durch Design und durch Designer, die meinen, schlauer zu sein als ihre Auftraggeber.

Zur Person Viel beachteter und geehrter Designer

Er gilt als «Popstar» der Designwelt: Karim Rashid (54) hat über 3000 Designs und Objekte entworfen und dafür mehr als 300 Preise erhalten. Seine Arbeiten werden unter anderem im Museum of Modern Art (MoMA) in New York oder im Pariser Centre Georges Pompidou gezeigt. Die Liste seiner Interior-Designs in Hotellerie und Gastronomie umfasst neben «Prizeotel» auch die Nhow-Hotels in Berlin und Mailand, das Morimoto Restaurant in Philadelphia und das Semiramis Hotel in Athen. nk



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

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

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

Ressortleitung:
aktuell: Daniel Stampfli/dst

cahier français: Alexandre Caldera/aca
fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb, Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/tl, Gudrun Schlenzcek/gsg
Grafik und Produktion: Carla Barron-Secchi/cbs, Roland Gerber/rg, Sarah Hinni/shi (Praktikantin), Daniel Steinle/ds
Korrektorat: Paul le Grand.
Sekretariat: Sabina Jörg Patoku (Leitung), Danijeta Bosnjak

htr Online
Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktion: Natalie-Pascalie Alieschi/npa
Praktikum: Artresha Veljiv/av
Koordination: Daniel Steim

Verlag
Leitung: Barbara König,
Assistent: Alain Häni
Stelleninsetzer: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Artresha Veljiv/av
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

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

Online Redaktion: online@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76, Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: Inserate@htr.ch,
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

dolce vita

htr hotel revue Nr. 8 / 20. Februar 2014

Glas ohne Boden, Glas mit Schliffkunst

Die Vintage-Welle macht auch vor Glasserien nicht halt: Vermehrt kommen Schliffeffekte zum Einsatz. Aber auch eigenwillige Formen sorgen derzeit für Aufsehen.

FRANZISKA EGLI

Es ist ein regelrechter Hingucker: «Omega», das Burgunder-Glas der Glasdynastie Zalto, das in eleganter Schräglage auf einer Kugel liegt. Eine schmale Delle im Kelch sorgt für das nötige Gleichgewicht. Sorgen? Nun, «bei den Gästen sorgt es wahrlich für Aufsehen», erzählt Gabrielle Aschwanden vom Boutique-Hotel Schlüssel in Beckenried NW, wo das «Omega» bereits zum Einsatz kommt. «Nach einem Besuch bei Weinbauern hatten wir noch etwas Pinot Noir übrig und verkosteten diesen in einem Nullacht-fünfzehn-, in einem klassischen Bordeaux- und schliesslich probierhalber im Burgunder-Glas «Omega» - und waren begeistert», erzählt die Gastgeberin, die bevorzugt auf die Gläser der Firma Zalto setzt. Seither bieten Gabrielle und Daniel Aschwanden ihren Gästen den Wein im passenden, herkömmlichen Glas

«Der Wein kommt im liegenden Glas besonders schön zur Geltung.»

Gabrielle Aschwanden
Hotel Schlüssel, Beckenried

und parallel dazu auch im Glas ohne Bodenplatte an. Mit Erfolg: Die Gäste reagierten überaus positiv auf dieses Genuss-Erlebnis, so Aschwanden. «Nicht nur präsentiert sich der Wein in dieser liegenden Position besonders schön. Man nimmt das Glas auch vorsichtiger zur Hand und genießt den Wein nochmals bewusster», beobachtet sie. Und nicht zuletzt ist das Burgunder-Glas auch gastro-tauglich: Es ist spülmaschinen- und dank seiner Elastizität verblüffend bruchfest.

Die Kunst, Glasbläserkunst mit zeitlosem Design zu vereinen

Aber: Mit einem Stückpreis von 28 Franken ist «Omega» nicht ganz günstig, ist man sich auch bei der Tabletop-Firma Berndorf bewusst, welche «Zalto»-Gläser in der Schweiz vertreibt. Das Burgunder-Glas ohne Bodenplatte ist quasi die Fortsetzung der preisgekrönten zehnteiligen Serie «DenkArt» von Zalto Glas. Die Glasdynastie aus Österreich vereine «höchste Glasbläserkunst mit zeitlos schönem Design», findet Sandra Roth von Berndorf. «Die Gläser bestechen zudem mit einer Brillanz, die man bei maschinell hergestellten Gläsern vergebens sucht.» Kein Wunder, sind sie in der gehobenen Gastronomie und Hotellerie beliebt und kommen



Der Schliff verbindet Licht und Farbe: Serie «Hommage Comète» von Zwiesel in Zusammenarbeit mit Charles Schumann.

etwa bei Tanja Grandits in Basel, im Hotel Carlton in St. Moritz, im Designhotel Bad Bubendorf oder im «Rössli» Illnau auf den Tisch.

Das Luzerner Tabletop-Unternehmen setzt aktuell zudem auf ihre neue hauseigene, fünfteilige Glasserie «Cultus» - «ein erschwinglicher Allrounder für jeden Bereich» - aber auch auf die Kollektion «Hommage» aus dem Hause Zwiesel. Diese exklusive Serie hat das deutsche Glasunternehmen zusammen mit der Münchner Barlegende Charles Schumann entwickelt (siehe Interview unten). Sie besteht aus 42 Teilen inklusive Weingläser und bringt auf den Punkt, was auch in diesem Tabletop-Bereich höchst angesagt ist: Vintage. Die Kollektion «Hommage» rückt die edle Kunst des Schliffs

in den Vordergrund und erinnert damit an die klassische Barkultur. Die Kollektion wartet gleich mit drei verschiedenen Schliffarten auf, die dieses typische Spiel von Licht und Farbe ermöglicht.

Serien im Sixties-Look versus Serien im schlichten Stil

Ob gestreift oder in Gitterform, auch Markus Holzhammer von der Handelsagentur Trendsense setzt vermehrt auf den klassischen Handschliffeffekt, und das bis in den Weingläser-Bereich. «Der Glasproduzent Bormioli Luigi aus dem italienischen Parma etwa hat bereits mit seinen Serien «Incanto» und «Optima» auf geschliffene Gläser und Karaffen im Retro-Look gesetzt. Mit der soeben an der Konsumgütermesse Ambiente in Frankfurt vorgestellten Serie «Bach» setzt sie nun diesen Trend fort: Die achtteilige Kollektion, die Bar- und Weingläser umfasst, gemahnt an den typischen italienischen Stil der 1960er-Jahre, der zur Zeit enorm gefragt ist», so Markus Holzhammer.

Eine andere Linie verfolgt Iris Mendl, Geschäftsführerin der Firma Hubert Schweiz AG, die neben Restaurants und Hotels auch System-Gastro-Betriebe und Caterer zu ihren Kunden zählt. «Die meisten Gastronomen setzen auf Basics und weniger auf Trends - zu

teuer ist dieser Posten, zu hoch dessen Verschleiss», so ihre Erfahrungen. Sehr beliebt sei bei ihnen die Serie «Vina» von Schott Zwiesel oder aber - für den gehobenen Bereich - «Vina» aus demselben Haus mit seiner filigranen, langstieligen Form.

