

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 42

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: 04.07.2025

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



Neue Wege

In Disentis soll die Bergbahn mit ihrem neuen Hauptaktionär Marcus Weber zum Kraftwerk der Destinationsentwicklung werden.

Seite 3

Neue Brücke

In Fribourg soll der Pont de la Poya ein neuer USP und ein starkes touristisches Wahrzeichen werden.

Seite 8

Neue Düfte

In St. Moritz soll die erste eigene Duftlinie «Inviern» der Destination einen unverwechselbaren Geruch geben.

Seite 18

Neue Weine

In der Türkei sollen autochthone und internationale Rebsorten für gefragte Weine im In- und Ausland sorgen.

Seite 20

Inhalt

aktuell	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-13
caterer & service	15-16
dolce vita	17-20

hotel revue

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

Neue Regionalpolitik (NRP)

Massiv mehr Geld

Der Bund will das Tourismus-Impulsprogramm vor allem über die Neue Regionalpolitik abwickeln.

THERES LAGLER

Die Neue Regionalpolitik legt aufgrund politischer Entscheide an Bedeutung zu. Das bestätigt Valérie Donzel, die neue Leiterin des Ressorts Regional- und Raumordnungspolitik beim Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco). «Ohne Zweitwohnungsinitiative gäbe es wohl kaum ein Tourismus-Impulsprogramm zur Abfederung des Strukturwan-

dels», hält sie im Interview mit der htr hotel revue fest. «Und die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative hat den Fokus auf die Mobilisierung von Fachkräften in den Regionen verstärkt.» Der Bundesrat will dem Parlament das Tourismus-Impulsprogramm im Rahmen der Standortförderungsbotschaft im Februar unterbreiten. Volkswirtschaftsminister Johann Schneider-Am-

mann hat bereits bekannt gegeben, dass er in der Förderperiode 2016-2019 für den Tourismus 200 zusätzliche Millionen aus dem NRP-Topf zur Verfügung stellen möchte. Berücksichtigen müssen dies auch die Kantone, die jeweils gleich hohe Projektbeiträge wie der Bund leisten. Sie müssen bis Mitte 2015 ihre neuen NRP-Umsetzungsprogramme einreichen.

Seite 11 bis 13

Investitionsprojekte für den «Golden Pass»

Ungewisse Weiterfahrt



Der «Golden Pass» ist eine von drei touristischen Paradenstrecken des Bahnlandes Schweiz. Allerdings ist ungewiss, ob zukunftsweisende Investitionen auf dem Abschnitt zwischen Montreux und Interlaken finanziert werden können. Seite 5

Maurice Schöbinger

Strassensignalisation

Der Aufruhr gegen Astra-Weisungen hat sich gelegt

Als das Bundesamt für Strassen 2012 neue Weisungen für die touristische Signalisation entlang von Autobahnen und -strassen erliess, regte sich Widerstand. Mittlerweile werden die einheitlichen Regeln in den Kantonen ohne grosses Murren umgesetzt.

Seite 4

Hotel Intercontinental Davos

Das «goldene Ei» als Blackbox

Etwas mehr als vier Monate nach dem Konkurs der Betriebsgesellschaft Stilli Park AG ist im Hotel Intercontinental in Davos Ruhe eingekehrt. Nur das Verfahren zur Gläubigerentschädigung, das sich in der entscheidenden Phase befindet, erinnert an den turbulenten Sommer. Der scheidende Hoteldirektor Peter Pedersen sagt, dass sich die Wirren nicht negativ auf die Nachfrage

ausgewirkt hätten. Er zeigt sich für die Zukunft zuversichtlich.

Ob sein Optimismus gerechtfertigt ist, lässt sich schwer abschätzen. Weder der Hospitality-Fonds der Credit Suisse als Eigentümer, noch die neue Betreiberin, die Werwald AG, wollen sich dazu äussern, wie die hohen Investitionen rentabilisiert werden sollen. Wahrscheinlich wird die Werwald

AG einen tieferen Mietzins bezahlen oder selber über kurz oder lang in Probleme geraten.

Das «Intercontinental» ist in vieler Hinsicht einmalig. Dennoch steht zu befürchten, dass (zu) teure Grossprojekte der jüngeren Vergangenheit auch andernorts Interessenkonflikte zwischen Eigentümern und Betreibern aufbrechen lassen.

Seite 2

Kommentar

Die Schweizer Politik tut doch einiges für den Tourismus



GERY NIEVENGELT

Tourismus hat in der Schweizer Politik nicht das mächtige Lobbying, auf das andere Branchen zählen können. Es sitzen nur vereinzelt Vertreter von Tourismus und Gastgewerbe in den Parlamenten, in den nationalen Medien werden touristische Anliegen eher marginal behandelt.

Das trifft alles zu – und ist nur die halbe Wahrheit. Die politische Schweiz ist sich der Bedeutung unserer Branche wohl bewusst und unternimmt einiges, um ihr beizustehen. Das belegen unsere im «fokus» publizierten Recherchen über die finanziellen Mittel, die für die vom Strukturwandel hart getroffene Branche bereitgestellt, und über die für die kommenden Jahre aufgelegten Impulsprogramme.

Dass diese Leistung nicht recht wahrgenommen wird, hat auch mit unseren komplexen föderalistischen Strukturen zu tun. Mit Tourismusförderung sind diverse Organisationen und Ämter beauftragt oder beschäftigt. Entscheide werden auf verschiedenen Ebenen gefällt. So sind etwa bei der Neuen Regionalpolitik die Kantone federführend. Ob ein Projekt schliesslich gefördert wird, hängt wiederum von der Initiative in den Regionen ab.

Wie das definitive Impulsprogramm 2016–2019 aussieht, wird das Parlament entscheiden. Dass die Schweizer Tourismusbranche realistischere auf deutlich mehr Fördermittel hoffen darf, liegt auch daran, dass in der Bundesverwaltung, allen voran im Seco, engagiert und proaktiv gearbeitet wird.

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 42

ANZEIGE



«Wir profitieren bei der HOTELA von günstigen Prämien für die Sozialversicherungen – sie ist eine NPO und arbeitet einfach überzeugend.»

Hanna E. Rychener Kistler, Direktorin
der Höheren Fachschulen für Tourismus, Zürich (IST)/Lausanne (EIT)

SIMPLIFY YOUR BUSINESS.

Schweiz

Etihad verschärft
den Wettbewerb
mit der Swiss

Die unter dem Namen Etihad Regional fliegende Tessiner Fluggesellschaft Darwin Airline verschärft den Wettbewerb mit der Swiss. Für den nächsten Sommerflugplan steigert sie die Anzahl Destinationen in Europa um 9 auf 37. Davon würden sechs ganzjährig angefliegen, sagte Darwin-Chef Maurizio de Merlo am Dienstag. Die Swiss hatte letzte Woche angekündigt, ab Zürich 22 zusätzliche Destinationen bedienen zu wollen. Bis zur Übernahme von einem Drittel des Aktienkapitals von Darwin durch die in Abu Dhabi beheimatete Etihad hatten die Swiss und die Darwin Airline kooperiert.

Mehr Passagiere
auf weniger Flügen
bei der Swiss

Die Fluggesellschaft Swiss hat in den ersten drei Quartalen des Jahres die Anzahl Passagiere um 0,9 Prozent auf rund 12,3 Mio. erhöht. Dagegen sank gemäss einer Medienmitteilung von letzter Woche die Anzahl durchgeführter Flüge um 1,0 Prozent. Während die Swiss das interkontinentale Angebot ausbaute (+2,9 Prozent Flüge), reduzierte sie jenes innerhalb von Europa (-1,5 Prozent). Der Sitzladefaktor sank von 84,4 auf 84,0 Prozent.

