

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 34

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 02.07.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Avec cahier français****Milestone '14**

Letzter Aufruf für innovative Touristiker und Hoteliers: Am 29. August ist Eingabeschluss der Projekte für den bedeutendsten Tourismuspreis der Schweiz.

htr-milestone.ch**Spielbanken**

Die Casinos lehnen das neue Geldspielgesetz ab. Der Schweizer Tourismus-Verband fordert Verbesserungen im Bereich Lotterien.

Seite 2 und 8**Hotelier**

Wie Gastgeber Michael Thomann beim ZFV die Sorell Hotels in eine erfolgreiche Zukunft führen will.

Seite 3**Wallis**

Mehrtagestouren sollen den Wanderweg «Dents-du-Midi» beleben. Und das auch wetterunabhängig.

Seite 9**Inhalt**

aktuell	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-14
caterer & service	15-16
dolce vita	17-20

Alpenbad Adelboden

Prinzip Hoffnung

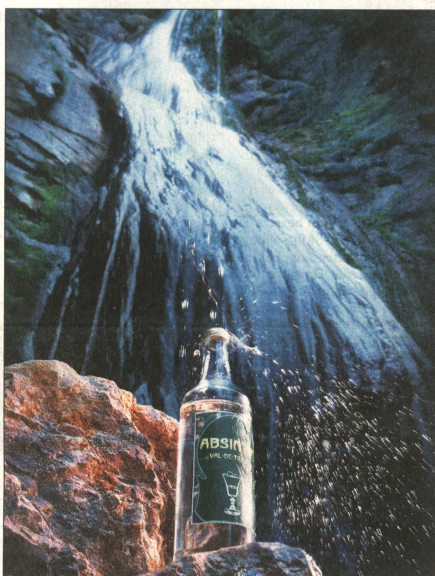
Für das geplante Alpenbad in Adelboden besteht nur noch eine ganz kleine Chance.

DANIEL STAMPFELI

Vor acht Jahren wurden der Adelbodner Bevölkerung grosse Hoffnungen gemacht. Die Promotoren sprachen damals von einem «Gesamtkunstwerk mit Bad- und Hotelanlagen». Studien gingen von jährlich bis zu 360 000 Besuchern aus. Seit Ende April 2010 der damalige Investor, die Pearl of Kuwait Real

Estate Company, ihre Investitionsabsicht wegen Zahlungsunfähigkeit zurückgezogen hatte, sucht die Projektentwicklerin Swiss Spa Group (SSG) nach einem neuen Investor. Diesen soll man laut SSG-CEO Daniel Kündig vor zwölf Monaten gefunden haben. Eitel Freude herrscht trotzdem nicht. Denn der potenzielle Investor habe den notwen-

digen Finanzierungsnachweis bis heute nicht erbringen können. Dazu hat er noch bis am 15. Oktober Zeit. Gelingt dies nicht, wird die SSG auf das Baurecht verzichten. Die Baubewilligung für das Projekt läuft Ende November ab. Inzwischen glaubt in Adelboden niemand mehr wirklich an die Realisierung des Alpenbades.

Seite 5**Um die Herkunftsbezeichnung des Absinth wird gekämpft.** Atrium**Absinth**

«Grüne Fee» ohne Schutz

Im umkämpften Markt des Schweizer Absinth wird nach Lösungen gesucht. Dies nachdem das Bundesverwaltungsgericht abgelehnt hat, die Herkunftsbezeichnung zu schützen.

ALEXANDRE CALDARA

Die interprofessionelle Vereinigung des Absinth des Val-de-Travers mit ihren 16 Destillieren ist vom Entscheid des Bundesverwaltungsgerichts sehr enttäuscht und zeigt dafür überhaupt kein Verständnis. Anlässlich einer ausserordentlichen Generalversammlung will die Vereinigung am 1. September die

Position festlegen, die vor Bundesgericht oder dem Bundesamt für Landwirtschaft vertreten werden soll. Laut Laurent Favre, Präsident der interprofessionellen Vereinigung, geht es darum, vor der Einsprache mit kühlem Kopf die Chancen zu evaluieren.

Mit dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts wurden die Beschwerden von Produzenten ausserhalb des Val-de-Travers gutgeheissen. Dazu gehören Hersteller aus Frankreich sowie mindestens drei aus der Schweiz, Morand in Martigny, Absintissimo in Genf und Obstinée im Val-de-Ruz. Julien Morand ist einerseits glücklich über den juristischen Entscheid, aber gleichzeitig traurig, dass das Verhältnis zu Berufskollegen gestört ist.

Seite 10**F&B**

Erfolg für das erste Schweizer «Slow-Food»-Restaurant

Er setzt im Restaurant Stüvas Rosatsch auf «Slow Food»: Direktor Michael Stutz vom Hotel Chesa Rosatsch in Celerina spricht ein Jahr nach Konzeptanpassung von Umsatzzuwachs. Im September ist das Lokal zudem bei der Aktion «Wir kochen fair und klimafreundlich» mit dabei.

Seite 20**Zweitwohnungen**

Neue Steuern, kaum Lenkung

Mehrere Gemeinden treiben Pläne für eine Zweitwohnungssteuer voran. Den Weg geebnet hat das Bundesgericht, indem es im März eine solche Steuer der Gemeinde Silvaplana billigte. Doch während die Oberengadiner die Steuer als Anreiz für eine verstärkte Vermietung der Zweitwohnungen sehen und rechtfertigen, geben sich andere Gemeinden keiner Illusion hin: Sie rechnen nicht damit, dass die

Vermietungsbereitschaft massgeblich erhöht werden kann.

Dabei ist die Umwandlung von «kalten» Betten in «warme» ein Angelpunkt der politischen Diskussion über die Folgen und die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative. Dass dieses Ziel auf Gemeindeebene begraben wird, ist eine Folge der heftigen Opposition, die die ersten Versuche zur Zweitwohnungsbesteuerung ausgelöst haben.

Eine weitere Konsequenz ist, dass die Zweitwohnungsbesitzer heute besser organisiert sind und die Gemeinden vom Diktat zum Dialog übergegangen sind.

Obwohl die Vermietungsbereitschaft generell wohl tief bleiben wird, dürften Ferienwohnungen als Konkurrenz für die Hotellerie an Bedeutung gewinnen. Darauf deutet die Dynamik im Online-Vertrieb hin.

«fokuss», Seite 11 bis 14**Kommentar**

Leichtathletik:
Die EM war keine Werbung für das Gastland Schweiz

**GERY NIEVERGELT**

Die mit Pauken und Trompeten angekündigten Leichtathletik-Europameisterschaften in Zürich sind vorbei – und es macht sich Ernüchterung breit. Kühles Wetter, ein halb leeres Stadion, peinliche Pannen bei Organisatoren und Schiedsrichtern: Zu einem Ereignis, das in Erinnerung bleiben wird, geriet der Sportanlass jedenfalls nicht.

Er enttäuschte auch die Erwartungen der Tourismusbranche. Gewiss, Leichtathletik hat nicht die Strahlkraft von Fussball, schon gar nicht auf europäischem Niveau. Doch es reisten nebst Athleten und Betreuern auch Supporter an, darunter viele mit bescheidenem Budget. Sie kehrten mit der Erkenntnis in die Heimat zurück, die während der Spiele auch von den Fernsehkommentatoren europaweit verbreitet wurde: Die Schweiz ist einfach wahnsinnig teuer.

Ich möchte die Gründe, weshalb wir eine Hochpreisinsel sind, hier nicht wiederkäuen. Aber ich wünsche mir gerade dort, wo eine flexible Preisgestaltung noch möglich ist, die notwendige Sensibilität. Es ist eine Frechheit, wie tief die Leichtathletikfreunde in die Taschen greifen mussten, um im Letzigrundstadion dabei zu sein; ein Affront gegenüber Gästen aus dem Ausland. Mir scheint, es hätten die Veranstalter zwar europäische Spiele organisiert, aber nicht für Europa, sondern exklusiv für Zürich und Umgebung.

Übrigens: Der Anlass war auch für viele Schweizer, vor allem für Eltern, unerschwinglich.

Täglich aktuell:**www.htr.ch**

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



9 771662 334000 34

75 JAHRE KÄSTHISTOREN
Ideen Design Kompetenz

Kästli & Co. AG Sonnen- und Wetterschutzsysteme
Tel. 031 340 22 22 www.kaestlistoren.ch

HOREGO

Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten
www.horego.ch

HUGENTOBLER
Schweizer Kochsysteme

Gastrokompetenz vereint.
Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG
www.hugentobler.ch - info@hugentobler.ch

Jet-Cut
swiss made

blitzschnell glatte Folienabschnitte
economisiert die Profi-Arbeit
alustar **Jet-Cut**
Ihr Grossist hat's

ROTOR Lips

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

Aus der Region

Basel

«Drecksack»-Kampagne: positive Bilanz

Die Organisatoren der diesjährigen Littering-Kampagne mit dem Namen «Drecksack»-Kampagne von Kanton und Firmen haben eine positive Bilanz ihrer dreimonatigen Aktion mit grünen Fastfood-Transport- und Entsorgungssackchen gezogen. Eine begleitende Studie der Fachhochschule Nordwestschweiz ist noch nicht ausgewertet.

Zürich

Probleme mit Dampfschiffen auf dem Zürichsee



Zürich Tourismus/Christian Beutler

Die Zürichsee Schifffahrt & Gastro (ZSG) hat den Zürichsee-Raddampfer «Stadt Zürich» wegen technischer Probleme bis auf Weiteres ausser Betrieb genommen. Grund sind Unregelmäßigkeiten am Hochdruckzylinder. Auch beim Dampfer «Stadt Rapperswil» sind Probleme bei einer speziellen Vorrichtung aufgetaucht.

Casino-Branche kämpft

Geschlossener Widerstand: Die Spielbanken der Schweiz lehnen das neue Geldspielgesetz ab. Auch der Tourismus-Verband fordert Verbesserungen – im Bereich Lotterien.

THERES LAGLER

Der Bundesrat will alle Geldspiele nur noch in einem einzigen Gesetz regeln. Die Vernehmlassung zum neuen Erlass, der das Spielbanken-Gesetz von 1998 und das Lotteriegesetz von 1923 ablöst, ist gestern zu Ende gegangen. Die 21 Spielbanken der Schweiz lehnen die Vorlage unisono ab und fordern wesentliche Korrekturen. Es ist nicht die Zusammenführung der beiden Bereiche Spielbanken und Lotterien, die den Casino-Betreibern aufstösst, wie Marc Friedrich, Geschäftsführer des Schweizer Casino-Verbands, betont. Es sei die Regulierungsdichte, die teilweise noch zunehme und Innovationen verhin-dere. Als Beispiel nennt Friedrich neue, international zugelassene Geldspielautomaten, die aber wegen der Sondervorschriften in der



Tischspiele wie Black Jack bringen den Casinos nur 20 Prozent der Erträge, 80 Prozent generieren die Geldspielautomaten. Alain D. Bollat

Schweiz nicht zum Einsatz kommen. «Immer weniger Hersteller sind bereit, Anpassungen für den Schweizer Markt zu machen», so Friedrich.

Das Online-Verbot für Spielbanken soll rascher fallen

Auch das geltende Online-Verbot für Spielbanken und die privaten Geldspielturniere bereiten den Casino-Betreibern Kopfzer-

brechen. Das neue Geldspielgesetz sieht zwar vor, dass die Spielbanken ein Gesuch einreichen können, um die Konzession auf Online-Spiele zu erweitern. Das dürfte aber frühestens mit der Inkraftsetzung des Gesetzes im Jahr 2018 der Fall sein. «So lange können wir nicht mehr warten. Der Markt ist heute schon besetzt. Es macht doch keinen Sinn, so lange ein unkontrolliertes Angebot zuzulassen und die Umsätze und Steuererträge weiter ins Ausland abfließen zu lassen. Das wird für die Schweizer Casinos sehr schwierig», kritisiert Friedrich. Der Schweizer Casino-Verband fordert, dass dieser Punkt vorgezogen wird. Die Zulassung von Geldspielturnieren ausserhalb der Spielbanken lehnen die Casino-Betreiber ab. Friedrich: «Jugendschutz und Suchtprävention können bei diesen Turnieren nicht sichergestellt werden».

Die Situation für die Bergcasinos hat sich weiter zuspitzt

Die Casino-Branche kämpft zurzeit um ihre Kunden. Der Bruttospielertrag ist von 2007 bis 2013 um 27 Prozent gesunken (siehe Grafik). Dies obwohl im Jahr 2012 zwei zusätzliche Spielbanken in Neuenburg und Zürich dazukamen. Immer enger wird es auch für die Bergcasinos. Wie die Geschäftsberichte der Eidgenössischen Spielbankenkommission

aufzeigen, schreibt das Casino in St. Moritz seit drei Jahren rote Zahlen, das Casino in Davos seit sieben Jahren. Das Casino in Crans-Montana läuft rund, kann aber auf ein grösseres Einzugsgebiet von Einheimischen zählen. Das Geschäft mit Touristen hat sich als weniger lukrativ erwiesen als erhofft. Die Casinos in Arosa und Zermatt mussten bereits 2003 und 2004 nach nur einem Betriebsjahr aufgeben.

Der STV will Gelder für Tourismusprojekte sichern

Der Schweizer Tourismus-Verband (STV), der sich in den 90er-Jahren noch vehement für eine

Liberalisierung des Glücksspiels einsetzte, hat eine Vernehmlassungsantwort zum Geldspielgesetz eingereicht. Er widmet sich darin aber ausschliesslich den Lotterien und Sportwetten. «Wir möchten, dass der Tourismus bei der Verwendung der Reingewinne zu gemeinnützigen Zwecken explizit genannt wird», führt STV-Direktorin Barbara Gisi aus. Im letzten Jahr flossen 337 Millionen Franken an die kantonalen Lotterie- und Sportfonds. Über 12 000 Projekte wurden unterstützt. Im Kanton Bern flossen beispielsweise Gelder in den Bau von Wanderwegen und die Realisierung eines Veloführers.

PUBUREPORTAGE

Weiterbildung für Professionals: Outdoorsport Management, Spa Management und Event Management

Das Institut für Tourismus und Freizeit ITF der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur bietet zusammen mit seinen Partnern ab Januar 2015 drei Weiterbildungsstudiengänge an: CAS Outdoorsport Management, CAS Spa Management und CAS Event Management. Ziel bei allen Studiengängen ist die Verbindung von Fachkompetenz mit einer Managementweiterbildung, um professionell auf dem Markt agieren zu können.

Der Schritt vom Skilehrer zum Inhaber einer Alpenschule oder von der Physiotherapeutin zur Managerin

des Wellnessbereichs in einem Spa-Hotel ist gross. Neu sind neben Fachwissen und professionellem Verhalten



vertiefte Kenntnisse zu Marketing, Produktdesign, Cross-Selling, Sicherheitsfragen usw. gefordert – Kompetenzen, die im nachfragegesteuerten Bereich von Tourismus und Freizeit über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Die drei Studiengänge bauen auf dem Fachwissen der Studierenden auf, vertiefen dieses und vermitteln massgeschneidert zum Tätigkeitsbereich eine Managementweiterbildung. Dabei steht das Lernen von Branchenleadern im Vordergrund und findet grösstenteils bei den Praxispartnern aus Event-, Outdoorsport- oder Wellnessbereich statt.

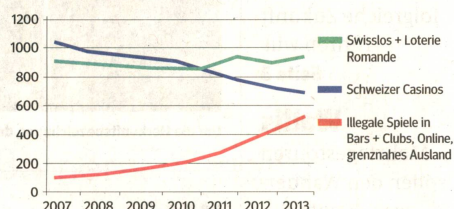
Weiterbildungen im Tourismus der HTW Chur in Stichworten:

Studiengang	Teilnehmende aus ...	Ausbildungsziel: Planung, Vermarktung und Durchführung von ...	Partner
CAS Event Management	Tourismus- und Eventorganisationen, Kongresszentren, Marketing- und Sponsoring usw.	Events jeder Art selbstständig oder im Team	HFT Graubünden und diverse Praxispartner
CAS Outdoorsport Management	Destinationen, Hotellerie, Bergbahnen, Outdoor-Detailhandel, Regionalplanung usw.	Outdoorsport-Angeboten in Unternehmen, Destinationen und Agglomerationen	ZHAW Wädenswil, HFT Graubünden, div. Durchführungsorte
CAS Spa Management	Tourismus, Hospitality oder Gesundheitswesen u. a.	Angeboten in «Spa & Wellness»	Parkresort Rheinfelden, Grand Resort Bad Ragaz, Hotel Sonnenalp u. a.

Diese Weiterbildungsabschlüsse sind schweizerisch und europäisch anerkannt.

Weitere Informationen unter www.htwchur.ch/tourismus-weiterbildung sowie am Informationsabend vom Montag, 8. Sept. 2014 um 18.30 Uhr an der Lagerstr. 5 in Zürich (um Anmeldung wird gebeten unter www.htwchur.ch/infoabend).

Erträge der Casinos gehen zurück



Bruttospielertrag in Mio. Franken CHF der Jahre 2007 bis 2013

Quelle: Schweizer Casino-Verband

Hotellerie und Medizin vereint

Nach rund einem Jahr Bauzeit ist das Hotel Sântispark in Awtwil als Gesamtes eröffnet worden. Ans Hotel angeschlossen ist ein Zentrum für Medizin und Sport.

Mit der Fertigstellung der 66 zusätzlichen Wohlfühlzimmer im Holzbau, dem Haus Sântis, ist der letzte Bauschritt des Erweiterungsbaus abgeschlossen worden. In dessen Rahmen wurde der gesamte Eingangsbereich mit Lobby und Reception neu gestaltet und um einen separaten Seminartrakt erweitert. Die bereits 2006 renovierten, bestehenden 70 Zimmer im Haus Park wurden mit Klimaanlage ausgestattet. Für die kulinarischen Genüsse stehen drei Restaurants mit Terrasse zur Verfügung.

Der Seminartrakt bietet nun auf einer Fläche von 637 m² flexi-

bel gestaltbare Seminar- und Veranstaltungsräume. Mit neu 106 Tiefgaragen- und 30 Aussenparkplätzen ist der Zugang zum Hotel und dem direkt angeschlossenen Zentrum für Medizin & Sport (ZMS) möglich. Im ZMS werden auf 1000 m² Fläche sowohl die regionale Bevölkerung, die im Hotel untergebrachten Individualgäste sowie Sportler und Sportmannschaften, die medizinische und therapeutische Unter-

stützung benötigen, persönlich betreut. Entworfen und geplant wurde der Erweiterungsbau des Hotels Sântispark von der Carlos Martinez Architekten AG aus Berneck. Als Generalunternehmer war die HRS Real Estate AG für die Realisierung verantwortlich. Insgesamt hat die Migros Ostschweiz, Eigentümerin und Bauherrin, 40 Mio. Franken in die Erweiterung des Hotels Sântispark investiert.



Die 66 neuen Zimmer befinden sich im Haus Sântis.

ZVG

«Klar, wir wollen wachsen»

Wie machen sich die Sorell-Hotels fit für die Zukunft? Michael Thomann, COO Hotels beim ZFV, über gelebte Individualität, Investitionen und die Lust an der 3-Sterne-Hotellerie.

GERY NIEVERGELT

Michael Thomann, Sie sind seit 1. April verantwortlich für die 17 Sorell-Hotels der ZFV-Unternehmungen. Fehlt Ihnen als leidenschaftlicher Gastgeber nicht bereits der Kontakt zum Gast?
Nein, noch nicht. Der Gast wird für mich so oder so immer im Mittelpunkt stehen, und er steht auch ganz klar im Fokus unserer neuen Strategie. Vorher konzentrierte man sich eher auf die Wirtschaftlichkeit der einzelnen Häuser.

Ein Fehler?

Nein, für jene Zeit war es richtig.

Verglichen mit der Zeit als Gastgeber im Berner Schweizerhof verläuft Ihr Tagesablauf um einiges geregelter. Ja, das ist ein Unterschied. Der Druck, praktisch 24 Stunden pro Tag präsent zu sein, ist weg. Heute kann ich den Arbeitsrhythmus selber bestimmen, während er mir vorher durch den Gast vorgegeben wurde.

Was hat Sie beim Wechsel ins Management am meisten überrascht?
Zuerst einmal die Potenz und das Potenzial der ZFV-Unternehmungen. Überrascht haben mich auch das gute Arbeitsklima und das innovative Managementteam um CEO Andreas Hunziker. Hier wird im besten Sinne Schweizer Kultur gelebt.

Was bedeutet Schweizer Kultur?
Man spürt, dass beim ZFV, dem ehemaligen Zürcher Frauenverein, der Mensch tatsächlich im Mittelpunkt steht. Nicht nur der Gast, sondern auch soziale Aspekte wie Mitarbeiterzufriedenheit und -förderung spielen hier eine zentrale Rolle. Das ist schon ein Unterschied zur ausgeprägten profitorientierten arabischen Kultur, wie ich sie im Berner Hotel Schweizerhof kennen lernte.

Profitorientiert ist man auch beim ZFV. Klar, wir wollen in allen Geschäftsbereichen weiter wachsen und in die bestehenden Hotels investieren, die übrigens alle in unserem Besitz sind. Aber es zählen immer auch noch andere, emotionale Werte.

Innerhalb des ZFV erarbeiten die Hotels etwa einen Viertel des Gesamtumsatzes. Welchen Stellenwert hat die Hotellerie?

Zum Gesamtgewinn tragen wir fast die Hälfte bei. Darum ist die Hotellerie innerhalb des ZFV ein Geschäftsfeld, das nachhaltig ausgebaut werden soll.

Hat man Sie mit Blick auf die Expansion ins Boot geholt?
Langfristig ja. Vorerst geht es aber um eine Konsolidierung. Man wollte am Hauptsitz ein grösseres Hospitality-Know-how.

Die 17 Hotel-Betriebe könnten unterschiedlicher nicht sein. Gehört es zu Ihren Aufgaben, Sorell zu einem Brand zu entwickeln?



Grösseres Hospitality-Know-how am Hauptsitz: Michael Thomann, neues GL-Mitglied und COO Hotels beim ZFV.

Frédéric Meyer

Ich glaube nicht, dass man über die Sorell-Hotels eine Marke stützen sollte wie beispielsweise Hilton oder Four Seasons, in denen der Gast das von der Marke gesteuerte Erlebnis erhält. Aber eine gewisse gemeinsame Identität braucht es unbedingt. Unsere Häuser sind alle relativ klein und höchst unterschiedlich. Darum streben wir eine gelebte Individualität an, kombinieren sie jedoch mit einer Standardisierung von höchstehender Qualität.

Hat es an Standards bislang gefehlt?
Natürlich gab es gewisse Standards. Diese haben sich jedoch nicht auf das Gästelerlebnis bezogen. Zu meinen Hauptaufgaben gehört es deshalb, Service-Standards zu definieren und die neue Sorell-Kultur zu implementieren respektive zu leben.

Ein Beispiel?
Der Welcome-Drink. Beim 5-Sterne-Haus ist er Standard, bei individuellen Hotels im 4- und 3-Sterne-Segment zum Teil. Wir wollen, dass der Welcome-Drink bei uns Standard wird. Nun gehen wir in die verschiedenen Häuser und eruiieren gemeinsam mit den General-Managern:

Was passt zur Philosophie des Hauses? So gibt es im Hotel Zürichberg zur Begrüssung womöglich ein Glas Prosecco, in der Krone in Winterthur den hausgemachten Eistee, im Zürcher Seidenhof einen Chai oder Green Tea. Ein anderes Beispiel: Wir möchten, dass sich der Gast in unseren Zimmern auch barfuß wohlfühlt. Also setzen wir auf Parkett. Doch wie das Parkett beschaffen ist, wird wiederum durch die Philosophie der einzelnen Häuser bestimmt.

Mit wie vielen Standards müssen die GM rechnen?

Mit 300 bis 400 Standards, die wir auf diese Weise implementieren wollen.

Sie können finanziell offenbar mit der grossen Kelle anrichten.

Nein, aber wir können auf eine solide Basis zurückgreifen. Der ZFV erzielt jährlich ein EBITDA von rund 26 Millionen Franken. Als Genossenschaft bleibt das Geld in der Unternehmung. So kann pro Jahr ein wesentlicher Teil davon in die Hotellerie investiert werden. Wichtig ist, dass wir jede Investition, die wir tätigen, refinanzieren können.

«Wir möchten, dass sich der Gast in unseren Zimmern auch barfuß wohl fühlt.»

Michael Thomann
COO Hotels und GL-Mitglied ZFV

Managements. Es hat mich überrascht, dass man bei der Software bislang mit Suite 8 arbeitet, einer Einzelhotellösung, die verumöglicht, dass etwa Umsatzzahlen oder Gäste-Bedürfnisse innerhalb der ganzen Gruppe verfügbar sind. Wir stellen nun komplett um auf das System opera, mit nur noch einer Gästedatenbank. Zudem sind wir daran, ein effizientes Revenue-Management aufzubauen.

Sie kommen aus der Luxus-Hotellerie. Gefällt es Michael Thomann in der Welt der 3-Sterne-Hotellerie?

Ja, sogar sehr gut! Es ist spannend, weil man in der 3- und 4-Sterne-Hotellerie den Gast schneller überraschen und begeistern kann. Der Anspruch im 5-Sterne- und Deluxe-Segment ist ja so hoch, dass man im Grunde fast nur Fehler machen kann. Unsere grosse Chance besteht darin, mit Gastfreundschaft und gelebten Standards die Kunden zu begeistern.

Was kann die Luxushotellerie von einem 3-Sterne-Betrieb lernen?
Ein 3- oder 4-Sterne-Betrieb, zumindest ein guter, richtet sich viel mehr auf den Markt aus. Es gibt gerade in Zürich tolle

Betriebe, ich denke etwa an den Storchen, wo Jörg Arnold den Betrieb genau auf seinen Markt ausrichtet. Im 5-Sterne-Hotel ist das Produkt auf die internationalen Standards ausgerichtet, und so stellt sich halt da und dort schon die Frage: Will der Kunde dies am betreffenden Standort überhaupt?

Aber ein Luxushotel im Portfolio der Sorell-Hotels wäre doch schmuck.
Schmuck bestimmt. Aber in der Schweiz ist es enorm schwierig, mit der kapitalintensiven 5-Sterne-Hotellerie Geld zu verdienen. Das Problem ist, dass wir die Serviceleistung, die wir produzieren, nicht auf den Gast abwälzen können. Nein, für ein Unternehmen wie den ZFV macht ein Investment im Luxussegment langfristig keinen Sinn.

Wie und wo will die Sorell-Gruppe also wachsen?

Wir haben zwei Wunschdestinationen. Basel interessiert uns sehr – aber eben nicht das Trois Rois. Dann Lausanne, Genf – auch weil der ZFV generell seine Präsenz in der Westschweiz verstärken möchte. Das Problem ist nur: Man bietet uns pro Woche mindestens ein Objekt an. Aber die Liegenschaften in Lausanne und Genf sind im Moment absolut überbeuert.

«Der Anspruch im 5-Sterne- und Deluxe-Segment ist so hoch, dass man im Grunde fast nur Fehler machen kann.»

In die Stadthotellerie drängen gerade im preisgünstigen Segment immer neue Mitbewerber mit guten Konzepten. Bereiten Ihnen Motel One oder 25 Hours Sorgen? Nein. Mit unseren kleinen Hotels werden wir die Produktionskosten nie auf den tiefen Level eines Motel One bringen können. Von der Rentabilität her müssen wir also einen höheren Preis generieren. Das können wir, wenn wir Gäste ansprechen, die eben einen persönlichen Service suchen, Regionalität, vielleicht auch Swissness.

Haben die Sorell Hotels Switzerland die Ausstrahlung von Boutique-Hotels?

Zu wenig. Aber dort wollen wir hin. Die einzige Chance, uns mit unseren kleinen Häusern zu behaupten, ist es, uns durch den persönlichen Service zu profilieren.