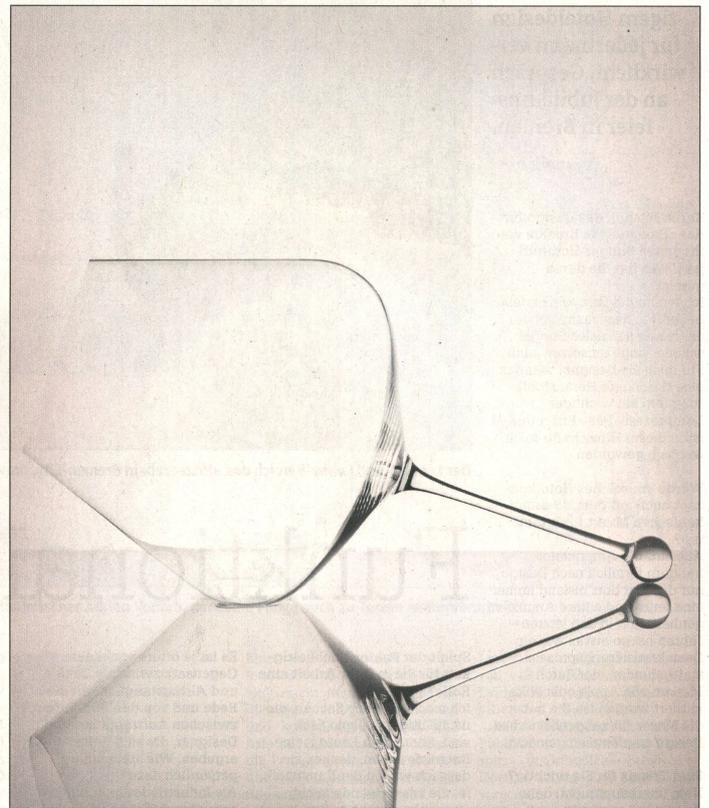


«Incanto»: robuste Kristallglasserie im typisch italienischen Retro-Look vom Glasproduzenten Bormioli Luigi.



Nachgefragt
Charles Schumann

Der 72-jährige Charles Schumann ist Betreiber der legendären «Schumann's Bar» in München. Bekannt wurde der gelernte Gastronom zudem als Autor von Bar-Büchern und Erfinder von Cocktails wie «Swimmingpool» oder «French 68». Mit dem deutschen Kristallglashersteller Zwiesel hat er nebst «Hommage» die 17-teilige Kollektion «Basic Bar Selection» entwickelt.

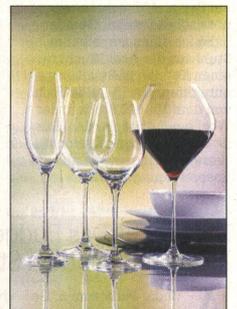


Burgunder-Glas ohne Bodenplatte: «Omega» aus dem Hause Zalto Glas.

Bilder zvg



«Bach»: Vintage-Kollektion von Bormioli Luigi.



«Cultus»: klassische, fünfteilige Serie von Berndorf.

Charles Schumann, Sie waren schon mehrmals an der Entstehung von Glasserien beteiligt. Was muss man als Barkeeper beachten? Wenn es um den perfekten Trinkgenuss geht, sind Drink und Glas Verbündete. Ein Barkeeper muss das Gefühl für die passenden Gläser entwickeln. Das ist ein Prozess, der nie stillsteht. Bei mir persönlich beruht das Gefühl für das passende Glas auf mehr als 40 Jahren Erfahrung in der Gastronomie und auf meiner eigenen Bar-Philosophie, die Authentizität mit traditioneller Barkunst vereint.

Welche Rolle spielte bei der Entwicklung von «Hommage» die Form, welche die Funktion? Ästhetik und Genuss - und damit spreche ich auch die Funktionalität an - sind bei der Kreation von Gläsern gleichermaßen wichtig. Die Grundform der Gläser präsentiert sich zeitlos-elegant. Ästhetisch orientiert sich die Serie an der Zeit der klassischen Barkultur im Premium-Bereich.

Inwiefern unterscheidet sie sich von der ebenfalls von Ihnen mitentwickelten «Basic Bar Selection»? Die «Basic Bar Selection» ist eine 17-teilige Bar-Serie und umfasst klassische Becher-, Cocktail- und Champagnergläser, aber auch neuartige Größen und Accessoires, die internationale Bartrends widerspiegeln. Insgesamt liegt der Fokus dieser Serie auch wegen der patentierten Tritan-Technologie, die die Gläser in hohem Massebruch- und spülmaschinenfest machen, eher auf dem funktionalen Handling und der optimalen Inszenierung von Drinks.

Die «Hommage»-Kollektion gibt es in drei Schliffarten. Warum? Jede der drei Schliffarten hat eine eigene Aussage: «Comète» ist ein klassischer Schliff mit moderner Raffinesse, «Glace» ein eher moderner, frecher Schliff, «Carat» schliesslich bietet eine elegante, flächige Schliffstruktur. Alle drei sind sehr markant und schaffen dieses unverwechselbare Spiel von Licht und Farbe.

Damit huldigen Sie der klassischen Barkultur. Warum haben Sie sich für diesen Stil entschieden? Seit geraumer Zeit feiern klassische Drinks und Cocktails Renaissance. Es ging mir darum, auch im Glas-Bereich Tradition mit der Moderne zu verbinden. Die sanft gezogenen Stiele und die weichen Radian lassen das Glas gut in der Hand liegen. Gleichzeitig sind die Gläser durch die drei Schliffarten sehr markant. In Kombination mit einem goldfarbenen Whisky oder Martini wird das Getränk auch zu einem optischen Erlebnis.

Wo kommt die Serie bevorzugt zum Einsatz? Die mundgeblasenen Gläser eignen sich vor allem für den gehobenen Bar- und Restaurantbereich. In der Schweiz ist die Serie noch im Aufbau begriffen, in Deutschland sind die Gläser bereits in diversen Bars und Hotels im Einsatz, etwa im «Gin House» in Dresden, im Luxushotel «Sörling Hof» auf Sylt oder im Schlosshotel Münchhausen in Niedersachsen. fee

PROFIL

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

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

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

htr **hotelrevue**

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

Nr. 8 · 20. Februar 2014

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



GRAFILU

ZITAT
DER WOCHE

«Man kann auf seinem
Standpunkt stehen,
aber man sollte nicht
darauf sitzen»

Erich Kästner

MULTITASKING FLUCH ODER SEGEN

«Kaum verloren wir das Ziel aus den Augen,
verdoppelten wir unsere Anstrengungen»
Mark Twain

Multitasking ist im Gastgewerbe eine Selbstverständlichkeit. Das ist es ja gerade, was unsere Branche so attraktiv macht. Gastgeberinnen und Gastgeber sind auch Entertainer, Personalentwicklerinnen, Kochkünstler, Innenarchitektinnen, Bauleiter, Angebotsgestalter, Texterinnen – alles in einer Person oder in einem Gastgeberduo vereint. Gerade von Hoteliers in kleineren Betrieben geht ohne überdurchschnittlichen Einsatz gar nichts: unermüdlich, von morgens bis abends, mit viel Leidenschaft und Herzblut.

Die Anforderungen an den Hôtelier und die Hôtelière sind hoch. Mit vielseitiger Begabung und doppelter Anstrengung werden sie ihnen meist gerecht. Die Frage ist: für wie lange und zu welchem Preis? Alles ist machbar, solange die Gesundheit und das familiäre Umfeld mitspielen. Regelmässige freie Tage sind – insbesondere in der Saisonhotellerie – während Monaten meist undenkbar. Da läuft der Betrieb nur nach dem Motto «Gring abe u seckle». Dass dabei die Ziele von morgen in den Hintergrund rücken, ist nachvollziehbar – zuerst müssen die Herausforderungen von heute gelöst werden.

Innehalten und Richtung kontrollieren

Dennoch würde es sich aber lohnen, ab und zu Abstand zu nehmen von der Alltagshektik, um sich und den eigenen Betrieb aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten.

Sich selbst bei der Arbeit über die Schulter zu schauen, kann zu hilfreichen Erkenntnissen führen: Wohin soll die Reise gehen und was soll unser Wirken bezwecken? Unter Berücksichtigung der Marktbedürfnisse können die eigene Richtung festgelegt und sämtliche betrieblichen Entscheide darauf abgestimmt werden. Dadurch kann der Betriebsalltag mit mehr Gelassenheit angegangen werden.