Aus der Region

Silvaplana

Entwurf für
Zweitwohnungs-
steuer aufgelegt

Die Oberengadiner Gemeinde Silvaplana hat diese Woche den Entwurf für ihre Zweitwohnungssteuer aufgelegt. Demnach sind Objekte steuerbefreit, wenn sie während der Hochsaison bei ausbleibender Privatnutzung zur Vermietung ausgeschrieben werden. Laut der «Südschweiz» sind die Reaktionen unter den Zweitwohnungsbesitzern auf den Entwurf misstrauisch gewesen.

Davos

«Zeltstadt» wird
am nächsten WEF
noch grösser sein

Die Gemeinde Davos hat für das Weltwirtschaftsforum im nächsten Januar so viele Zelte bewilligt wie nie zuvor. Damit wird die provisorische Infrastruktur, mit der Zusatzkapazitäten geschaffen werden, weiter und recht unkontrolliert wachsen. Ein Gemeindevertreter sagte gegenüber der «Südschweiz», dass die Gemeinde dagegen vorgehen möchte, ihr aber noch die rechtlichen Mittel fehlen. axg

Stille um den Stilli Park

Das Konkursverfahren um die einstige Betriebsfirma betrifft das Davoser «Intercontinental» kaum. Ruhe ist eingeleitet, doch wichtige Fragen bleiben offen und Probleme ungelöst.

ALEX GERTSCHEN

Das Konkursverfahren um die Stilli Park AG, die einstige Betriebsgesellschaft des «Intercontinental» in Davos, wird in den nächsten Wochen zum Verhandlungspoker werden. Philipp Annen, der Leiter des Konkursamtes Chur, wird dabei den Hotelimmobilien-Fonds der Credit Suisse (CS) zu einer markanten Reduktion der gestellten Forderungen zu bewegen versuchen. Nur dann bestünde für die anderen über 200 Gläubiger Aussicht auf eine akzeptable Entschädigung. Die Gesamtforderungen belaufen sich auf 8,3 Mio. Franken, wovon allein der Fonds 3,78 Mio. geltend macht. Dem stehen verwertbare Aktiva von höchstens 3,8 Mio. gegenüber. Gelingt bis Ende Monat keine Einigung, kommt es laut Annen zum Rechtsstreit.

Credit Suisse und Betriebsgesellschaft
hüllen sich in Schweigen

Das Hotel Intercontinental ist von diesem Verfahren nur wenig betroffen. Direktor Peter Pedersen, der voraussichtlich diesen Herbst in einer gruppeninternen Rochade Davos verlassen wird, sagt, dass mit praktisch allen Lieferanten die Geschäftsbeziehungen hätten fortgeführt werden können. Bloss bei den Konditionen habe es die eine oder andere «Anpassung» gegeben. Sonst aber sei der Übergang von der Stilli Park AG zur heutigen Betriebsgesellschaft Weriwald AG



Wichtige Fragen bleiben offen: Eigentümerin und Betriebsgesellschaft des «Intercontinental» in Davos geben sich zugeknöpft.



«Die notwendig höhere Rendite einer Hotelimmobilie ist schwer erreichbar.»

Peter Mettler
VR-Präsident LH&E Management AG

reibungslos erfolgt. «Wir haben eigentlich Business as usual gehabt im Hotel», sagt Pedersen. Zur Auslastung der letzten Monate könne er keine Zahlen nennen, aber er sei zufrieden und für die Zukunft optimistisch.

Doch, weshalb sollte die Zukunft des Luxushotels rosiger sein als seine zerrütteten Anfänge? Der einzige bekannte Grund, der dafür spricht, ist die Zeit. Derer bedarf jedes neue Hotel auf dem Markt, zumal eines von dieser Grösse. Laut Philipp Annen hat der CS-Fonds der Weriwald AG den Mietzins bis Ende 2014 erlassen und damit jene Luftzufuhr verschafft, die die Stilli Park AG verwehrt hatte. Die CS und die Weriwald AG wollten dazu und zu anderen Fragen trotz mehrmaliger Kontaktaufnahme keine Stellung nehmen. So bleibt unbekannt, ob die neue Betreiberin auch mittel- und langfristig bessere Bedingungen gewährt erhalten hat.

Ungelöster Interessenkonflikt
zwischen Betreiber und Anlegern

So oder so erscheint die Ruhe, die die Beteiligten offensichtlich verbreiten wollen, als trügerisch. Denn entweder verlangt die CS auch von der Weriwald AG einen Mietzins, der in einem marktüblichen Verhältnis zur enormen Investitionssumme von rund 155 Mio. Franken (nur für das Hotel) steht. Dann wird auch die Weriwald AG über kurz oder lang in Schwierigkeiten geraten.

Oder aber die CS reduziert die Miete substanziell. Dann wird sie die Renditeerwartungen der Anleger enttäuschen. Denn die In-

vestitionen für den gesamten Stilli Park (samt Luxuswohnungen) machten mit gut 250 Mio. Franken fast einen Fünftel des gesamten Verkehrswerts der vom Fonds gehaltenen Liegenschaften aus. Entsprechend schmerzhaft wäre für die Fondaktionäre die notwendige Abschreibung.

Neben dem «Intercontinental» ist auch der Fall des «Radisson Blu» in St. Gallen, bei dem der vermeintlich nicht zu wirtschaftende Mietzins ebenfalls zum Zerwürfnis zwischen Eigentümerin und Betriebsgesellschaft geführt hat, Anlass zur Frage, ob weitere solche Konflikte in der Branche zu erwarten sind.

Gefahr falscher Erwartungen bei
branchenfremden Investoren

Peter Mettler ist Mehrheitsaktionär und Verwaltungsratspräsident der LH&E Management AG, der Betriebsgesellschaft des im Bau befindlichen und von der UBS finanzierten Luxushotels Kameha Grand in Zürich. Er glaubt, dass in den letzten Jahren generell mehr branchenfremde Anleger in die Hotellerie investiert und dabei unrealistische Renditeerwartungen gehabt hätten: «Weil sie ein grösseres Risiko als eine Wohnimmobilie mit sich bringt, muss eine Hotelimmobilie mehr Ertrag abwerfen. Aber es ist sehr schwierig, diesen Ertrag auch tatsächlich zu erreichen.»

Christian Laesser, Tourismusprofessor an der Universität St. Gallen, sieht allgemein bei Hotelobjekten, die in den vergangenen Jahren gebaut oder gekauft wurden, ein erhöhtes Risiko, dass die Interessenkonflikte zwischen

CS-Fondsmanager
ging freiwillig, um
Firma zu gründen

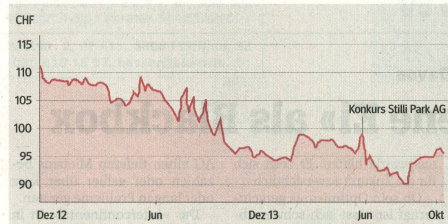
Die Kommunikation der Credit Suisse hat den Eindruck entstehen lassen, der Leiter des Hotelimmobilienfonds, Lucas Meier, habe die Bank unfreiwillig verlassen. Sie vermeldete seinen Abgang Mitte Juni, kurz nach dem Konkurs der Stilli Park AG. Der htr hat Meier nun gesagt, er habe lange vorher gekündigt, um mit einem CS-Kollegen die kürzlich ins Handelsregister eingetragene Macun Capital Partners AG zu gründen. Gemäss dem Eintrag wird die Firma in der Immobilien- und Tourismuswirtschaft tätig sein. Weitere Angaben wollte Meier noch nicht machen. axg

Eigentümern und Betreibern eskalieren. «Nicht nur das Intercontinental, auch andere Projekte sind zu Zeiten geplant und umgesetzt worden, als die Immobilienpreise Höchststände aufwiesen», meint er.