Standpunkt

Faszination
Alpenpässe –
hervorragend
inszeniert



ERNST
BAUMBERGER *

Früher waren die abenteuerlichen und teils gefährlichen Routen über die Alpen den Säumern vorenthalten. Sie transportierten Handelsgüter zwischen Nord und Süd. Heute fahren die Güter im Tunnel untendurch und die Passstrassen haben sich zu attraktiven Ausflugszielen für Wanderer, Velo-, Motorrad-, und Autofahrer gewandelt. Hervorragend inszeniert durch Natur und Mensch. Unsere Alpenpässe sind ein touristisches Produkt erster

«Eine Fahrt über die Alpenpässe gehört zu jedem Besuch der Schweiz.»

Güte. So etwa die historische Sustenstrasse, die als Gesamtbauwerk nach dem 2. Weltkrieg gebaut wurde, der Grimsel mit seiner archaischen Granitwelt und den grossen Speicherseen zur Stromproduktion oder der Lukmanier mit seiner imposanten, weiten Hochgebirgslandschaft.

Faszinierend ist auch, dass die Alpenpässe kaum beworben werden und doch beim Schweizer wie beim ausländischen Gast derart bekannt und beliebt sind. Potenzial nach oben ist auf alle Fälle noch da. Dies hat Schweiz Tourismus erkannt und setzt für 2015 und 2016 auf die «Grand Tour of Switzerland». Für spannende Kontraste ist gesorgt: Alpenpässe in Kombination mit unseren Städten, Gletschern in Kombination mit unseren Mittelalldeuseen und Stadthotels in Kombination mit historischen Passhotels. Eine Fahrt über unsere Alpenpässe gehört zu jedem Besuch der Schweiz. Nicht als Transfer vom Norden in den Süden, nein als Tourenerlebnis mit Adrenalinlick.

* Ernst Baumberger ist Leiter Unternehmenskommunikation bei den Kraftwerken Oberhasli.

Aufgefallen

**Fabelhaft kreative
Touristiker im
Kanton Thurgau**



Fabelhaft ist Apfelsaft: Das weiss man natürlich auch in «Mostindien», dem ländlichen Kanton

Thurgau. Es gibt dort sogar eine Apfelnäpfe, die diesen Samstag ihren königlichen Pflichten nachkommen wird, weilt sie doch den elf Kilometer langen Thurgauer Fabelweg von Steckborn nach Ermatingen ein. Dabei treffen die Wanderer am Wegrand auf Tafeln mit «lehrreichen Tiergeschichten, liebevollen Illustrationen und kniffligen Denkspielen» (Thurgau Tourismus). Prädikat pädagogisch wertvoll. Vom fabulösen «Ritt über den Bodensee» wird allerdings abgeraten.

br

Schweiz

Gleichstellung
von Velo-Rikschas
und E-Bikes

Stehroller oder Velo-Rikschas sollen weitgehend den langsamen E-Bikes gleichgestellt werden. Dies schlägt das Bundesamt für Strassen vor und hat eine Anhörung zur Änderung von sechs Verordnungen eröffnet. Damit dürfen stehrollerartige Fahrzeuge neu zum Beispiel Velowege benutzen. Ab 14 Jahren könnten sie mit dem Führerausweis für Motorfahrräder und ab 16 Jahren ohne Ausweis gefahren werden. Auch rikschaartige Fahrzeuge dürften auf Velowegen fahren, sofern sie nicht breiter als ein Meter sind.

Wikialps:
Die Alpen auf
einen Blick

«Eine Suchmaschine, die Lösungen für gemeinsame Probleme des Alpenraums findet», so wird das neuste Interreg-Projekt Wikialps umschrieben. Die Seite im Stil von Wikipedia ist ab sofort online und erleichtert den Zugang zu Projekten, die den Alpenraum betreffen. Wikialps richtet sich an Verantwortliche von Raumplanungsprojekten bei Bund und Kantonen sowie privaten Büros, an Forschende und nicht zuletzt an die interessierte Öffentlichkeit. Wie bei Wikipedia können Nutzer Seiten erstellen und ändern. dst

www.wikialps.eu

Zürich mit Alternative

Die Zürcher Hotels erhalten die Möglichkeit, ihr Online-Marketing zu optimieren. Dabei bietet Zürich Tourismus zu speziellen Konditionen drei verschiedene Module an.

DANIEL STAMPFELI

Mit dem neuen Angebot von Zürich Tourismus sollen die Hotels ihre Abhängigkeit von grossen internationalen Buchungsportalen reduzieren können. Die Hoteliers können damit ihren Betrieb mit professioneller Begleitung in der Google-Suchmaschine bewerben und die Anzahl Direktbuchungen über die eigene Hotel-Website erhöhen.

Vom Einsteiger- bis
zum Profipaket

Das Spektrum der mit der Agentur Metapeople entwickelten Angebote reicht vom Einsteiger-Paket, mit dem der jeweilige Hotelname auf Google besser gefunden wird, bis hin zur professionellen Rundumlösung inklusive Verknüpfung mit generischen Suchbegriffen wie «Hotels in Zü-

rich» sowie gezielte Bannerwerbung und Re-Marketing-Massnahmen.

Die drei Module zeichnen sich durch folgende Besonderheiten aus:

- **Modul Basic:** Brand Keywords (u.a. «Hotel-Name») und Buchungsmessung, Einrichtung: 200 Franken, monatliche Betreuung: 50 Franken.

- **Modul Advanced:** Brand Keywords (u.a. «Hotel-Name») und Buchungsmessung, Suchmaschinen-R-Marketing, Einrichtung: 350 Franken, monatliche Betreuung: 200 Franken.

- **Modul Professional:** Generische Keywords, Buchungsmessung, Re-Marketing im Google Display Network (Online-Banner), Einrichtung: 450 Franken, monatliche Betreuung: 350 Franken.

Ende August werden die Zürcher Hotels von Zürich Tourismus per Post angeschrieben. Sie können sich dann über das Webformular anmelden, wie Marc Bertschinger, Head of Marketing bei Zürich Tourismus erklärt. Alle Hotels des Zürcher Hoteliers-Vereins profitieren von Sonderkonditionen. Den ersten zehn Hotels erlasse Zürich Tourismus die Einrichtungsgebühr.

Mehr Traffic und höhere
Bettenbelegung

Interesse zeigten bisher unter anderem die Turicum Hotels. «Mit der Nutzung des neuen Angebots möchten wir mehr Traffic auf der eigenen Website generie-



Zürcher Hotels erhalten attraktivere Möglichkeiten in der Google-Suchmaschine. Bildmontage: Carla Barron

«Mit welchem
Modul wir starten
werden, weiss ich
zurzeit noch
nicht.»

Magdalena Krol
Hotels with a Bookmark

ren. Damit verbunden ist natürlich eine höhere Auslastung unserer Hotels», sagt Corinne Petit, E-Commerce Manager bei der Turicum Hotel Management Group. «Die Nutzung des neuen Angebots verstehen wir als Ergänzung zu den eigenen Adwords und der Präsenz auf allen anderen grossen Online-Travel-Agencies wie etwa booking.com oder HRS», so Petit. Das neue Angebot würden die Boutique Hotels in Zürich nutzen, aber auch die beiden Holiday Inns in Zürich und Bern seien daran interessiert. «Mit

dem gebündelten Angebot von Zürich Tourismus wird es möglich sein, dass das Wort «Hotel» und der Hotelname zu einem interessanten Preis bei Google relativ weit oben erscheint», so Magdalena Krol, Sales Manager der zu Turicum gehörenden Hotels with a Bookmark. «Wir werden in Zürich mit den Hotels (B2 Boutique Hotel+Spa) auf dem Hühliemann Areal und «Adler» dabei sein, vermutlich auch mit dem Hotel Wassberg Forch. Mit welchem Modul die Hotels starten werden, weiss ich noch nicht.»

ANZEIGE

www.mobli.ch

Auch dieses Jahr überraschen wir unsere Kunden: Sie erhalten 140 Millionen.

Kunden mit einer MobiCar Fahrzeugversicherung oder MobiPro Betriebs- und Gebäudeversicherung profitieren. Erfolgsbeteiligung dank Genossenschaft.

Die Mobiliar
Versicherungen & Vorsorge

In drei Monaten läuft die Baubewilligung für das Alpenbad Adelboden definitiv aus. Beim Scheitern wird als Alternative der Bau eines Familienhotels ins Spiel gebracht.

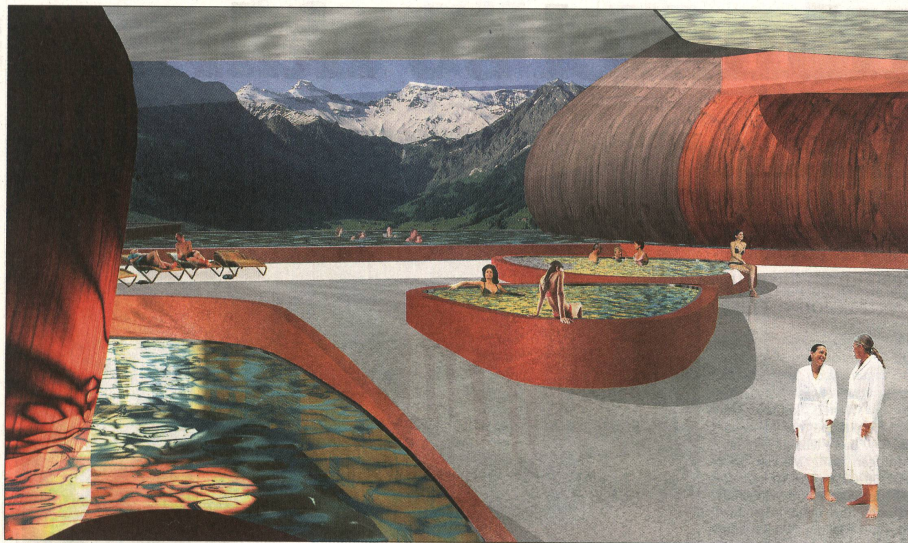
DANIEL STAMPELI

Der Projektentwicklerin des Alpenbades Adelboden, der Swiss Spa Group AG (SSG), läuft die Zeit davon. Es bleiben noch genau drei Monate, um mit dem Bau zu beginnen. Gelingt dies nicht, sind die seit Jahren gewälzten Ideen und Pläne definitiv Makulatur. «Im Moment sind wir mit den Vorbereitungsarbeiten für den Abbruch der bestehenden Liegenschaften auf dem Areal, auf welchem das Alpenbad zu realisieren wäre, beschäftigt», sagt Daniel Kündig, CEO und Verwaltungsratspräsident der Swiss Spa Group. «Den Auftrag haben wir vom Investor, mit welchem allerdings der Vertrag final noch nicht unterzeichnet ist», so Kündig.

Dem potenziellen Investor aus der Schweiz sei eine Frist bis am 15. Oktober gesetzt worden, um einen Finanzierungsnachweis zu erbringen. Solange dies nicht erfolge, werde mit den Abbrucharbeiten nicht begonnen. «Er bringt der Investor den Nachweis bis am 15. Oktober nicht, werden wir auf das Baurecht verzichten», sagt Kündig weiter. Die Verträge mit dem betreffenden Investor im Sinne einer Absichtserklärung seien bereits vor zwölf Monaten unter Dach und Fach gewesen.

Seminare und Kongresse für mehr Auslastung in der Nebensaison

In die Projektentwicklung wurden bisher insgesamt 7,5 Mio. Franken investiert. Den grössten Teil hat die Swiss Spa Group als Projektentwicklerin bezahlt. Da-



Ob in Adelboden dereinst mit dieser Aussicht gebadet werden kann, wird immer unwahrscheinlicher.

ZVG

Hotel statt Bad?

niel Kündig ist nach wie vor zuversichtlich, dass der Investor den Finanzierungsnachweis erbringen wird. «Zumal dieser in der Zwischenzeit doch für die Planung des Abbruchs einiges investiert hat. Wir haben mit dem Investor wöchentliche Briefings.»

Die gesamten Bauinvestitionen für das geplante Bad mit Hotel betragen nach wie vor rund 120 Mio. Franken. Das 4-Sterne-Superior-Hotel soll unverändert über rund 200 Betten verfügen. Die Spa-Fläche wird mit 4500 m² veranschlagt mit einer Wasserfläche von 840 m², verteilt auf 16 Wasserbecken. Zu einer leichten Umlagerung kommt es bei der Innennutzung, indem der Kon-

gressanteil etwas vergrössert wird. «Ziel ist, vermehrt Seminare und grössere Tagungen durchzuführen, um in der Nebensaison die Auslastung zu steigern», so Kündig.

«Ich bin nach wie vor der Meinung, dass das Alpenbad eine gute Ergänzung zum bestehenden Portfolio Adelbodens wäre», sagt Urs Pfenninger, Tourismusdirektor von Adelboden-Frutigen. Und zwar einerseits mit dem hochkarätigen Hotel und andererseits mit dem Bad. Das Alpenbad würde mit dem Thema Wasser bestens zu Adelboden passen, mit seinem Mineralwasser und der Wasserfällen. «Das Thema Wasser ist für uns zentral, bei des-

sen Positionierung sind wir noch am Optimieren», so Pfenninger.

Hochkarätiges Familienhotel mit Wellnessanlage als Alternative

Für den Fall, dass das Alpenbad scheitert, plant der Adelbodner Christian Oester auf dem gleichen Areal ein qualitativ hochwertiges Familienhotel, mindestens im 4-Sterne-Bereich, das einen Wellnessbereich mit einem 20- bis 25-Meter-Schwimmbecken anbietet. Oester habe bereits Gespräche mit allfälligen Planern, Hotelbetreibern und Geldgebern geführt, hatte er im April an der Generalversammlung des Vereins Pro Adelboden erklärt. Oester selbst

war für eine Stellungnahme bis Redaktionsschluss nicht erreichbar.

Christian Oester habe immer erklärt, dass er nicht gegen das Alpenbad sei, sondern es als wichtig erachte, die Planung frühzeitig anzugehen, für den Fall, dass das Alpenbad nicht realisiert wird, sagt Tourismusdirektor Urs Pfenninger. «Dass sich ein familienfreundliches Hotel mit Bäderanlagen gut verträgt, beweist der Lenkerhof an der Lenk. Für den Fall, dass das Alpenbad scheitert, befürworte ich eine derartige Lösung. Auf dem betreffenden Areal muss ein möglichst hoch positioniertes Hotel entstehen», sagt Pfenninger weiter.

Busse müssen attraktiv bleiben

Der Verband öffentlicher Verkehr (VÖV) will die Schweizer Bussysteme stärken. In einem Positionspapier hat er mehrere Massnahmen und Forderungen erarbeitet.

DANIEL STAMPELI

Eine sichere Finanzierung, mehr separate Busspuren, kürzere Umsteigewege sowie eine Entschärfung der gesetzlichen Rahmenbedingungen. Dies sind die wichtigsten Forderungen des VÖV für eine Stärkung der Schweizer Bussysteme. Er hat diese am Dienstag an einer Medienkonferenz präsentiert. Grund für die Erarbeitung des Positionspapiers durch den VÖV sei die Unverzichtbarkeit der Busse als Teil des öffentlichen Verkehrs der Schweiz und gleichzeitig das grosse Zu-



Busse sind ein unentbehrlicher Teil des ÖV Schweiz.

BSU

kunftpotenzial. Die Busse könnten ihre wichtige Rolle aber nur einnehmen, wenn sie von der Politik umfassend getragen und gestärkt werden.

Konkret wird die Verbesserung von Planungssicherheit, der Verbindlichkeit und der Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Partnern wie Bahn- und Busunternehmen, Kantonen, Gemeinden und Organisationen gefordert. Mit Harmonisierungen könne die Verantwortlichkeit in vielen Bereichen weiter erhöht

werden. Gleichzeitig benötigen Bussysteme laut VÖV «angemessene unternehmerische Freiräume», um mit neuen Ideen noch kundengerechter, effizienter und wirtschaftlicher auftreten zu können. Für mehr Flexibilität und eine kostengünstige Produktion seien deshalb Vorgaben und rechtliche Rahmenbedingungen zu lockern.

Mit Bussen wird gemäss VÖV die Hälfte aller Fahrten im schweizerischen öffentlichen Verkehr zurückgelegt.

Höhere Preise im 2015

Die globale Geschäftsreisbranche muss sich für 2015 auf höhere Preise einstellen. Zu diesem Schluss kommt eine Studie von Carlson Wagonlit Travel.

Travel Manager müssen für nächstes Jahr auf breiter Front mit höheren Preisen rechnen, sowohl für Flüge und Hotelübernachtungen als auch für Mietwagen. Die Flugpreise werden 2015 der Studie von Carlson Wagonlit Travel (CWT) zufolge um bis zu 2,2% steigen. Lateinamerika werde die Region mit den stärksten Preis-

erhöhungen sein, um bis zu 3,5%. In Europa werde das Bild deutlich moderater ausfallen. In der Schweiz würden die Flugpreise um 0,4% steigen.

Die Verhandlungsposition der Hotelanbieter werde sich 2015 verbessern – wegen stärkerer Nachfrage, steigendem Investoreninteresse und günstigen Kapitalkosten. Die positiven Ausichten für Hotelbetreiber in wichtigen Geschäftsreiseregionen erschweren gemäss CWT Travel Managern und Einkäufern nächstes Jahr höchstwahrscheinlich die Preisverhandlungen. Die weltweiten Preise würden im Hotelsegment um bis zu

2,6% steigen. Spitzenreiter werde auch in diesem Segment Lateinamerika sein. In Europa würden die Preise auf jeden Fall langsamer steigen als im globalen Durchschnitt. Für die Schweiz erwartet CWT einen Anstieg der Hotelpreise um 2,0%.

Im Gegensatz zu den Bereichen Flug und Hotel sei das Mietwagengeschäft von einem Angebotsüberhang gekennzeichnet. Angesichts der Konsolidierung in der Branche und eines starken Wettbewerbs bleibe die Mietwagenpreisentwicklung auch 2015 moderat. In der Schweiz würden Mietwagen im 2015 voraussichtlich um 0,1% teurer.

dst

Euroairport nach Verhandlungen mit Frankreich im Gegenwind

Easyjet reagiert verärgert und will vorläufig in Basel nicht weiter investieren.

Entgegen dem Staatsvertrag von 1949 soll auf dem Euroairport französisches Recht gelten. Damit würde der Schweizer Sektor am Flughafen überflüssig. Dieses Szenario zeichnet sich ab, da Frankreich auf dem Territorialprinzip beharre, wie laut «Basler Zeitung» eine Sitzung unter der Leitung von EDA-Staatssekretär Yves Rossier ergab. In offenen Steuerfragen wolle Frankreich der Schweiz nicht entgegenkommen. Laut «Baz» sind die Verhandlungen zwischen der Schweiz und Frankreich zum

binationalen Status des Euroairports so gut wie gescheitert. Ein Euroairport unter französischem Recht bringe auch für Passagiere Nachteile. Die französische Luftfahrtbehörde will offenbar auf jeden Passagier Luftfahrtsteuer erheben, die sich auf je 10 Franken belaufen.

Verärgert über die Haltung Frankreichs ist auch Easyjet, stärkste Fluggesellschaft am Euroairport. Dies mache wirtschaftlich keinen Sinn. Solange nicht Klarheit herrsche, werde in Basel nicht weiter investiert.

Aus der Region

Berner Oberland

V-Bahn beeinträchtigt Eiger-Gebiet nur leicht

Das millionenschwere V-Bahn-Projekt beeinträchtigt die geschützte Landschaft für die Eidgenössische Natur- und Heimatschutzkommission (ENHK) nur in leichtem Masse. Die ENHK beurteile die vor Kurzem zugunsten des V-Bahn-Projekts erfolgte Anpassung des Regionalen Verkehrs- und Siedlungsrichtplans positiv, teile die Regionalkonferenz Oberland-Ost mit. Diese Voraussetzungen seien im Rahmen der Detailplanung zu berücksichtigen. Sie erforderten keine Ergänzung oder Anpassung auf Richtplanstufe.

Skirennzentrum Hasliberg nimmt Gestalt an



ZVG

Zwischen dem Panoramarestaurant Alpentower und der Mägisalp werden 4,2 km Piste für technische Beschneiung vorbereitet. Gleichzeitig wird ein Zielgebäude für das neue Skirennzentrum gebaut, und Sicherheitsnetze werden installiert. Das Skirennzentrum Hasliberg wird eine alpine Begegnungsstätte, wo motivierte Jungtalente Seite an Seite mit etablierten Weltcup- und Europacup-Fahrern trainieren können. Der Betrieb soll in wenigen Monaten aufgenommen werden.

Kredit für Strecke Zweisimmen-Lenk

Für Erneuerungsarbeiten auf der Bahnstrecke Zweisimmen-Lenk der Montreux Oberland Bernois (MOB) hat der Regierungsrat des Kantons Bern einen Kredit von 1,25 Mio. Franken genehmigt. In den Jahren 2014 und 2015 liegt der Schwerpunkt der Arbeiten bei der Erneuerung von Gleisen und der Sanierung von Bahnübergängen.

BLS steigert Gewinn im ersten Halbjahr



ZVG

Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2013 steigerte die BLS das Konzernergebnis im ersten Semester 2014 um knapp einen Drittel auf 20,2 Mio. Franken. Ausschlaggebend für die positive Entwicklung seien höhere Erträge und nachhaltig greifende Massnahmen zur Kostensenkung, teilt die BLS mit. Das im 2012 gestartete interne Kosten-senkungsprogramm «Gipfelsturm» habe bis Ende des zweiten Quartals 2014 nachhaltige Einsparungen in der Höhe von knapp 33 Mio. Franken gebracht. Bis Ende 2015 sollen die Kosten um jährlich 50 Mio. Franken reduziert werden.

dst

Dem Himmel so nah



Carmen Balmer (Balmer's Herberge Interlaken) und **Beni Steuri** (Outdoor Interlaken AG).



Pascal Ramponi, Panorama-Restaurant Allmendhubel (r.), **Urs Brotschi**, Hotel Alpenruh Mürren.



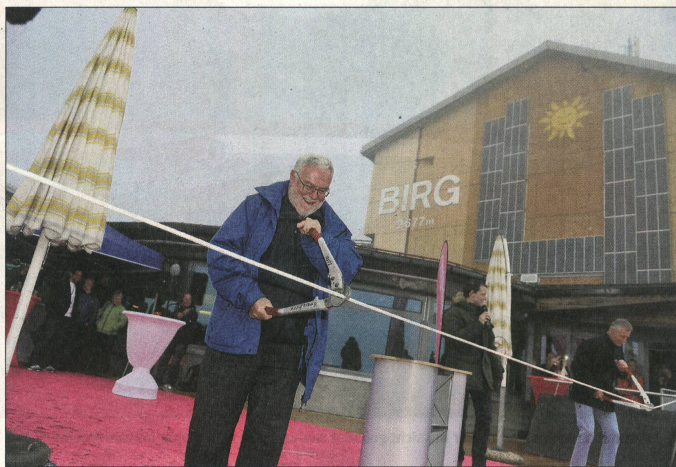
Moderator **Fabian Unteregger** (l.) im Gespräch mit Schilthornbahn-Direktor **Christoph Egger**.

Am Freitag eröffnete die **Schilthornbahn AG** ihre neue Aussichtsplattform «Skyline Walk». 250 Gäste bestaunten die neue Attraktion vor Ort.

SABRINA GLANZMANN

Das etwas schwierige Wetter konnte der Freude nichts anhaben. Letzten Freitag, auf luftigen 2677 Metern über Meer: 250 Gäste aus Tourismus, Hotellerie, Politik und Wirtschaft bestaunten die neue Aussichtsplattform «Skyline Walk» der Schilthornbahn AG. «Die exponierte Mittelstation Birg ist der Geheimtipp schlechthin, um unsere phänomenale Bergwelt hautnah zu erleben», sagte ein stolzer Christoph Egger, Direktor der Schilthornbahn AG. Und diese neue Attraktion bringe schon einen «gewissen Adrenalinkick» mit sich – 90 Quadratmeter misst die auskragende Plattform und erweitert die Gesamtfläche der Terrasse neu auf 270 Quadratmeter.

Begrüsst wurden die Gäste bei der Talstation Stachelberg mit einer Flugshow, Tandemsprünge von versierten Paraglidern und einer Akro-Show. Durch den Abend führte Moderator und Comedian Fabian Unteregger, der jede Gelegenheit nutzte, um seine Pointen passend zu platzieren. Abschliessend verbrachte man den Abend im Drehrestaurant Piz Gloria auf dem Schilthorn Gipfel.



Feierlicher Moment: **Peter Feuz** (l.), VR-Präsident Schilthornbahn AG, und Economicsuisse-Präsident **Heinz Karrer** eröffnen den «Skyline Walk» offiziell.

Bilder © Schilthornbahn AG/M. Födisch



Marc Schneider (Beatushöhlen), **Stefan Abegglen** (Valley Hostel Lauterbrunnen), **Helena Ubrezjova** und **Tom Durrer** (Lauterbrunnen Tourismus), v.l.



Toni und Vreni Semadeni (l.) von der Omnibusrevue und **Margrit** und **Erich Leemann**, Hoteliers und Eigentümer Beausite Park Hotel Wengen.

Sesselrücken

Wechsel vom Tessin ins Engadin

Reto Stöckeni (Bild) wird per 1. September 2014 General Manager des Kempinski Grand Hotel des Bains in St. Moritz. Bisher war



ZVG

er während zehn Jahren als Generaldirektor der Tessa SA und der Leopoldo Hotels & Restaurants SA in Lugano tätig. Die Nachfolge als General Manager für die Villa Principe Leopoldo wird am 1. September **Stefano Alborghetti** antreten.

Hotel Adula in Flims erhält neuen Direktor

Dominik Zurbrugg (35) wird ab September neuer Direktor des 4-Sterne-Hotels Adula in Flims. Zuletzt führte der diplomierte Hotelier und Restaurateur das Hotel Laudinella in St. Moritz. Zuvor war Dominik Zurbrugg im «Suvretta House» in St. Moritz, bei Gamma Catering und im «Château Gütsch» in Luzern tätig. Zurbrugg tritt in die Fussstapfen von Peter Hotz, der das Hotel bis zu seinem Tod im Sommer 2013 mit viel Herzblut geführt hat.

Ein Schweizer leitet Swisshotel Dresden

Kevin Furrer (34) ist der neue General Manager im Swisshotel Dresden am Schloss. Er tritt die Nachfolge von **Yvette Thüring**



ZVG

an, die seit der Eröffnung im April 2012 das Haus geleitet hat. Nach der Ausbildung zum Koch hatte Furrer Hotelmanagement an der EHL Lausanne studiert und schloss mit dem Bachelor in International Hospitality Management ab. Die letzten Jahre verbrachte der gebürtige Schweizer in Asien. Im Sommer 2012 hatte Furrer zuletzt das Swisshotel Resort Phuket in Thailand übernommen, das er nach erfolgreichem Rebranding als General Manager leitete.

Direktionswechsel im Kursaal Interlaken

Ole Hartjen wird sich als Direktor der Congress Centre Kursaal Interlaken AG (CKI) sowie als Verwaltungsratspräsident und De-



ZVG

legierter der Interlaken Congress & Events AG Ende 2014 aus der CKI-Gruppe zurückziehen. Ab 1. Januar 2015 zeichnet **Isabel Wirth** als neue Direktorin verantwortlich. Sie absolvierte unter anderem die Hotelfachschule Lausanne und war bereits von 2005 bis 2013 im Congress Centre Kursaal Interlaken als Leiterin der Kongressabteilung und Stellvertretende Direktorin tätig.

dst

Juliette Binoche in Locarno geehrt

Auch 2014 wurde am **Festival del film** in Locarno der «Excellence Award Moët & Chandon» verliehen – er ging heuer an die französische Schauspielerin Juliette Binoche, die aktuell im Film «Sils Maria» zu sehen ist.