Die Hotellerie braucht zweifelsohne vielseitig begabte, engagierte Hôteliers. Neben dem riesigen Einsatz braucht es aber auch Köpfe mit innovativen Ideen, soliden Strategien und guten Lösungen. Es braucht Gastgeber und Gastgeberinnen, die strategisch denken, ihren Betrieb klar ausrichten und neue Akzente setzen. Wenn dafür die Zeit oder das Know-how fehlt, kann eine unvoreingenommene Aussensicht durch externe Partner durchaus Sinn machen. Die eigene Richtung zu kennen, schafft Vertrauen in die Zukunft und vor allem auch neuen Freiraum im Betriebsalltag.

«Wir können den Wind nicht bestimmen,
aber wir können die Segel richtig setzen»
Seneca



Barbara Urfer Wyss
dipl. Hôtelière VDH
Partner bei www.gutundgut.ch

AGENDA

4. MÄRZ

«Ausbildung zum Qualitäts-Coach Stufe 1», von hotelleriesuisse, im Hotel Cascada, in Luzern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

20. MÄRZ

«Lernende trimmen sich fit», vom Berufsverband Restauration, in Weinfelden
www.hotelgastrounion.ch

21. MÄRZ

«Fachtagung Diätetik», vom Schweizer Kochverband, im Insepsital, in Bern
www.hotelgastrounion.ch

27. MÄRZ

«Microsoft Office Kompakt», vom Berufsverband Hotel-Administration · Management, im Richemont Kompetenzzentrum, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

3. APRIL

«Informationsveranstaltung Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement», von hotelleriesuisse, im Hotel Schweizerhof, in St. Moritz
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

7. APRIL

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

15. APRIL

«KOPAS-Kontaktperson für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Gastgewerbe», von hotelleriesuisse, im Seminarhotel Sempachersee, in Nottwil
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

Gesucht: Bistrotisch
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

Schweizer Hotel-Datenbank
www.swisshoteldata.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

GASTROJOB.ch



Die Stellenplattform
für Hotellerie,
Gastronomie und
Tourismus

JETZT
BUCHEN

ARBEITSSICHERHEIT

In der Bäckerbranche gibt es 71 Unfälle auf 1.000 Beschäftigte (1995–2005). Rund 750 Berufsunfälle pro Jahr verursachen Kosten von sieben Millionen Franken. Im Gastgewerbe sind es 13.000 Betriebsunfälle, die 41 Millionen Franken kosten. Erfreulich ist, dass die Zahl der Unfälle sinkt. «Profil» gibt wöchentlich Tipps.

Kühl- und Tiefkühlräume (2. Teil)

Gefährdung:

- Eingeschlossenwerden, Erfrieren/Erfrigerungen, Unterkühlung
- Erkältungen/rheumatische Beschwerden

Mögliche Sicherung:

- Für den Fall eines Stromunterbruchs, eine wirksame Notbeleuchtung und/oder genügend nachleuchtende Schilder anbringen
- Ständige Notbeleuchtung vorsehen
- Zugang zur Alarmlösungstaste freihalten
- Geeignete Schutzkleidung abgeben und schauen, dass sie getragen wird

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

WENN AUS EINEM KONFLIKT MOBBING WIRD

Jeder zehnte Mitarbeitende in der Schweiz wird einmal Mobbingopfer. Wer nichts dagegen tut, wird früher oder später krank. Auch die Vorgesetzten sollten alles unternehmen, um Mobbing im Betrieb zu verhindern.

Mobbing ist ein Modewort. Es leitet sich aus dem Englischen «to mob» ab und bedeutet, jemanden anzupöbeln, über jemanden herzuziehen. Fachleute sprechen von Mobbing, wenn eine Person von Einzelnen oder einer Gruppe über längere Zeit systematisch und wiederholt schikaniert, belästigt, ausgegrenzt, erniedrigt wird.

Man unterscheidet fünf Formen der Schikane:

- **Mitteilung:** nicht ausreden lassen, anschreiben, Informationen vorenthalten, falsch informieren, wie Luft behandeln
- **Soziale Beziehungen:** Kontakt verweigern, nicht grüssen, Opfer isolieren, versetzen an einen abgelegenen Arbeitsplatz
- **Soziales Ansehen:** Gerüchte verbreiten, Beleidigungen, öffentliches Blossstellen, abschätzige Bemerkungen über die Person oder ihren Partner/ihre Partnerin machen
- **Berufliche Qualität:** ungerechtfertigte Kritik an der Arbeit, erniedrigende Arbeit zuweisen, Entziehen von wichtigen Aufgaben
- **Gesundheit,** die höchste Stufe des Mobbing: Tätlichkeiten gegen das Opfer, Unfälle arrangieren, sexuelle Belästigung

WAS KÖNNEN OPFER TUN?

In erster Linie an den Vorgesetzten wenden. Falls dieser auch involviert ist, an die nächst höhere Instanz. Ein Chef sollte sich unbedingt gegen Mobbing engagieren. Denn früher oder später leidet die Arbeit des Opfers darunter oder es wird krank. Auch die Arbeitsleistung

der Mobbenden sinkt, weil sie Arbeitszeit fürs Mobbing aufwenden. Ist ein Chef damit überfordert, kann er auch einen externen Coach beiziehen. Ändert dies nichts an der Situation, dann muss man sich gut überlegen, ob man nicht eine andere Arbeit suchen will. Natürlich kann man auch klagen. Aber Vorsicht: Der Gang zum Richter will gut überlegt sein. Eine Klage gegen Mobbingtäter ist nur dann erfolgversprechend, wenn klare Beweise vorliegen und sich die Forderung auf einen Gesetzesartikel stützt. Ratsam ist, zu Beweiszwecken Protokolle und Korrespondenz zu sammeln. Auch Tagebuchnotizen können hilfreich sein. Mögliche Klagegründe sind Ehrverletzung, sexuelle Belästigung und einfache Körperverletzung.

Als Körperverletzung gelten übermässig häufige Mobbinghandlungen, die bei den Betroffenen Depressionen, Kopfschmerzen, Angst, Schlaflosigkeit oder gar einen Herzinfarkt bewirken können. Juristische Schritte sollten gut überlegt sein, denn bei einem allfälligen Freispruch der Täter werden die Opfer zum zweiten Mal traumatisiert und das kann zu Krankheit führen. Besser ist, sich von einem Anwalt zuerst beraten zu lassen und dem Konflikt, wenn möglich, mit mehr Toleranz zu begegnen. Solange keine Kündigung ausgesprochen ist, hat eine rechtliche Intervention oft den Charakter einer Provokation. Verliert ein Mobbingopfer jedoch die Stelle, ist eine Klage sicher erwägenswert.

Mario Gsell

www.mobbingwiss.ch

BUCHTIPP

REICHTUM, MACHT UND LEIDEN EINER MITARBEITERIN

Stefanie Hirsbrunner hat eine Lehre als Hotelfachfrau in einem deutschen Luxushotel absolviert und nachher noch mehrere Jahre in Fünfsternehäusern in Deutschland gearbeitet. Wenn Tausende von Euro für eine Nacht in einem Hotelzimmer bezahlt werden, erlauben sich die Gäste dort laut Hirsbrunner alles. Nicht nur die Verwüstung des Zimmers, sondern auch ein etwas eigenwilliger Umgang mit dem Hotelpersonal gehören offenbar dazu. Stefanie Hirsbrunner hat in den Hotels Unfassbares erlebt: Ob sexuelle Übergriffe oder ekelerregende Hinterlassenschaften, im Namen des «Service» darf sich jeder alles erlauben, sei es der Gast oder der Vorgesetzte. Es gibt nichts, was es nicht gibt. Ein Buch, das den Verlust gesellschaftlicher und moralischer Verantwortung hinter Hotelmauern entlarvt und die Frage aufwirft, wie Moral und Reichtum zusammenhängen. Dürfen sich die Reichen in einem Luxushotel alles erlauben? Was Stefanie Hirsbrunner erlebt hat, ist sicher nicht der Alltag in hiesigen Hotels. Brisant und amüsant zu lesen, ist es allemal. (mgs)



«Hotel fünf Sterne»

Gütersloher Verlagshaus von Stefanie Hirsbrunner

ISBN 978-3-579-06628-8 CHF 32.90

Alles über Aus- und Weiterbildung

www.hoteljob.ch

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

HOTELLERIE* GASTRONOMIE ZEITUNG

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

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

Hotellerie* Gastronomie Verlag

Adligenswilerstrasse 27
6006 Luzern
www.hotellerie-et-gastronomie.ch

LEITUNG

Barbara König
Philipp Bitzer

REDAKTION

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

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

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

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

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

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

Martin Reznicek (Creative-Direction)
Luka Beluhan
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
16.01., 30.01. 13.02., 03.07., 14.08., 28.08.,
27.11., 11.12.)