Das Problem unzureichender Ertragskraft ist laut Laesser wegen der Saisonalität der Hotellerie im Alpenraum ausgeprägter, aber auch in den Städten anzutreffen. Das zeige das Beispiel des «Radisson Blu» in St. Gallen.

Umso aufschlussreicher wäre es zu erfahren, wie die Credit Suisse und die Weriwald AG das «goldene Ei» in Davos doch noch vergolden wollen.

Akte des CS-Fonds im Minus



Der Hotelimmobilienfonds CS RE Hospitality hat seit November 2012 über 10 Prozent an Wert verloren. Die anderen Schweizer Immobilienfonds der Bank haben z. T. deutlich besser abgeschnitten. Grafik: htr/Quelle: Swiss Exchange

Saastaler raufen sich zusammen

Die Leistungsträger des Saastals halten zumindest bis nach der Wintersaison 2015/16 an der Gästekarte «Bürgerpass» fest. Die Einigung ist erst im allerletzten Moment zustande gekommen.

ALEX GERTSCHEN

Das Saastal mit den Destinationen Saas-Fee, Saas-Grund, Saas-Balen und Saas-Almagell kämpft gegen einen dramatischen Rückgang der Logiernächte. Deshalb oder trotzdem, je nach Sichtweise, flammen im lokalen Tourismus immer wieder Konflikte auf. Vor diesem Hintergrund war es für Jürg Stettler, den Verwaltungsratspräsidenten der Saastal Marketing AG, von «existenzieller Bedeutung», dass sich die Leistungsträger letzte Woche spät, aber doch noch auf die Fortführung der Gästekarte «Bürgerpass» verständigt haben.

Die Zukunft der 2012 eingeführten Karte war laut Stettler aus zwei Gründen stark gefährdet. Zum einen konnten sich die Saastal Bergbahnen AG und die Bergbahnen Hohnsaas AG nicht auf einen Verteilungsschlüssel für die Einnahmen einigen, zum anderen machten zu wenige Beherberger mit. «Die Betriebe, die mitmachen, müssen zusammen 80 Prozent der Logiernächte stellen. Sonst riskieren wir, die Kosten der Karte nicht decken zu können», erklärt er. Zwar wird die 80-Prozent-Marke nach wie vor knapp

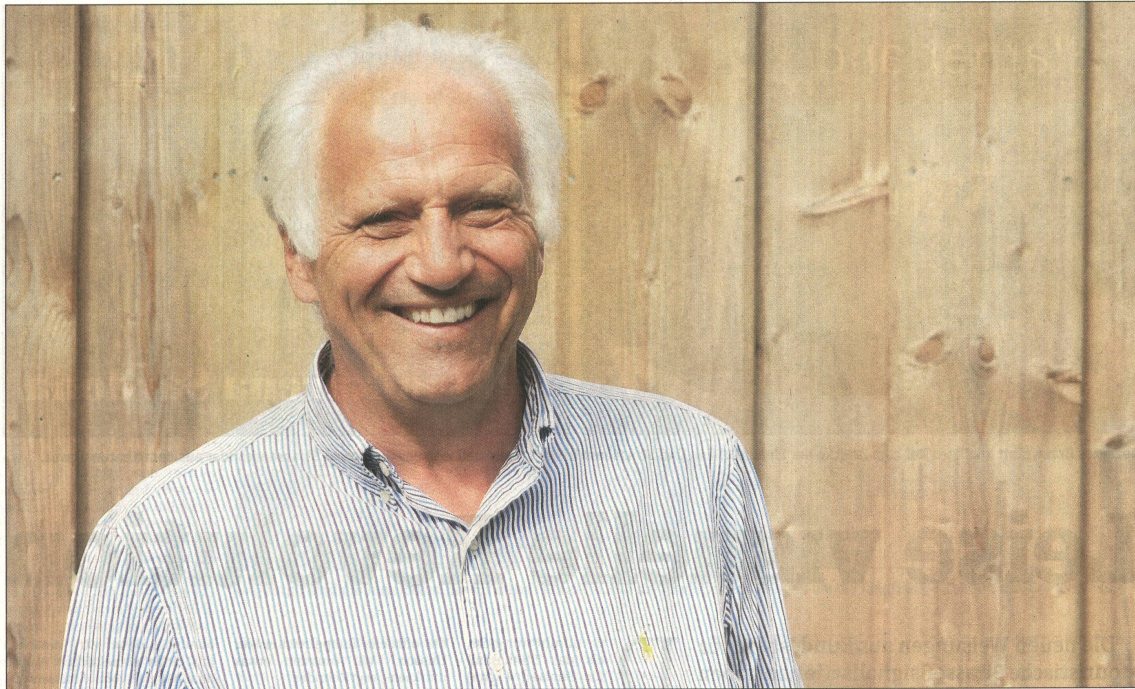
verfehlt, doch hofft Stettler, dass sich nach der Einigung der Bergbahnen weitere Beherberger gewinnen lassen, vorab in Saas-Grund, wo die Skepsis am grössten ist.

Die Negativspirale nicht weiter
beschleunigt

Mit der provisorischen Fortführung des «Bürgerpasses» bis nach der Wintersaison 2015/16 wird der Saaspas gestrichen. Dieser hat bisher Angebote abgedeckt, die neu in den aufgewerteten und teureren «Bürgerpass»

aufgenommen werden. Während der Saaspas freiwillig abgegeben wurde, mussten und müssen alle Beherbergungsbetriebe, die dem «Bürgerpass» angeschlossen sind, ihren Gästen diese Karte abgeben und verrechnen.

Stettler bedauert, dass die Fronten so lange verhärtet waren, ist nun aber erleichtert, dass das Ende des «Bürgerpasses» letztlich abgewendet werden konnte: «Sonst hätte sich die Negativspirale beschleunigt, hätten wir ein geringeres Angebot zu einem höheren Preis anbieten müssen.»



Der neue starke Mann bei den Bergbahnen Disentis: Obwohl die Branche schwierige Zeiten durchlebt, ist Marcus Weber von seiner jüngsten Investition überzeugt. B. Mitrovic

«Keine Erbsenzähler sein»

Er kontrolliert bereits Unternehmen in einem halben Dutzend Branchen. Nun lässt sich Marcus Weber als neuer Hauptaktionär an die Spitze der Bergbahnen Disentis AG wählen.

ALEX GERTSCHEN

Marcus Weber, Sie sind unter anderem in der Uhren-, Keramik-, Textil- und Immobilienbranche tätig. Weshalb sind Sie nun auch noch bei den Bergbahnen Disentis eingestiegen? Der ehemalige Direktor der Bergbahnen, Urs Häflicher, ist ein langjähriger Freund von mir. Er sprach mich einmal darauf an, dass die bisherige Hauptaktionärin Arenberg Beteiligung GmbH aus Düsseldorf ihr Aktienpaket verkaufen wolle. So kam der Kauf zustande.

Ihr Engagement hat nicht nur mit geschäftlichen, sondern auch mit persönlichen Motiven zu tun?

Es ist eine Mischung von beidem. Ich würde nie eine Bergbahn ohne persönlichen Bezug zum Ort kaufen. Aber das finanzielle muss stimmen. Viele Bergbahnen stehen zurzeit vor der Frage, ob sie kräftig investieren, verkaufen oder bis zur Schliessung noch «eincashen» sollen. An diesem Punkt stand auch die Disentis Bergbahn.