SABRINA GLANZMANN



Schauspielerin **Juliette Binoche** (l.) erhält von **Nadine Fau** von Moët Hennessy den «Excellence Award». © Festival del Film Locarno/Massimo Pedrazzini

Es war wohl einer der charman- testen Auftritte auf der Piazza Grande am diesjährigen Festival del film Locarno: Vor mehr als 8000 Zuschauerinnen und Zuschauern verlieh Nadine Fau, Managing Director von Moët & Chandon Suisse, den «Excellence Award Moët & Chandon 2014» an eine strahlende Juliette Binoche.

Sie zeigte sich sehr gerührt und wurde nicht müde, den Award stolz in die Kameras der Fotografen zu halten. Der Preis geht alljährlich an eine Schauspielerin oder an einen Schauspieler von internationalem Renommee. Heuer an der 67. Festival-Ausgabe ehrte das Champagner-Unter-

nehmen die französische Actrice für ihre facettenreiche filmische Karriere. In Locarno war sie dieses Jahr in den Filmen «Drei Farben: Blau», «Copie conforme» und «Sils Maria» zu sehen.

Marco Solari, Präsident des Festival del film Locarno, freute sich sehr über den Besuch der Leinwandkone und kam ins Schwärmen: «Juliette Binoche ist eine schöne, talentierte und charismatische Schauspielerin. Eine Frau, die nicht nur Festivalpräsidenten zum Träumen bringt.» sag

Zur Schweizer Film Premiere von «Sils Maria» am Festival in Locarno siehe auch Artikel auf Seite 7.

Haariger Wettbewerb: Jury wählte die «schönsten Barträger»

Bei schönem Sommerwetter fand im Rahmen des Churer Fests das 29. Internationale **Alpenbarttreffen** statt.



Ein Teil der 30 **Barträger**, die am Treffen in Chur teilgenommen haben. Den «Siegerbart» trägt **Hans Horst** (sitzend 2. v.r.). © Quentin Thompson

Pflanzenzauber in den Alpen

Mit diversen Führungen und Ausstellungen fand am Samstag der erste **Tag des Alpengartens** auf der Schyniggen Platte statt.

Das erste Edelweiss blüht gleich am Eingang zum Alpengarten Schyniggen Platte. «Dass wir die Pflanze hier zeigen, hat nicht nur damit zu tun, dass sie das «Markenzeichen» der Alpen ist», sagte Chefgärtnerin Jasmin Senn bei der Führung letzten Samstag. Es sei auch eine typische Art der Blaugrashalde, die mit über 50 verschiedenen Blütenpflanzen pro Quadratmeter zu den artenreichsten Pflanzengemeinschaften der Alpen ge-

hört. Das und zahlreiche weitere Alpenpflanzen, ihre Erforschung und Pflege wurde den

interessierten Besucherinnen und Besuchern am «Alpengarten-Tag» nähergebracht. sag



Chefgärtnerin **Jasmin Senn** führt am «Tag des Alpengartens» eine Besuchergruppe in die Geheimnisse der Alpenflora ein. ZVG

Passe-moi le Sils Maria

Vision subjective en première suisse, à Locarno, du film d'Olivier Assayas. Tourné en partie à l'Hôtel Waldhaus qui finit par apparaître, dans un cinéma ambigu et rieur.

ALEXANDRE CALDARA

Comme un silex, caillou ordinaire et cracheur de feu. «Sils Maria» du Français Olivier Assayas vient de dévoiler ses multiples peaux. Nous l'avons découvert en première suisse vendredi dernier sur la Piazza Grande de Locarno, enfin en paix avec les cioux.

Les festivaliers habitués à cet endroit à des films majoritairement grand public découvrent cet objet. Nous y guetons les traces du Waldhaus de Sils Maria qui abrita quinze jours de tournage en septembre 2013 et dont Jean-Louis Porchet, de CAB Productions dit son admiration: «Felix Dietrich est un vrai hôtelier entouré de professionnels qui savent gérer cinquante personnes impossibles, préoccupées par leur travail.» Mais le film démarre dans le tumulte du téléphone et de l'ordinateur porteurs de dé-



Les acteurs Johnny Flynn et Chloë Grace Moretz, au Waldhaus de Sils Maria.

Carole Bethuel/CG Cinéma

boires dans un wagon de train. La comédienne Maria Enders (Juliette Binoche) et son assistante (Kristen Stewart) se battent entre les morts et les vivants dans un déluge de rires et d'anxiétés. On va bientôt pénétrer dans un hôtel, mais il s'agit du Dolder Grand, à Zurich, ville où se déroule le premier tiers du film. Puis un taxi s'arrête devant un inconnu Grand Hôtel du lac dans la même ville.

Les premiers plans d'Engadine arrivent par la citation du serpent de brume de Maloja vu par le très cinéophile Olivier Assayas dans un

documentaire de 1924 et qu'il cite brillamment. Puis s'enchaînent des plans de montagnes et de lacs assez simples, bruts, frontaux, beaucoup plus que les relations humaines exposées jusque-là.

On entre au Waldhaus par son versant musical

Des plans réalisés par l'équipe technique suisse du film comme l'écrit Jean-Louis Porchet: «Si Olivier Assayas gérait les caprices humains, notre mission était de gérer ceux de la nature.» Tel le Dolder Grand, le Waldhaus appa-

rait d'abord dans la bouche des personnages avant de se matérialiser. On le découvre à travers un concert de musique de chambre qui cadre parfaitement avec l'élégance Belle Epoque des salons. Ce récit se laisse voir par les yeux d'un jeune couple illégitime que vont bientôt rejoindre Maria Enders et son assistante. Assayas, l'ancien critique de rock, entre dans l'Hôtel par son versant le plus musical. D'ailleurs les plans de montagnes noctambules et incisés vus d'une voiture s'accompagnent de rock, alors que

ceux de jour, plus bucoliques se lovent dans de la musique élégiaque.

«Un genre de tournage nouveau pour les offices du tourisme»

Ensuite on assistera à une scène de rencontre entre les quatre personnages dans de moelleux fauteuils. Juste le temps pour l'assistante de demander au concierge les clefs du fameux serpent de Maloja. L'Hôtel si important pour le producteur fuit déjà. Car les deux personnages centraux passent la majorité de leur temps dans un chalet situé dans le récit à Sils Maria, mais en réalité en Italie, dans le Sud Tyrol. «Nous avons reçu 300 000 francs de cette région, à condition de les dépenser sur place. La commune de Sils Maria a contribué à hauteur d'environ 10 000 francs», justifie Jean-Louis Porchet, même si cela ne simplifiait pas le travail de l'équipe. Pour lui le dialogue avec les offices du tourisme suisses reste compliqué: «Ce genre de tournage semble nouveau pour eux.» Il note l'engagement des habitants, certains figurants: «Nous avons projeté le film lundi à Saint-Moritz devant 500 personnes très touchées.» Un film ambigu, climatique, mais Olivier Assayas suggère: «Le droit de rire, il s'agit d'une comédie.» Satire des mœurs, portrait de femmes, danse des générations.

Dès le 27 août en Suisse romande et le 18 décembre en Suisse alémanique.

En bref

International

Les taxis Uber interdits à Berlin

La municipalité de Berlin interdit le service de voitures avec chauffeur Uber. Elle invoque la sécurité des utilisateurs, des chauffeurs échappant aux contrôles et des véhicules dépourvus de licence. Les contrevenants devront s'acquitter d'une amende de 25 000 euros. La société américaine a annoncé vouloir faire appel. Depuis son arrivée en Europe, Uber provoque la grogne des chauffeurs de taxis. En Suisse, ce service est proposé à Zurich et devrait s'étendre prochainement à Genève (htr 10.07.2014).

Valais

Une arène pour les combats de reines

D'ici l'été 2015, une arène dédiée aux combats de reines sera construite à Evolène. Porté par l'Association de la Maison des reines, le projet prévoit une capacité de 2500 personnes ainsi qu'un couvert avec cuisine et locaux sanitaires. Le financement privé-public, estimé à 1,6 million de francs, est à bout touchant. Les travaux devraient débuter en septembre. A moyen terme, l'association souhaiterait y créer une Maison des reines, avec un centre de documentation et des expositions. lb

LE MILESTONE 2014 VERS DE NOUVEAUX SOMMETS

Le MILESTONE. Prix du tourisme suisse récompense chaque année les projets les plus extraordinaires et des personnalités hors du commun dans le paysage touristique suisse. Déposez votre projet dès maintenant sur www.htr-milestone.ch

DÉLAI D'INSCRIPTION: 29 AOÛT 2014



Le MILESTONE. Prix du tourisme suisse est décerné par l'htr hotel revue et hotelleriesuisse, avec le soutien du SECO dans le cadre du programme d'encouragement Innotur. Le MILESTONE est placé sous l'égide de la Fédération suisse du tourisme.

innovation
tourism

htr hotelrevue

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun Svizra
Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DFR
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

Patronage
STV, FST
Stimmvolk Tourismusverband
Tolleranza Svizzera del Turismo
Federazione Svizzera del Turismo
Fédération suisse du Tourisme

Partenaire de l'événement
BUREAU OFFICIEL
LAUSANNE
2014

En bref

Suisse

Le Prix Montagne à une coopérative valaisanne

La coopérative du Val d'Illeze «La Cavagne» remporte le Prix Montagne 2014. Une quarantaine de producteurs y vendent leurs spécialités fromagères et carnées. La Cavagne réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ un million de francs, emploie six personnes et a récemment ouvert un second magasin. Le jury a été séduit par ce projet ayant permis de rassembler les agriculteurs de la vallée. Ce prix est décerné pour la 4e année par le Groupement suisse pour les régions de montagne et l'Aide suisse aux montagnards.

Valais

Première séance de médiation pour les 4 Vallées

Les représentants des sociétés du domaine des 4 Vallées se sont réunis lundi soir pour la première séance de médiation, menée par le conseiller d'Etat Jacques Melly. «Cette séance s'est déroulée dans un esprit constructif et positif, lit-on dans un communiqué. Les représentants des sociétés ont affirmé leur volonté de trouver un accord permettant d'assurer l'exploitation de la destination 4 Vallées pour la saison d'hiver à venir.» Le processus de médiation se poursuivra selon un «calendrier ambitieux». lb



Les recettes des maisons de jeux ont diminué. Alain D. Boillat

Les casinos suisses montent au créneau

Les maisons de jeux suisses refusent la proposition de loi sur les jeux d'argent. La branche du tourisme demande également des modifications dans le domaine des loteries.

THÉRES LAGLER

Le Conseil fédéral souhaite réglementer l'ensemble des jeux d'argent par une même loi. La procédure de consultation pour la nouvelle ordonnance destinée à remplacer la loi sur les maisons de jeux de 1998 et la loi sur les loteries de 1923 est parvenue hier à échéance. A l'unanimité, les 21 casinos de Suisse ont rejeté le texte soumis à leur appréciation et exigé d'importantes corrections.

Si la Fédération suisse des casinos ne s'oppose pas au regroupement des maisons de jeux et des loteries, son directeur Marc Friedrich s'inquiète de la multiplication des prescriptions légales qui constituent un frein à l'innovation.

A titre d'exemple, il cite les nouvelles machines à sous autorisées à l'échelle européenne, mais qui ne pourraient être installées en Suisse en raison de ces dispositions. «Les fabricants sont toujours moins nombreux à accepter de procéder à des modifications spécifiques pour le marché suisse», explique-t-il.

L'interdiction des jeux en ligne supprimée prochainement

L'interdiction d'organiser des jeux en ligne et des tournois privés alimente également la colère des exploitants de casinos. Si la nouvelle loi prévoit que les casinos soient habilités à solliciter une extension de leur concession aux jeux en ligne, cette clause n'entrerait pas en vigueur avant 2018 au plus tôt.

«Il nous est impossible d'attendre si longtemps. Le marché est déjà occupé et il serait absurde de laisser le champ libre aux opérateurs étrangers pendant cette longue période de transition. Notre chiffre d'affaires et les recettes fiscales s'en ressentiraient», déclare Marc Friedrich, qui manifeste aussi son désaccord à l'autorisation des jeux d'argent à l'extérieur des établissements spécialisés, car «la protection de la jeunesse et de la prévention des dépendances



«La branche doit être mentionnée lorsque les recettes sont affectées à des projets d'utilité publique.»

Barbara Gisi
Dir. Fédération suisse du tourisme

ne seraient pas assurées lors de ces tournois», argumente-t-il.

Situation tendue pour les casinos de montagne

Le secteur des casinos lutte actuellement pour sa survie. Les recettes nettes des jeux d'argent ont diminué de 27% entre 2007 et 2013, malgré l'ouverture en 2012 de deux nouvelles maisons de jeux à Neuchâtel et à Zurich. La situation est toujours plus tendue pour les casinos de montagne. Ainsi que la Commission fédérale des maisons de jeux le relève dans son rapport, le casino de Saint-Moritz est dans les chiffres rouges depuis 2012 et celui de

Davos depuis 2007. Si les comptes du casino de Crans-Montana sont équilibrés, il le doit essentiellement à l'étendue de son bassin régional, car la fréquentation touristique s'est révélée moins importante que prévu. Quant aux casinos d'Arosa et de Zermatt, ils ont fermé leurs portes en 2003 et en 2004 déjà, après une année à peine d'exploitation.

La Fédération suisse du tourisme (FST), qui s'est fortement engagée au cours de la décennie 1990 en faveur de la libéralisation des jeux d'argent, a transmis une prise de position relative à la nouvelle loi. Elle concerne cependant uniquement les loteries et les paris sportifs. «Nous souhaitons que le secteur touristique soit expressément mentionné dans le cadre de l'affectation des recettes nettes à des projets d'utilité publique», précise Barbara Gisi, directrice de la FST.

L'an dernier, les fonds cantonaux de loterie et de sport ont reçu 337 millions de francs qui ont permis de soutenir plus de 12 000 initiatives. Dans le canton de Berne, cette manne a notamment servi à l'amélioration du réseau de sentiers pédestres et à la publication d'un guide à l'intention des cyclistes.

Traduction Jean Pierre Ammon
d'un texte en page 2

ANNONCE

Cette année aussi, nous réservons une surprise à nos clients: ils reçoivent 140 millions.

Les clients de l'assurance véhicules MobiCar ou de l'assurance entreprise et bâtiments MobiPro en profitent. Participation au résultat grâce à la Coopérative.

La Mobilière
Assurances & prévoyance

Rando avec nuitées

La randonnée sur plusieurs jours a la cote. A la demande croissante s'adapte l'offre qui se mue en forfaits réservables en ligne. Le Tour des Dents du Midi suit le mouvement.

LAETITIA BONGARD

Quatre jours pour la version sportive au départ de Champéry et un de plus pour la version randonneur, au départ de Mex. Le Tour des Dents du Midi, 42 kilomètres de sentiers aménagés depuis 1972 et rythmés par huit auberges et cabanes d'altitude, est l'un des doyens de la randonnée «en boucle» avec nuitées. Il a rejoint cette année le réseau SuisseMobile et sera balisé en tant que tel ces prochains jours. Tradition et emblème pour le Val d'Ille, le massif devient véritable produit touristique vendu en forfait, accessible au plus grand nombre. «Le randonneur aujourd'hui veut passer des vacances à la montagne comme au bord de la mer. Ce genre de produit le sécurise», confirme Fabienne Marclay, présidente de l'Association du Tour des Dents du Midi et gardienne de la cabane de Salanfè depuis 19 ans, située sur le tracé. Ces forfaits sont réservables et payables en ligne, mais n'ont pas encore été traduits.

«Nous avons été très contents en début d'année, avec une nette augmentation des réservations de 40% par rapport à l'an passé», indique Antoine Schaller, chef de projet auprès de Champéry Tourisme. Preuve que ce type d'offre répond à une réelle demande. Ce départ en fanfare a été miné par la météo estivale maussade qui a induit des annulations. Au 12 août,

103 réservations représentant 268 personnes avaient été enregistrées, soit près de l'équivalent de la saison dernière avec 102 réservations pour 271 personnes. «La demande devrait être encore prometteuse cet automne», estime Fabienne Marclay.

Des randonneurs venus des quatre coins de l'Europe

Si les forfaits séduisent, ils ne couvrent qu'une infime partie des randonneurs. Les autres sont autonomes et échappent aux statistiques. Fabienne Marclay estime qu'environ le tiers des nuitées à Salanfè est liée au Tour, soit entre 1000 et 1500 par saison.

Sa notoriété dépasse les frontières nationales: «Les randonneurs viennent de France du Benelux, d'Allemagne, d'Angleterre. Certains font parfois l'aller-retour avec EasyJet», a pu observer Fabienne Marclay.

Un aspect qui n'échappe pas à Champéry Tourisme, bien déterminé à vendre ce massif comme une marque de fabrique, ce qu'il nomme «son Cervin». «Nous

prospectons à l'étranger, notamment en Scandinavie. Nous avons invité un tour-opérateur norvégien qui s'est montré très intéressé à le rajouter à son offre», relève Antoine Schaller. Il espère finaliser un package de six jours certainement pour l'été prochain.

Gardiennée de la cabane de Susanne, Fabienne Debossens apprécie cet élargissement du spectre du randonneur: «Rendre plus accessible ces tours est une manière de démystifier la montagne. C'est très positif.»

Au-delà de l'ouverture et du partage, un argument économique: «Les tours contribuent à faire vivre les cabanes, en dépit de la météo, surtout lorsque les randonneurs viennent de l'étranger.» La cabane de Susanne est stratégiquement située sur trois tours - celui des Dents du Midi, des Dents Blanches et du Ruan;

ces itinéraires représentent environ les trois quarts de ses hôtes.

Petites structures et complexité à gérer les réservations

Face à la démocratisation de la randonnée, les forfaits sont perçus comme la bonne piste à suivre par les prestataires touristiques. Mais ils se heurtent parfois à des questions logistiques. Au Pays du St-Ber-

nard, le directeur de la destination Gaëtan Tornay relève la complexité pour un OT de mettre en place ce type de forfaits. «Nous proposons le forfait Via Francigena, mais ne le mettons que très peu en avant étant donné le travail qu'il implique. Nous essayons de l'automatiser mais cela prend du temps.» Le tracé parcourt deux pays sur 8 jours et 7 nuits, inclut le

transport des bagages. Là où Fabienne Marclay perçoit un potentiel de développement, se dessinent pareilles limites. «Nous devons aller plus loin encore, que le client puisse choisir sa cabane, inclure le transfert depuis l'aéroport. Mais en tant qu'association, il est difficile de mettre en place ce type de services. Un tour-opérateur devrait prendre le relais.»



La promotion du Tour des Dents du Midi contribue à faire de ce massif un emblème pour Champéry et sa région.

Eric d'Hérouville/ldd



«Ce genre de produit sécurise le randonneur encore peu familier au milieu alpin.»

Fabienne Marclay
Prés. Assoc. Tour des Dents du Midi

Système de réservation envié

Parmi les 27 tours pédestres en Valais soutenus par l'association Valrando, le Tour du Mont-Blanc est le seul à proposer un système de réservation direct, en ligne depuis juillet 2012. «Positif à tout niveau, tant pour les internautes que les gestionnaires des hébergements concernés», confirme Eric Thiollière, accompagnateur en montagne et référent du projet Autour du Mont-Blanc. L'année 2014 devrait voir un chiffre d'affaires supérieur à 850 000 euros. Une machine bien rodée, vu que le tour existe depuis les années

1950. Le site est traduit en six langues, il existe une application mobile et près de dix organismes proposent le tour sous forme de forfaits. Quant au nombre de personnes qui s'aventurent sur cette boucle de 170 kilomètres durant plus ou moins 10 jours, il s'agit d'une estimation: on parle de 15 000 à 20 000 randonneurs annuels.

La gestion du Tour du Mont-Blanc, qui couvre trois pays et inclut 51 refuges ou gîtes, fait rêver les prestataires suisses. Valrando a déposé un projet Interreg en février visant la création

d'un système de réservation similaire pour l'ensemble des tours valaisans. «Il transiterait par la plate-forme de réservation booking-Valais et inclurait une centaine de cabanes ainsi que des hébergements en agriturismo», explique Angelica Brunner, directrice de Valrando. L'Association hôtelière du Valais, le canton et l'Italie ont déjà confirmé leur soutien au projet; Valrando espère que la Confédération suivra. Des tests seront prochainement effectués sur deux itinéraires pilotes. Le système pourrait être opérationnel en 2016. lb

Journée du marketing hôtelier 2014.



Blog, Twitter, post et pricing astucieux composeront la journée qui se tiendra le **10 septembre 2014** à l'hôtel Lausanne Palace & Spa.

www.STnet.ch/journeehotelier

Le marché disputé de l'absinthe suisse s'explique et cherche des issues. Alors que la justice n'a pas voulu d'une appellation «absinthe» réservée au Val-de-Travers.

ALEXANDRE CALDARA

N e serait-il pas plus simple de protéger «absinthe du Val-de-Travers», comme «raclette du Valais»? La question revient sur les lèvres bleutées. Après le refus la semaine dernière à l'association interprofessionnelle de l'absinthe du Val-de-Travers l'indication géographique protégée IGP «Absinthe», «Fée verte» et «La Bleue» par le Tribunal administratif fédéral (TAF) de Saint-Gall, dans un argumentaire de 118 pages. «Il est clair qu'en localisant l'appellation, on l'obtiendrait plus facilement. Mais cela n'irait pas dans le sens d'une défense optimale des artisans et des traditions du Vallon. Selon nous, les appellations «Absinthe», «Fée verte» et «La Bleue» ne sont pas des génériques», répond Laurent Favre, président de l'association interprofessionnelle de l'absinthe et conseiller national. L'association représentant 16 distillateurs relaye «une très forte déception et beaucoup d'incompréhension».

A l'autre bout du spectre, cette décision donne raison aux recourants français et à au moins trois distillateurs suisses, Morand à Martigny, Absintissimo à Genève et l'Obstinée dans le Val-de-Ruz. Julien Morand déclare: «C'est un grand soulagement de voir enfin une autorité fédérale reconnaître l'évidence du caractère générique du mot «absinthe» et le droit légitime des autres distillateurs suisses à pouvoir l'utiliser. Le bon sens triomphe, mais je suis triste



Le rituel autour de la fontaine à absinthe contribue au mythe du Val-de-Travers.

Guillaume Perret Neuchâtel Tourisme

Une fée sans label

de devoir affronter sur ce sujet des collègues-distillateurs. Nous sommes si peu nombreux que nous ferions mieux de nous serrer les coudes»

Une décision en faveur des recourants français et suisses

Pour Yves Kübler, distillateur de Blackmint et vice-président de l'interprofession du Val-de-Tra-

vers: «Evidemment, nous ne sommes pas très contents que les juges considèrent l'absinthe comme un générique, au même titre que «whisky» ou «vodka». Nous considérons qu'il s'agit de notre patrimoine culturel bénéfique pour l'ensemble de notre région et qu'il faut le protéger». Pour Julien Morand au contraire: «Il s'agit d'un combat perdu d'avance, car pour

obtenir une large adhésion autour d'une IGP, il faut un nom de lieu. En se battant pour une appellation «absinthe Val-de-Travers», ils renforceraient leur appellation. La voie de la sagesse.»

Une assemblée générale extraordinaire des membres de l'Interprofession est convoquée le premier septembre afin de légitimer pleinement la position qui sera

défendue par l'association auprès du Tribunal fédéral ou de l'Office fédéral de l'agriculture. Pour Laurent Favre: «Il s'agit d'évaluer les chances à tête froide avant d'aller de l'avant.»

Le Val-de-Travers, berceau naturel de la grande et petite absinthe, reste largement en tête du volume produit en suisse avec plus de 80% du marché. Donc cette décision ne devrait pas avoir d'incidence sur la concurrence: «Ceux qui voulaient en faire ont déjà essayé et cela reste marginal, il n'y a pas de potentiel de développement», juge Yves Kübler, plus important producteur de suisse.

«Formaliser ce que le marché admet»

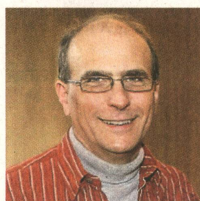
Le chiffre d'affaires de ce jeune marché, existant depuis la législation de la boisson en 2005, reste encore difficile à déterminer, «on peut l'estimer entre 6 et 7 millions, une production d'environ 140 000 bouteilles vendues à pour le moins 40 francs», selon Laurent Favre. Quant au prix de vente des bouteilles étrangères de la République Tchèque, Espagne, France et Allemagne, il ne peut pas selon les spécialistes être beaucoup plus bas en tenant compte de la qualité, de la macération et de la distillation car ces producteurs sont

aussi redevables de la taxe fédérale sur l'alcool à 29 francs par litre d'alcool pur. Il semble pour l'heure que l'importation en Suisse ne rencontre pas un grand succès.

Pour Yves Kübler, à travers l'appellation «il s'agirait de formaliser ce que le marché a admis de facto. Mais il ne faut pas l'oublier, car nous devons durer sur un marché global». Pour lui la seule façon de rester leader est de continuer les recettes perpétuées dans la région, notamment par sa famille depuis 1863: «Nous travaillons avec des plantes et des agriculteurs d'ici, le goût de notre terre est authentique.»

Pour Julien Morand, sa maison a acquis une légitimité sur le produit depuis 1889: «Nous ne voulons pas nous priver d'éventuels nouveaux marchés, par exemple américain». Le distillateur valaisan juge la diffusion de la boisson «catastrophique, seul un ou deux bistrots par ville jouent le jeu de proposer plusieurs absinthes à leurs clients. Il faudrait que nous travaillions ensemble pour mettre en valeur l'appellation.»

Alors qu'Yves Kübler et Laurent Favre pensent que la grande majorité des consommateurs et des professionnels de la restauration connaissent les spécificités de l'absinthe du Val-de-Travers.



Questions à

Matthias Von Wyss

Directeur de l'Hôtel de l'Aigle, 3 étoiles, à Couvet et de l'entreprise touristique Goût & Région.

Matthias Von Wyss, le tourisme lié à l'absinthe vous semble-t-il florissant au Val-de-Travers? Pour l'heure, il ne génère pas un flux important de touristes. Mais nous devons nous démarquer, renforcer notre rôle d'outsider situé dans une vallée au bout de la Suisse.

Comment y parvenir?

En évoquant un endroit mystérieux, féérique. Par exemple, avec notre tour des fontaines froides, où dans la forêt on déniché la boisson.

Cela vous semble compliqué...

Oui car il ne faut pas infantiliser le propos. De plus cela reste un produit de niche, qui concerne pour l'heure principalement le marché suisse. Et en même

temps, il s'agit d'un alcool. Il faut arriver à le thématiser, sans en faire l'apologie. Il nous reste de la marge.

Vous avez de nouvelles idées?

On trouve des pistes dans «Le potentiel touristique de l'absinthe au Val-de-Travers», un travail de Mathieu Jelmini dans le cadre de son Masters à l'Institut Kurt Bösch. Il parle du Val-de-Travers comme le lieu du goût original. On devrait parvenir à dire: celui qui veut connaître la bonne absinthe doit la déguster au Val-de-Travers. Pas dans un bar à Soleure, même si on n'y sert pas de la mauvaise absinthe.

Le produit en tant que tel, les bouteilles d'absinthe que vous

commercialisez à travers Goût & Région se vendent bien...

Oui il s'agit d'un revenu non négligeable pour un petit commerce comme le nôtre. Les touristes repartent volontiers avec un flacon.

La nouvelle maison de l'absinthe devient-elle un lieu incontournable pour vos clients?

C'est un acteur important, qui complète l'offre disponible dans le forfait Pass'Temps. Il s'agit incontestablement d'une bonne référence ethno-scientifique. Mais nos visiteurs recherchent aussi des émotions. Le marché de l'absinthe me semble en phase de saturation. Il faut renouveler la manière d'organiser les dégustations.

aca

www.hotelleriesuisse.ch/reseau_de_consultants

Pour le succès de votre entreprise –
notre réseau de consultants commun

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

actuel – pour vous
forger une opinion
10 semaines
pour 29 francs

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

htr hotel revue

BRITA Professional

AVEC BRITA
JE FAIS LE
MEILLEUR CAFÉ
DE LA RÉGION

Visitez notre stand
à ZAGG Lucerne du
07 au 10 septembre 2014
Hall 2, stand 270

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

hotellerieuisse
Hotel & Restaurant Association

protel

Zweitwohnungen in den Tourismusgebieten



Was tun mit den oftmals wirr gewachsenen Zweitwohnungs-Strukturen? Ein Werk der «frères Chapuisat», die 2012 in Vercorin keine Politik, sondern nur Kunst machten.

den, im nächsten Jahr bereits soll die Steuer in Kraft treten.