Bei Kleinauflagen gelten reduzierte Preise.

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



Spannende Herausforderung in einem Bade- und Kurhotel

Das traditionelle Bade- und Kurhotel Bad Ramsach sucht im Zuge einer Nachfolgeregelung nach Vereinbarung eine/-n neue/-n

Hoteldirektor/-in

Das Hotel verfügt neben seinen rund 70 Zimmern über eine Bade- und Kuranlage mit eigenem Heilwasser. Es liegt inmitten einer einzigartigen Landschaft und ist von den wichtigsten Agglomerationen der Schweiz aus gut erreichbar. Das Hotel positioniert sich insbesondere im Gesundheits- und Seminar- und Tourismus und hat in der Region einen ausgezeichneten Ruf als Ausflugsziel. Es beschäftigt rund 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ein gutes, eingespieltes Team bilden.

Die neue Geschäftsführung übernimmt einen im Markt gut eingeführten Betrieb, der über viel Entwicklungspotenzial verfügt. Der neue Gastgeber, die neue Gastgeberin soll denn auch mithelfen, den Hotelbetrieb gemeinsam mit dem Verwaltungsrat in eine erfolgreiche Zukunft zu führen. Sie erhalten deshalb unternehmerische Freiheiten und können eigene Ideen einbringen. Für diese spannende Herausforderung wird eine Persönlichkeit gesucht, welche über die folgenden Fachkompetenzen und Eigenschaften verfügt:

- Ausbildung, Führungsweiterbildung und Erfahrung in leitender Funktion in der Gastronomie und insbesondere in der Hotellerie
- Empathische Führungspersönlichkeit
- Unternehmerisches Denken
- Freude an Natur und Umwelt
- Offen, gradlinig und kommunikativ
- Durchsetzungsvermögen
- Erfahrung im Wellness und Gesundheitstourismus erwünscht

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Motivationsschreiben und Foto an das mit der Stellenvergabe beauftragte Beratungsunternehmen Fravi & Fravi AG, Lianne Fravi, Obstgartenstrasse 5, 8910 Affoltern am Albis oder lianne.fravi@fraviundfravi.ch. Nähere Informationen zum Kurhaus finden Sie unter www.bad-ramsach.ch. Wir garantieren Ihnen absolute Diskretion.

30990-10875

Bar in der Region Chur

Für eine Bar im Raum Chur wird ein/e qualifizierte/r und vertrauenswürdige/r

Geschäftsführer/in (100%)

per sofort oder nach Vereinbarung gesucht.

Zu den Hauptaufgaben zählen die üblichen Geschäftsführungsaufgaben wie Führung des Barbetriebes, Personalführung, Marketing der Bar, Einkauf, Vorbereitung der Buchhaltung.

Sie verfügen über qualifizierte Erfahrung in diesem Bereich oder eine Ausbildung im Gastronomiebereich. Weiter ist kaufmännisches Wissen eine Grundvoraussetzung.

Wenn Sie interessiert sind, senden Sie die üblichen Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 31024-10891 an ihr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

31024-10891

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

Koch (Chef de Partie) (w/m)

Jobcode hoteljob.ch: J75865

Viamala Raststätte Thuis
Autobahn A13 - San Bernardino Route
www.viamala-raststaette.ch

30965-10855

Shift Leader Front Office

Jobcode hoteljob.ch: J72557

Grand Hotel Europe
Haldenstrasse 59 6006 Luzern
041 370 00 11 personal@europe-luzern.ch

31013-10886

Die Zukunft eines Hotel-Resorts aktiv mitgestalten und weiterentwickeln.

Der Mix aus «starker Marke, erstklassig, smart casual, gemütlich und unkonventionell» verbindet sich zu einem einzigartigen Ambiente! Das **namhafte Hotel-Resort** mit 100 Komfortzimmern und luxuriösen Suiten verfügt über diverse F & B Outlets, Wellness-Center mit Hallenbad, Whirlpool, Sauna, und einem nur wenige Schritte entfernten Sportparadies. Standort: Attraktive Lage, sonnendurchflutet inmitten eines für seine Schneisicherheit bekannten Winter-sportparadieses. Trotz saisonaler Strukturen sind Sie und Ihr Kaderteam ganzjährig im Einsatz.

Ergreifen Sie die Chance, sich neben Ihrer «Daily Operation» als Begleiter eines ehrgeizigen Ausbauprojekts zu engagieren: Eine für 2015 geplante Vergrößerung des Resorts mit frühestem Eandaubau auf Winter 2016/17 wird die Betten-Kapazität verdoppeln. Grosszügige Investitionen ermöglichen eine einzigartige Infrastruktur. Ihre aktive Einbindung in die Detailplanung, die Übernahme des Pre Opening Managements und die anschließende **Gesamtleitung** des **neuen Hotel-Resorts** sehen Sie als den besonderen Reiz der Aufgabe.

Hotel Operations Manager w/m

als zukünftiger Direktor des neuen Hotel-Resorts & Spa – evtl. Gastgeberpaar

Solides Know-how zu Aspekten wie Front Office, F & B, HR, FITs, TOs, MICE, PCOs und Social-Media-Kanälen bringen Sie mit. Pre-Opening-Erfahrung und Flair für Sales & Marketing ist von Vorteil. Die Rolle als **Gastgeberin** bzw. als **Gastgeber** liegt Ihnen besonders am Herzen! Ein Paar/Duo ist ebenfalls vorstellbar. Mit der CH-Hotellerie sind Sie bestens vertraut. Im Gegenzug erwarten Sie Freiraum, Kompetenzen sowie eine gesicherte Karriereplanung als zukünftiger Chef bzw. als Chefin eines der bemerkenswertesten Hotel-Resorts der alpinen Region.

Geographisch unabhängige, **starke Nachwuchskräfte**, wie z.B. dynamische Hotel Manager, Vize Direktoren oder erfahrene Resident Manager (w/m), die einen Karriereschritt machen wollen, sind ebenfalls herzlich willkommen. Der Eintritt kann schnellstmöglich erfolgen; spätestens jedoch auf Oktober 2014. – Interesse? Für den Erstkontakt am besten CV/Foto per E-Mail senden oder anrufen. Infoline 044 802 12 00 – Ausserhalb der Bürozeiten und am Wochenende: 079 402 53 00. Wir freuen uns auf den Kontakt und das Gespräch mit Ihnen.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

30972-10871



Das Ferienart Resort & Spa in Saas Fee ist eines der innovativsten und nachhaltigsten Fünf-Sterne-Wellness- und -Ferienhotels der Schweiz. Es hat 71 Zimmer, und die vielseitige Gastronomie ist eine Kernkompetenz. Das Konferenz- und Bankettangebot bis zu 420 Personen rundet dieses anspruchsvolle Haus ab.