Das heisst wohl, dass Sie sie zu einem günstigen Preis erhalten haben. Sie war nicht billig, aber der Preis war fair. Dazu muss man sagen, dass die Bergbahn stets einen positiven Cashflow

erwirtschaftet hat, selbst im letzten Winter, der miserabel war und insgesamt einen Verlust brachte. Und die Bahn hat viele Baulandreserven, bloss am falschen Ort.

Das heisst? Es braucht unbedingt mehr Übernachtungsmöglichkeiten. Nur so erreicht die Bergbahn die notwendigen Frequenzen. Deshalb möchte ich bei der Talstation eine Unterkunft bauen, doch ist dafür eine Umzonung nötig.

Sie sind in einer starken politischen Position. Wie so mancher Tourismusort hängt Disentis von der Bergbahn ab... Ich mache bei der Raumplanung schon etwas Druck, will aber meine Position nicht ausnützen. Das wäre nicht fair. Langfristig haben wir ohnehin nur Erfolg, wenn es für alle stimmt.

Verfolgen Sie mit der geplanten Unterkunft und dem Hotel Baur, das von der Bergbahn bereits kontrolliert wird, eine Resort-Strategie? Ja, natürlich. Nur so lässt sich dem Kunden ein Preis für ein umfassendes Angebot machen, und nur so kann dieser Preis attraktiv sein. Denn auf allen Stufen müssen Preiskonzeptionen gemacht werden.

Aus Basel, in Singapur wohnhaft, mit Disentis verbunden

Der 58-jährige Marcus Weber ist seit Juni Mehrheitsaktionär der Disentis Bergbahnen AG. In den frühen Neunziger Jahren wirkte er als Berater bei vielen Firmenrestrukturierungen mit. Einige von diesen Unternehmen übernahm er schliesslich selbst. So wurde er Unternehmer im Bereich des Gartenbaus, der Keramik oder der Textilien. Obwohl Weber seit rund zwei Jahrzehnten seinen Wohnsitz in Singapur hat, hält er sich monatlich in der Schweiz auf – und verrät ihn sein Dialekt als echten «Bebbi». axg

Welche Massnahmen stehen als Erstes an? Beim Aufbau von Übernachtungskapazitäten steht das Hotel Baur im Vordergrund, das total renoviert werden muss. Bei den Bergbahnen müssen zuerst die Gastronomie und das Erscheinungsbild verbessert, attraktiver gemacht werden.

Eine Verbindung zur künftigen Skiarena Andermatt-Sedrun dürfte Sie reizen. Natürlich! Auch vonseiten des Kantons gibt es Interesse daran. Aber sie wäre

für mich die Kirsche auf der Torte. Zunächst geht es um anderes.

Fürchten Sie bei einem Abseitsstehen nicht eine erdrückende Konkurrenz durch die Skiarena?

Nein, weil wir ein anderes Kernpublikum haben. Ich bin überzeugt, dass eine Destination nicht allzu verschiedene Zielgruppen mischen kann. So, wie das «Chedi» eine Luxusausrichtung vorgibt, gibt bei uns das Reka-Dorf einiges vor. Wir sprechen Familien, Junge und

Junggebliebene an. Luxus können wir nicht machen.

Orientieren Sie sich eher an der nahen Weissen Arena in Laax?

Ja, sicher, ich kann ja nichts Neues erfinden. Die Weisse Arena ist für uns zunächst eine Herausforderung im Tagestourismus. Denn wer für den Tag kommt, fährt nicht an Laax vorbei und bis zu uns. Wir können die Weisse Arena nicht kopieren, aber vieles, was Reto Gurtner macht, hat Hand und Fuss.

Die Weisse Arena – und Graubünden insgesamt – versucht, die Abhängigkeit von der Schweiz und Europa zu reduzieren und in Asien präsent zu sein. Folgt Disentis dieser Strategie? Ich sehe erst einmal in der Schweiz und im Süden noch Potenzial für uns. Die Tessiner und Italiener fahren ins Engadin oder zum Splügen, aber nicht zu uns. Das können wir ändern. Aber natürlich ist auch Asien für mich ein Thema, ich wohne ja dort.

Wo und weshalb? Ich bin seit den frühen Neunziger Jahren in Ostasien geschäftlich tätig, und irgendeinmal war ich so oft dort, dass ich entschied, meinen Wohnsitz nach Singapur zu verlegen.

Sie haben Ihren Bezug zu Disentis erwähnt. Wie stark kann der sein, wenn Sie in Singapur leben? Ich bin ja eigentlich Pendler, bin jeden Monat für einige Zeit in der Schweiz. In

Zürich habe ich ein Büro, in der Nähe von Disentis ein Ferienhaus und im Tessin ein Wohnhaus. Aber auch in Italien, Deutschland, Grossbritannien und den USA bin ich oft unterwegs.

Wie entstand der Bezug zu Disentis? Ich fuhr erstmals 1973 hin, als J+S-Ski-lehrer. Eigentlich wollten wir auf die Lenzerheide, aber unser Haus brannte ab. So wichen wir auf Disentis aus. Dort lernte ich meinen Freund Urs Häflicher kennen – und zwar fast im Streit, weil wir Freeriden gingen und er als Bergbahn-Direktor daran wenig Freude hatte (lacht). Später fuhr ich mit der Familie regelmässig hin.

Sie sind ein passionierter Wintersportler. Aber damit es einer Bergbahn gut geht, bedarf es auch eines guten Sommergeschäfts...

Das stimmt. Ich finde, dass die Leute da umdenken müssen. Die Bergbahn muss gratis sein, und die anderen Leistungsträger müssen sie dafür entschädigen. In Österreich oder Italien wird dies zum Teil schon gemacht. Dann müssen Attraktionen, muss Leben im Ort geschaffen werden. So werden auch im Sommer Gäste kommen.

Sie sind Verwaltungsratspräsident von 29 Unternehmen. An der Generalversammlung vom 17. Oktober lassen Sie sich nun auch zum Verwaltungsratsdelegierten der Bergbahn wählen. Haben Sie für das Amt überhaupt Zeit? Wenn man Geld investiert, will man auch was zu sagen haben! Ich habe vor, überdurchschnittlich viel Zeit für dieses Amt aufzuwenden.

«Im Sommer muss die Bergbahn gratis sein und von den anderen Leistungsträgern entschädigt werden.»

Sie arbeiten in vielen Branchen, leben in Singapur. Was sieht Ihr Blick von aussen auf das Tourismusland Schweiz? Insgesamt ist das Image der Schweiz im Ausland noch immer gut. Politisch sollten wir uns gegenüber der EU stärker behaupten. Bezüglich dem Tourismus fällt die mangelhafte Gastfreundschaft auf. Das fängt beim Zöllner an, geht beim Taxifahrer weiter und zieht sich durch alles. Wollen wir eine Dienstleistungsgesellschaft sein, müssen wir uns da verbessern; auch grosszügiger sein, keine Erbsenzähler.