Bellwald im Untergoms gehörte wie auch Bürgen und Zermatt zu jenem knappen Dutzend Oberwalliser Gemeinden, die im ersten Halbjahr 2013 den Weg einer Zweitwohnungssteuer ziemlich forsch beschritten. «Wir lösten einen Sturm der Empörung aus», sagt Gemeindepräsident Martin Bittel rückblickend. In kaum einer anderen Gemeinde zeigt sich so deutlich, dass der Protest nicht nur eine Revision der politischen Vorgehensweise – vom Diktat zum Dialog –, sondern auch der politischen Ziele zur Folge gehabt hat.

Keine Zweitwohnungssteuer in Bellwald und Flims-Lax-Falera

«Wenn das revidierte kantonale Tourismusgesetz durchkommt, werden wir auf eine Zweitwohnungssteuer verzichten», sagt Bittel. Für den Sinneswandel führt er mehrere Gründe an. Die Kurtaxenerhöhung im Rahmen des neuen Tourismusgesetzes würde «alle gleich treffen». Zudem würde sie wesentlich mehr Einnahmen generieren als eine Zweitwohnungssteuer. «Gemäss dem Bundesgericht darf die Abgabe nur im tiefen Promillebereich des Vermögenssteuerwertes liegen. Bei unseren Zweitwohnungen, die im Schnitt 140'000 bis 150'000 Franken wert sind, ergäbe dies einen marginalen Betrag.»

Schliesslich begründet Bittel den allfälligen Verzicht auf eine Zweitwohnungssteuer auch damit, dass sie an den «kalten» Betten wenig ändern würde. «Das Bewusstsein dafür, dass «kalte» Betten schlecht sind, ist unter den Zweitwohnungsbesitzern sicher gewachsen, vielleicht vermietet der eine oder andere tatsächlich

Fortsetzung auf Seite 12

Besteuert, nicht gelenkt

Die Gemeinden verabschieden sich von der Idee, mit einer Steuer die Auslastung der Zweitwohnungen zu verbessern. Geplante «Lenkungsabgaben» dienen anderen Zwecken.

ALEX GERTSCHEN

Silvaplana wird wohl eine Ausnahme bleiben. Die Oberengadiner Gemeinde hat im März mit ihrem Sieg vor Bundesgericht eine Schneise für kommunale Zweitwohnungssteuern geschlagen, weshalb eine solche demnächst auch andernorts eingeführt werden wird. Doch während Silvaplana damit explizit die Auslastung der Zweitwohnungen verbessern will, verabschieden sich andere

Gemeinden von dieser Idee. Sie wollen vielmehr eine breitere abgestützte Finanzierung des lokalen Angebots – zweckgebunden oder auch nicht.

Bürgen und Zermatt setzen im zweiten Anlauf auf den Dialog

Bürgen im Oberwallis ist eine jener Gemeinden, die bei der Einführung einer Zweitwohnungssteuer am weitesten fortgeschritten sind. Laut Gemeindepräsident Philipp Zenhäusern ist das Reglement im Juni aufgelegt worden, im September sollen die mittlerweile eingegangenen Einsprachen bereinigt werden. «Läuft alles wie erhofft, werden wir die Lenkungsabgabe Anfang 2015 in Kraft setzen können», sagt er.

Es ist dies der zweite Versuch, eine Zweitwohnungssteuer einzuführen. Der erste war letzten Sommer wenige Wochen nach der Bekanntgabe entsprechender Pläne zurückgezogen worden. Es habe eine veritable «Einsprachenflut» gegeben, erzählt Zenhäusern.

Aus diesem Grund hat die Gemeinde die Zweitwohnungsbesit-

zer bei der Erarbeitung des neuen Entwurfs stärker mit einbezogen und materiell nachgebessert. Die Steuer beläuft sich auf 1,2 statt 1,8 Prozent des Katasterwertes, und neu ist eine maximale Belastung von 1200 Franken pro Jahr festgesetzt worden. Ein weiteres Zugeständnis war, dass rund ein Drittel der Einnahmen zweckgebunden ist und ins touristische Angebot fliessen muss.

«Wir haben berechnet, dass uns eine Zweitwohnung im Schnitt pro Jahr 500 Steuern einbringt, aber rund 1200 Franken kostet. Die Vertreter der Zweitwohnungsbesitzer haben verstanden, dass dieses Missverhältnis behoben werden muss», sagt Zenhäusern. Er rechnet mit Zusatzeinnahmen von gut 400'000 Franken, was fast 10 Prozent der bisherigen Gemeindeeinnahmen entspräche.

Indem die Kurtaxe von der Steuer abgezogen werden könnte,

«Wir lösten unter den Zweitwohnungsbesitzern einen Sturm der Entrüstung aus.»

Martin Bittel
Gemeindepräsident Bellwald

würde laut Zenhäusern ein Anreiz zur Vermietung gegeben. «Aber ich erwarte dadurch nicht einen «Wow, jetzt vermieten wir»-Effekt», sagt er.

Auch der Zermatter Gemeindepräsident Christoph Bürgin glaubt «nicht so recht» daran, mit einer Zweitwohnungssteuer mehr «warme» Betten erzielen zu können.

«Wer zwei, drei Millionen für sein Chalet bezahlt, wird es nie vermieten», sagt er. Hinzu komme, dass eine verstärkte Bewirtschaftung der Zweitwohnungen «eine Riesenkonzurrenz» für die Hotels bewirken könne. «Als Hotelier wäre ich jedenfalls dagegen», sagt Bürgin, der selber ein ausgebildeter

Hotelier ist. Ein Schelm, wer sich nicht vorstellen kann, dass der Gemeindepräsident diesen wichtigen Wirtschaftszweig verärgern will.

Dennoch plädiert Bürgin für eine Zweitwohnungssteuer – mit einem ähnlichen Argument wie Philipp Zenhäusern: «Die Zweitwohnungsbesitzer profitieren von öffentlichen Dienstleistungen und Infrastrukturen, indem sie sie benutzen sowie über die Wertsteigerung ihres Objektes.»

Zermatt hat laut Bürgin nach den negativen Erfahrungen in Bürgen mit der Einführung der Steuer zugewartet, damit sich die Zweitwohnungsbesitzer organisieren konnten. Im September soll ein erstes gemeinsames Gespräch stattfinden.

Martin Bittel

RhoneZeitung Oberwallis

Kommission will Umwandlung von Hotels verbieten

Die ständerätliche Kommission für Umwelt, Raumplanung und Energie hat am Montag ihre Empfehlungen für das Zweitwohnungssteuergesetz veröffentlicht. Dieses wird voraussichtlich im September vom Ständerat und im Dezember vom Nationalrat behandelt. Die Kommission beantragt unter anderem die Streichung der Regelung, wonach seit mindestens 25 Jahren betriebene Hotels in Zweitwohnungen umgewandelt werden können. Hingegen befürwortet sie beim Bau von Zweitwohnungen, die zur langfristigen Betriebssicherung nötig sind, eine Lockerung des bundesrätlichen Entwurfs: Deren Anteil an der Hauptnutzfläche soll von 20 auf 33 Prozent erhöht werden. axg

Die Schweizer Fachmesse für Gastgewerbe, Hotellerie & Gemeinschaftsgastronomie Luzern

ZAGG

1000 SINNE

Ihre Sinne werden Augen machen

7. BIS 10.9.2014
MESSEHALLEN
MESSE LUZERN

KOPAS-Ausbildung

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in Hotellerie und Gastgewerbe

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

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

BOMMER + PARTNER
TREUHANDGESELLSCHAFT
Bern

VERTRAUEN IST UNSER GESAMT

«Treuhand aus Leidenschaft ... für unsere Kunden»

www.bommer-partner.ch

Treuhandspezialisten für Hotellerie und Gastgewerbe

ANZEIGE

swiss hospitality solutions

Ihr Partner!
für Yield- und Revenue Management

Fortsetzung von Seite 11

zusätzlich. Aber das ist eine kleine Minderheit», sagt er, der hauptberuflich eine Vermietungsagentur von Ferienwohnungen führt.

Aufgrund eines neuen Tourismusgesetzes, das auf Anfang 2015 in Kraft treten wird und unter den Zweitwohnungsbesitzern für Unmut gesorgt hat, sind Flims, Laax und Falera auch schon als Beispiele dafür angeführt worden, dass die Gemeinden ihre Zweitwohnungen verstärkt besteuern. Völlig falsch ist dies nicht. Die Destinationsmanagement-Gesellschaft (DMO) Flims-Laax-Falera wird durch die in den drei Gemeinden vereinheitlichte Abgabe 3 Mio. Franken pro Jahr zusätzlich erhalten. Davon bezahlen die Zweitwohnungsbesitzer gut 1,8 Mio. Das Jahresbudget der DMO steigt dadurch von 4,3 auf 7,3 Mio. Franken.

Zweitwohnungssteuer im Kanton Bern wohl erst ab 2016 möglich

Dennoch wäre es falsch, von einer Zweitwohnungssteuer zu sprechen. «Auch die Einwohner, die Hotellerie und das Gewerbe werden von der Steuer erfasst», sagt Daniel Fischer, der Verwaltungspräsident der DMO. Die Ausweitung der Finanzierungsbasis sei bereits bei der Gründung der DMO 2011 ein strategisches Ziel gewesen. Fischer schliesst nicht aus, dass die stärkere Be-

steuerung der Zweitwohnungen einen Anreiz für die zusätzliche Vermietung schafft. Ein strategisches Ziel sei dies aber nicht: «Wir wollen niemanden bevormunden und müssen ein Stück weit akzeptieren, dass die Bereitschaft zur Vermietung allgemein gering ist.»

Hingegen hofft Fischer, die Zweitwohnungsbesitzer dereinst für eine strategische Partnerschaft zu gewinnen. «Es wäre grossartig, wenn sich ihre IG als Aktionärin an der DMO beteiligen würde», sagt er. Doch zuvor müssten sich die Gemüter etwas abkühlen. Und die Zweitwohnungsbesitzer müssten sich besser organisieren und ihre «strategischen Absichten schärfen».



«Die geringe Bereitschaft zur Vermietung müssen wir ein Stück weit akzeptieren.»

Daniel Fischer
VR-Präsident Flims-Laax-Falera

Während im Wallis und in Graubünden die spezifische Besteuerung von Zweitwohnungen bereits möglich ist,

erarbeitet der Kanton Bern dafür die rechtliche Grundlage. Laut Daniel Wachter, dem Vorsteher des Amtes für Gemeinden und Raumordnung, dürfte die laufende Revision des Baugesetzes 2016 in Kraft treten. Sofern die Ermächtigung zur Erhebung einer Zweitwohnungs-«Lenkungsabgabe» als einer von rund 20 Revisionspunkten Bestand haben wird, werden die ersten Gemeinden wohl in gut drei Jahren die neue Steuer einführen. Eine Zweckbindung sieht der Revisionsentwurf nicht vor.

Thomas Egger, der Direktor der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB),

hat die Hoffnung auf eine bessere Zweitwohnungs-Bewirtschaftung noch nicht begraben. Die erwähnten Beispiele sind ihm bloss Beleg dafür, dass die Vermietungsbereitschaft der Besitzer in touristisch stark entwickelten Destinationen geringer ist als anderswo. «In strukturschwachen Regionen sind die Besitzer nicht Feriengäste, sondern abgewanderte Einheimische. Diese lassen sich vermutlich einfacher gewinnen für Bewirtschaftungsprojekte.»

Egger belässt es nicht bei dieser Mutmassung, sondern macht die Probe aufs Exempel: Die SAB beteiligt sich an einem Pilotprojekt in der Leventina, das in diesen Wochen lanciert und bis Ende 2015 dauern wird. Das Ziel ist es, das bestehende Übernachtungsangebot zu «aktivieren». Dazu sollen die Zweitwohnungen stärker ins Gesamtangebot und Marketing eingebunden werden. Ihren Gästen stünden dann auch Dienstleistungen der wenigen Hotels im Tal zur Verfügung. Die Hoffnung, sie stirbt auch im Fall der kalten Betten zuletzt.

Eine Zweitwohnung und anderes Kunstschaffen in Vercorin

Dieser «fokus» wird illustriert durch Aufnahmen aus Vercorin. Auf Einladung der Vereinigung «R&Art» erobern jedes Jahr neue Künstler den öffentlichen Raum des Walliser Feriendorfs mit ihren Werken. Die schwindelerregende Holzkonstruktion der Genfer «frères Chapuisat» auf Seite 11 heisst... «Résidence secondaire».

www.r-art.ch

Ähnliche Anzahl Wohnungen wird effektiver vertrieben

Das Interesse der Zweitwohnungsbesitzer an einer Vermietung ist und bleibt wohl gering. Dafür sorgt der wachsende Online-Vertrieb für eine grössere Sichtbarkeit.

ALEX GERTSCHEN

Eine Familie, die im September in Grindelwald ein Wochenende verbringen will, erhält über Booking.com 9 Hotels, 1 Pension, 1 Bed and Breakfast, 2 Gasthöfe und 3 Hostels angeboten. In Zermatt sind es 32 Hotels, 12 Apartments und 2 Hostels, in Scuol 10 Hotels, 1 Apartment, 1 Bed and Breakfast, 2 Gasthöfe und 1 Hostel. Die im «fokus» festgestellte geringe Vermietungsbereitschaft von Zweitwohnungsbesitzern spiegelt sich in dieser kleinen Stichprobe und lässt vermuten: Ferienwohnungen sind auch im Jahr 2 nach Annahme der Zweitwohnungsinitiative keine spürbare Konkurrenz für die Hotellerie. Der Online-Vertrieb könnte dies aber ändern.

«Die Anzahl online buchbarer Objekte steigt, weil immer mehr Vermieter merken, dass sie sonst nicht gefunden werden», sagt Dani Koller, der Geschäftsführer des Vertriebsportals e-domizil. Die Nachfrage wachse, die Buchungen im laufenden Jahr lägen 25 Prozent über dem Vorjahr.



Ein Metroplan für Vercorin? Oder der Anschluss des Dorfs ans Internet? «Street Painting #5» von Lang/Baumann, 2010. R&Art

Martin Werlen, der Geschäftsführer der Yield-Management-Firma Bocco Group, hat von Kunden noch keine Klagen über eine gewachsene Konkurrenz durch Ferienwohnungen erhalten. Aber für ihn ist klar, dass

Portale wie Airbnb, Wimdu oder Housetrup den Hotels «Business wegnehmen». Vom dynamischen Geschäft zeuge, dass Booking.com mit www.villas.com ein neues Portal eigens für Ferienwohnungen lanciert habe. ax

ANZEIGE

DER MILESTONE 2014 AUF ZU NEUEN HÖHEN

Der MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz ehrt jedes Jahr die herausragendsten Projekte und Persönlichkeiten der Tourismuslandschaft Schweiz.

Reichen Sie jetzt Ihr Projekt ein: www.htr-milestone.ch

ANMELDESCHLUSS: 29. AUGUST 2014



Der MILESTONE, Tourismuspreis Schweiz wird von der htr hotel revue und hotellerieuisse verliehen und vom SECO im Rahmen des Innotour-Förderprogramms unterstützt. Der MILESTONE steht unter dem Patronat des Schweizer Tourismus-Verbands.

innovation
tourism

htr hotelrevue

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Patronat
STV, FST
Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione svizzera del turismo
Federaziun svizra dal turissem

Eventpartner
ROSLER ROTARENE
LAUSANNE

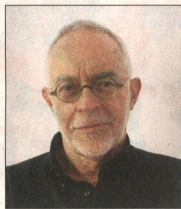
Gäste, die mitreden wollen

Besser, aber noch nicht gut: So beschreiben zwei Vertreter der Zweitwohnungsbesitzer das Verhältnis zu den Gemeinden.

MELANIE ROTH



Es kommt auf die Perspektive an – auch beim Thema der Zweitwohnungen. Nur vom Verkehrsbüro aus ergeben die Aluminiumblätter, die Felice Varini 2009 auf Vercorins Häuser klebte, die stimmigen Kreise. Wer den Standort wechselt, sieht ein verzerrtes Gefüge. R&A



Der 68-jährige **Heinrich Summermatter** ist Präsident der Allianz Zweitwohnungen Schweiz. Die Allianz vereint Organisationen aus 24 Destinationen mit total 15 000 Mitgliedern. Summermatter wohnt in der Nähe von Bern und hat seit 35 Jahren ein Chalet an der Lenk.

Hat sich das Verhältnis zwischen den Zweitwohnungsbesitzern und den Gemeinden in jüngster Zeit verbessert?

Ganz schlecht war es nie. Zwar standen wir wegen einer kommunalen Kurtaxe schon vor Verwaltungsgericht und haben verloren. Damit es nicht in einem Dauerkrieg endet, haben wir die Sache nicht ans Bundesgericht weitergezogen. Es geht ja nicht um die Kurtaxe an sich. Was uns am meisten stört, ist, dass wir nicht mitreden können, wie das Geld eingesetzt wird. Zur Lenk Simmental Tourismus AG haben wir deshalb ein eher gespanntes Verhältnis. Wir kommen gut miteinander klar, der Haussegen hängt aber noch etwas schief, weil der Verwaltungsrat uns in der Entscheidungsfindung nicht dabei haben will.

Welche Massnahmen können das Verhältnis verbessern?

Ganz einfach, man muss zusammensitzen und darüber reden, wer was bezahlt. Ein Zweitwohnungsbesitzer soll selbstverständlich alles zahlen, was er verursacht – das macht er über die Steuern. Die Kurtaxe ist schon ein Grenzfall, eine zusätzliche Lenkungsabgabe noch einmal ein anderes Thema.

Was halten Sie davon, dass das Bundesgericht Silvaplanas Steuer zur verstärkten Zweitwohnungs-Bewirtschaftung gebilligt hat?

Das ist eine eigentumsfeindliche Haltung des Gerichts. Tourismuswissenschaftlich ist es total daneben. Jemanden, der kein Mitspracherecht hat, zusätzlich zu besteuern, um etwa die Hotellerie zu unterstützen, ist abstrus. Es geht nicht allen Tourismusregionen gut, jetzt hat man uns als Milchkuhe entdeckt.

Welche Auswirkungen erwarten Sie für mögliche Lenkungsabgaben in Ihrer Destination?

Das Thema ist im Kanton Bern sehr konkret, gerade läuft die Vernehmlassung. Eine zusätzliche Steuer wäre für die Stimmung sehr schlecht. Ich höre heute schon Reaktionen wie: «Dann berücksichtigen wir das einheimische Gewerbe nicht mehr und kaufen zu Hause ein». Ich bin dagegen, so zu denken, habe aber auch Verständnis dafür. So werden Gäste vergraut, die immer wieder kommen, auch bei schlechtem Wetter.

Vermieten Sie Ihre Zweitwohnung?

Nein. Ich besitze ein spezielles Chalet mit mehreren Wohnungen, die ich vermiete, aber meine eigene vermiete ich nicht. Gesamtschweizerisch vermieten vielleicht 20 Prozent unserer Mitglieder ihre Wohnung.

Stellen Sie in Ihrer Destination eine vermehrte Vermietung von Zweitwohnungen fest?

Überhaupt nicht. Die meisten Ferienwohnungen wurden gebaut für den Eigenbedarf. Wenn man vermieten will, richtet man sie von Beginn weg anders ein. Wenn nicht, wird sie meist familienintern benutzt. Dazu kommt, dass die meisten Besitzer in der Hauptsaison vor Ort sind – vermieten Sie mal eine Ferienwohnung in den Bergen in der Nebensaison, wenn im Ort tote Hose ist...

Wie entwickelt sich Ihre Organisation?

Wir konnten dank der Organisation in den letzten zwei Jahren mehr erreichen. Vorher wurden viele Nacht- und Nebel-Aktionen veranstaltet, heute sind wir vernetzt und professioneller geworden. Es braucht die Allianz immer mehr.



Der 47-jährige **Burkhard Lücking** ist Vorstandsmitglied der Association des Propriétaires de Chalets et Appartements de Verbier, die der Allianz Zweitwohnungen Schweiz angehört. Lücking wohnt in Bochem und verbringt pro Jahr zwei bis drei Monate in Verbier, wo seine Familie seit 1978 eine Wohnung hat.

Unser Verband hat eine 40-jährige Tradition. Zu Beginn herrschte ein feindseliges Verhältnis, man beschimpfte sich. Seit etwa zehn Jahren bemühen wir uns im Vorstand um einen vorsichtigen Dialog, die Beziehung hat sich dadurch deutlich gebessert. Es ist aber immer noch schwierig. Das Verständnis dafür, dass wir ein touristischer Partner sind, fehlt. Man verträgt sich, aber politisch will man uns nicht mitreden lassen. Ich verstehe die Skepsis auch irgendwie, die Zweitwohnungsbesitzer haben sich verändert, von Familienbesitzern mit kleinen Wohnungen zu Besitzern von 2-Millionen-Chalets.

Mir fehlt die Frage: Liebe Stammgäste, was müssen wir tun, damit ihr öfter kommt? Vielen ist der Aufenthalt zu teuer für das Gebotene: den Empfang, die Freundlichkeit, den Servicegedanken. Verbier ist stark vom Winter geprägt. Man sagt immer wieder, die Saison werde verlängert, aber es geschieht nichts.

Die Abgabe von Silvaplanas halte ich nicht für richtig. Es gibt bessere Beispiele, zum Beispiel Zuoz, wo die Besitzer mitgestalten und bewusst mitfinanzieren. Ich hoffe, dass das Urteil nicht zu weiteren Gemeinden mit solchen Abgaben führt.

Die Gemeindeversammlung hat mit grosser Mehrheit entschieden, von zusätzlichen Steuern abzusehen, und der Gemeindepräsident hat dies in einem öffentlichen Brief nochmals bekräftigt. Das lag vielleicht auch daran, dass wir Druck gemacht hatten. Ein, zwei Hardliner unter den Einheimischen waren der Meinung, man komme um diese Abgabe nicht herum. Sie haben Angst, obwohl es Verbier gut geht. Dabei vergessen sie, dass Privatleute in den letzten Jahren Milliarden investiert haben und die Grundlage für den Reichtum hier sind.

Wir nutzen unser soziales Netzwerk an Verwandten und Bekannten und stellen sie zur Verfügung. Mit Agenturvermietungen haben wir schlechte Erfahrungen gemacht, wie viele andere übrigens auch.

Das Gegenteil passiert. Was in den letzten 15 Jahren gebaut wurde, ist nie auf dem Mietmarkt angekommen. Eine Ferienwohnung von über zwei Mio. Franken vermieten Sie nicht. Viel Geld kann man mit der Vermietung auch nicht machen. Der Markt funktioniert nicht mehr so, dass etwas gemietet wird, nur weil es angeboten wird.

Unser Online-Angebot wird zahn genutzt, aber die knapp 1000 Mitglieder sind eine grosse Anzahl. An der GV nehmen immer mehr teil, weil mittlerweile auch Gemeindevertreter anwesend sind, die Sache offizieller ist. Die Mitglieder fragen sehr engagiert, es ist ganz klar ein Bedürfnis für den Austausch da.

ANZEIGE



Swiss Distribution Day 2014



Philipp Fiederle
GENERATION Y



Dr. Luca Graf
Head of Online & Direct Sales
Swiss International Air Lines Ltd.



Michael Toedt
CEO Toedt, Dr. Seik & Co. GmbH



Stephan Klapproth
Journalist, Moderator und
Infotainer

NEXT GENERATION DISTRIBUTION!

CHANCE FÜR DEN EIGENVERTRIEB DANK SEARCH, SOCIAL & MOBILE

4TH SWISS DISTRIBUTION DAY

Dienstag, 2. September 2014

Mövenpick Hotel, Zürich-Regensdorf

Die horrend schnelle Entwicklung der globalen digitalen Welt fordert Hotellerie und Tourismus weiter stark heraus. Schlagkräftige Marketing- und Sales-Strategien und der Umgang damit für die Branche werden aufgezeigt. Der Umsatz durch elektronische Verkaufskanäle steigt ständig und gleichzeitig wächst auch die Informationsflut über innovative Produkte. Big Data, strategisches MICE Management oder Meta Search sind einige Themen, über die detailliert informiert wird. Ausserdem werden die Online-Feedback-Plattformen bei der Wahl der nächsten Ferien- und Hotelaufenthalte thematisiert – wie immer mit entsprechenden Tipps, wie man effektiv und erfolgreich mit ihnen umgeht.

ANMELDUNG UND INFORMATION

www.distributionday.ch

SWISS DISTRIBUTION DAY

c/o HSMA Hotel Sales & Marketing
Services GmbH & SHS Swiss
Hospitality Solutions AG
Steinbruchstrasse 30a, 8810 Horgen
Telefon +41 (0)44 718 48 00

welcome@distributionday.ch
www.distributionday.ch

Presenting-Partner



Gold-Partner



Silber-Partner



Bronze-Partner



Konferenz-Partner



Medien-Partner



Networking-Partner



Noch hält sich der Markt

Finanziert der Zweitwohnungsverkauf Hoteliers künftig noch Investitionen oder den Ausstieg? Die Antwort hängt von der Politik ab – und vom Markt und dem Zeithorizont.

ALEX GERTSCHEN

In diesen Wochen wird die Frage, ob sich Hoteliers Investitionen oder den Ausstieg aus dem Markt mit dem Verkauf von Zweitwohnungen finanzieren können, vorab als politische behandelt. Auf einem anderen Blatt steht geschrieben, ob es für Zweitwohnungen überhaupt eine entsprechende Nachfrage gibt. Die verkürzte Antwort lautet: In der kurzen und mittleren Frist stehen die Chancen dafür nicht schlecht, doch dürften sie längerfristig schwinden.

Insgesamt positive Entwicklung der Preise in Tourismuskantonen

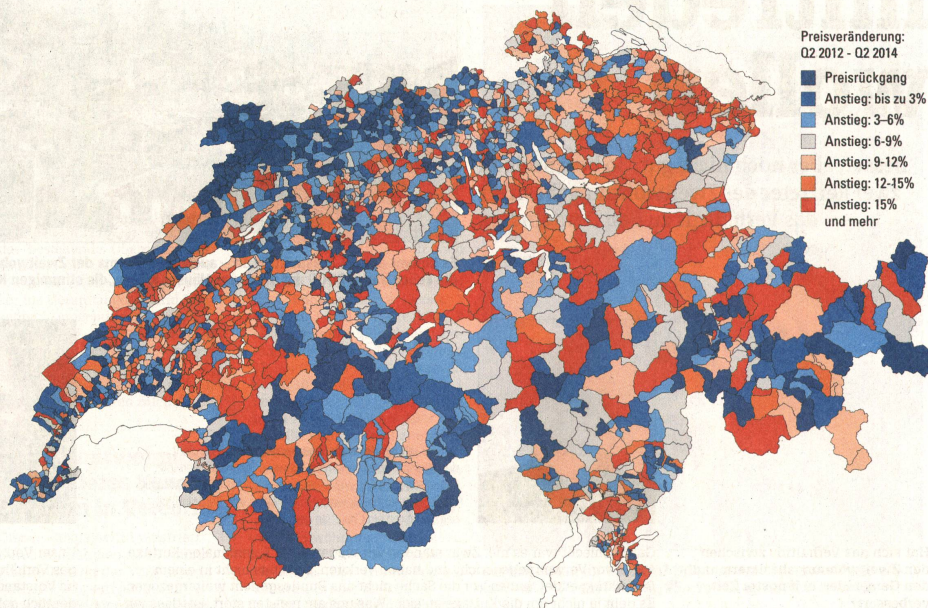
Für Robert Weinert von der Beratungsfirma Wüest & Partner ist klar, dass der Markt «lebt». Das gilt insbesondere für das Tessin, das Berner Oberland und – mit Ausnahme des «hochpreisigen» Oberrheingebiets – für Graubünden. Nur im Wallis sei das Angebot zu-

letzt so stark gewachsen, dass zusätzliche Objekte auf eine geringe Nachfrage treffen würden.