Zur Führung dieses international bekannten Unternehmens suchen wir die erfahrene, motivierte und begeisterungsfähige Persönlichkeit als

Direktor

Sie übernehmen die Führungs- und Ergebnisverantwortung für die Gesamtunternehmung. Ihre Hauptaufgaben sind Budgeterstellung mit Kennzahlen und Kontrolle, Umsetzung der vereinbarten Strategie und der Zielsetzungen, Personalführung, Vermarktung, Betreuung der Gäste, Zusammenarbeit mit der Tourismusregion und die Weiterentwicklung des Ferienart Resort & Spa. Sie rapportieren direkt dem Verwaltungsrat der Ferienart Walliserhof AG. Ihnen zur Seite stehen ein erfahrenes Führungsteam und je nach Saison bis zu 80 Mitarbeitende.

Sie verfügen über eine solide Aus- und Weiterbildung in der Hotellerie (US oder NDS HF hotellerie suisse) oder über eine vergleichbare Ausbildung sowie einen Leistungsnachweis als erfolgreiche Führungskraft.

Sie haben die Fähigkeit, sich in verschiedenen Themen rasch zurechtzufinden, besitzen Fachwissen und Fachautorität, haben Sozialkompetenz, Empathie und Durchsetzungsvermögen. Sie können die Mitarbeitenden begeistern und haben das Flair, dem Gast Freude zu bereiten. Nebst Deutsch als Hauptsprache werden gute Kenntnisse in Französisch und Englisch erwartet. (Das Inserat richtet sich auch an Paare.)

Machen Sie sich ein Bild → www.ferienart.ch

Sind Sie begeistert und motiviert? Dann senden Sie Ihre Unterlagen per Mail an georg.anthamatten@valesia.ch (Georg Anthamatten / VRP – Ferienart Walliserhof AG)

31011-10885

Switzerland Tourism.



Switzerland Tourism (www.MySwitzerland.com) is the marketing organization for the national and international promotion of Switzerland as a vacation, travel and convention destination. Each day, the 242 employees at our Zurich headquarters and in 26 countries around the world use innovative and unconventional means to market Switzerland as an attractive destination. For our office in Tokyo we are looking for an experienced, entrepreneurial and enthusiastic professional as

Market Manager Japan (m/f)

Spread 'a passion for Switzerland' throughout Japan!

In close cooperation with the management team at our headquarters in Zurich, you will take on overall responsibility for the management and operations on the Japan market. This includes the implementation, coordination and the execution of ST's strategic goals and marketing strategy as well as the preparation and implementation of the annual business plan Japan (including budgetary responsibility) in consultation with superiors and partners. You will manage the development and maintenance of the contact network and distribution channels. Furthermore, you will be responsible for the collection of market intelligence and the reporting of ongoing activities and results. You will motivate your team of five employees in the Tokyo office to achieve outstanding performances. Your outgoing personality and autonomous working style and

your passion for Switzerland will help you to promote Switzerland as an ideal platform for leisure and business. This challenging, exponent and varied position demands a high degree of enthusiasm for Switzerland as a holiday destination as well as established knowledge of the tourism sector in Switzerland. You are a passionate professional and a decisive, integrative and winning personality with a great sense of responsibility. We expect a solid background in marketing with several years of business experience in a leading marketing position, preferably in the tourism sector. Furthermore, you bring along an excellent grasp of new communication channels. Extensive knowledge of the Japanese and the Swiss markets as well as mentalities and your promptness for location transferability upon company's need are a prerequisite. With relevant

experience in a similar role, you have proved your extensive leadership qualities, your creativity, your sales and consultancy talent as well as your excellent social and communicative competence. Thanks to your high motivation, your excellent marketing, sales and negotiation skills and your personality, you will pass on 'your passion for Switzerland'. Your native language is German, French and/or Italian, with excellent command of Japanese and English. As a Swiss citizen with great knowledge of Switzerland, you will feel comfortable in representing Switzerland Tourism in front of large audiences. You will enjoy a varied and wide-ranging field of work in Japan with a qualified, motivated and business oriented team of professionals. Are you motivated for this challenge?

We thank you for applying via www.mercuriurval.ch, reference CH-MULU-004729/262. For further information please call +41 41 228 80 90. Mercuri Urval has offices in Zurich, Nyon, Basel, Bern and Lucerne as well as more than 70 branches worldwide.

Board & Executive

Mercuri Urval

31018-10889



Das BEST WESTERN Hotel Grauholz befindet sich am Waldrand mit herrlicher Aussicht auf die Berner Alpen.

Wir suchen per 1. April 2014 oder nach Vereinbarung

CHEF DE RÉCEPTION D/E/F

in unserem modernen 3*-Hotelbetrieb mit 62 Doppelzimmern und 3 Seminarräumen vor den Toren der Stadt Bern. Sie sind die Ansprechperson für unsere internationale Kundschaft und vertreten die Direktion. Sie führen und managen ein erfahrenes Réception- und Night-Team und planen dessen Einsatz. Zusätzlich haben Sie ein Flair für Zahlen und Marketing. Als Führungsperson haben Sie bereits erste Erfahrungen gesammelt. Verhandlungsgeschick zeichnet Sie ebenso aus wie selbstständiges, vorausschauendes und zuverlässiges Arbeiten.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? So senden Sie uns Ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto an:

BEST WESTERN Hotel Grauholz
Direktion, Rolf Biedermann
Autobahn A1, 3063 Ittigen

Herr Rolf Biedermann, Direktion
BEST WESTERN Hotel Grauholz, Autobahn A1, 3063 Ittigen/Bern
Tel. 031 915 12 12 / direktion@atgrauholz.ch www.atgrauholz.ch

30799-1085



Für unsere stark frequentierte Bäckerei-Konditorei-Filiale mit Confiterieprodukten im Viadukt in Zürich suchen wir per April oder nach Vereinbarung eine/n engagierte/n

Filialleiter/in (100%)

(Öffnungszeiten: Mo-Sa 7.00-20.00 Uhr)

(Arbeitsbeginn Frühschicht 5.30 Uhr, Arbeitsschluss Spätschicht 20.30 Uhr)

Sie sind ein Organisationstalent, zuverlässig und eine belastbare Person mit fundierten Verkaufs- und Führungserfahrung im Detailhandel (vorzugsweise Lebensmittel- oder Bäckereibranche, Gastronomie). Ihren Kunden begegnen Sie mit einem gewinnenden Lächeln, unternehmerisches Denken treibt Sie an, und Ihre Mitarbeitenden und die Filiale führen Sie mit Freude und Einfühlungsvermögen. Die deutsche Sprache sowie die gängigen Microsoft-Office-Programme beherrschen Sie einwandfrei.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre elektronische Bewerbung mit Foto an info@st-jakob.ch.

Die Stiftung St. Jakob bietet Menschen mit einer Beeinträchtigung geschützte Arbeitsplätze und Tagesstrukturen (www.st-jakob.ch).

Bei Fragen steht Ihnen Ruth Blindenbacher, Abteilungsleiterin Filialen, unter Tel. 044 295 93 27 gerne zur Verfügung.

Stiftung Behindertenwerk St. Jakob
Kanzleistrasse 18, 8004 Zürich

31006-1085

Wanted: Küchenchef/Event-Koch

Für unser Culinea-Kochstudio in historischer Location direkt am Bahnhof **Zürich-Oerlikon** suchen wir auf **Basis freier Mitarbeit** einen erfahrenen, engagierten Koch, der Koch-Events und Kurse von A bis Z, mit Charme und Pep selbstständig organisiert und realisiert. In der komplett ausgestatteten Küche erwartet Sie eine spannende Aufgabe. Vermitteln Sie Menschen gern Spass am Kochen, können Anlässe sauber planen und durchführen, sind flexibel und möchten auf selbstständiger Basis Erfolg haben? Dann sind Sie unser neuer Mann bzw. unsere neue Frau am Herd. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Jonas Schönberger
Culinea-Kochstudio
info@culinea-kochstudio.ch
Tel. 044 388 44 68

30983-1085



Rezeptionist/in 100%

Unser 3-Sterne-Hotel liegt inmitten der Bergwelt bei Eiger, Mönch und Jungfrau, zwischen Interlaken und Grindelwald. Eine mit international und Stammgästen gepflegte Restauration.