Standpunkt

Mehr Nachhaltigkeit beim Zweitwohnungsgesetz



JÜRGEN STETTLER*

Seit dem Erscheinen des Buches «Die Landschaftsfresser» von Jost Krippendorf im Jahr 1975 sind nun bald 40 Jahre vergangen. In seinem Buch zeigte der Berner Tourismusprofessor bereits damals eindrücklich die Probleme der Zweitwohnungen und mögliche Lösungsansätze auf. 1986 stellte er im Vorwort der vierten Auflage des Bestsellers fest, dass das Thema auch ein Jahrzehnt später immer noch ein Dauerbrenner und in verschiedenen Feriengemeinden aktueller

«Weitere Ausnahmen erscheinen nur kurzfristig und auf den ersten Blick sinnvoll.»

denn je sei. Seit den 1990er Jahren haben einige Regionen und Gemeinden Anstrengungen zur Lenkung der Zweitwohnungen in Angriff genommen. Insgesamt hat sich die Situation aber nicht wesentlich verbessert, was zur Lancierung und Annahme der Zweitwohnungsinitiative geführt hat. Da die Initiative sehr rigide ist, wurde versucht, im Rahmen ihrer Umsetzung Freiräume so weit als möglich zu nutzen. Nachdem bereits der Bundesrat gemäss der Umweltministerin «den Spielraum mehr als ausgereizt» hatte, hat der Ständerat weitere Ausnahmen beschlossen. Das mag kurzfristig und auf den ersten Blick sinnvoll sein. Damit droht aber nicht nur das Referendum. Es führt auch dazu, dass eine nachhaltige Lösung des Problems weiter hinausgeschoben wird. Die intakte Landschaft ist bekanntlich das wichtigste Tourismuskapital der Schweiz. Wir sollten deshalb versuchen, dieses Kapital mit innovativen Lösungen einer nachhaltigeren Mobilitäts- und Raumentwicklung zuzuführen.

*Jürg Stettler ist Leiter Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) an der Hochschule Luzern.

Nachgefragt

Das Bündner Gewerbe greift nach dem nicht allzu dicken Strohhalme



Jürg Michel*, die Idee des Bündner Gewerbes für eine zweite Kandidatur für die Winterspiele 2022 haben selbst Olympia-Anhänger kritisiert. Ist sie nicht eine Zwangslage? Nein, wir wollen ja nicht die alte Kandidatur neu beleben, sondern eine bessere machen. Nachdem sich Oslo zurückgezogen hat und nur Peking und Almaty übriggeblieben sind, bietet sich uns ein Strohhalme, nach dem wir greifen wollen – im Wissen, dass er nicht allzu dick ist. Nächste Woche nun loten wir die Unterstützung bei Grossratsmitgliedern aus.

*Direktor des Bündner Gewerbeverbandes

Aus der Region

St. Moritz

Um- und Ausbau
des «Laudinella»
verschoben

Das 3-Sterne-Hotel Laudinella in St. Moritz wird erst ab April 2017, nach dem Ende der Ski-Weltmeisterschaft, um- und ausgebaut. Nachdem die Stimmbürger vor wenigen Wochen der notwendigen Ortsplanungsrevision zugestimmt hatten, war davon ausgegangen worden, dass das rund 65 Mio. Franken teure Bauprojekt bereits im nächsten April gestartet würde. «Laudinella»-Direktor Felix Schlatter hat gegenüber der «Engadiner Post» die Verschiebung damit begründet, dass das Risiko, auf die WM 2017 nicht fertig zu sein, zu gross gewesen wäre.

Bern

Seilpark kann ab
Anfang November
gebaut werden

Die Grüne Partei Bern verzichtet darauf, den Entscheid des bernischen Verwaltungsgerichts zugunsten eines Seilparks in der Stadt Bern vor dem Bundesgericht anzufechten. Damit kann das Unternehmen Ropetech Anfang November die Bauarbeiten für den Seilpark im Dählhölzliwald aufnehmen. Er soll im April 2015 eröffnet werden. Geplant ist auch ein Waldlehrpfad. Der Rechtsstreit hatte sich fünf Jahre hingezogen. sda/axg

Glarnerland



Tektonikarena Sardona

Dezentes Braun statt knalliges Rot zum Zwecke der Einheitlichkeit und Strassensicherheit: neue und weisungskonforme Strassenschilder aus dem Kanton Glarus. zvg

Leise visuelle Revolution

Die neuen Weisungen aus Bundesbern für touristische Strassensignalisationen haben einst für viel Ärger gesorgt. Inzwischen passen die Kantone ihren Schilderpark an.

GERHARD LOB

Der Aufruhr war gross, als das Bundesamt für Strassen (Astra) im Jahr 2012 neue Richtlinien für die touristische Signalisation entlang von Autobahnen und Autostrassen erliess. Insbesondere der Tourismuskanon Graubünden ärgerte sich, weil die neuen Bestimmungen zu Farbgebung und Grösse der touristischen Signalisationstafeln zur Folge hatten, dass alle bestehenden Tafeln ersetzt werden müssen. Dabei hatten die Bündner erst 2002 ein eigenes Konzept umgesetzt, das schweizweit sogar als beispielhaft angesehen worden war. Eine Überarbeitung der Weisungen wurde verlangt.

Bundesbern passte die Weisungen ein wenig an, blieb im Kern aber hart. Man wollte dem Wildwuchs kantonalen Lösungen Einhalt bieten. «Unser Ziel war es, den Schilderwald zu verkleinern und die touristische Signalisation zu vereinheitlichen», sagt Astra-Sprecher Thomas Rohrbach. Und dies aus Gründen der Verkehrssicherheit, die stets an erster Stelle stehe.

Pärke und Unesco-Stätten mit Sonderrechten

Mittlerweile ist es ruhig geworden, haben sich die Kantone daran gemacht, die Weisungen umzusetzen. In Glarus wurden in diesem Frühjahr beispielsweise fünf neue Willkommenstafeln entlang der Autobahn A3 aufgestellt. Kleinere Probleme gab es laut Christian Zehnder, dem Leiter der Standortpromotion Glarus, einzig mit der geforderten Schriftgrösse und den festgelegten Abständen der Tafeln vor den Ausfahrten.

Beim Hinweis auf die Unesco-Welterbestätte «Tektonikarena Sardona» gelang es nicht, das eigene Corporate Design zu platzieren. Es gab nur Platz für

das offizielle Tempelzeichen der Unesco. «Wir mussten etwas murksen», sagt Zehnder.

Tatsächlich sind die Weisungen des Astra sehr detailliert. Unterschieden wird zwischen Ankündigungstafeln, die touristische Ziele oder Regionen anzeigen, die über die nächste Ausfahrt erreicht werden können, aber nicht weiter als 30 Kilometer entfernt sein dürfen. Die Willkommenstafeln signalisieren den Verkehrsteilnehmern hingegen den Beginn einer touristisch bedeutsamen Region, in welche sie

bünden, «denn wir wünschen uns einen einheitlichen Auftritt unabhängig vom Strassentyp». Anders gesagt: Die Weisungen für die touristischen Beschilderungen entlang der Autobahnen werden freiwillig auf den untergeordneten Strassentypen angewendet. Man werde dieses Konzept dann dem Astra vorlegen.

Kantone müssen Weisungen bis 2017 umsetzen

Aber haben solche Hinweis-schilder überhaupt eine touristische Bedeutung? Werden sie

wahrgenommen? «Wir glauben, dass sie Wirkung haben», meint Christian Zehnder aus Glarus. «Auf der A3 hat es sehr viel Verkehr, aber die wenigsten wissen, dass es das Glarnerland gibt.» Auch in einer anderen Region, wie dem Berner Oberland, hält man grosse Stücke auf die touristische Beschilderung. «Es ist ein wichtiges Accessoire für die Gäste», sagt Stefan Ryser, Marketing-Leiter bei Interlaken Tourismus.

Beim Astra kennt man den Stand der Umsetzung nicht. «In der Zwischenzeit wurden vergleichsweise wenig neue Gesuche eingereicht», sagt Sprecher Thomas Rohrbach. Die Kantone haben noch bis 2017 Zeit, die Weisungen umzusetzen. Danach kann das Bundesamt Signalisationstafeln, die nicht den Weisungen entsprechen, entfernen lassen. Ob die Beamten aus Ittigen zu diesem Zwecke dann selbst ausreisen, ist noch nicht bekannt.