Weinert begründet diese Einschätzung unter anderem mit der Preisentwicklung. Von 22 ausgewählten alpinen Tourismusgemeinden haben seit der Annahme der Zweitwohnungsinitiative im März 2012 nur deren drei einen Rückgang erfahren. Mit St. Moritz, Bagnes (Verbier) und Saanen (Gstaad) handelt es sich dabei um Gemeinden mit sehr hohem Preisniveau (vgl. Grafik unten).

Weinert glaubt nicht, dass die insgesamt positive Preisentwicklung ein Strohfeuer ist, das durch die Furcht vor einer Verknappung ausgelöst wurde. «Die zu erwartende Verbesserung des motorisierten Individualverkehrs und des öffentlichen Verkehrs zum Beispiel wird die Nachfrage auch mittelfristig stimulieren», sagt er. Allerdings will der Immobilienexperte sein für viele Hoteliers erfreuliches Urteil relativiert wissen: Die Chancen für den Zweitwohnungsverkauf hängen letztlich von vielen Faktoren ab, so auch von der genauen Lage des Betriebes innerhalb der Gemeinde.

Eine Untersuchung von Wüest & Partner hat laut Weinert zutage gefördert, dass schweizweit nur etwas mehr als 20 Prozent der Hotels an guter bis sehr guter Lage stehen. In den Kantonen Bern und Tessin wird dieser Durchschnitt um rund 5 Prozent übertroffen. Das Wallis liegt knapp 2 und Graubünden rund 5 Prozent unter ihm.



Dunkelblau eingefärbt – und damit im Minus – ist im Alpenbogen nur eine relativ kleine Minderheit der Gemeinden. In der grossen Mehrzahl sind die Eigentumspreise seit der Annahme der Zweitwohnungsinitiative angestiegen.

Wüest & Partner

Auffällig ist, dass Betriebe mit maximal fünf Mitarbeitern in einigen Kantonen deutlich öfter gute

Lagen aufweisen. Weinert erklärt sich dies mit der Entstehung der Hotellerie: «Oft waren die ersten Betriebe eher klein, und natürlich waren zu Beginn mehr gute Lagen verfügbar.» Bedenkt man, dass Kleinbetriebe überdurchschnittlich häufig wirtschaftliche Probleme haben, ist die Wahrscheinlichkeit einer künftigen Umwandlung in Zweitwohnungen umso grösser. Dies legen zumindest die Anreize der Hotelbetreiber nahe.

Mehrere Gründe für langfristigen Nachfrageschwund

Laut der geltenden Verordnung steht die Umwandlung solcher Hotels offen, die seit mindestens 25 Jahren betrieben werden und «ohne Verschulden des Besitzers nicht mehr wirtschaftlich weitergeführt werden» können. Auch der bundesrätliche Gesetzesentwurf enthält diese Möglichkeit.

Allerdings erfüllen keineswegs alle problemgeplagten Betriebe diese Bedingungen. Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) hat seit Anfang 2013, als die Verordnung in Kraft trat, ein Dutzend Gutachten zu dieser Frage erstellt. «In einem nicht unwesentlichen Teil der Fälle kamen wir zum Schluss, dass keine unverschuldete Unwirtschaftlichkeit

vorlag», sagt SGH-Direktor Philippe Pasche. Konkrete Zahlen will er nicht nennen.

Pasche mag sich nicht zu einer Schätzung verleiten lassen, wie gross der Anteil der Hotels ist, die mutmasslich für eine vollständige Umwandlung infrage kommen. Eines aber steht für ihn fest: Die

Nachfrage nach Zweitwohnungen ist «nicht so wie erhofft und erwartet». Dies lehren ihn zwei von der SGH begleitete Projekte in der Destination Flims-Lax-Falera und im Berner Oberland.

Damit will Pasche nicht sagen, dass diese Finanzierungsform – eine Annahme des Gesetzesentwurfs vorausgesetzt – ausgedient hat. «Sofern Zweitwohnungen dem Hotelbetrieb Synergien ermöglichen und als Eigenfinanzierung angerechnet, nicht zum Stopfen von Betriebsverlusten verkauft werden, werden sie für gewisse Hotels eine valable

Finanzierungsquelle bleiben», meint er.

Bloss: Flächendeckend dürfte dies laut Christian Laesser von der Universität St. Gallen immer weniger gelten. Der Ökonom sagt aus mehreren Gründen einen strukturellen Nachfrageschwund nach Zweitwohnungen voraus. Ein erster sei der demografische Wandel:

«Die jüngere Generation zeigt weniger Interesse an Immobilienbesitz.» Ein zweiter sei die Globalisierung: «Die geografische Mobilität der Menschen steigt auf dem Arbeitsmarkt und im Ferienverhalten.» Beide Entwicklungen wirkten dem Kauf von Zweitwohnungen entgegen. «Auch das zunehmend ausgetrocknete

Geschäft mit der Verwaltung von Schwarzgeldern und die Wahrnehmung einer gestiegenen Rechtsunsicherheit in der Schweiz dämpfen die Nachfrage», meint Laesser.



«Nur im Wallis bewirkt grosses Angebot geringe Nachfrage nach neuen Objekten.»

Robert Weinert
Immobilienexperte Wüest & Partner

Herzliche Gratulation!



Diplomierte der Hotel-Tourismus-Handelschule hotellerieuisse

Noss Spiez und Minerva Aarau, Basel, Bern – Diplomfeier vom 15. August 2014

Minervaschulen Aarau, Basel und Bern
Grieder Laura, Hotel Euler, Basel
Kammermann Vanessa, Hotel Waldhorn, Bern
Kobel Olivia, Hotel Ador, Bern
Lachat Kim Sara, Hotel Basel AG, Basel
Lamaa Sami, Dorint Hotels & Resort AG, Basel
Lisi Alessandro, Hotel Metropol Basel, Basel
Maeder Pascale, Hotel Arc-en-ciel, Gstaad
Marfurt Sarah, HOTELBERN, Bern
Müller Dario, Hotel Kreuz, Bern
Rutschmann Nicolai, Hotel Courtyard by Marriott Basel, Pratteln
Speiser Anuj, Hotel Metropol Basel, Basel
Tellenbach Brigitte, Hotel Krone, Thun
Weichhart Mia Carla, Hotel Lenkenhof AG, Lenk LS
Woigk Benjamin, Radisson Blu Hotel Basel, Basel

Noss Spiez
Anliker Eva, Hotel Ambassador & SPA, Bern
Gallati Daniel, Backpackers Villa Sonnenhof, Interlaken
Hari Larissa, Parkhotel Bellevue AG, Adelboden
Kaufmann Anja, Hotel Kirchbühl, Grindelwald
Nogueira Thuner Michael, City Hotel Oberland, Interlaken
Schreiber Hannah, Hauenstein Immobilien AG, Solbad Hotel, Sigriswil

hotellerieuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.
Monbijoustrasse 130
Postfach
CH-3001 Bern
Telefon +41 31 370 41 11
Telefax +41 31 370 44 44
welcome@hotellerieuisse.ch
www.hotellerieuisse.ch

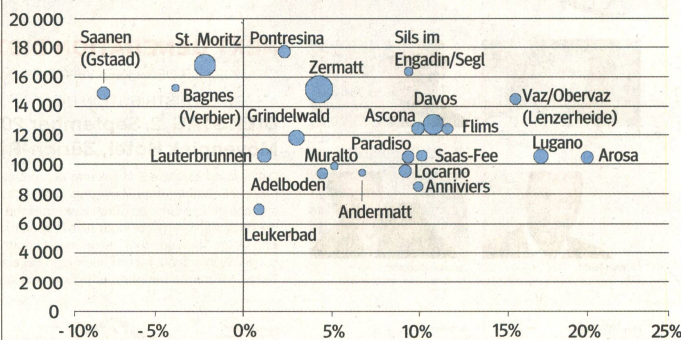
Bildungspartner von hotellerieuisse:

NOSS

MINERVA
Eine Schule der Kantonen Bildungsgruppe Schweiz

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association
Hotel-Tourismus-Handelschule

Nur St. Moritz, Gstaad und Verbier verlieren



Preisentwicklung in Andermatt sowie den wichtigsten Tourismusgemeinden der Kantone Bern, Graubünden, Tessin und Wallis (gemessen an den Logiernächten) seit dem Frühjahr 2012. Wüest & Partner

Die Qualitätsstandards für eine gesunde Gemeinschaftsgastronomie werden um konkrete Handlungsempfehlungen für die Schule ergänzt. Verbindlich sind diese aber nicht.

GUDRUN SCHLENCZEK



Obst und Vollkorn statt süsse Snacks: In Schweizer Schulen soll gesund gegessen werden. Das strebt die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung an. Picture-Factory/Fotolia.com

Tipps für gesunde Schulkost

Das Schulkinder ausschliesslich zu Hause oder bei den Grosseltern zu Mittag essen, ist immer weniger der Fall. Immer mehr Schulen offerieren Tagesstrukturen und damit den Lunch für die Sprösslinge gleich mit. Die Wachstumsraten in der Schulpflege sprechen für sich: Sie liegen im zweistelligen Bereich. Damit kommt den Schulen auch eine wachsende Bedeutung in Sachen gesunder Ernährung zu. Kantone und Gemeinden bieten bereits unterschiedlichste Programme an, wie zum Beispiel eine Zusammenarbeit mit der Label-Organisation «Fourchette verte».

Übergeordneten Charakter für Schulen haben die «Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie». Angegeben sind in diesem 44-seitigen Leitfaden beispielsweise die Portionsgrössen in Gramm pro Lebensmittel für jedes Alter – vom Kindergarten bis zum Schulab-

Der SGE geht es primär um eine Ausgewogenheit des Aufgetischten

Dafür hat das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen nun zusammen mit dem Bundesamt für Gesundheit im Rahmen von «Bildung + Gesundheit Netzwerk Schweiz» eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen. Das erste Treffen fand bereits im Juni statt. Die Arbeitsgruppe soll unter Leitung der SGE in einem ersten Schritt eruieren, welche Angebote bei den Schulen bereits vorhanden sind und diese quanti-

schliesslich qualitativ auswerten. Ziel sei eine konkrete «Umsetzungshilfe» im Sinne einer Checkliste, welche den Verantwortlichen «konkret und pragmatisch» vermittelt, worauf bei der Verpflegung von Schulkindern zu achten ist. Berücksichtigt soll dabei nicht nur Essen und Trinken werden, sondern auch Einrichtung und Ambiente des Speiseraums. Ideen will man sich für das neue Werk auch bei den «Qualitätsstandards für die Schulpflege» der Deutschen Gesellschaft für Ernährung DGE holen.

Überarbeiten will die SGE zusammen mit Gesundheitsförderung Schweiz zudem die «Ernährungsscheibe», welche Heranwachsenden als Ernährungsrichtschnur dient, wie den Erwachsenen die Lebensmittelpyramide. Ergänzen möchte die SGE hier

noch die Bereiche Körperwahrnehmung und Sensorik. «Wir wollen nicht, dass Kinder und Jugendliche Kalorien zählen.» Der Blick auf das Ganze zieht sich wie ein roter Faden durch die Ernährungsphilosophie der SGE: Es geht um Ausgewogenheit und nicht um einzelne Nährstoffe. «Es gibt keine guten und schlechten Nahrungsmittel», so der SGE-Geschäftsführer.

«Wir wollen nicht, dass Kinder und Jugendliche Kalorien zählen.»

Christian Ryser
Geschäftsführer SGE

«Unsere Empfehlungen sind immer lebensmittel- und nicht nährstoffbasiert.»

An Zürcher Schulen fährt man mit Verbindlichkeit und Verboten gut

Damit distanziert sich die SGE klar von sogenannten «Ampel»-Systemen, welche Nahrungsmittel als gesund oder ungesund ausloben oder sogar Ungesundes verbieten. «Verbote sind nicht zielführend.»

Während die Qualitätsstandards der SGE reine Empfehlungen darstellen, sind die Ernährungsrichtlinien für Zürcher Schulen verbindlich. Und diese implizieren – entgegen den Empfehlungen der SGE – durchaus Verbote: Süssgetränke sind an Zürcher Schulen im Ausschank untersagt, nur in Ausnahmefällen ist Saft erlaubt, sonst gilt: Obst essen und zu Wasser oder ungesüßtem Tee als Getränk greifen.

Eine ganze Liste süsser und fetter Snacks dürfen Zürcher Schulen zum Züni nicht offerieren. Marianne Honegger Schnyder vom schularztlichen Dienst verteidigt das System: «Unser Verbot richtet sich nicht an die Schüler, sondern an die Verantwortlichen, also die Organisatoren und Verpfleger.» Da es einfach nichts anderes als Wasser oder Tee zum Trinken mehr gebe, komme es auch nicht zu Diskussionen, so Honegger Schnyder. Eine Vorgabe wie «wenig Süßes» sei zu schwammig und könne dann

auch nur schwer eingehalten werden. Erlaubt ist Süßes jedoch im Rahmen der Ganztagesverpflegung – zwei- bis dreimal pro Woche, entweder als Dessert oder zum Zvieri.

Mit dem Verzicht auf Saft geht die Stadt Zürich auch bei diesem weiter als die SGE, bei der null bis eine Portion Saft pro Tag der Richtwert ist.

Ernährungsberaterin Marianne Honegger Schnyder begründet die Abkehr vom Saft: «Mit Obst nimmt man automatisch nicht so viel zu sich, und der Speichelfluss wird angeregt.» Die seit fünf Jahren bestehenden Zürcher Richtlinien werden neu überarbeitet: Nachhaltigkeit (weniger Fleisch), Regionalität und Saisonalität sollen vermehrt Einzug halten. Die Verbindlichkeit bleibt, diese ist in Zürich innerhalb der Schweiz einmalig.

Qualitätsstandards:

<http://www.gp-gemagastro.ch/>
<http://www.schuleplusessen.de>

PUBLIREPORTAGE

Bürgerpass Saas Fee/Saastal – Bergbahnen inklusive

Neue Gäste gewinnen, Meldemoral steigern und die Basis für effiziente Strategie- und Marketingmassnahmen schaffen. Mit dem Bürgerpass Saas Fee wird genau das erzielt.

«Seit Einführung des Bürgerpasses 2012 konnten wir im Sommer eine positive Entwicklung der Logiernächte feststellen», freut sich Pascal Schär, Geschäftsleiter der Saastal Marketing AG. Gratis-Fahrten im Sommer mit der Bergbahn, 5 Prozent Rabatt auf Skitickets im Winter, kostenlos den Orts-/Skibus oder das PostAuto im Saastal nutzen sind einige der Vorteile für Besitzer des Bürgerpasses Saas Fee. Das Angebot ist attraktiv, die Nutzung einer

Vielzahl der Bergbahnen im Sommer inklusive.

Nicht nur die Gäste profitieren, sondern jeder Leistungsträger. 9 von 10 Vermietern bieten den Bürgerpass an. Die Finanzierung erfolgt über die Logiernächteabgabe, 1300 Leistungsträger sichern die solidarische Breitenfinanzierung. Gleichzeitig ist der Bürgerpass an das Kurtaxenmeldewesen gekoppelt. Saas Fee/Saastal war schweizweit die erste Destination, die den elektronischen Meldeschein flächendeckend eingeführt hat. Dadurch steigt die Meldemoral und die Daten stehen in Echtzeit zur Verfügung. Das heisst auf Tastendruck ist ersichtlich, wie viele Gäste in

der Destination, in Ferienwohnungen oder Hotels sind, woher sie kommen, wie alt sie sind etc. Meldescheine werden bei Ankunft des Gastes im Quartier eingegeben und bequem elektronisch übermittelt.

Ziel ist eine Destinationsübergreifende Karte im Oberwallis. Dadurch werden der Bewegungs- und Aktionsradius der Gäste und die Attraktivität der Region weiter gesteigert. Entsprechend setzen die Destinationen im Oberwallis auf eine gemeinsame technologische Lösung von feratel.

www.feratel.ch
www.saas-fee.ch

Pascal Schär,
Geschäftsleiter Saastal
Marketing AG



Die Expertin weiss Rat

Bewertungen beeinflussen



LESLIE MÜLLER
ist Product Managerin bei STC.
Sie beantwortet an dieser
Stelle alle zwei Wochen
Fragen rund um STC und
deren Dienstleistungsangebot.

Sie kennen es nur zu gut: Ihre Gäste wissen bereits vor ihrer Ankunft über Vorzüge und Mängel Ihres Hotels Bescheid – dank Berichten von Reisenden auf Tripadvisor, Trivago, OTAs oder Holidaycheck. Dabei ist die Glaubwürdigkeit solcher Online-Gästebewertungen hoch. Rund neun von zehn Kunden lassen sich auf der Suche nach einem geeigneten Hotel davon beeinflussen. Höchste Zeit also, das Thema Bewertungen durch aktives Reputationsmanagement selbst in die Hand zu nehmen.

Mein Auftritt auf Bewertungsportalen: Was gilt es zu beachten?

Laut den aktuellsten Studien von TripAdvisor bucht über die Hälfte aller Gäste kein Hotel ohne Bewertungen. Dazu kommt: Bewertungen fallen zu über 80 Prozent positiv aus. Und weiter: Je mehr positive Bewertungen, desto besser die Wahrnehmung des Betriebes. Damit steht fest: Sie müssen auf den wichtigsten Plattformen unbedingt vertreten sein und sich um genügend Kundenmeinungen bemühen. Denn je mehr Bewertungen, desto höher ist die Objektivität und somit auch das Vertrauen der Kunden.

Vorerst gilt es jedoch, Ihren Eintrag professionell zu gestalten: Als Hotelbesitzer können Sie Ihren Account auf den Bewertungsportalen selbst pflegen und mit Bildmaterial, Videos und Texten versehen. Damit garantieren Sie nicht nur die Sichtbarkeit Ihres Betriebes, Sie behalten auch den Überblick über Ihre Gästekommentare. Bekannte Plattformen wie TripAdvisor bieten zudem die Möglichkeit, automatisierte Mailings zu erstellen, um ehemalige Gäste zum Schreiben von Bewertungen zu animieren. Weiter können Sie über Ihren Account auf Gästebewertungen antworten und mit Ihren Kunden auf diese Weise in Kontakt treten.



Online-Gästebewertungen haben einen grossen Einfluss.

Fotolia.com/Bildmontage

Was bedeutet aktives Reputationsmanagement?

Seien Sie sich der Macht von Gästebewertungen bewusst. Schenken Sie diesem Thema also genügend Aufmerksamkeit. Ihre Reputation zu bearbeiten und positiv zu beeinflussen, bedeutet vor allem eines:

Ihre Bewertungen jederzeit zu überwachen und aktiv darauf zu reagieren. Dazu steht Ihnen heutzutage eine Vielzahl von ausgeklügelten Bewertungsmanagement-Tools zur Verfügung. Diese verhelfen Ihnen im Handumdrehen zu einer übersichtlichen Auswertung und Analyse aller Feedbacks von sämtlichen Plattformen. Werten Sie folglich Ihre Kommentare aus, ziehen Sie Schlüsse und antworten Sie stets schnell und sachlich auf sämtliche Bewertungen, egal ob Lob oder Kritik. Rund 60 Prozent der Kunden ziehen nämlich Hotels vor, welche die Gästekommentare sachgemäss beantworten.

Wie reagiere ich auf negative Bewertungen?

Positives Feedback macht Freude. Negative Kommentare sind ernüchternd, bergen aber enormes Verbesserungspotenzial. Mit den Onlinebewertungsportalen sind Sie als Hotelier näher an Ihren Kunden denn je. Nutzen Sie diese Chance. Sie erfahren die wahren Bedürfnisse Ihrer Kundschaft zeitnahe und können umgehend auf Mängel in Ihrem Betrieb reagieren. Scheuen Sie sich nicht vor konstruktiver, gerechtfertigter Kritik, im Gegenteil: Diese hilft Ihnen, sich zu verbessern und künftig noch bessere Bewertungen zu erlangen. Bleiben Sie in Ihrer Antwort sachlich und respektvoll. Hören Sie zu und erklären Sie,

was Sie in Zukunft besser machen werden. Eine kompetente Antwort stellt Sie bei den angehenden Lesern in ein positives Licht.

Sollte einmal eine ungerechtfertigte Negativbewertung auftauchen, bitten Sie umgehend den Plattformbetreiber um deren Beseitigung. Schenken Sie solchen notorischen Nörglern jedoch nicht weiter Beachtung, denn hier kommt die gute Nachricht: Was zählt, ist die Meinung der breiten Masse. Erfahrungsgemäss ignoriert die Mehrheit aller Gäste extreme Bewertungen. Je mehr Bewertungen, desto weniger Gewicht hat ein Ausreisser nach unten. Ein weiterer Grund also, noch heute aktiv zu werden und sich um eine hohe Anzahl Kundenfeedbacks zu bemühen.

STC als kompetente Dienstleistungs-Partnerin

STC Switzerland Travel Centre, eine Tochtergesellschaft von hotelleriesuisse, SBB und Schweiz Tourismus, vertreibt Schweizer Hotel- und Bahndienstleistungen weltweit. STC bietet Schweizer Hotels einen einfachen und kostengünstigen Zugang zu Direktkunden und Veranstaltern weltweit sowie zu attraktiven Angebotskampagnen in der Schweiz.



Haben Sie Fragen an STC?
Telefon 043 210 55 15
(Mo–Fr, 8–17 Uhr)

E-Mail:
hotelhelpdesk@stc.ch

MARKTNOTIZEN

KUBICORE – An der Suisse Emex' 14

Es ist kein Zufall, dass sich KUBICORE ausgerechnet in der Halle 4 «Innovationen» dem trendsuchenden Publikum präsentiert.

Während Trendforscher und namhafte IT-Firmen weltweit von dem neuen Wundermittel «Big Data Analytics» reden, um ein Produkt besser auf seine Zielgruppe auszurichten, bietet KUBICORE dies bereits heute erfolgreich an. Dank der innovativen, dreidimensionalen Datenanalyse der gesammelten Kundendaten, lernen Sie das Verhalten und die Bedürfnisse Ihrer Kunden besser kennen. Das ist Ihr klarer Wettbewerbsvorteil. Wir bieten wirkungsvolle Lösungen!

KUBICORE ermöglicht dem Nutzer, seine Dienstleistungen auf einfache Art miteinander zu verbinden. Diese kann er mit Bonuspunkten, Gutscheinen oder Wettbewerben anreichern. Dadurch erhält der Kunde emotionale Vorteile, welche einzigartig für dieses Produkt sind, und bindet den Kunden dadurch nachhaltig. Durch die Flexibilität von KUBICORE können auch massgeschneiderte Kampagnen an klar definierte Zielgruppen versendet und bereits während des Kampagnenzeitraums ausgewertet werden. Das Marketing wird persönlicher und vor allem messbar. KUBICORE ist ideal für Filialbetriebe, Hotels mit mehreren Produkten oder Tourismus-/Einkaufsregionen. Beenden Sie schöne Rabattschlachten, bieten Sie effektiven Mehrwert!

KUBICORE ist das neue «Must have» im Kundenmarketing! Besuchen Sie uns an der Suisse EMEX' 14 und gewinnen Sie 1 Jahr kostenlose Nutzung des Systems!

www.kubicore.ch



Die neue Melitta Cafina XT6.

Erster Spross der neuen Cafina-Familie

«Cafina» steht für Perfektion bei der Herstellung von Kaffeemaschinen. Mit der neuen «Melitta Cafina XT6» hat das Hunzenschwilener Unternehmen einen neuen Kaffeefullautomaten, der in der Mittelklasse punkto Bedienbarkeit und Qualität völlig neue Massstäbe setzt. – Die «Melitta Cafina XT6» ist für ein Volumen von bis zu 150 Kaffeespezialitäten pro Tag ausgelegt und garantiert für maximalen Kaffeegenuss bei maximaler Wirtschaftlichkeit.

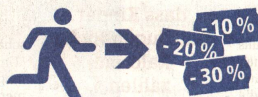
Das «AC-System» überwacht Abweichungen von Wassertemperatur, Mahlgrad, Pulvermenge und anderen Faktoren und korrigiert diese vollautomatisch. Das «Variable Pressure System» ermöglicht, den Anpressdruck für jede Kaffeespezialität individuell einzustellen. Und das weltweit einfachste Milchreinigungssystem und Hygieneprogramm «CIP – Cleaning in Place» sorgt für Hygiene auf HACCP-Niveau.

www.cafina.ch

Einkaufen zu Freundschaftspreisen bei der CSF Wunderle GmbH

Wer clever einkauft, kann bessere Preise machen. Deshalb hat die CSF Wunderle GmbH günstigere Einkaufsmöglichkeiten

für ihre Sicherheitskennzeichen erschlossen und lässt auch ihre Kunden von diesen attraktiveren Konditionen profitieren.



Als Partner in Sachen Sicherheit und Orientierung bemüht sich die CSF Wunderle GmbH stets aufs Neue, das Vertrauen seiner Kunden zu bestätigen – sowohl rund um die Beratung als auch im Verkauf. Deshalb erschloss das Unternehmen nun günstigere Einkaufsmöglichkeiten für ihre Sicherheitskennzeichen und gibt diese Einsparungen direkt ihren Kunden weiter. Diese können ab sofort von Preissenkungen von bis zu 30 Prozent profitieren. Dazu gibt es attraktive Mengenrabatte.

Wer früher spart, kann länger profitieren. Im Online-Shop der CSF Wunderle (www.shop.csfwunderle.ch) sind die neuen Preise bereits ersichtlich und sämtliche Sicherheitskennzeichen sind schon heute zu den günstigeren Konditionen erhältlich.

Übrigens: Eine Zusammenarbeit mit den Schaffhauser Experten für Sicherheit und Orientierung lohnt sich auch dank deren praktischen und theoretischen Erfahrungen sowie fundierten Beratungen und Dienstleistungen rund um die Themen Sicherheits- und Anlagenkennzeichnungen, Flucht- und Rettungspläne sowie Feuerwehrsatzpläne.

www.csfwunderle.ch

Hügli Classic – Suppen für jede Jahreszeit

Die Classic Suppen gehören neben den Hügli Bouillions und Saucen schon lange zu unserem Hauptsortiment. Sie sind in kurzer Zeit zubereitet und überzeugen mit ihren authentischen Geschmacksrichtungen. Durch die grosse Geschmacksvielfalt lassen sie



sich zu jeder Jahreszeit einsetzen. Erweitert wurde das Classic-Suppen-Sortiment neu durch die Klare Gemüsesuppe. Die verschiedenen Gemüsesorten verleihen ihr ein farbenfrohes Aussehen und den frischen Geschmack.

Circolo und Leaves – Wäschekrone präsentiert exklusives Dessin zu Topkonditionen

Die exklusive Tischwäsche-Serie Circolo und Leaves von Wäschekrone setzt ganz besondere Akzente. Sie entfaltet Charme und lädt die Gäste zum behaglichen Verweilen und Atemholen ein. Der Einsatzbereich ist vielfältig und reicht von der gemütlichen Stube hin zu kontrastreichen Inszenierungen in puristischem Ambiente im Zusammenspiel mit schlichten Naturstoffen wie Holz und Stein.

Die Vollzwirn-Damast-Tischwäsche Circolo bietet acht verschiedene Farben in kombinationsfreundlichen Dessins. Das Dessin Leaves ist in sechs Farben erhältlich.