In unserem Team haben wir eine verantwortungsvolle Stelle neu zu besetzen.

Wir erwarten Pflichtbewusstsein und Hingabe, und bieten einen abwechslungsreichen Arbeitsplatz mit Spass und Herausforderungen.

Nebst der allgemeinen täglichen Arbeit in einem kleinen Team erwartet Sie ein Grossteil Korrespondenz in Deutsch, Englisch und Französisch.

Wir erwarten Kenntnisse der Hotel-Software Protel oder Fidelio. Sie haben mindestens 3 Jahre Erfahrung in ähnlicher Position sowie Administrations- und Reservationsübersicht.

Wir sind ein qualitätsorientiertes und erfolgreiches Unternehmen, welches Ihnen eine gezielte Einführung durch ein motiviertes Team sowie interessante Anstellungsbedingungen bereitet.

Schicken Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung z. H. Herr Richard Stöckli.

Hotel Alpenblick, Oberdorfstrasse 3, 3812 Wilderswil
Tel. 033 828 35 50, info@hotel-alpenblick.ch, www.hotel-alpenblick.ch

30730-1085



Fasziniert Sie die Kombination IT und Hotellerie? Möchten Sie nach einer umfassenden Einarbeitung interessante Hotelsoftware-Projekte in der ganzen Schweiz verkaufen und Ihre Kunden mit innovativen Lösungen vor Ort im Hotel, webbasiert in der Cloud oder auf mobilen Endgeräten nachhaltig beraten?

rebagdata ag | hotel management solutions

Als Schweizer Vertriebspartner der protel hotelsoftware GmbH und Preferred Partner von hotellerieuisse betreuen wir ein breit gefächertes und entsprechend spannendes Kundenportfolio. protel-Produkte bestechen durch erstklassige Funktionalität, erfrischende Innovationskraft, intuitive Bedienbarkeit und hohe Stabilität.

Unser Marketingteam sucht eine hoch motivierte Verstärkung als

Kundenberaterin/Kundenberater

Sie haben Ihre Hotelfach-Ausbildung erfolgreich abgeschlossen, kennen den Bereich Front Office aus vertiefter Erfahrung und sind auf der Suche nach einer langfristigen Herausforderung. Betriebswirtschaftlich sind Sie schon fit, und Technologie ist für Sie kein notwendiges Übel, sondern weckt Ihre Begeisterung.

Sie arbeiten engagiert auf ein Ziel hin, sind ausgesprochen belastbar und drücken sich in deutscher sowie französischer oder italienischer Sprache gekonnt aus. Ihr Denken und Handeln ist ebenso proaktiv wie dienstleistungsorientiert – und das aus Überzeugung! Zu guter Letzt sind Sie nicht nur fachlich, sondern auch sozial kompetent.

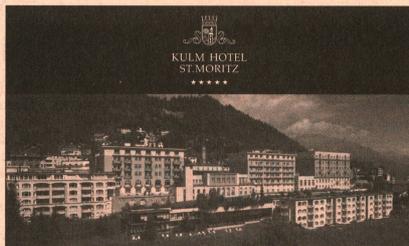
Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung an:

jobs@rebag.ch
rebagdata ag | Einsiedlerstrasse 533 | 8810 Horgen

Für zusätzliche Vorinformationen wenden Sie sich bitte an Walter Berger
(044 711 74 10 oder 079 605 71 61)

www.rebag.ch

90522-10726



wir suchen neue mitarbeiter

Unser Hotel zählt zu den renommiertesten Schweizer Luxus Hotels und ist Mitglied der Leading Hotels of the World. Service auf höchstem Niveau, wunderbare Lage und ein vielseitiges Angebot werden dem Gast geboten. Werden Sie Teil des Kulm Teams und prägen Sie die spezielle Aura dieses einmaligen Hauses mit.

Für die **Sommersaison 2014** mit Option für Wintersaison 2014/15 sind folgende Stellen zu besetzen:

- Jahresstellen:** F&B Manager (m/w)
Event & Kongressmanager (m/w)
Bankett & Eventcoordinator (m/w)
Financial Controller (m/w)
Sachbearbeiter Buchhaltung (m/w)
Réceptionist (m/w), Schwerpunkt Reservation
Grand Restaurant: Chef und Commis de rang (m/w)
Réception: Réceptionist (m/w)

Genaue Stellenbeschreibungen unter:
www.kulm.com/jobs

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Zeugniskopien und Foto per Email oder per Post an:

Kulm Hotel - Personalbüro - Via Veglia 18 - 7500 St. Moritz
T +41 81 836 82 09 - hr@kulm.com - www.kulm.com

31028-1082

Neue Herausforderung gesucht?

Der Gasthof zum Schützen in Aarau ist einer der renommierten Gastrobetriebe im Mittelland. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung in Ganzzahresanstellung

**Sous Chef
Chef de partie w/m
Serviceangestellte w/m**

Erwartet werden abgeschlossene Berufslehre in der Schweiz, flexible Einsatzbereitschaft, Deutschkenntnisse, Mobilität durch eigenes Fahrzeug von Vorteil. Geboten werden ein motiviertes Team in einem modernen Restaurant, grosse Abwechslung durch A la carte sowie Exklusiv-Bankettanlässe und Catering.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf eine vollständige Bewerbung, inkl. Lebenslauf, Zeugnissen und Foto. Auskünfte erteilt gerne Peter Schneider, 062 823 01 24. Gasthof zum Schützen AG, Schachenallee 39, 5000 Aarau

E-Mail: peter.schneider@gasthofschuetzen.ch



Gasthof zum **SCHÜTZEN**

30909-1085



Küchenchef

Gastronomie im Toni Areal
Förrlibuckstrasse 109, 8021 Zürich

per 1. Mai 2014

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



Die Gastronomieguppe
www.zfv.ch



31016-1085

Rasten inmitten der Bündner Berge

Bei uns werden Sie bedient!
365 Tage von 6 - 22 Uhr.



Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

**Koch (Chef de Partie) (w/m)
Servicefachangestellte**

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Den ausführlichen Stellenbeschrieb finden Sie unter www.viamala-raststaette.ch. Wir freuen uns sehr über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Motivationsschreiben. Bitte senden Sie Ihr Dossier mit einem Bild mit Ihrem besten Lächeln an:

Viamala Raststätte Thuis AG
Martin Rohner, 7430 Thuis
info@viamala-raststaette.ch

weitere Stellen auf
www.viamala-raststaette.ch



30812-1085



Die Siebe Dupf Kellerei AG ist ein führendes Weinfachunternehmen in der Nordwestschweiz. Die unabhängige Liestaler Kellerei produziert regionale Weine von anerkannt hoher Qualität. Es werden Weine aus eigenen Reben wie auch für rund 100 Winzer aus 12 Gemeinden der Region gekeltert. Das Sortiment umfasst neben den Eigenproduktionen über 500 Weine aus den wichtigsten Weinregionen der Welt. Besonders stolz sind wir auf die zahlreichen Exklusiv-Ververtretungen renommierter Spitzen-Weingüter.