«Wir wünschen einen einheitlichen Auftritt unabhängig vom Strassentyp.»

Michael Cafilisch
Amt f. Wirtschaft und Tourismus GR

Im Kanton Graubünden ist man noch daran, die Weisungen umzusetzen. Eine Arbeitsgruppe erstelle ein Konzept für den ganzen Kanton, sagt Michael Cafilisch, Leiter der Tourismusabteilung im Amt für Wirtschaft und Tourismus des Kantons Graubünden.

Im Kanton Graubünden ist man noch daran, die Weisungen umzusetzen. Eine Arbeitsgruppe erstelle ein Konzept für den ganzen Kanton, sagt Michael Cafilisch, Leiter der Tourismusabteilung im Amt für Wirtschaft und Tourismus des Kantons Graubünden.

Neue Vertriebskooperationen

Der Ferienwohnungsvermieter e-domizil hat mit Obwalden Tourismus und der Ferienregion Lago Maggiore e Valli direkte Vertriebspartnerschaften abgeschlossen.

Der Ferienwohnungsvermieter e-domizil hat mit der Ferienregion Lago Maggiore e Valli und Obwalden Tourismus Direktpartnerschaften abgeschlossen. Laut dem

Geschäftsführer Daniel Koller werden die beiden Tourismusorganisationen (TO) ab Beginn des kommenden Jahres auf ihren Websites die Vertriebsstrategie von e-domizil einsetzen. «Zugleich werden die Ferienwohnungsanbieter, die mit den zwei Organisationen kooperieren, ins internationale Vertriebsnetz von e-domizil aufgenommen», erklärt Koller. Damit erhöhe sich die Anzahl Direktpartnerschaften mit TO in der Schweiz auf ein gutes Dutzend.

Ferienwohnungen werden auch dann über e-domizil oder andere Online-Plattformen wie Casamundo vertrieben, wenn mit der betreffenden TO eine Schnittstelle existiert. Die Vorteile einer darüber hinausgehenden Direktpartnerschaft liegen laut Koller darin, dass e-domizil als Veranstalter dem Mieter und dem Vermieter mehr Sicherheit gewähren könne, die TO entlastet werde und für e-domizil der Aufwand für die Pflege von Schnittstellen entfalle. axg

Grapillon im Oktober in Aktion

Jetzt bei Ihrem Getränkehändler profitieren!

Grapillon Nektar
20 cl Glas

– 10 CHF günstiger

Grapillon Nektar
100 cl Glas

– 20 CHF günstiger



Grapillon, C'EST SI BON ...
Der leicht kohlenensäurehaltige Traubennektar.

Sorgen um Golden Pass

Der Golden Pass soll zwischen Montreux und Interlaken umsteigefrei werden. Ansonsten droht der touristische Abstieg. Die Finanzierung des Projektes ist aber unsicher.

GERHARD LOB

Die Golden-Pass-Linie von Montreux via Gstaad und Interlaken nach Luzern gehört zu den schönsten Bahnstrecken der Schweiz. «Der Golden Pass ist neben dem Bernina-Express und Glacier-Express eines unserer Paradeperle», sagt Maurus Lauber, CEO des Unternehmens Swiss Travel System (STS), das mit grossem Erfolg Schweizer Bahnreisen im Ausland vermarktet. Ein Bild des Golden Pass wird 2015 sogar das Hauptmotiv in der weltweiten STS-Kommunikation sein und in über einer Million Printprodukten auf dem Titelbild erscheinen.

Eine Viertelmilliarde Franken muss ohnehin investiert werden

Doch über dem Golden Pass sind Wolken aufgezo-gen, genau genommen über dem Projekt Trans Golden Pass (TGP). Darunter versteht man die Schaffung einer umsteigefreien Verbindung von Montreux nach Interlaken. Heute müssen Fahrgäste in



Ungetrüb sind die Aussichten nur für diese Fahrgäste. Die Verantwortlichen bangen um die langfristige Zukunft des Golden Pass. zvg

Zweisimmen, wo die Meterspur der Montreux-Berner Oberland-Bahn (MOB) endet, auf einen Regionalexpress der BLS umsteigen, der sie nach Interlaken bringt. Diese Direktverbindung könnte 2017 wegfallen; dann müssten Fahrgäste sogar zwei Mal umsteigen, in Spiez und Zweisimmen. «Vor allem für Gäste aus Asien ist das undenkbar», sagt Gabriel Rossetti, Vizedirektor der Gesellschaft Golden Pass.

Schon ein einmaliger Umstieg ist mühsam. Die Idee, eine umsteigefreie Bahnverbindung zwischen Montreux und Interlaken zu schaffen, gibt es daher schon seit Jahrzehnten. Doch richtig Schub bekam dieser Ansatz erst 2008 mit der Entwicklung eines neuartigen Drehgestells, das es einem Wagen ermöglicht, sowohl auf der Meterspur als auch auf der Normalspur zu fahren. Die Fahrgäste können dank dieser «Umspuranlage» sitzen bleiben.

Eine Komposition von sieben modernen Panoramawagen würde demnach achtmal täglich zwischen Interlaken und Montreux verkehren und das heutige Regionalexpress-Angebot ersetzen. Die Kosten belaufen sich laut MOB und BLS auf 10 Mio. Franken für die Umspuranlage sowie 65 Mio. für Investitionen ins Rollmaterial, wobei der Löwenanteil durch eine Sonderinvestition des Bundes abgedeckt würde.

MOB und BLS verweisen darauf, dass die Gelder für den TGP nur eine Mehrinvestition von 24 Prozent aller gesamthaft nötigen

Investitionen auf der Golden-Pass-Linie betragen würden. Diverse Infrastrukturen, insbesondere der Bahnhof von Zweisimmen, müssen sowieso angepasst beziehungsweise umgebaut werden. Auch neues Rollmaterial ist nötig. Diese vom TGP-Projekt unabhängigen Kosten betragen insgesamt stolze 227 Mio. Franken.

Nachdem das Projekt bereits aufgegleist schien, ist inzwischen Sand ins Getriebe gekommen, insbesondere wegen der angespannten Finanzen im Kanton Bern. Der Zweisimmerer FDP-Grossrat Hans-Jörg Pfister verlangte in einem Vorstoss vom März dieses Jahres, dass der Kanton das Ausbauprojekt wegen der exorbitanten Kosten nochmals auf seine Wirtschaftlichkeit hin überprüfen solle. Ein für September erwarteter Entscheid des Grossen Rats steht noch aus.

Umstieg macht Angebot vorab für Ausländer unattraktiv

«Ein definitiver Umstellungsentscheid sollte bis Ende 2014 vorliegen», heisst es nun auf Anfrage aus der Bau-, Verkehrs- und Energiedirektion des Kantons (BVE). Diese Warterei gefällt den Verantwortlichen der MOB nicht. Für sie steht viel auf dem Spiel. «Bei Nicht-Umsetzung des Trans Golden Pass stirbt die Idee der Golden-Pass-Linie für mindestens 50 Jahre», sagt Rossetti. Ein Branding der Golden-Pass-Linie entfällt genauso wie das Vermarktungspotenzial der Strecke. Eine Umfrage im Sommer 2013



«Kommt der Trans-Golden-Pass nicht, stirbt die Idee der Linie für lange Zeit.»
Gabriel Rossetti
Vizedirektor Golden Pass

hat ergeben, dass rund 80 Prozent der Fahrgäste auf der Golden-Pass-Strecke Touristen sind. Von diesen wiederum sind 62 Prozent Schweizer, welche gewohnt sind, umzusteigen. Anders ausländische Touristen und insbesondere asiatische: Sie werden heute schon zum Teil mit Cars von Interlaken nach Zweisimmen gebracht. Ein Potenzial auf dieser Strecke, so die Schlussfolgerung der Touristiker, gibt es nur mit einer umsteigefreien Verbindung.