Die Tischwäsche aus Vollzwirn-Damast, 100% Baumwolle mit ca. 240 g/m² ist indanthren-ganggefärbt und garmerciert, optisch aufgehellt und allover gemustert. Tischdecken werden 4-seitig schmal gesäumt, runde Decken mit Band unterlegt. Die exklusiven Dessins sind bei 95 Grad waschbar. Die Tischwäsche gibt es in allen gängigen Massen, ebenso wie als Tischsets, Servietten, Tischläufer, Kissenhüllen mit Reissverschluss; sie sind auch als Bettläufer vielseitig einsetzbar.

Besuchen Sie uns an der ZAGG Luzern

Die Herstellung der Classic Suppen in Pulverform garantiert eine besonders einfache Dosierung und die perfekte Löslichkeit. Die neue Klare Gemüsesuppe überzeugt mit ihrer fetarmen Rezeptur und dem ausgewogenen Genuss. Sie ist frei von deklarationspflichtigen Zusatzstoffen und wird ohne zugesetzte Allergene hergestellt.

Erhältlich ist die Klare Gemüsesuppe im 1,8-kg-Pack. Dies ergibt gesamthaft 23,2 Liter genussfertige Suppe oder 116 Portionen à 2 Deziliter.

Überzeugen Sie sich selbst von unseren Classic Suppen!

www.hueglifoodservice.ch

vom 7. bis 10. September 2014 in der Halle 2, Stand 248.

www.waeschekrone.ch



Die Vollzwirn-Damast-Tischwäsche Circolo von Wäschekrone.

Ich melde mich wieder mal mit einem Fallbeispiel aus Berlin. Die deutsche Hauptstadt ist eben ein Arsenal verheissungsvoller Hotelkonzepte. Monatlich eröffnen hier frische Herbergen, oft mit ausgefallenem Design und origineller Ideologie.

Manchmal aber auch mit dem Gegenteil: Zurzeit entsteht in der City West ein Hochhaus. Es soll 562 weitere Motel-One-Zimmer beherbergen. Die neuen Motel-One-Logen werden so aussehen wie Tausende bereits bestehender Zimmer in den Häusern der expandierenden Gruppe. Für den ambitionierten Gast ist es eine Wohltat, für ein paar Euro mehr in einem ausgefallenen Rahmen gleichorts zu nächtigen. Zum Beispiel im 25hours Hotel Bikini Berlin.

Das im Januar eröffnete Haus ist die Antithese zu den standardisierten Motel Ones. Es inszeniert ein Thema, das nur an diesen Ort passt. Urwaldgeräusche im Lift, Hängematten in den Jungle Rooms, geheissenen Zimmern, Lodge-Ambiance um die 360-Grad-Réception: Das Bikini Hotel erzählt die Story vom Zoo, der sich unmittelbar hinter dem Haus ausbreitet.

Kolumne



Christoph Ammann ist Ressortleiter «Reisen» bei der «SonntagsZeitung». Für die htr hotelrevue schreibt der Journalist über sein ganz besonderes Interesse: die Hotellerie in allen Facetten.

Löwengebrüll zum Einschlafen

Wer nachts die Fenster nicht schliesst, riskiert, vom Gezeter der Siamang-Gibbons, die in Herden ihre Territorien verteidigen, geweckt zu werden. Löwengebrüll zum Einschlafen oder der Gesang exotischer Vögel sind im Live-Programm inbegriffen. 25hours Berlin zeigt ausserdem Lokalkolorit. Rosa Kacheln aus dem U-Bahnhof Alexanderplatz wecken Nostalgiegefühle.

Die 25hours Hotels machen Inszenierung zur Kernkompetenz. Maritimes in der Hamburger Hafen-City, Jeans im Hotel neben den Showrooms von Levis im Frankfurter Bahnhofsviertel und eben Dschungel-Groove an der Peripherie des Berliner Zoologischen Gartens: Die 25hours-Planer gehen mit Fantasie und Feingefühl ans Werk.

Wie viel Inszenierung trägt ein Hotel? Finde ich Tropenpflanzen auf dem Schreibtisch oder eine Seemannskiste als Sitzgelegenheit im Restaurant beim vierten Aufenthalt immer noch so originell wie auf den ersten Blick? Vielleicht, wenn das Preis-Leistungs-Verhältnis weiterhin stimmt und das Thema nicht völlig aus der Luft gegriffen ist.

Ein Hotelzimmer müsse vor allem auch als unaufgeregter Rückzugsort funktionieren und dürfe nicht überladen wirken, glaubt Esther Dysli, Geschäftsführerin der Private Selection Hotels. Die Vereinigung individuell eingerichteter und privat geführter Hotels hält ihre Mitglieder deshalb eher zu überdurchschnittlichen Serviceleistungen an als zu aufgesetztem Showgehebe.

Es gibt in Österreich Hoteliers, die Haifische durch ein Aquarium in der gemischten Sauna flitzen lassen, an der türkischen Riviera haben sie den Moskauer Kreml als Mega-Hotel nachgebaut, in Dubai stehen Herbergen, die eigentlich nach Thailand oder auf die Malediven gehören, und in Las Vegas oder Macau wimmelt es nur so von kitschigen Themenhotels.

Als ich einst mit einem Gondoliere, der sein «O sole mio» mit deutlich texanischem Akzent schmieterte, durch das Indoor-Kanal-system des Venice Hotels in der chinesischen Sonderzone Macau glitt, kam ich ziemlich ins Grübeln. Gegen das Löwengebrüll zum Einschlafen im Bikini Hotel in Berlin West dagegen gibt es nichts einzuwenden.

Hotellerie

Gäste auf den Spuren von Autorin Agatha Christie



Vor 80 Jahren hat Agatha Christie «Mord im Orient Express» im Pera Palace Hotel Jumeirah in Istanbul geschrieben. Zum Jubiläum des Krimi-Klassikers hat das Hotel jetzt ein spezielles Package geschnürt: Das Paket «Travel in Time with Agatha» enthält unter anderem die Übernachtung im Zimmer 411, in dem Agatha Christie das Buch geschrieben haben soll. Auch eine Stadtführung und ein Orient-Express-Dinner gehören zum Angebot, welches das 5-Sterne-Haus bis Ende Jahr führt.

Giardino Hotels: Gratis-Greenfee und Golf-Shuttle

Die Giardino Hotel Group hat für Golfer ein Herbst-Special aufgelegt: Wer die Hotels der Gruppe im Herbst besucht, erhält pro Zimmer für jede Übernachtung eine Greenfee und den Shuttle zu den Golfplätzen inklusive. Vom Giardino Ascona etwa geht es zum Golf Gerre Losone, und vom Giardino Mountain in Champfer (St. Moritz) führt der Weg zum Golf Club Samedan, dem ältesten Platz der Schweiz und dem höchstgelegenen Europas. Die Saison in Champfer geht bis zum 5. Oktober, in Ascona bis zum 20. Oktober.

www.giardinohotelgroup.ch

Events

Bern: ein Fest für überschüssige Lebensmittel

Am Samstag, 23. August 2014 lädt der Verein foodwaste.ch auf dem unteren Waisenhausplatz in Bern zu einem Fest aus überschüssigen Lebensmitteln ein: «Bern tischt auf». Um auf die Food-Waste-Problematik aufmerksam zu machen, werden kostenlos Menüs aus überschüssigen Lebensmitteln verteilt, und spielerische Workshops sollen zeigen, wie durch richtiges Planen, Einkaufen, Lagern sowie durch kreative Verwertung Lebensmittelabfälle reduziert werden können.

www.foodwaste.ch/bern-tischt-auf

Dufte Koch-Hommage

Heute Donnerstag läuft «Madame Mallory und der Duft von Curry» an, Wohlfühlkino für Fans der indischen und der französischen Küche – und für potenzielle Sterneköche.

RENATE DUBACH

Beauf Bourguignon oder Tandoori-Chicken? Für den jungen indischen Koch Hassan geht es nicht um sein Abendessen, es geht um den Grundsatz: Karriere oder Familie; Ruhm, Glanz und Michelin-Sterne oder Currys, Daal und Reis für immer. Aber bis zu diesem entscheidenden Punkt dauert es eine ganze Weile. Man hat Zeit, sich auf die beiden Küchen-Kulturen und ihre Protagonisten einzulassen.

Die Geschichte im neuen Film «Madame Mallory und der Duft von Curry» von Regisseur Lasse Hallström beginnt in Mumbai. Dort, in einem bunten, lauten und schweisstreibenden Chaos, führt die Grossfamilie Kadam ein Restaurant. Aufgrund eines tragischen und einiger amüsanten Ereignisse landen die Kadams im französischen Städtchen Saint-Antonin-Noble-Val. Komplett mit Bilderbuch-Kulisse aus Steinhäusern, einem Marktplatz mit wöchentlichem Bauernmarkt und sanften Hügeln in der Umgebung. Der Ort existiert übrigens tatsächlich genau so, er liegt rund 100 Kilometer nördlich von Toulouse und kam auch schon in Spielfilmen vor, obwohl Hall-



Wer bringt hier wem bei, wie man ein Omelett zubereitet? Madame Mallory (Helen Mirren) und der junge Koch Hassan Kadam (Manish Dayal).

Bilder © 2014 Constantin Film Vertrieb GmbH

ström ausdrücklich «einen Ort wollte, den man noch nie im Kino gesehen hat».

Der Traum vom zweiten Michelin-Stern

Wie dem auch sei, im Film haben die Einwohner des französischen Städtchens fortan ein Problem der kulinarischen Art, das knapp formuliert auf «Beauf Bourguignon oder Tandoori-Chicken?» hinausläuft. Denn zum Ort gehört seit Jahren das Restaurant «Le Saule Pleureur». Das seltsam unfrohlich benannte Haus (zu Deutsch: Die Trauerweide) gehört der unterkühlten Madame Mallory (Helen Mirren), die um ihren verstorbenen Mann trauert und sich den zweiten Michelin-Stern ersehnt. In der Küche – diese sieht mit viel Chrom-

stahl und viel Weiss so aus, wie das Michelin-Restaurantküchen zu tun pflegen – führt sie ihr Team mit harter Hand.

Helen Mirren kann auch unsympathisch sein

Ausgerechnet vis-à-vis dieses Restaurants schlagen die Kadams ihr Lager auf. Und nicht nur dies, sie eröffnen mit «Maison Mumbai» ein Konkurrenzlokal. Konkurrenz von einem indischen Open-Air-Lokal für ein französisches Edel-Restaurant? Klassische, äusserst präzise französische Feinschmecker-Küche gegen die duftenden, farbsprühenden indischen Gerichte? Gedämpfte Mozartklänge im Hintergrund gegen fröhlich-laute Bollywood-Musik? Der Film schafft es locker, die Sympathien der Zuschauer auf die «indische» Strassenseite zu lenken. Das liegt auch an der Schauspielkunst der Helen Mirren, die während der ersten Hälfte elegant, elitär, zynisch, unnahbar und richtiggehend unsympathisch durch den Film segelt und den schlagfertigen und etwas hemdsärmeligen Papa Kadam (Om Puri) und sein Restaurant mit allen Mitteln bekämpft. Und dann allmählich sehr glaubhaft Gefühle zu zeigen beginnt. Zu verdanken ist diese Entwicklung nur der himmlischen Kochkunst des jungen Hassan Kadam (Manish Dayal).

Mit traumwandlerischer Sicherheit geht dieser mit den

Gewürzen, Kräutern und Aromen der indischen Küche um – und bald auch der französischen. Natürlich gibt es auch eine Liebesgeschichte, die allerdings lange auf kleinem Feuer vor sich hin simmert. Um nicht zu viel zu verraten: Hassan, der unendlich kochbegabte, meistert auch noch die Molekularküche. Und beim

unvermeidlichen Happy End heisst es nicht Beauf Bourguignon oder Tandoori-Chicken, sondern Beauf Bourguignon und Tandoori-Chicken.

Selbstverständlich sind im Film die Gerichte fantastisch in Szene gesetzt. Man wollte unbedingt vermeiden, was in den USA verächtlich als «Foodporn» abgetan wird. Hallström hat bereits mit seinem Film «Chocolat» Erfahrungen gesammelt, wie man Nahrungsmittel in Szene setzt. Trotzdem: «Meine grösste Angst war es, eine Nahaufnahme von einem Gericht zu machen, die dann so aussieht wie in einem dieser in Zeitlupe geschossenen Werbespots für Spaghetti», sagt er, «aber unser Kameramann Linus Sandgren hat ein natürliches Talent dafür, sich dem Essen auf eine poetische Weise zu nähern.» Oprah Winfrey, die den Film mit Steven Spielberg und Juliet Blake produzierte, sagte, ihr sei das Wasser schon beim Drehbuchlesen im Mund zusammengekommen. Und Helen Mirren rät: «Schauen Sie sich diesen Film an, und gehen Sie danach essen, in einem schönen französischen oder indischen Restaurant.»

Also eben doch: Beauf Bourguignon oder Tandoori-Chicken.

Kinostart in der Schweiz: 21. August 2014 (Deutschschweiz) und 10. September 2014 (Romandie)



Marguerite (Charlotte Le Bon) ist sehr bezaubert von Hassan.

GASTRONOMIE | HOTELLERIE | CATERING

IMMER EINE IDEE MEHR.

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

VEGA

ANZEIGE

ZAGG Messe-Stand 213 07.-18. September 2014

Die Gewinner im Berggebiet

Die Genossenschaft «La Cavigne» mit dem gleichnamigen Laden im Val d'Illeiz hat den «Prix Montagne 2014» gewonnen. Nominiert waren dieses Jahr sechs Projekte.

SABRINA GLANZMANN

Wir haben den Produzenten im Val d'Illeiz gemeinsam eine Perspektive ermöglicht. Ich bin stolz auf diese Leistung und freue mich darüber, dass sie heute gewürdigt wird. Serge Mariétan war sichtlich bewegt am Dienstagmorgen in den Räumlichkeiten der Eglise française réformée in Bern – der Präsident der «Société coopérative La Cavigne» konnte dort den mit 40 000 Franken dotierten «Prix Montagne 2014» entgegennehmen.

Mit dem Zusammenschluss zur Genossenschaft «La Cavigne» und dem Bau des gleichnamigen Ladens in Troistorrens vermarkten und verkaufen 40 Produzenten im Walliser Val d'Illeiz ihre regionalen Produkte gemeinsam. Der Laden «La Cavigne» (im Dialekt des Val d'Illeiz heisst das «geflechtene Holzkorb» oder «Kratten») liegt direkt an der Durchgangsstrasse von Monthey nach Champéry und damit dort, wo viele Einheimische wie auch Touristen durchfahren. Milch- und Fleischprodukte machen rund 60 Prozent des Sortiments aus: daneben verkauft «La Cavigne» Wein, Honig, Konfitüren, Biscuits, Früchte, Gemüse und Kunsthandwerk. Der Umsatz liegt heute bei rund einer Million Franken, beschäftigt sind sechs Mitarbeitende. Und 2013 konnte ein zweites Geschäft in Champéry eröffnet werden.

«Das Gemeinschaftswerk La Cavigne hat Modellcharakter und zeigt, dass man mit tatkräftigem Einsatz und guten Produkten im Berggebiet erfolgreich sein kann», sagte Jurypräsident Bernhard Russi an der Preisverleihung zur Wahl des diesjährigen Siegers. «Das wollen wir mit dem Prix Montagne honorieren.»

20 Projekte eingereicht, sechs davon nominiert

Zum vierten Mal haben die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) und die Schweizer Berghilfe mit dem «Prix Montagne» heuer Projekte aus dem Berggebiet ausgezeichnet, die seit mindestens drei Jahren wirtschaftlich erfolgreich



Willi Gehriger (l.), Stiftungsratspräsident der Schweizer Berghilfe, gratuliert Serge Mariétan von der «Société coopérative La Cavigne». In der Mitte Jury-Präsident Bernhard Russi. Bilder zvg



Häuschen mit Aussicht: Der neu gebaute Laden von La Cavigne liegt direkt an der Strasse nach Champéry.

ANZEIGE

ConCerto

CARATELLO
WEINE

Das 22. Concerto del vino italiano,
7. und 8. September 2014

Geld verdienen mit Wein

Sehr geehrte Gastgeberinnen und Gastgeber

Kann man in der Gastronomie heute noch mit Wein Geld verdienen? Wir meinen ja, wenn das Angebot stimmt und geschickt auf die Möglichkeiten und Besonderheiten des einzelnen Betriebes abgestimmt ist. Da braucht es ein paar Klassiker, die der Gast mit Freude wiedererkennt, ein paar Spitzenweine zum Beeindrucken, und ein paar gute, aber unbekannte Weine, die sich mit tollen Margen verkaufen lassen.

Nicht von ungefähr lassen sich immer mehr Gastronomen durch unser Concerto inspirieren. Hier finden Sie, was Sie für Ihre Weinkarte brauchen: die Crème der italienischen Weinwelt kommt, um Ihnen die besten Weine Italiens vorstellen zu können. Am 7. und 8. September, im Dolder Grand in Zürich. Kommen Sie vorbei.

Mit freundlichem Gruss

Ueli Schiess

Ueli Schiess

Programmübersicht

Sonntag, 7. September 2014 im Dolder Grand, Zürich
12.15 – 13.45 Uhr **Matinée** mit Irène Schweizer und Jörg Wickihalder
14.00 – 19.00 Uhr **Degustation** mit den anwesenden Produzenten
14.30 – 19.00 Uhr **Workshop I:** Kennen Sie Franciacorta – oder trinken Sie noch Champagner?
Workshop II: Carnignano Villa di Capezzana Riserva
Montag, 8. September 2014 im Dolder Grand, Zürich
14.00 – 19.00 Uhr **Degustation** mit den anwesenden Produzenten
18.30 – 19.00 Uhr **Workshop III:** 5 grosse Weingüter mit ihren reifen Jahrgängen
16.30 – 18.00 Uhr **Workshop IV:** Erfolgsgeschichte: Percarlo ist nur wenigen bekannt

Alle Programmdetails erfahren Sie auf www.caratello.ch

Caratello Weine AG
Zürcher Strasse 204E, CH-9014 St. Gallen
T +41 71 244 88 55, F +41 71 244 63 80
www.caratello.ch, info@caratello.ch



PIEMONTE

Azella
Antichi Vigneti Cantalupo
Castellari Bergaglio
Aldo Contorno
Contorno Fantino
Fratelli Giacosa
Monchiero Carbone
Ciabot Berton – Oberto
Pasquero Ella
Vietti

LOMBARDIA

Ca'del Bosco

VENETO

Buglioni
Gini
Fratelli Tedeschi

FRIULI

Venica & Venica

TOSCANA

Castellare
Fontodi
Monteverzine
San Giusto a Rentennano
Castello dei Rampolla
Vecchie Terre di Montefili
Avignonesi
Lombardo
Le Macchiole
Petra
Rocca di Frassinello
Terenzi
Mastroianni
Poggio Antico
Mormorale
Capezzana
Ghizzano
Il Borro

UMBRIA

Adanti

ABRUZZO

Torre dei Beati

PUGLIA

Castel di Salve

BASILICATA

Elena Fucci

SICILIA

Abbazia Santa Anastasia
Palari
Feudi del Pisciotto

SARDEGNA

Colle Niviera
Santadi

sind und «nachweislich und beispielhaft einen Beitrag zu Wertschöpfung, Beschäftigung oder ökonomischer Vielfalt» leisten, so die Kriterien. Dazu gehört auch, dass die Projekte das Potenzial haben, von anderen aufgenommen und weiterentwickelt zu werden, also Modellcharakter haben.

Eingereicht wurden dieses Jahr 20 Projekte, wovon die siebenköpfige Fachjury sechs Nominierte aus allen Sprachregionen bestimmt hat. Neben dem Siegerprojekt La Cavigne gehörten folgende dazu: Der Hof «La Sorta» der Familie Heinrich in Filisur GR im Albulatal. Dort werden 32 Sorten Kartoffeln angebaut und an rund 70 Gastrobetriebe, Wiederverkäufer und Privatkunden beliefert. Die **Clinica Alpina** in Scuol GR mit 15 Arbeitsplätzen gilt als modernste Tierklinik des

hochalpinen Raums und kümmert sich um Nutztiere, Kleintiere und Pferde. Die **Hängebrücke Hohstalden und Hängebrücke Beizli** in Frutigen BE sichert der Betreiberfamilie Wäfler das Einkommen und ist zur Attraktion für den lokalen Tourismus geworden. In der **Azienda Agricola Patà** in Sonogno TI verarbeitet die Familie Patà pro Jahr 40 000 Liter Ziegen- und Kuhmilch zu 15 verschiedenen Käsespezialitäten für Kunden wie Restaurants und Grotti, Touristen und Einheimische. Und **Reto Raselli** baut in seiner **Raselli Erboristeria Biologica** in Le Prese GR seit über 30 Jahren Bergkräuter, Gewürze und Blumen an, nicht nur für Abnehmer wie Nicola oder Coop.

Weitere Infos zu Preis & Projekten:
www.berghilfe.ch/prixmontagne

impressum

htr hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung
für Tourismus
L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondé en 1992

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Ressortleitung:

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

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb;
Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tt;
Gudrun Schlenczek/gsg

Grafik und Produktion: Carla Barron-Secchi/cbs;
Roland Gerber/rg; Biljana Mitrovic/bmi
(Praktikantin); Daniel Steimle/ds

Korrektur: Paul Le Grand

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

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Alesch/npa
Praktikum: Ahmad Dascht/ahd
Koordination: Daniel Stein

Verlag

Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hänni
Stelleninserter: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Ahmad Dascht/ahd
Geschäftsanzeigen: Nino Burchianti;
Michael Müller
hotelljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren
Auflage: 10 330 (WEF/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
Insere: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

Blick ins Ausland Mit dem Weissenhaus-Resort an der Ostsee hat Multimillionär Jan Henric Buettner ein neues Luxusresort geschaffen. Und dafür ein Dorf inklusive Schloss gekauft.

DETLEF BERG

Das war der teuerste Erdbeerkuchen meines Lebens», erzählt Jan Henric Buettner heute, wenn er an den Moment vor neun Jahren zurückdenkt. Er sass bei Kaffee und Kuchen im Schlosspark Weissenhaus und fasste den Entschluss, in der Ferienregion seiner Kindheit das Schloss und gleich das ganze, nahezu leer stehende Dorf zu kaufen. Der Internetpionier hatte ein solides Finanzpolster im Rücken: Ab 1994 war Buettner massgeblich am Aufbau des Online-Dienstes AOL Europe beteiligt, später war er Geschäftsführer von AOL Deutschland. Nach dem Verkauf der Firma forderten Buettner und ein weiterer Manager 3,5 Milliarden Dollar von Bertelsmann – nach jahrelangen Verhandlungen einigte man sich auf 160 Millionen Euro.

Bis zur Eröffnung des «Weissenhaus Grand Village Resort & Spa am Meer» am 1. Juli 2014 waren bereits rund 70 Millionen Euro in die knapp anderthalb Autostunden von Hamburg entfernte und ziemlich heruntergekommene 75-Hektar-Anlage mit drei Dutzend historischen Gebäuden investiert. Neben Jan Henric Buettner sind noch andere Privatinvestoren mit im Boot sowie die EU mit etlichen Millionen Strukturfördermitteln.

300 000 Euro Kosten pro Hotelzimmer

«Zehn Millionen Euro war der Kaufpreis, dann verbuddelt man zehn Millionen unterirdisch – Kanalisation, Abwasser, Glasfaserkabel, Heizung Parkplätze. Dann noch mal zehn Millionen, um die verrottete Gebäudesubstanz herzustellen. Weitere zehn Millionen, um eine Winterdestination zu erschaffen», rechnet Buettner vor – in den ersten sieben Jahren der neunjährigen Bauzeit habe es zudem keine Einnahmen gegeben, was weitere zehn Millionen Kosten bedeute. Das macht zusammen 50 Millionen, noch ohne ein einziges Hotelzimmer einberechnet. Für die heute 60 Zimmer sind bei der alten Bausubstanz pro Raum 300 000 Euro zusam-



Stattlich: In das Schloss sowie in die weiteren Elemente des neuen Weissenhaus-Resorts wurden rund 70 Mio. Euro investiert. Bilder zvg.

Neues Luxusresort an der Ostsee



Variante zum Fine-Dining: Bootshaus kommt im Stil kalifornischer Beach-Clubs daher.



Der beheizte Pool geht nahtlos vom Innen- in den Aussenbereich über.

mengekommen, und daraus ergibt sich das Gesamtinvestitionsvolumen von 70 Millionen Euro. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Aus dem ehemaligen Herrensitz der Familie Platen-Hallermund entstand das luxuriöseste Resort im Land zwischen den Meeren. Kernstück ist das Schloss mit 17 Zimmern und Suiten. Prunkstück dabei ist die «Gräfliche Suite» mit 100 Quadratmetern, eigenem Dampfbad und Ausblick in die Parklandschaft bis hin zum Meer. Allen Zimmern gemeinsam ist die handwerkliche Perfektion bei der behutsamen Restaurierung von Türen, Fenstern oder Boiserien.

Im Gourmetrestaurant Cour- tier sorgen mit Executive Chef

Alexander Dehn und Küchenchef Hannes Graurock gleich zwei erfahrene Meister ihres Fachs für kulinarische Höchstleistungen. Das junge Team bietet die beiden Menüfolgen «Heimatverbunden» und «Welttoffen» sowie ein vegetarisches Überraschungsmenü an. Dazu gehören internationale und regionale Gerichte mit wo immer möglich regionalen Zutaten. Als Alternative zum Fine-Dining empfiehlt sich das Bootshaus direkt am Ostseestrand; es bringt kalifornisches Beach-Club-Feeling an die Ostsee. Die Gäste können dort den Tag mit einem opulenten Frühstück beginnen, tagsüber leichte Kost geniessen und am Abend den Sonnenuntergang beobachten.

Wer Anregungen in Sachen Kochen nachgehen möchte, kann das künftig in einer Kochschule tun. Sie wird im Keller des Herrenhauses eingerichtet. Dort befinden sich mit einer Bar und dem Weinkeller weitere gastronomische Einrichtungen.

Eine Schneekammer sorgt für Abkühlung beim Saunieren

Über einen Tunnel erreichen die Gäste vom Schloss aus den 1500 Quadratmeter grossen Spabereich im ehemaligen Kutschhaus. Neben einem beheizten Innen- und Aussenpool verfügt er über eine Saunalandschaft, in der anstelle eines Tauchbades eine Schneekammer für Abkühlung sorgt. Gäste, die

in anderen Bereichen der weitläufigen Anlage wohnen, können einen Shuttle-Service mit Caddys in Anspruch nehmen.

Zu den aktuell 60 Zimmern – darunter die Honeymoon-Suite im Badehäuschen mit frei stehender Badewanne im Wintergarten und eigenem Meer-Zugang – sollen nach 2015 noch weitere dazukommen. Bereits fertiggestellt sind zahlreiche Räumlichkeiten für Feiern und Veranstaltungen.

Fakten Weissenhaus Grand Village Resort & Spa

Eigentümer: Jan Henric Buettner
Betreiber: Weissenhaus Betriebsgesellschaft mbH
Investitionsvolumen: 70 Mio. Euro
Geschäftsführer: Alexander Dehn, Gerald Henningsen, Beate Maruccia
Kategorie: Nicht klassifiziert
Zimmer: 60
Zimmerpreise: 349 bis 1300 Euro
Angestrebte Zimmerbelegung: 60 Prozent
www.weissenhaus.net

Tourismus

Gianluca Cologna: neuer Botschafter für das Val Müstair

Der Profilgänger Gianluca Cologna und die Tourismusorganisation seiner Heimat, die Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG, sind im nächsten Winter offizielle Partner. Nach Colognas Aufstieg in die Nationalmannschaft und auf Basis des bisherigen Sponsorings durch die Gemeinde strebt die Tourismusorganisation laut Mitteilung mehr Aufmerksamkeit im Markt sowie bei der Zielgruppe langlaufender Gäste an. Sie will mit der neuen Kooperation langfristig ein klares Zeichen für den Langlaufsport im Val Müstair setzen.