Zur Verstärkung unseres Gastro-Aussendienstes suchen wir eine/n

Weinfachmann/-frau

Ihre Aufgaben:

- Planen und Realisieren von Besuchen bei unseren bestehenden und bei neuen Gastkunden in der Stadt Basel.
- Organisation und Durchführung von Degustationen und Kundenanlässen.
- Mitarbeit an Messen

Ihre Qualifikation:

- Leidenschaft für Wein
- Sommelier oder gleichwertige Ausbildung
- Verkaufspersönlichkeit
- Eigeninitiative, Selbständigkeit und Begeisterungsfähigkeit
- Gute mündliche und schriftliche Kommunikationsfähigkeit
- Wohnort und «Verwurzelung» in Basel erwünscht
- Muttersprache Schweizerdeutsch
- Idealerweise 28 bis 40 Jahre

Unsere Leistungen:

- Attraktives Verkaufs-Sortiment
- Fortschrittliche Entschädigung
- Motiviertes Mitarbeiter-Team

Unser Geschäftsleiter, Herr Nicolas Neuhaus, erwartet gerne Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf (Tel. 061 921 13 33 / E-Mail: nicolas.neuhaus@siebe-dupf.ch).

SIEBE DUPF KELLEREI AG
Kasernenstrasse 25, 4410 Liestal
www.siebe-dupf.ch

30963-1087



NEUERÖFFNUNG

Das umfassend renovierte Restaurant Hotel SEERAUSCH liegt direkt am Vierwaldstättersee an bester Lage. Nebst 45 stilvoll eingerichteten Zimmern umfasst das Gastronomieangebot ein Restaurant mit herrlicher Seeterrasse. Puren Lifestyle bietet die trendige See-Lounge mit Bootsanlegestelle. Für die bevorstehende Neueröffnung haben wir noch folgende Positionen zu besetzen:

Koch

**Restaurationsfachfrau /-mann
Stellvertretender Restaurationsleiter /-in
Mitarbeiter /-in Rückwärtiger Dienst
Mitarbeiter /-in Housekeeping**

Freude am Beruf und gute Deutschkenntnisse sind die besten Voraussetzungen, um mit unserem jungen Team den SEERAUSCH zum Erfolg zu bringen.

Eintritt März / April oder nach Vereinbarung

Als Gastgeber des Restaurant Hotel SEERAUSCH freue ich mich auf Ihre aussagekräftige, vollständige Bewerbung mit Foto und Zeugnissen.

Restaurant Hotel SEERAUSCH

Urs Berger, Geschäftsführer
Buochserstrasse 54, 6375 Beckenried | Luzern
+41 (0)41 501 01 31
urs.berger@seerausch.ch

30795-10880



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

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir in Jahresstelle

Servicefachmitarbeiter/in
für den gepflegten A-la-carte-Service

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

Haberli's Schützenhaus
Jakob Haberli
Oberdorfstrasse 10
3053 Münchenbuchsee
www.haberlis.com

25642-9758

SVIZZERA ITALIANA



Via Montarina 1
CH-6900 Lugano
Tel. 0041(0)91 966 72 72
Fax 0041(0)91 966 00 17
www.montarina.ch
info@montarina.ch

Zur Ergänzung unseres Teams bieten wir ab Februar/März 2014 folgende Stelle an

**FRONT OFFICE
Mitarbeiter/in**

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

Hotel&Hostel Montarina
Via Montarina 1
CH-6900 Lugano
info@montarina.ch

30770-10841



Mitarbeiter im «à la carte» Bereich

Engagement in der Bergwelt der Jungfrau Region gesucht.

Sie haben Erfahrung im «à la carte» Gourmet Service und sprechen perfekt Deutsch und sehr gut Englisch?

Unser Restaurant «Gourmetsüßli» wurde mit 16 Gault-Millau-Punkten, drei Hauben sowie einem Michelin-Stern ausgezeichnet. Unsere mit über 500 Flaschen umfangreiche Weinkarte wurde 2014 unter den fünf Besten der Schweiz ausgezeichnet. Wir erwarten Schweizer und ausländische Weinkenntnisse sowie Erfahrung mit Weinempfehlungen.

Sie schätzen es, jungen Mitarbeitern im Team Ihr Fachwissen weiterzugeben und verwöhnen unsere Gäste und treuen Stammgäste aus der ganzen Welt in unserer wunderschönen Bergwelt.

Haben Sie Lust auf diese neue Herausforderung?

Schicken Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung z. H. Herr Richard Stöckli. Gerne erwarten wir Ihre Unterlagen mit Foto.

Hotel Alpenblick, Oberdorfstrasse 3, 3812 Wilderswil
Tel. 033 828 35 50, info@hotel-alpenblick.ch, www.hotel-alpenblick.ch

30791-10819

Ahaan Thai

THAI STYLE

Wir suchen ab der kommenden Sommersaison 2014 folgende qualifizierte Mitarbeitende zur Betreuung unserer anspruchsvollen Gäste aus aller Welt.

**Spezialitätenköche
und thailändischer Küchenchef/in
für unser Restaurant Ahaan Thai**

Anforderung:

- Gault Millau und/oder Michelin
- Erfahrung in thailändischem Restaurant

Bewerbungen an Frau Claudia Muschalik/
jobs@aroskopulm.ch



AROSKA KULM HOTEL & ALPIN SPA
Innere Poststrasse - CH-7050 Arosa
Fon +41 (0)81 378 88 07 - Fax -89
jobs@aroskopulm.ch www.aroskopulm.ch

31022-10881

INTERNATIONAL

Wir gehören zu den Top 50 in Deutschland und suchen zur Verstärkung unserer Teams, für Sommersaison und in Festanstellung:

**Küche:
Chef de partie m/w
Pâtissier/Konditor m/w
Commis de cuisine m/w**

**Service:
Restaurantleiter Schwerpunkt Veranstaltungen m/w
Chef de rang m/w
Commis de rang m/w**



Direktion | Romantik Hotel Landschloss Fasanerie
Fasanerie 1 | D-66482 Zweibrücken
Telefon +49 6332- 973 0
oder per Email: r.zadra@landschloss-fasanerie.de
www.landschloss-fasanerie.de

30969-10869

Belvédère

Seerestaurant

Wir suchen auf April 2014 eine kompetente Persönlichkeit mit deutscher Muttersprache:

Chef de Rang/Restaurantfachfrau
(m/w)

jung, interessiert, aufgestellt, flexibel,
begeisterungsfähig

Senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen an
Seerestaurant Belvédère,
Seestrasse 18a, 6052 Hergiswil, oder
vorzugsweise an info@seerestaurant-belvedere.ch

30970-10870

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte (w/m)
Jobcode hoteljob.ch: J75866

Viamala Raststätte Thuis
Autobahn A13 - San Bernardino Route
www.viamala-raststaette.ch

30966-10866

Bangkok Air Catering Co. Ltd.

Bangkok Air Catering Co. Ltd. ist eine Tochterfirma von Bangkok Airways:

Das sehr erfolgreiche Gastronomieunternehmen mit Restaurants, Event-Party-Service und Qualitäts-Flugküchen in Thailand (Bangkok) und zukünftig in Myanmar.

Mit einem Mitarbeiterbestand von rund 850 Mitarbeitenden zählt Bangkok Air Catering & Gourmet House zu den gepflegtesten Gastronomieunternehmungen von Thailand.

Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung für unseren Musterbetrieb im Bangkok Air Catering in Bangkok (Thailand)

**Chef de Partie Tournant
Chef de Partie Pâtisserie und Bäckerei**

Ihre Aufgaben:

- Tatkräftige Unterstützung des Küchenteams
- Selbstständiges Arbeiten auf dem eigenen Posten
- Ausbilden der Mitarbeiter mit dem Fachwissen von Europa

Ihr Profil:

- Qualitäts- und Flexibilitätsbewusstsein
- Selbstständige, jüngere und zuverlässige Person mit einer Ausbildung als Koch und Pâtissier-Bäcker
- Zwei bis drei Jahre Berufserfahrung in ähnlicher Position
- Eventuell Erfahrung in einer Grossküche, Flugküche
- Guter Umgang mit Mitarbeitern und mit unterschiedlichen Stresssituationen
- Englischkenntnisse

Wir bieten:

- Zweijahresvertrag mit sehr guten Bedingungen, gutes Gehalt, Leistungen, Wohnung, 1 Heimflug pro Jahr etc.
- Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität
- Unterstützung bei Weiterbildungen
- Einstieg in ein Unternehmen mit diversen Entwicklungsmöglichkeiten

Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen per E-Mail, um weitere Informationen zu erhalten:

knobel@bangkokaircatering.com
www.bangkokaircatering.com
www.gourmethouse.co.th

31006-10885

Lust auf einen spannenden Sommer in der Wander Region am UNESCO Aletsch Gletscher

Wir – Carmen & Florian – Gastgeber von der Alpenlodge Kühboden auf der Fiescheralp & dem Panorama Restaurant „Gletscherfloh“ auf dem Eggishorn, suchen für die kommende Sommersaison, ab Juni 2014 bis Ende Oktober 2014 noch folgende motivierte Mitarbeiter.