Die Unsicherheit in Bezug auf das Projekt Trans Golden Pass gefällt auch bei STS nicht. «Ein Abbruch dieses für den Tourismus wichtigen Projektes würde das enorme Potenzial begraben – und die Umsteigeverbindung weiterhin zu vermarkten, würde sehr, sehr schwierig», hält STS-Chef Maurus Lauber fest.

Golden Pass Eine traditionsreiche Bahnverbindung und ein Unternehmen

Ursprünglich wird mit Golden Pass eine Bahnverbindung bezeichnet, die von Montreux via Interlaken nach Luzern führt. An dieser Verbindung sind die Bahngesellschaften Montreux-Berner Oberland Bahn (MOB), BLS und Zentralbahn (ZB) beteiligt (Golden-Pass-Linie).

Allerdings ist Golden Pass mittlerweile auch der Name einer Dachgesellschaft, welche mehrere Schmalspur-, Zahn-

rad- und Drahtseilbahnen betreibt, darunter die Montreux-Oberland-Bahn (MOB) sowie Transport Montreux-Vevay-Riviera (MVR). Selbst ein Parkhaus am Bahnhof von Montreux führt sie. Die Gruppe mit Sitz in Montreux beschäftigt rund 340 Mitarbeitende und erzielt einen Umsatz von rund 60 Mio. Franken. Ab 2016 soll sie als Holding organisiert werden. gl

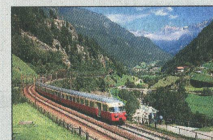
www.goldenpass.ch

Schweiz

Reisecar-Lobby will für Fernbusse Liberalisierung

Das Wachstum des deutschen Fernbusmarktes und die Bedienung von Zielen in der Schweiz durch deutsche Carunternehmen ruft die hiesigen Branchenvertreter auf den Plan: «Wir fordern eine Diskussion, dass Reisecars die Bahn neben dem grenzüberschreitenden Verkehr auch auf Fernstrecken im Inland konkurrieren dürfen», hat Nationalrat Christophe Darbellay, Präsident der Car-Fachgruppe im Schweizerischen Nutzfahrzeugverband (Astag), am Dienstag gesagt. Neben der Liberalisierung bei den Verbindungen fordert Astag auch eine bessere Infrastruktur für die Carbranche in den Schweizer Städten.

Gotthard-Bergstrecke soll in Betrieb bleiben



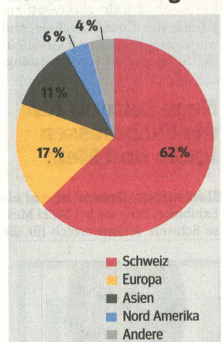
SBH Historic

Der Bundesrat hat in einem letzten Woche veröffentlichten Bericht festgehalten, dass die Gotthard-Bergstrecke auch nach der Inbetriebnahme der Neat weiter betrieben werden soll. Allerdings sollen die jährlichen Kosten von gegen 50 Mio. Franken gesenkt werden. Im Bericht nahm der Bundesrat auch zu einer möglichen Kandidatur für die Aufnahme der Bahnstrecke ins Unesco-Welterbe Stellung: Aufgrund ungewisser Perspektiven und möglicher baulicher Massnahmen sei eine solche «zum jetzigen Zeitpunkt chancenlos».

Für Lex Koller, aber gegen ihre Verschärfung

Die Umweltkommission des Ständerates hat sich Ende der letzten Woche klar für die Beibehaltung der Lex Koller ausgesprochen, die den Grundstückkauf durch Personen im Ausland einschränkt. Einige Kommissionsmitglieder hätten gleichzeitig festgehalten, dass das Gesetz in Zukunft keinesfalls verschärft werden dürfe, heisst es in einer Mitteilung. Die Lex Koller enthält zahlreiche Ausnahmen. axg/sda

Herkunft der Fahrgäste



Der Golden Pass zieht vorab Europäer an. Grafik: htr/Quelle: G.Pass

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

Zurück in die Zukunft

Die **Swiss Historic Hotels** feierten ihr 10-Jahre-Jubiläum mit einem Tänzchen auf dem Berner Bahnhofplatz und einer nostalgischen Schiffsfahrt.

GERY NIEVERGELT

Vor zehn Jahren gegründet, zählt der Verein Swiss Historic Hotels (SHH) heute bereits 51 Betriebe aus der ganzen Schweiz. Das wurde am vergangenen Freitag stillvoll gefeiert mit einer Tánzeinlage auf dem Berner Bahnhofplatz, einer nostalgischen Reise mit dem «Blauen Pfeil» der BLS und dem Dampfschiff «Lötschberg» sowie dem abendlichen grossen Jubiläumssball im Grandhotel Giessbach.



Farbige Festgemeinde: **Hoteliers mit ihren Familien** in historischen Kleidern vor dem restaurierten Dampfschiff Lötschberg in Interlaken Ost

Bilder Biljana Mitrovic



Flotter Auftakt zum **10-Jahre-Jubiläum** des Vereins Swiss Historic Hotels (SHH): Tänzchen zur Musik der Jugendband «Swing Kids» auf dem Berner Bahnhofplatz.



Christoph und Sandra Schmidt mit Buben **Nicolas und Matteo** vom Hotel Schweizerhof Flims.



Jürg und Sibylla Degiacomi, Besitzer und Gastgeber des Hotels Chesa Salis in Bever.



Felix Dietrich, Projektleiter der SHH-Jubiläumsreise und ehem. Direktor vom Hotel Waldhaus in Sils, beim spontanen Tanz mit einer Berner Passantin.

Sesselrücken

Petra Emmel neue GM im Holiday Inn Zürich Messe

Petra Emmel sagt der Hotelgruppe Ramada nach acht Jahren Adieu und wechselt als General



ZVG

Manager ins Holiday Inn Zürich Messe. Die erfahrene Hoteldirektorin und Preopening-Managerin, führte zuletzt das Ramada Plaza Basel. Nun tritt sie in Zürichs Norden die Nachfolge von **Michael Deutsch** an, der seinerseits die Stelle als Preopening-Manager im Holiday Inn in Frankfurt übernimmt, das im Frühjahr 2015 eröffnet wird.

Hotel Löwen in Zug bleibt im Familienbesitz

Nach 38 Jahren übergeben **Joseph und Theres Ruckli** die Direktion des Hotels Löwen in Zug



ZVG

an ihren ältesten Sohn **Christoph** (Bild). Der 31-Jährige übernimmt sowohl das 4-Sterne-Haus als auch das Restaurant, das nach einem Umbau im Frühjahr 2015 unter neuem Namen und mit neuem Konzept wieder eröffnen wird. Christoph Ruckli absolvierte in Luzern die Hotelfachschule und war zuletzt bei Marriott Hotel Zürich Mitglied der Geschäftsleitung.

Erfolgreicher Tag für die Karriere

Der erste nationale «**Career Day**» von **hotelleriessuisse** entpuppte sich als voller Erfolg. 16 Aussteller berieten 180 Karriereinteressierte.

GUDRUN SCHLENCEK

Letzte Woche lud hotelleriessuisse zum ersten nationalen «Career Day» in den Kursaal Bern. Die neue Netzwerkplattform zur Karriere- und Bildungsberatung richtet sich an Lernende des zweiten und dritten Lehrjahrs sowie an frisch geprüfte Berufsleute. 180 Teilnehmende, davon 30 aus der Romandie, konnte Organisatorin Karin Ritschard, hotelleriessuisse, in Bern begrüssen. 16 Aussteller



Sélina-Léa Galland, Hôtel Beau-Rivage Palace, Lausanne, **Lea Spycher** (3. Lehrjahr) und **Jenny Ryser** (2. Lehrjahr), beide Landgasthof Schönblü, sowie **Malika Morzier**, ebenfalls Beau-Rivage Palace (v.l.)