Messe

Internationaler Kaffeebranchentreff in Hamburg



Vom 24. bis 26. September 2014 wird die Messe Coteca Coffee, Tea and Cocoa Global Industry Expo in Hamburg zum internationalen Branchentreff für Kaffee, Tee und Kakao. Mehr als 120 Aussteller aus 30 Nationen präsentieren ihre Produkte und Innovationen. Erwartet werden rund 3000 Fachbesucher. Die begleitende zweitägige Konferenz bietet zudem Gelegenheit für Information und Networking.

www.coteca-hamburg.com

Auszeichnung

Holidaycheck als «Beste Reisesite» gekürt

Soeben wurde holidaycheck.de als «Beste Reisesite» beim deutschen Publikumspreis «Online Star 2014» gekürt. Auf Platz zwei und drei kommen ab-in-den-urlaub und Trivago. Dreieinhalb Wochen hatten User aus Deutschland, Österreich und der Schweiz Zeit, für ihre Website-Favoriten aus 16 Kategorien zu voten und Kriterien wie Design, Inhalt, Funktion und Service zu bewerten. In der Gesamtbewertung flossen über 500 000 Stimmen ein. Der Online Star wird von der Verlagsgruppe Ebner Ulm seit 14 Jahren verliehen. sag

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Weitere Infos und Anmeldung:
www.htwchur.ch/spa
franziska.frei@htwchur.ch
Telefon +41 (0)81 286 24 24

FHO Fachhochschule Ostschweiz

Spa Management

Certificate of Advanced Studies (CAS)

Das praxisorientierte Weiterbildungsangebot kombiniert Grundlagen des Managements mit den spezifischen Anforderungen eines Spa- und Wellness-Betriebes.

Lehrgang mit 8 Modulen à 2–3 Unterrichtstagen:

- Management-Grundlagen
- Strategisches Management
- Operatives Spa Management
- Planung und Facility Management
- Medical Wellness und Tourismus
- Führung und Human Resources
- Marketing und Sales im Spa
- Abschlussmodul



Slow-Food-Gericht: Speckknödel auf Surreiner Honig-Zwiebel, Käse-Pressknödel auf Dörrbirnencreme, Celeriner Brennesselknödel mit Kalbsrahmsauce.

Slow Food 100 000 Mitglieder in weltweit 130 Ländern

Slow Food als Begriff steht für genussvolles, bewusstes und regionales Essen und für eine Gegenbewegung zu uniform, globalisiertem Fastfood. Die ursprünglich in Italien 1986 gegründete, gleichnamige Organisation setzt sich heute weltweit für die Erhaltung der regionalen, saisonalen Küche mit heimischen pflanzlichen und tierischen Produkten und lokale Produktion ein. Heute zählt Slow Food insgesamt gegen 100 000 Mitglieder in rund 150 Ländern.

sag

www.slowfood.ch

traditionelle Haltbarkeitsmethoden setzen, wie Einkochen, Sterilisieren, Trocknen, Salzen und Räuchern. In der letzten Wintersaison sind so an die 400 Einkochgläser à 1,5 Liter entstanden, davon konnten wir die ganze Saison zehren. Und das macht wiederum hinlänglich, im Winter Gemüse- und Obstbeilagen von irgendwo her zu bestellen.

Wie sind Ihre weiteren Pläne mit dem Slow-Food-Konzept? Heute schon achten wir neben den Produkten auch bei der Lieferung auf die Nachhaltigkeit. Langfristig werden wir weitere Bereiche, wie etwa das Tabletop, nach diesem Prinzip angehen und nachhaltig beeinflussen. In einem ersten Schritt stellt die Töpferin Verena Jordan aus Guarda jetzt Teller für uns her. Ich bin gespannt, was wir noch alles umsetzen werden.

Natürlich im engsten Sinn

Seit einem Jahr betreibt das Hotel Chesa Rosatsch in Celerina das offiziell erste Slow-Food-Restaurant der Schweiz. Direktor Michael Stutz erklärt, wieso sich das rechnet.

SABRINA GLANZMANN

Michael Stutz, im Restaurant Stüvas Rosatsch setzen Sie seit einem Jahr ganz auf Slow Food. Wie langsam oder wie schnell hat das neue Konzept eingeschlagen? Glücklicherweise schnell (lacht). Wir sind jetzt in der dritten «Slow-Food»-Saison und können für das Lokal einen Umsatzzuwachs von knapp zehn Prozent verzeichnen, die Gäste nehmen es also sehr gut auf. Wenn man bedenkt, dass für die Umsetzung des Konzepts heute 99 Prozent der Zutaten von 60 Lieferanten und Kleinstproduzenten aus nächster Umgebung, dem Kanton und weiteren Schweizer Regionen kommen, ist das zwar viel für ein einziges Restaurant. Aber es garantiert uns, dass wir auch wirklich regionale, wirklich saisonale Gerichte anbieten können. Und das merkt und schätzt natürlich auch der Gast.

Ohne die Begriffe Regionalität und Saisonalität geht es heute im F&B-Bereich kaum mehr. Wieso setzen Sie diese Maximen in dieser Konsequenz um? Als ich 2011 Direktor im Hotel Chesa Rosatsch wurde, wurde es zu meinem ersten Projekt, die «Stüva Rosatsch» konzeptionell zu überarbeiten. Im Gegensatz zum «interbenen Konkurrenten» Uondas mit seinen hausgereiften Fleischspezialitäten fehlte eine scharfe Positionierung, man ass

dort zwar von jeher gut, es gab die klassischen Gerichte, aber es war nicht mehr sehr innovativ, und nicht zuletzt war es auch betriebswirtschaftlich wichtig, über die Bücher zu gehen. Mit Authentizität zu arbeiten war das eine, aber es sollte so weit wie möglich gehen und dem Gast mit einem Begriff erklärt werden können. Auf der Slow-Food-Messe in Zürich wurde mir schliesslich klar, dass es genau das war, was ich machen wollte.

Wie hat Ihr Küchenchef Jan Gassen reagiert?

Er und Restaurantleiter Jörg Waldthaler waren zum Glück sofort Feuer und Flamme und vertreten das Konzept sehr überzeugt. Jan Gassen hat heute einen engen Kontakt zu den Herstellern und erfährt quasi per «Live-Ticker», wann was reif sein wird – für einen Küchenchef natürlich ein Ideal, denn es garantiert ihm reife, aromatische Produkte, die nicht noch halb grün geerntet wurden und einen langen Transport hinter sich haben.

Sie sprechen von Umsatzsteigerung und besten Produkten – ganz günstig ist diese Art des Einkaufes wohl aber nicht, und die Liefermengen sind nicht unendlich gross...

Wir rechnen beim Slow-Food-Konzept anders und nicht mit den klassischen drei Komponenten «Fleisch-Gemüse-Stärkebeilage». Ein Beispiel: Beim Grossisten kostet das Kilo Kartoffeln einen Franken fünfzig. Wir arbeiten mit Bio-Bauer Marcel Heinrich aus dem Albulatal zusammen, bei



«Mit dem «Slow-Food-Konzept» steigerten wir den Umsatz um knapp zehn Prozent.»

Michael Stutz
Direktor Hotel Chesa Rosatsch

dem ich sieben Franken, sieben Franken fünfzig pro Kilo bezahle. Der Unterschied ist, dass er mir elf verschiedene, teils vergessene Sorten liefern kann, mit verschiedenen Aromen und Eigenschaften. Wir machen daraus Hauptgerichte, ohne grossen weiteren Warenaufwand. Spezielle Beilagen werden so zum «Star», und der Einkaufspreis ist gerechtfertigt.

Aber was, wenn es von einem Produkt zu wenig für Ihre Karte hat? Auch hier gehen wir anders

vor: Unsere Karten werden nicht fix gewechselt pro Saison. Wir hatten etwa Feigen von einer Bäuerin aus Quinten, die nur sehr wenig Feigen über den Eigenbedarf hinaus produziert. Wenn solche Raritäten verkauft sind, sind sie verkauft, dann müssen wir diese anderswo zu bestellen versuchen oder eine neue Zutat im Gericht einbauen. Bei uns ändern alle zwei bis drei Wochen Komponenten oder ganze Gerichte, und das ist auch gut so. Diese natürliche Begrenzung ist schön und gehört für uns dazu.

Wie reagiert der Gast, wenn er im Winter einen grünen Salat will und keinen bekommt? Da mussten wir in der Wintersaison schon mal Aufklärungsarbeit leisten, das war manchmal zugegebenermassen eine Herausforderung. Wir erklären schon beim Begrüssungspapéro,

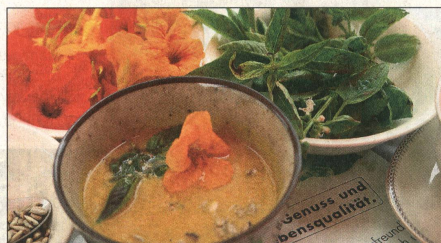
was unsere Alternativen zu Gewächshaus-Salaten sind. Diese proaktive Kommunikation funktioniert sehr gut. Engpässen im Winter begegnen wir, indem wir sehr stark auf



99 Prozent der Zutaten, die im Restaurant Stüvas Rosatsch auf die Tische kommen, stammen von Kleinstproduzenten.

Aktion Nachhaltige Menüs im September

Das Hotel Chesa Rosatsch mit seinem Slow-Food-Restaurantkonzept gehört zu den aktuell rund 20 Betrieben, die an der diesjährigen Durchführung von «Wir kochen fair und klimafreundlich» teilnehmen werden. Bei dieser gemeinsamen Aktion von Max Havelaar, Eaternity, Myclimate und hotelieressuisse geht es darum, im Monat September Spezialmenüs anzubieten, die nach klimafreundlichen Aspekten kreiert wurden. Dabei soll eine bewusste Auswahl der Zutaten (Fokus auf



Beispiel für ein klimafreundliches Gericht nach «Eaternity»: Kürbis-Kokos-Suppe mit Quitten.

Eaternity/vzg

lokale, regionale sowie Saison- und Fairtrade-Produkte) helfen, die CO₂-Emissionen, die je nach Lebensmittel entstehen können, um bis zu 70 Prozent zu reduzieren. Die Zusammenstellung dieser klimafreundlichen, sozialverträglichen Menüs und die Berechnung der Umweltemissionen wurden von Eaternity erarbeitet. Zudem unterstützt Eaternity auch bei den Berechnungen von Menüs, welche die Betriebe selbst zusammenstellen möchten. Nach Abschluss der Aktion werden die restlichen CO₂-Emissionen über Myclimate, dem Anbieter von freiwilligen Kompensationsmassnahmen, in einem Klimaschutzprojekt in Madagaskar kompensiert. Wie lange die Spezialmenüs im September angeboten werden, bestimmen die Betriebe selber.

Nachdem im September 2013 eine vergleichbare Aktion wäh-

rend einer Woche durchgeführt wurde, haben sich die Partner dieses Jahr entschieden, sie auf den ganzen Monat September auszuweiten.

Den teilnehmenden Hotels und Restaurants soll das laut Myriam Wiederkehr, Leiterin «Out of Home» bei Max Havelaar, vor allem hinsichtlich folgender Punkte dienen: «Nachhaltigkeit ist heute ein Gästebedürfnis. Wer bei «Wir kochen fair und klimafreundlich» mitmacht, leistet einen direkten Beitrag für eine ressourcengerechtere Welt.»

Anmeldungen sind auch nach Beginn des Spezialmonats noch möglich.

sag

Weitere Infos sowie Anmeldung: www.maxhavelaar.ch/FairKochenklimafreundlich_hs

Beispiel-Rezept: www.htr.ch/spezialmonat

PROFIL

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

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

Nr. 34 · 21. August 2014

htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFIKU

AUS WELCHEM HOLZ SIND WIR?

Ich erlaube mir ein Bonmot eines guten Freundes zu zitieren, das die Kernaufgabe beziehungsweise die Kernherausforderungen der Ausbildungstätigkeit auf den Punkt bringt: «Am Holz schnitzen können wir sehr wohl – das Holz verändern nicht!»

Die Studierenden, die sich für einen Bildungsgang anmelden oder sich in die Obhut einer Ausbildungsstätte begeben, haben Ziele. Diese sollen durch adäquate Ausbildungskonzepte, passende Kurse und herausfordernde Praxisaufgaben erreicht werden. Je nach Bildungsgang weist das «Schnitzwerkzeug» andere Eigenheiten aus und ermöglicht die Kreation eines rustikalen Bauernschrankes oder eines filigranen Kleinodes. Die Wahl der Ausbildungsinstrumente ist somit jedem Ausbildungsinstitut überlassen. Doch wie ist das Holz? Knorrig mit vielen Astgabeln, weich und gut biegsam oder hart und widerspenstig? Jeder Studierende hat seine charakteristischen Eigenheiten, die sich im Lauf der Ausbildungszeit herauskristallisieren und aufzeigen. Trotz unterschiedlicher Holzarten und des damit einhergehenden Individualismus stellt sich die Frage nach dem kleinsten gemeinsamen Nenner, dem Grundbestandteil von «gutem Holz». In einer nicht repräsentativen Umfrage unter Kollegen zeigt sich eine grosse Heterogenität: «Eine gute Kinderstube, das ist wichtig, freundlich muss man sein, zuvorkommend und der Blick auf das Wesentliche ist zentral» etc. Das Resultat zeigt auf, dass hier die Meinungen so verschieden sind wie ein geschmeidiges Bal-

zholz und das Brett einer 500-jährigen Eiche. Eine andere Definition muss her! Weitere Recherchen führen nach England, genauer gesagt in das 700-Seelendorf Tintagel im Südwesten Englands. Hier in der «Great Hall of Tintagel» aus der Artus-Saga lassen Glasfenster die wichtigsten Credos der Ritter der Tafelrunde zum Vorschein kommen: Aufrichtigkeit, Höflichkeit, Mut, Ehre, Gleichheit und Loyalität. Sind dies die Bestandteile von gutem Holz? Bei der näheren Betrachtung und entsprechenden Gedankenspielerien könnte sich in diesen sechs Begriffen das Wurzelgeflecht guten Holzes verbergen. Aufrichtigkeit und Ehrlichkeit gegenüber sich selber und gegenüber dem Mitmenschen? Höflichkeit im Sinne des Mitdenkens und des zuvorkommenden Handelns? Mut zu Neuem – Mut zur eigenen Meinung? Loyalität als Weiterführung von vertrauensvollem Handeln? Gleichheit als Indikator für einen demütigen, nicht arroganten Lebensstil? Der Interpretationsspielraum ist vielfältig und jedem Leser, jeder Leserin selber überlassen. Ein Denksatz ist es alleweil. Sei dies bei einer ruhigen Stunde auf der hölzernen, abgeschossenen Parkbank oder im Schatten einer üppig blühenden Linde – gutes Holz bietet so einiges!



Timo Albiez
Leiter Marketing
Schweizerische Hotelfachschule Luzern
www.shl.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Wer nicht
an die Zukunft denkt,
wird keine haben»

John Galsworthy
Schriftsteller

AGENDA

17.-21. SEPTEMBER

«SwissSkills Berufsmeisterschaften», von hotelleriesuisse, an der Expo, in Bern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

22. SEPTEMBER

«Schwierige Gespräche leicht gemacht» vom Berufsverband Hotel-Administration · Management, im Hofburg-Sitzungszimmer, Hotel & Gastro Union, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

25. SEPTEMBER

«Food – Foto – Farben» vom Schweizer Kochverband, bei der Foto Plus Schweiz GmbH, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

25. + 26. SEPTEMBER

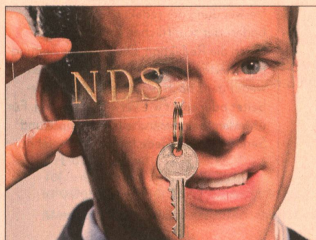
«Zertifizierungskurs SCAE Barista Level 1» vom Berufsverband Restauration, im Hotel Balsthal, in Balsthal
www.hotelgastrounion.ch

1. OKTOBER

«Ausbildung zum Qualitäts-Coach Stufe 1», von hotelleriesuisse, im Bildungszentrum 21, in Basel
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

2. + 3. OKTOBER

«Ausbildung zum Qualitäts-Coach Stufe 2», von hotelleriesuisse, im Hotel Continental-Park, in Luzern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse



Einzigartig in der Schweiz: Die eidg. anerkannte Hotel Management Ausbildung für Branchenprofis, die zu den Besten ihres Fachs gehören wollen – ausgezeichnet mit dem Titel **diplomierter Hotelmanager NDS HF**. Die praxisnahe Weiterbildung sorgt für Durchblick in vier Teilen mit den zentralen Themen aktueller Unternehmensführung MENSCH – MARKT – MITTEL und HOSPITALITY.

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

Telefon +41 31 370 43 01
unternehmerbildung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch/nds

Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement
Unternehmerseminar hotelleriesuisse

Informationsveranstaltung

29. August 2014, Hotel Carlton-Europe, Interlaken

Nur noch wenige Plätze zu vergeben!

Melden Sie sich jetzt an:

Kursbeginn: 15. Oktober 2014 (Zyklus 41)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

«Profil» gibt wöchentlich Tipps, damit Unfälle am Arbeitsplatz vermieden werden können.

Gefahrenquelle Maschinen (Teil I)**Gefährdung:**

Mehlauslauf, Absperrvorrichtung an Silowaage: Finger- und Handverletzungen

Mögliche Sicherung:

- Der Sicherheitsabstand zwischen Auslauföffnung und automatischem Schieber muss 850 Millimeter betragen. Es sind auch andere Lösungen möglich, wenn sie das Greifen in die Gefahrenstelle verhindern.
- Suva-Checkliste 67113.d beachten.

Gefährdung:

Knetmaschinen: Verschiedene Fang-, Klemm-, Scher- und Quetschstellen, Rückenverletzungen

Mögliche Sicherung:

- Nicht zu viel Teig auf einmal aus dem Knetkessel nehmen.
- Suva-Informationsschrift 44038.d beachten.

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

ROLLENWECHSEL – VOM KOLLEGEN ZUM CHEF

Wer freut sich nicht, wenn er befördert wird? Mehr Verantwortung, mehr Lohn und mehr Einflussmöglichkeiten. Der Schritt aus dem Kreis der Kollegen heraus auf die Stufe als deren Vorgesetzter ist allerdings etwas glitschig.

Es ist ein schönes Zeichen der Anerkennung und Wertschätzung, wenn einem die Stelle als Teamchef oder Abteilungsleiter angeboten wird. Zeigt es doch, dass man aus dem bestehenden Team herausgestochen ist. Das in einen gesetzte Vertrauen möchte man natürlich nicht enttäuschen und die neue Aufgabe bestens erfüllen. Auf dem Weg vom Angestellten zum Chef seiner Kollegen gibt es viele Möglichkeiten zu Stolpern oder Auszurutschen.

TYPISCHE HERAUSFORDERUNGEN

- Sie konzentrieren sich auf die fachlichen Aufgaben, Mitarbeiterführung und andere Führungsaufgaben rücken in den Hintergrund.
- Sie unterlassen es, zusätzliche Infos über das Team und die Abteilung zu sammeln, da Sie meinen, alle Details bereits zu kennen. Sie laufen Gefahr, Ihren Verantwortungsbereich nur aus Sicht eines Mitarbeiters zu beurteilen. Der Blick von aussen fehlt.
- Neid und Missgunst von ehemaligen Kollegen schlagen Ihnen entgegen.
- Es fällt Ihnen schwer, persönliche und berufliche Interessen zu trennen. Sie wollen mit ehemaligen Kollegen befreundet sein, müssen aber von Zeit zu Zeit auch ein Machtwort sprechen.
- Sie entwickeln zu wenig Distanz zu den Mitarbeitern und tun sich schwer, ehemalige Kollegen konstruktiv kritisch zu beurteilen oder zusätzliche Aufgaben an sie zu verteilen.
- Sie stehen unter Zugzwang, um glaubwürdig zu bleiben und Ihre Position zu festigen.

- Sie verwechseln Ihre Führungsaufgabe mit der Interessenvertretung für die Mitarbeitenden.

TIPPS

- Achten Sie auf einen klaren Rollenwechsel. Verhalten Sie sich bis zur offiziellen Ernennung zum Vorgesetzten als Kollege.
- Vermeiden Sie es vor diesem Termin Führungsaufgaben zu übernehmen. Das würde die Beziehung zu den Kollegen verschlechtern.
- Beobachten Sie Ihr Umfeld aus der Perspektive des Chefs. Analysieren Sie das Team und stellen Sie fest, welche Fähigkeiten Ihre Kollegen haben und wie es um deren Motivation steht.
- Betrachten Sie das Team aus anderen Blickwinkeln (Nachbarabteilungen, Kunden).
- Reduzieren Sie schrittweise enge Kontakte zu Mitarbeitern, die Ihnen nahestehen und gehen Sie mehr auf die anderen Kollegen zu. Das verringert die Befürchtungen der einen und die übergrosse Erwartungen der anderen an Sie.
- Sprechen Sie offen mit Ihren Kollegen über die neue Aufgabe und Rolle. Sie können wichtige Anregungen sammeln und Ihre Mitarbeitenden können besser zwischen Ihnen als Mensch und Ihrer neuen Rolle/Aufgabe unterscheiden.
- Stellen Sie sich darauf ein, Ihre Kollegen zu enttäuschen. Sie werden nicht alle Erwartungen erfüllen können.
- Sprechen Sie mit übergangenen Mitbewerbern offen über die Situation.

Riccarda Frei

Quelle: «Einstieg in die Führungsrolle»

BUCHTIPP

EINSTIEG IN DIE FÜHRUNGSROLLE

Plötzlich ein Team, eine Abteilung oder gar einen Betrieb leiten – im Gastgewerbe ist dies schon in jungen Jahren möglich. Damit der Aufstieg auf der Karriereleiter möglichst leicht und ohne Rückschritte gelingt, so dass aus dem ehemaligen Kollegen ein guter Vorgesetzter wird, sollte man das Buch «Einstieg in die Führungsrolle – Praxisbuch für die ersten 100 Tage» unbedingt lesen. Neben Handlungsanleitungen, Beispielen und Interviews mit erfolgreichen Führungskräften enthält das Buch auch hilfreiche Checklisten und Arbeitsblätter. Diese sowie weitere Best-Practice-Beispiele stehen in einem Download-Bereich zum Herunterladen bereit. Zudem enthält das Buch einen persönlichen Code, mit dem das Werk zusätzlich als E-Book-Ausgabe genutzt werden kann. Lutz von Rosenstiel, Professor für Organisations- und Wirtschaftspsychologie in München, sagt über das Buch: «Es nimmt den Ratsuchenden bei der Hand, ohne ihn zu gängeln. Ich kann dieses Werk jedem empfehlen, der längerfristig seine Karriere plant oder aktuell vor der Übernahme einer Führungsposition steht.»



«Einstieg in die Führungsrolle»

Hanser Verlag
von Alois Kauer und
Helmut Hofbauer

ISBN
978-3-446-43188-1
CHF 47.90

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

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotellerieuisse.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

inserate@stellenprofil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE

Stellenanzeigen

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

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

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

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

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

Martin Reznicek (Creative Direction)
Natalie Schmid (Art Direction)
Luka Beluhan, Solange Ehrler
Ursula Erni-Leupi
grafilu (Illustrationen)

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:
Hotellerie™ Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG,
6043 Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

Reguläre Auflage 40.000 Ex.
Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom
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.



Hier werden anspruchsvollste Ferien- und Wellnessräume wahr. Das einzigartige Hotelresort mit der Eleganz und der Grandezza der «Belle Epoque» besteht aus drei Gästehäusern, dem Belle Epoque Pavillon, der mehrfach ausgezeichnete Wellnessoase delight spa & beauty, fünf Restaurants und verfügt über den grössten Hotelpark der Schweiz.

Für die Führung unserer Salesabteilung suchen wir nach Vereinbarung eine initiative, gewinnende und kommunikative Persönlichkeit als

Director of Sales (m/w)

Mit Engagement und Leidenschaft begeistern Sie neue Kunden/Gäste für unsere einzigartige Hotelwelt. Sie sind verantwortlich für die Erreichung einer optimalen Belegung in den Bereichen Logis, Konferenzen & Bankette. Sie erstellen die Verkaufsziele für die Verkaufsabteilung und gewährleisten die Erreichung dieser Vorgaben. Die Pflege sämtlicher Geschäftsbeziehungen, die Teilnahme an Messen sowie der Abschluss von Rahmenabkommen gehören ebenso zu Ihrem Aufgabengebiet wie die Marktbeobachtungen und Trendforschung. Daraus leiten Sie entsprechende Strategien für unser Resort ab.

Sie sind ein Verkaufstalent, kontaktfreudig, kreativ, sprach- und redegewandt (D/E, von Vorteil auch F/I) und verfügen idealerweise über einen Hotelfachschulabschluss sowie über mehrjährige Erfahrung im Salesbereich der Vier- und Fünf-Stern Hotellerie und im MICE-Bereich. Ihr überzeugendes Auftreten, Ihre eigenständige Arbeitsweise und Ihr Verhandlungsgeschick runden Ihr Profil ab. Verfügen Sie zudem über ein gepflegtes Auftreten, sind flexibel und belastbar, dann gehören Sie in unser dynamisches Team! Der Arbeitsort wird entweder in Flims oder im Grossraum Zürich sein. Für die Ausübung dieser Tätigkeit wird ein eigenes Fahrzeug vorausgesetzt.

Motiviert? Dann überraschen und begeistern Sie unsere HR Managerin Frau Bianca Arpagaus mit Ihrer Bewerbung unter: b.arpagaus@waldhaus-flims.ch

Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa
Via dil Parc 3 | 7018 Flims | Switzerland
T +41 (0)81 928 48 48 | F +41 (0)81 928 48 58
b.arpagaus@waldhaus-flims.ch | www.waldhaus-flims.ch



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 neuere, mittelgrosse 4-Sterne Superior Hotel mit hochwertig eingerichteten Komfortzimmern und Suiten verfügt über Restaurants, Bar, Lounge, einen sehenswerten grossen Spa/Wellnessbereich sowie Meeting/Convention Facilities mit modernster Technik. Standort: Attraktive sonnige Panorama-Lage in einer beliebten Deutschschweizer Feriendestination in unmittelbarer Nähe grösserer Stadtzentren.

Was können passionierte Hoteliers/Hoteliers erwarten: Professionelle Mitarbeitende, schlanke Strukturen und kurze Entscheidungswege. Optimale Ausgangslage für jüngere Frontpersönlichkeiten, die sich darauf freuen, die Chance wahrzunehmen, nach gut einem Jahr später einen zweiten Hotelbetrieb ähnlicher Grösse und weitere F & B Outlets zusätzlich zu führen. Klarer teamorientierter Führungsstil und konsequente Umsetzung erprobter Konzepte zur Erreichung ambitionierter Ziele sind die Voraussetzungen.

Hoteldirektor Typ Gastgeber w/m als zukünftiger Manager des Resorts

Solides Know-how zu Aspekten wie F & B, Front Office, HR, TOs, MICE, Social Media- und Booking-Plattformen 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 bemerkenswerten Hotel-Resorts.

Erstklassig ausgebildete Nachwuchskräfte, wie z.B. dynamische Hotel Manager oder Vizedirektoren (w/m), die einen Karriereschritt planen und Affinität zu den Bergen mitbringen, sind ebenfalls herzlich willkommen! Trotz saisonaler Strukturen sind Sie und Ihr Kaderteam ganzjährig im Einsatz. Der Eintritt kann schnellstmöglich erfolgen; spätestens jedoch auf Oktober 2014. – Interesse? Für den Erstkontakt: CV/Foto per E-Mail senden oder anrufen. Wir freuen uns auf den Kontakt und das Gespräch mit Ihnen.