**Alleinkoch (Sommer)-Sous-Chef (Winter) w/m
Service Mitarbeiterin mit Inkasso Erfahrung
Service-Houskeeping Allrounder
Küchenhilfe & Abwasch Allrounder**

Deutsche Muttersprache oder sehr gute Deutschkenntnisse sind zwingend

Stellenprofil und Detail Informationen unter

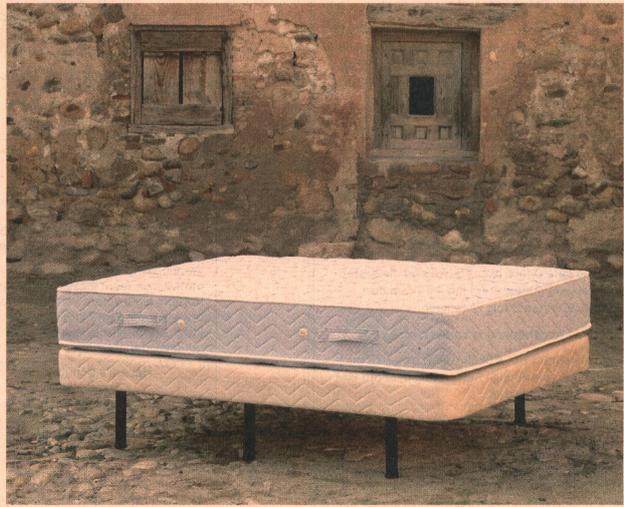
<http://www.kuehboden-fiescheralp.ch>

Alpenlodge Kühboden GmbH | Familie Rickhoff-Florian | Fiescheralp 1 | CH 3984 Fiesch

31021-10891

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

KAMPF DER SYSTEME



ISTOCK

Was braucht der Mensch zum Schlafen? Geht man in der Evolution zurück, landet man irgendwann bei einer Schlafmulde, die die Menschen mit Laub oder Fell ausgepolstert hatten. Doch die Menschen wollten nicht nur weich – sprich druckentlastend – liegen, sondern das Streben der Menschheit in Sachen Schlafgegnung galt und gilt einer anatomisch gesunden Lagerung der Wirbelsäule. Nur wenn diese, gemäss ihrer natürlichen Form im Liegen entspannen kann, können sich auch die Bandscheiben regenerieren – Voraussetzung dafür, dass wir möglichst lange beschwerdefrei stehen, gehen und sitzen können.

Federn versus Schaum

Mitte bis Ende des 19. Jahrhunderts landete dann das Thema bei den Sattlern, die sich darauf verstanden, Sprungfedern zu polstern. Damals noch dreiteilig, hat dieses Grundprinzip bis heute Gültigkeit, gleich ob es Feder-, Bonellfeder-, Taschenfederkern oder Box-Spring heisst. Und dieses System ist nach wie vor gut, vorausgesetzt, die Anordnung der Federn, deren jewei-

lige Spannkraft, mögliche Einsinktiefen und Punktelastizität (also dort nachzugeben bzw. zu unterstützen, wo es anatomisch notwendig ist) passt zu dem Menschen, der darauf schlafen soll. Denn individuell einstellen kann man solche starren Systeme nicht wirklich und die eine Matratze für alle Menschen gibt es nicht, dafür sind die Menschen zu unterschiedlich in Grösse, Gewicht und Form. Aber die Entwicklung und die technischen Möglichkeiten sind nicht stehengeblieben. Und so sind seit Jahren die Schaummatratzen auf dem Vormarsch. Durch die Zusammensetzung unterschiedlichster Schäume und die notwendige Kombination mit Unterfederungen (z. B. Lattenroste) sind Schlafsysteme entstanden, die ebenfalls dort, wo der Körper es benötigt, unterstützen als auch nachgeben können, die aber individuell einstellbar sind. Mit nur einem oder wenigen Handgriffen (oft sogar schon per Knopfdruck) lässt sich solch ein System viel genauer einem Menschen und seinen Bedürfnissen anpassen, als federbasierte Systeme. Dies macht Schäume besonders interessant für all jene Anbieter, die mit einem Bett vielen Gäs-

ten gerecht werden müssen: Hotels. Ein weiterer Vorteil der Matratzenschäume liegt darin, dass diese leichter zu reinigen sind, einige sind sogar voll waschbar. Ein grosser Pluspunkt, da auch Hygiene im Bett immer wichtiger wird.

Wer die Möglichkeit hat, solange zu suchen, bis er das für ihn passende Bettssystem findet, wird es auch immer finden. Alle anderen entscheiden sich zunehmend für eine schaum-basierte Lösung, was man am Marktanteil von über 70 Prozent ablesen kann. Dies ist zwar nur der Verbrauchermarkt, doch genau dort trifft der Mensch auch seine freie Wahl.



Jens Rosenbaum
dipl. Schlafberater
SWISSFEEL AG

In einem Land, das den Tourismus jetzt kennen lernt, haben Sie die Möglichkeit, ein Hotel zu bauen. Alle Pläne sind bereits vorliegend. Es handelt sich um eine Grössenordnung von 80 Zimmern, mit Wellnessbereich, dazu kommen Tagungsräume, alles liegt unmittelbar am Strand und ist nur 2-stöckig zu bauen.

Das Investitionsvolumen beträgt 8 Millionen Dollar.

Eine Mindestbeteiligung liegt bei 50 000.– US \$.

Es gibt auch die Möglichkeit für einen alleinigen Investor – dann sind Sie der erste Investor im Land!!

Anfragen bitte an: gerdmucho@t-online.de

Tel. 0049 – 170 796 77 81

Fax 0049 – 30 686 75 76

30731-10824

Versiertes, junges und hoch motiviertes Gastgeber-Ehepaar mit Eigenkapital sucht ab Ende 2014 zur Pacht

Hotel/Restaurant oder Restaurant

in gutem baulichem Zustand, an bevorzugter Lage, mit einem Umsatz ab 1,5 Mio. Franken.

Angebote unter Chiffre 31010-10884, htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

31010-10884

HESSER

Unternehmensberatung

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen, vermieten oder suchen Sie einen Betrieb – benötigen Sie Ideen für eine Umsatzsteigerung, eine Kostenoptimierung – eine Zweitmeinung zu einer Investition, einem Rechtsproblem, einer Nachfolgelösung u. a. m., wir sind seit 40 Jahren die diskreten Spezialisten.

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

30238-10076

Zu verkaufen

spezielles, heimeliges Hotel in Arosa

3-Stern-Hotel ruhig und sonnig gelegen, mit herrlicher Bergsicht. 18 individuelle Zimmer mit 35 Betten, ausgebaut in hellem Arvenholz, Arvenstube als Gaststube. Skigebiet liegt praktisch vor der Tür. Idealer Ausgangspunkt für Wanderungen.

Rufen sie an und erfahren Sie mehr über das Kleinod in Innerarosa.

Immobilien-Treuhand M. Wetzel

Maria Wetzel

071 460 01 41

mwetzelt@immowetzel.ch

30988-10877

Gestalten, berechnen und disponieren
Sie Ihr Immobilieninserat selber unter
www.htr.ch/immobilien

htr **hotel revue**