Ansgar Schäfer & Stephan Kistler, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 109 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

33314-11354

Gesucht nach Vereinbarung

junges Schweizer Gastropaar
für Küche und Service
Stellvertretung des Eigentümers

innovativ, kreativ, motiviert
für bürgerliche Küche in Bistro
direkt am See – Sommerbetrieb
in Fonduestübl – Winterbetrieb
am rechten Zürisee-Ufer

Schriftliche Bewerbungen an:
hafner treuhand
Postfach 460, 8712 Stäfa
auch Tel. 079 199 00 11

33385-11389

Betriebsleiter/in

Cafeteria der Universität Zürich Tierspital
Winterthurerstrasse 260, CH-8057 Zürich

per sofort oder nach Vereinbarung

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



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



33342-11370

EMA PARTNERS SWITZERLAND

Neben ihren 18 Gastronomiebetrieben in der West- und Deutschschweiz wird die Molino AG ab Sommer 2015 ein Boutique-Hotel mit zwei neuartigen F&B-Konzepten im Herzen von Zürich betreiben. Für diese spannende Hotel-Neueröffnung mit ihren lebhaften kosmopolitischen und zeitgemässen Gastronomiekonzepten suchen wir Sie als:

General Manager für Neueröffnung

Hauptaufgaben:

- Sie sind verantwortlich für die ganzheitliche Betriebsführung des Hotels inkl. der zwei F&B-Betriebe.
- Sie erarbeiten bereits in der Voreröffnungsphase, in enger Zusammenarbeit mit dem Konzept-Team, sämtliche Betriebsabläufe für das Hotel und das Gastronomiekonzept und legen Standards fest.
- Sie bringen das Hotel durch unternehmerisches und gewinnorientiertes Handeln zu wirtschaftlichem Erfolg.
- Sie schaffen die Voraussetzung für eine effektive Zusammenarbeit der Abteilungen untereinander sowie mit Partnerfirmen.
- Sie unterstützen und beraten alle Abteilungsleiter in fachlichen, organisatorischen und personellen Fragen.
- Sie entwickeln die lang- und kurzfristige Preispolitik und kontrollieren die Buchbarkeit in allen Systemen.
- Sie erstellen den Marketing- und Verkaufsaktivitätenplan und sind für dessen Umsetzung verantwortlich.

Voraussetzungen:

- Sie sind ein ausgewiesener Hotel- und Gastronomieprofi mit Hotelfachschulabschluss und mehrjähriger Führungserfahrung, vorzugsweise in der Stadt-Hotellerie.
- Sie verfügen über einen modernen Führungsstil und verstehen es, Ihr Team zu Höchstleistungen zu motivieren.
- Sie haben Sales- und Marketingenerfahrung in der Hotellerie gesammelt, und auch in der Gastronomie haben Sie bereits Kaderpositionen besetzt.
- Sie haben Erfahrung in der Voreröffnungs- und Eröffnungsphase eines Hotels.
- Sie sind eine gewinnende, verkaufs- und zielorientierte Persönlichkeit mit einer hohen Eigenmotivation.
- Sie kommunizieren stilvoll in Deutsch, Französisch und Englisch.

Haben wir Interesse für diese Position geweckt? Bettina Schweizer und Philippe Eyer freuen sich über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto per E-Mail an untenstehende Adresse:

EMA Partners Switzerland AG
Richard-Wagner-Strasse 6
CH-8002 Zürich
Tel. +41 44 250 88 66
info@ema-partners.ch / ema-partners.ch

Member of EMA Partners International – Excellence in Executive Search

33344-11379



InteressenGemeinschaft

arbeit

www.igarbeit.ch

Profitcenter-Leiter Gastronomie (w/m)

**Kompetenz und Leidenschaft
rund um die Kochkunst und die
betriebswirtschaftliche Führung
sind hier gefragt.**

Die IG Arbeit ist ein führendes Kompetenzzentrum für Arbeitsintegration in Luzern. Das Ziel: Menschen mit einer psychischen Beeinträchtigung mit individuellen Betreuungsansätzen zu begleiten und zu fördern, damit sie beruflich wie auch persönlich wieder Fuss fassen. Die IG Arbeit ist strategisch gut positioniert und in den letzten Jahren gezielt gewachsen. Mit marktnahen Produktions- und Dienstleistungsbetrieben kann sie den über 350 beeinträchtigten Menschen wie auch den Kunden ein breites, innovatives Angebot bieten. Nun sind wir beauftragt, einen ausgewiesenen Kochprofi als

Profitcenter-Leiter Gastronomie (w/m)

zu suchen. An zwei Standorten führen Sie drei Betriebe mit insgesamt vier Köchen und vier sozial ausgebildeten Fachpersonen. Ihre Teams betreuen rund 30 Klienten, welche meist in Teilzeit tätig sind. Ein Grossteil Ihrer Aufgaben sind die fachliche Führung, die Planung und die Organisation. Die Verantwortung für die Produktions- und Dienstleistungsqualität liegt bei Ihnen. Einen Tag pro Woche stehen Sie in der Produktionsküche selber am Herd. Sie steuern den Zielvereinbarungsprozess und stellen so die Kompetenz Ihrer Fachpersonen

sicher. Passende Aufträge zu akquirieren ist zentral für die Förderung der Klienten im Arbeitsprozess wie auch für die Erreichung der Ertragsziele.

Für diese spannende Kaderstelle suchen wir einen erfahrenen Koch mit erfolgreichem Abschluss als dipl. Küchenchef, Hôtelier-Restaurateur HF o.ä. sowie mit zusätzlicher Erfahrung in den Bereichen Catering und à la carte. In der Betriebswirtschaft haben Sie sich weitergebildet, kennen den Budgetprozess und können das Wirtpatent vorweisen. Eine Zusatzausbildung im sozialen Bereich und/oder Erfahrungen mit psychisch Beeinträchtigten ist Ihr Plus. Sie haben mittelgrosse Teams geführt und kennen sich mit Betriebseröffnungen und Organisationsentwicklungen aus. Zudem sind Sie innovativ und entwickeln unser Gastro-Angebot ständig weiter. Flexibilität für Einsätze an Abenden und Wochenenden setzen wir voraus. Sprachen: Deutsch, weitere Sprachen von Vorteil. Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen und vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Kontakt: Eric Kuhn
Rosmarie Lienert-Zihlmann

Jörg Lienert AG
Hirschmattstrasse 15, Postfach
CH-6002 Luzern
Telefon 041 227 80 30
luzern@joerg-lienert.ch

JÖRG LIENERT
SELEKTION VON FACH-
UND FÜHRUNGSKRÄFTEN



33338-11365



Leiter/in Gastronomie

Gastronomie BERNEXPO

Mingerstrasse 6, CH-3000 Bern 22

per sofort

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



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



33376-11382



Alters- und Pflegeheim Hasle-Rüegsau

Das Alters- und Pflegeheim Hasle-Rüegsau bietet 62 Bewohnerinnen und Bewohnern ein Zuhause. Die individuelle Betreuung, Respekt, Dienstleistungshaltung und Professionalität im Umgang mit Bewohner/innen als auch innerhalb des Teams sind uns wichtig. Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. November 2014 oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in Hauswirtschaft (60–80%)

Aufgaben- und Verantwortungsbereich

(erweitertes Leitungsteam):

- Planen und Organisieren des Teilbereichs Hauswirtschaft (Hausdienst/Wäscheversorgung/Innen- und Aussenpflege)
- Aktive Mitarbeiterführung
- Praktische Mitarbeit vor Ort
- Bereichsentwicklung
- Mitarbeiterförderung
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit

Anforderungsprofil:

- Abgeschlossene Ausbildung zur hauswirtschaftlichen Betriebsleiterin oder Bereichsleiterin Hotellerie/Hauswirtschaft mit eidg. Fachausweis
- Einige Jahre Berufserfahrung in Hotel oder Institutionen
- Erste Führungserfahrungen

Wir bieten Ihnen:

- ein vielseitiges und abwechslungsreiches Arbeitsumfeld
- gute Entwicklungsmöglichkeiten
- zeitgemässe Anstellungsbedingungen
- ein motiviertes Team

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an: **Alters- und Pflegeheim Hasle-Rüegsau**, Hr. Dominic Bucher, Heimleiter, Gerbestrasse 1, 3415 Rüegsauchachen. Entweder per E-Mail auf d.bucher@aph-hr.ch oder per Post. Für weitere Fragen rufen Sie an unter der Tel.-Nr. 034 460 77 00 oder besuchen Sie uns auf www.aph-hr.ch.

33384-11382



USICH INDERBENEN

Alpine Lodge auf 2600 m. ü. M. mit atemberaubendem Blick auf das majestätische Matterhorn und langjähriger Bergsteigertradition: 25 einzigartige Zimmer, einladendes Restaurant und grosszügige Terrasse, Wellness mit Aussicht. Nach einer Gesamtanierung der Hotelanlage suchen die Verantwortlichen der Matterhorn Group auf die Wintersaison 2014/2015 eine Gastgeberpersönlichkeit, welche die Erfolgsgeschichte des über 160-jährigen Hotels weiterschreiben möchte.

Direktion

Als erfahrener Profi in der Ferienhotellerie kommunizieren Sie sicher auf allen Ebenen. Weiter erfordert diese verantwortungsvolle Aufgabe: Eigeninitiative, Budgetsicherheit, Belastbarkeit und breite Führungserfahrung. Nebst attraktiven Arbeitsbedingungen bieten wir eine Arbeitsstelle in einem äusserst interessanten touristischen Umfeld.

Sind Sie an dieser Herausforderung interessiert?

Fernando Clemenz, Direktor der Bergbetriebe der Matterhorn Group, freut sich auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen und beantwortet gerne allfällige Fragen.

Die Matterhorn Group, Hotels und Gaststätten der Berggemeinde Zermatt, betreibt rund ums Matterhorn drei Hotels, zwei Berghäuser und eine Vielfalt an Restaurantbetrieben – rundum schönste Aussichten.



Matterhorn Group
Fernando Clemenz
Direktor Bergbetriebe
Postfach 399
3920 Zermatt



+41 27 966 67 60
+41 27 966 67 69
f.clemenz@zermatt.ch
MyMatterhorn.com

33386-11378



Das UniversitätsSpital Zürich ist eines der führenden Spitäler in der Schweiz und macht seinen Wissensvorsprung für alle Menschen nutzbar. Unsere über 8000 Mitarbeitenden begegnen jährlich mehr als 35 000 stationären und 134 000 ambulanten Patientinnen und Patienten mit Wertschätzung und Menschlichkeit. Bei uns finden Sie ein inspirierendes Umfeld für Ihr Wissen und Können.

Für die **Direktion Betrieb** suchen wir per 1. Januar 2015 oder nach Vereinbarung eine/n

Gruppenleiter/in Patienten-Hotellerie 100%

Ihre Hauptaufgaben

In dieser neu geschaffenen Stelle führen und entwickeln Sie ein Team mit ca. 20–30 direkt unterstellten Mitarbeitenden. Sie stellen mit Ihrem Team die Professionalität der Hotellerie auf den Bettenstationen anhand der definierten Standards sicher. Dabei berücksichtigen Sie Patientenbedürfnisse, Ressourcen, Hygienevorschriften und Weisungen. Die Gewährleistung einer effizienten Information und Zusammenarbeit sowie die Pflege der Teamkultur in der eigenen Gruppe und Abteilung runden diese Stelle ab.

Ihr Profil

Um diese vielseitige Aufgabe wahrnehmen zu können, verfügen Sie über eine Ausbildung zur/zum Hotelfach- oder Restaurationsfachfrau oder -mann, optimalerweise mit Weiterbildung zur Bereichsleitung Hotellerie/Hauswirtschaft. Zudem bringen Sie mehrjährige Berufs- und Führungserfahrung mit, von Vorteil in einem Grossbetrieb. Erfahrung im Gesundheitswesen wird vorausgesetzt. Sie zeichnen sich aus durch eine überdurchschnittlich hohe Dienstleistungsbeurteilung. Ihre umfangreichen EDV-Kenntnisse sowie sehr guten mündlichen und schriftlichen Deutschkenntnisse benötigen Sie, um Ihre Führungsfunktion vollumfänglich wahrnehmen zu können, d.h. von der Planung bis zur Kommunikation mit Mitarbeitenden und internen Kunden. Sie haben eine motivierte Grundhaltung und können diese auch an Ihre Mitarbeitenden im operativen Betrieb sowie in gezielten Schulungen weitergeben. Sie sind initiativ, teamfähig, selbstständig, belastbar und zuverlässig. Eine weitere Stärke ist Ihre hohe Sozialkompetenz. Zudem bewahren Sie auch in hektischen Situationen den Überblick, priorisieren richtig und haben grosses Koordinationstalent.

Unser Angebot

Wir bieten Ihnen eine vielseitige Aufgabe in einer fortschrittlichen Arbeitsumgebung, welche geprägt ist von hoher Pflegequalität, Selbstständigkeit, Flexibilität und Verantwortungsbewusstsein. Sie erhalten die Möglichkeit, gezielte Weiterbildung in Anspruch zu nehmen. Ein motiviertes und engagiertes Team unterstützt Sie dabei in allen Belangen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Mit Ihrem und unserem Wissen erreichen wir gemeinsam das Beste für unsere Patientinnen und Patienten.

Ihre vollständigen Unterlagen senden Sie bitte vorzugsweise per Email an: willkommen@usz.ch, Frau Ursina Giger



UniversitätsSpital
Zürich

www.usz.ch

33370-11379

GASTROJOB.ch



Die Stellenplattform
für Hotellerie,
Gastronomie und
Tourismus

JETZT
BUCHEN



HERTI

Die Stiftung Alterszentren Zug betreibt im Auftrag der Stadt Zug die Zentren Frauensteinmatt, Herti und Neustadt. Das Zentrum Herti in Zug ist ein gepflegtes Haus mit Herzlichkeit, zentral an pulsierender Lage. 82 Bewohner/innen werden von qualifizierten Mitarbeitenden ganzheitlich betreut und gepflegt.

Per 1. Januar 2015 oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

Stv. Küchenchef/in 100%

Weitere Informationen zu dieser interessanten Stellen finden Sie unter www.alterszentrenzug.ch/zentrum_herti/stellen/

Norbert Krug, Leiter Küche, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit vollständigen Unterlagen und Foto.

Alterszentren Zug, Zentrum Herti

Hertizentrum 7 • 6303 Zug • ☎ 041 729 64 64 • www.alterszentrenzug.ch

33343-11371

Für unser kleines Speiserestaurant-Trattoria mit 35 Plätzen (mediterrane Küche) in Glarus Mitte suchen wir per 1. November 2014 erfahrene

Servicefachangestellte

Teilzeitpensum ca. 40% (Chef-Stellvertretung), selbstständiges Arbeiten sowie perfekte Deutsch- und Italienischkenntnisse sind Voraussetzung.

RYZ Immo GmbH
Kreuzbühlstrasse 2, 8754 Netstal
René Zwald, Tel. 079 643 11 30
E-Mail: zpt@gmx.ch

33383-11387

Für unseren Produktionsbetrieb Raum Aargau/Zürich mit Fischveredelung und Räuchererei suchen wir einen

Räuchermeister

mit Flair und Gefühl für geräucherte Spezialitäten. Im Rahmen der zukünftigen Geschäftsnachfolge ist Ihr langjähriges Engagement erwünscht.

Sie sind zwischen 35- und 45-jährig, kommen aus der Lebensmittelbranche, vorzugsweise als gelernter Koch, lieben das handwerkliche Arbeiten, sind verantwortungsbewusst, initiativ und ausdauernd.

Sie bringen ein hohes Qualitätsverständnis und eventuell erste Führungserfahrung mit. Ihre Einstellung zur Arbeit und die Fähigkeit, in einem kleinen Team eigenverantwortlich mit- und zusammenzuarbeiten, sind für uns sehr wichtig. Ein guter Umgang mit Mitarbeitenden und Kunden ist für Sie deshalb selbstverständlich.

Der Stellenantritt erfolgt nach Übereinkunft.

Für Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen unter Chiffre 33306-11347 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, danken wir Ihnen.

33306-11347



Hier rechts nach frisch.

Für unseren lebhaften Lebensmittel-Grosshandelsbetrieb in Zufikon AG suchen wir Verstärkung im

Telefonverkauf 100%

per sofort oder nach Vereinbarung.

Sie haben fundierte Kenntnisse in der Lebensmittelbranche und können auf eine mehrjährige Tätigkeit als Koch, im Verkauf oder Aussendienst zurückblicken. Sie nehmen die telefonischen Bestellungen in Französisch und Deutsch entgegen und sind voll motiviert, sich einen Kundenkreis im Bereich Grossverbraucher aufzubauen. Sie beraten und betreuen die Kunden am Telefon, bereiten Aktionen vor und führen diese auch selbstständig durch.

Sie sind bereit, bei Bedarf die Kunden zu besuchen. Ihr sicheres Auftreten hilft Ihnen dabei. Ihre Kenntnisse im Bereich Fisch, Geflügel, Wild, Fleisch und Delikatessen können Sie bei uns voll umsetzen.

Wir bieten Ihnen eine interessante, selbstständige Tätigkeit mit zeitgemässer Entlohnung. Am besten passen Sie im Alter zwischen 25 und 35 Jahren in unser aufgestelltes Team.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung schriftlich an:

G.Bianchi AG, Herr Jürg Grob, Allmendweg 6, CH-5621 Zufikon AG, juerg.grob@bianchi.ch

33355-11374

Domino's Pizza GmbH sucht im Raum Zürich

Shift/Assistant Manager

Domino's Pizza GmbH
Ifangstrasse 10
8302 Kloten / www.dominos.ch

33376-11383

Ristorante Mamma Leone in Luzern

Wir suchen Koch / Sous Chef

ab Sofort, Festanstellung 100%
13 Gault Millau Punkte
italienische Küche / Tel. 041 410 17 91

33412-11391

LANDGASTHOF ROHRMOOS, POHLERN

Für unseren familienfreundlichen Betrieb brauchen wir dringend Verstärkung und suchen per sofort oder nach Vereinbarung einen

- Jungkoch/in und eine
- Servicefachhelfer (60–80%)

Sie sind fachlich kompetent, selbstständig, motiviert, zuverlässig und haben Freude an Ihrem Beruf, dann sind Sie für uns der/die richtige Mitarbeiter/in. Wir freuen uns auf Sie!

Schriftliche Bewerbungen senden Sie bitte an:

Landgasthof Rohrmoos
Christine und Beat Beyeler
3638 Pohlern
www.gastgeberbeyeler.ch
restaurant@gastgeberbeyeler.ch
Tel. 033 356 24 34

33387-11390

Mehr als 2 000 Lehrstellen finden Sie unter

www.hoteljob.ch

Als Arbeitgeber können Sie Lehrstellen und Praktikumsstellen kostenlos unter www.hoteljob.ch publizieren.

Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue

für nur 150 Franken

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

33341-11369



Für Anspruchsvolle wie Sie.

In unserem französischen Gourmetrestaurant «**Hummer & Austerbar**» verwöhnen Sie unsere anspruchsvolle und internationale Kundschaft mit einem erstklassigen Service.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir eine motivierte und engagierte

Bardame

Ihre Aufgaben sind:

- Bedienung und Betreuung der Gäste
- Mise en place für den gesamten Serviceablauf
- Unterstützung im Restaurantservice

Sie bringen mit:

- Berufserfahrung in der Gastronomie (Bar)
- Kenntnisse in Deutsch und Englisch
- Teamfähigkeit, Offenheit, kommunikativ, flexibel

Möchten Sie ein Teil unseres motivierten Teams werden und den Geist unseres Hauses prägen? Dann bewerben Sie sich mit Foto und Lohnvorstellungen an Frau D. Sigg, Personalbüro, Bahnhofstr. 87, 8021 Zürich, oder an personal@hotelstgotthard.ch.



FEEL THE DIFFERENCE...

Hotel St. Gotthard
Zürich - Switzerland

33379-11384



MATTERHORN
ZERMATT BERGBAHNEN

Das Matterhorn glacier paradise bildet die höchstgelegene Bahnstation Europas auf 3883 m ü. M. und gilt als Ausgangspunkt vieler Bergtouren und Startpunkt zum Ganzjahres-Schneesportgebiet auf dem Theodulgletscher. Nebst traditionellen Gerichten werden die Gäste mit exotischen Köstlichkeiten aus Asien verwöhnt. Im Matterhorn Peak Shop finden Sie eine attraktive Auswahl exklusiver Gipfel-Souvenirs vor, wie zum Beispiel den höchstgelagerten Gipfelwein Europas.

Die Zukunft braucht Gastgeberpersönlichkeiten – wir suchen den/die

Betriebsassistent/-in.

Ihr Profil

- Sie bringen eine fundierte Ausbildung in der Gastronomie mit, verfügen über Führungserfahrungen und ein Faible für einen Service in alpinem Gelände
- Sie unterstützen den Betriebsleiter in sämtlichen Belangen
- Sie erledigen die administrativen Aufgaben in den Bereichen Shop, Restaurant und Unterkunft
- Sie sind durchsetzungsfähig, ein Teamplayer sowie ein guter Motivator für Ihre Mitarbeitenden
- Sie verfügen über gute PC-Kenntnisse, notwendig für die unterschiedlichen Anfragen, Offerten, Buchungen auf 3883 m ü. M. (Essen, Übernachtungen, spez. Anlässe etc.)
- Sie betreuen unsere Gäste mit einem Lächeln auf den Lippen und stellen sicher, dass ihre Zufriedenheit gewährleistet ist
- Sie führen die Mitarbeitenden so, dass die Einhaltung und Sicherstellung aller internen Richtlinien und allgemeinen Gesetzgebungen gewährleistet ist
- Sie sprechen Deutsch mit sehr guten Fremdsprachenkenntnissen in F, E, I

Stellenantritt: 22. November 2014

Über uns

Neben einem vielseitigen Aufgabenbereich in einem kleinen Team mit motivierten und charmanten Kollegen bieten wir einen leistungsgerechten Lohn, gute Sozialleistungen und die einzigartige Kulisse der Zermatter Bergwelt!

Bischt parat für Zermatt? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse und Foto) per Email an fernanda.switala@zbag.ch oder per Post an: Zermatt Bergbahnen AG, Postfach 378, 3920 Zermatt.

33341-11369

INTERNATIONAL

Für die Leitung eines 4-Sterne-Ferienhotels in Seefeld in Tirol suchen wir eine/n

Geschäftsführer/in

Die Hotelanlage umfasst 50 Zimmer, Bade-, Wellness-, Sauna- und Fitnessbereich, Tagungsräume sowie gepflegte Aussenanlagen direkt am See. Der Betrieb ist zweisaisonal geöffnet.

Sie leiten den Hotelbetrieb in allen Bereichen selbstständig und sind für das Management, die Vermarktung des Betriebes, die Gästebetreuung sowie die Teambildung verantwortlich. Sie berichten an den Eigentümer.

Für obige Aufgabe wenden wir uns an **marketing-orientierte Ferienhotel-Fachleute** mit mehrjähriger Führungserfahrung in der alpenländischen Ferienhotellerie, die sich ihren zukünftigen Lebensmittelpunkt am Seefelder Plateau vorstellen können.

Wenn Sie Interesse an dieser verantwortungsvollen und unternehmerischen Aufgabe haben, senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Diskretion wird zugesichert.

ETB Edinger Tourismusberatung GmbH
Kaufmannstrasse 58, A-6020 Innsbruck
z. H. Mag. Silvia Krabbichler
Tel.: 0043/(0)512/344231-12
Mail: s.krabbichler@etb.co.at



33340-11368

Gesucht: Bademantel
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch

hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotellerieuisse

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

MWST UND LIEGENSCHAFTEN



KEYSTONE

Private Liegenschaftsbesitzer wissen es oft nicht: Die Mehrwertsteuer auf Investitionen muss nicht zwingend verloren gehen.

Immer noch wenig bekannt ist die freiwillige Unterstellung für private Liegenschaftsbesitzer. Substanzielle Vorteile lassen sich im Zusammenhang mit Grosssanierungen und Investitionen erzielen. Unter die freiwillige Besteuerung können jene Objekte gestellt werden, welche von mehrwertsteuerpflichtigen Mietern genutzt werden. Ein Beispiel: Der ehemalige Wirt vermietet die privat gehaltene Liegenschaft an seinen Nachfolger. Im Restaurant drängen sich umfangreiche Sanierungsinvestitionen auf, und das Dach muss erneuert werden. In den oberen Stockwerken befinden sich vermietete Wohnungen. Die Option des Mietverhältnisses mit dem Restaurant bedeutet, dass auf den entsprechenden Auslagen die Vorsteuer geltend gemacht werden darf. Gleichzeitig steigt die Miete um die Mehrwertsteuer von derzeit acht Prozent, doch steht dem Mieter als pflichtiges Unterneh-

men der Vorsteuerabzug zu und damit neutralisiert sich die Steuerbelastung. Auf Investitionen, welche nicht nur dem optierten Restaurant, sondern auch den Wohnungen dienen (Dachsanierung), kann die Vorsteuer anteilmässig zurückgeholt werden. Ebenfalls kann bei den Nebenkosten die auf das Restaurant anfallende Vorsteuer zurückgefordert werden. Die Option hat zur Folge, dass die in den letzten Jahren vor dieser Umstellung bezahlte Mehrwertsteuer unter dem Titel der Einlagesteuerung zurückvergütet wird. Vergütet wird aber nur die Mehrwertsteuer auf Neubaukosten, wertvermehrenden Aufwendungen im Zusammenhang mit Energiespar-, Umweltschutz- und denkmalpflegerischen Massnahmen sowie Renovationskosten einer Bauphase, welche fünf Prozent des Gebäudeversicherungswertes übersteigen. Dieser Steueranspruch wird für die Jahre vor Eintritt in die Steuerpflicht jährlich um fünf Prozent abgeschrieben. Erfolgt später eine Umnutzung (z. B. als Arztpraxis), dreht sich der Spieß um und der Eigentümer hat die zuvor geltend gemachte Vorsteuer nach derselben Berechnungsmethode wie bei

der Einlagesteuerung zurückzuerstatten. Nach Mehrwertsteuergesetz liegt der Entscheid der Option beim Vermieter. Da eine Anpassung des bestehenden Mietvertrages erforderlich wird, sind vor der geplanten Umstellung folgende Fragen zu klären: Ist das Unternehmen des Mieters mehrwertsteuerpflichtig? Verfügt das Unternehmen über vollen Rückerstattungsanspruch der Vorsteuer? Rechnet das Unternehmen nach effektiver und nicht nach Saldosteuerersatzmethode ab? Können alle Fragen bejaht werden, liegen oder lagen hohe mehrwertsteuerbelastete Auslagen vor und ist die mehrwertsteuerpflichtige Nutzung von Dauer, lohnt sich in der Regel die freiwillige Unterstellung.



Hugo Schmid
dipl. Steuerexperte/dipl. Wirtschaftsprüfer
Bommer + Partner
Treuhandgesellschaft, Bern

Zu vermieten

Hotel/Restaurant Spycher in Saas-Almagell

Zentrale Lage; 15 Zimmer mit 34 Betten, alle ausgestattet mit Dusche/WC, Wireless, TV und Radio; Speisesaal mit 40 Sitzplätzen; Restaurant mit 40 Sitzplätzen; Terrasse; gut ausgestattete Küche. Wir suchen ein sympathisches und initiatives Wirtepaar, für welches ein kleiner Betrieb mit fairen Konditionen eine Existenz bildet.

Amadé Anthamatten, 0792927807
E-Mail: anthamattena@postmail.ch

33470-11380

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

30238-19076

Panorama-Hotel Restaurant Hultegg

ZH/SG/TG – 200 Sitzplätze – 120 Terrassenplätze
– 200 Parkplätze – 25 Betten – 2 Wohnungen

VP Fr. 1 780 000.–. Auskünfte: Tel. 055 533 04 50

www.engelvoelkers.com/ch/zuercher-oberland/hinwil

33365-11377

Zu verkaufen in Interlaken

***Hotel mit grossartigen Erweiterungsmöglichkeiten

Die zentrale Lage garantiert eine sehr gute Auslastung und einen lukrativen Betrieb.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne senden wir Ihnen die Verkaufsdokumentation.

Nathanael Regez
Belpstrasse 5
3074 Muri b. Bern
079 215 57 27

33380-11385

Kann man innere Leere mit Konsum füllen?

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