Sandy Stöckeni, Belvédère Hotels Scuol, mit **Ornina Johanna**, Hotel Belvoir, Rüschlikon (v.l.). Bilder: Remo Eisner

(Hotels und Bildungsanbieter) standen bezüglich Laufbahnperspektiven in der Hotellerie Rede und Antwort. Mit dabei war Christian Pfund, Leiter HR & Finanzen der Hotels Belvoir, Rüschlikon, und Sedartis, Thalwil. Er ist von der Veranstaltung und der Möglichkeit mit dem Nachwuchs so in Kontakt zu treten, begeistert: «Wenn wir nur eine Person dank dem Career Day einstellen können, hat sich der Aufwand gelohnt.»

Gefragt waren auch die verschiedenen Workshops, besonders jener zum Thema «Meine Karriere in der Hotellerie»: Mit 100 Teilnehmenden war dieser schlussendlich komplett ausgebucht.

Neue Leitung für die Fachmessen Igeho und Mefa

Dominique Dresel ist neu als Exhibition Director bei MCH Messe Schweiz verantwortlich für die



Sara Barth

Durchführung der Igeho (internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum) sowie der Mefa (Fachmesse für Fleischwirtschaft und Lebensmittelproduktion). Die Betriebswissenschaftlerin folgt auf den langjährigen Messeleiter **Matthias Lager**. br

ANZEIGE

Lukrativ: Die eigene Wäscherei – Kosten im Ø unter CHF 2.00 pro Kilo Wäsche



Faktoren, die für eine eigene Wäscherei sprechen:

- Unabhängigkeit
- Kostengünstige Lösung
- Schnelligkeit
- Hygiene und Desinfektion

Ökologisch und intelligent, mit USB-Schnittstelle

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

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



SCHULTHESS
Wäschepflege mit Kompetenz



Jeu de main Jeu de Valle

Esteban Valle publie un manuel très complet: «Flambons, découpons». Une déclaration d'amour du chef de salle de Châteaueux (GE) pour des gestes ancestraux.

ALEXANDRE CALDARA

Le chef de salle du Domaine de Châteaueux, à Saigny, Esteban Valle, mijotait ce projet depuis dix ans. On y lit ce type de phrase: «Tenir l'extrémité de l'os du contre-pilon entre les dents de la fourchette et aller chercher la jointure avec le couteau pour la sectionner.» Un ouvrage dont son éditeur Ivan Slatkine pense que plus encore que sur une bibliothèque, il devrait se situer dans le feu de l'action, en cuisine sur le plan de travail du professionnel ou de l'amateur éclairé prêt au geste magique. Son titre dissipe un peu du mystère quant aux pratiques cérémoniales qu'il décrit méticuleusement: «Flambons, découpons. C'est servi.» Et pour sous-titre: «grandes techniques,

petits tours de main». En tout, 97 façons d'apprêter viandes, poissons pour la découpe et des fruits pour les flambages. Le chef Philippe Chevrier, son employeur puis son associé, depuis plus de 15 ans à Châteaueux, a encouragé l'initiative. Et lors du vernissage du livre a salué cet authentique passionné de service qui collectionne les ustensiles historiques et les livres de cuisine. Notamment «Il Tricant» (le trancheur) de Vincenzo Cervio, dans une édition originale de 1581. Mais Esteban Valle voulait à tout prix éviter «un monologue sur la découpe», ce qu'il aime par exemple: proposer six techniques différentes de découpe sur le canard.

Une vidéo sur le net lui inspire un voyage en Chine

Il a travaillé avec les fournisseurs de Châteaueux, car les découpes demandent des matières premières de grande qualité. Le rôle de la cuisson est aussi primordial. Il a été conseillé par le chef Damien Coche pour les viandes et Matteo Guida pour les poissons. Et lorsqu'il découvre à travers le net, une vidéo de Han Jie du restaurant Dadong de Pékin, il n'hésite pas à traverser le monde pour le rencontrer. Au total seize intervenants qui permettent à Esteban Valle d'étoffer sa technique et de la transmettre aux lecteurs, épaulé dans son tra-



Philippe Chevrier, chef, et Esteban Valle, chef de salle, à Châteaueux.

vail de rédaction par la journaliste Véronique Zbinden. Cela va d'un maître d'hôtel mythique comme Louis Villeneuve de l'Hôtel de Ville de Crissier qu'Esteban Valle qualifie «d'artiste de la découpe»; à Boris Dubois, formateur à l'école hôtelière de Genève; ou Daniel Monteiro personnage clé de Caviar House et Prunier.

Dans ses voyages en Espagne, en Allemagne, en France, il entraîne un grand de la photographie de gastronomie, Pierre-Michel Delessert: «Pour moi, il ne s'agit plus de montrer un plat fini qui a été pensé pour flatter l'œil. Mais de détailler une opération chirurgicale, avec des problèmes liés à la propreté, au sang et à la recherche d'une lumière un peu cohérente.» Les prises de vue pour une seule pièce ont demandé près de deux heures de labeur.

Esteban Valle pense que la cinquième technique qui s'applique au gigot d'agneau consistant à détacher la noix intégralement en longeant l'os avec la lame, se révèle la plus accessible. Alors que celle liée aux aiguillettes de canard se laque de haute complexité. En regardant la première mé-



La méthode la plus traditionnelle de découpe de la sole, le livre en présente aussi une seconde.

Images Pierre-Michel Delessert

thode de découpe de la sole, on pense qu'on y arriverait, mais on tourne la page et tombe sur une technique étonnante qui permet d'écarter les filets en partant de la tête. Malgré le propos ultra technique, l'auteur s'amuse et on peut aussi feuilleter le livre comme face à de la géométrie surprenante. Philippe Chevrier (19 points GM, 2 étoiles Michelin) relève qu'il s'agit de remettre au goût du jour des techniques «qui quand j'étais gamin étaient communes même dans des restaurants modestes et qui se perdent un peu.» Certaines grandes tables comme la Tour d'argent, à Paris, dont le canard au sang figure en bonne place dans l'ouvrage, perpétuent la tradition.

Quant aux flambages qui cfloutent le livre, le chef Chevrier aime sentir les vapeurs de ses pures inventions de son chef de salle. Des flambages qui ne peuvent se concevoir que pour un menu surprenant, pas plus de six personnes. On

citera la patate douce à la truffe blanche, marrons glacés et sa glace au potimarron. Si Esteban Valle adore changer de technique de découpe, il avoue une fidélité quasi exclusive à un seul couteau. Quant à l'origine de tout cela, il se souvient de la daurade de gros sel découpée au guéridon, qu'il servait tout petit à Torremolinos dans le restaurant de ses parents. Attention, livre tranchant.



Esteban Valle, «Flambons, Découpons. C'est servi!», Editions Slatkine, 59 francs, 256 pages

www.hotelleriesuisse.ch/librairie

En bref

Suisse

Talent de jeunes réceptionnistes récompensé



Le trophée Bucherer a récompensé trois réceptionnistes de Suisse romande lors du concours qui s'est déroulé vendredi, aux Trois Rois à Bâle. **Charlotte Vallejo** de l'Hôtel Richemond, à Genève remporte le titre (à gauche). **Sandra Meier** de l'Hôtel Angleterre & Résidence à Lausanne (à droite) et **Nathalie Magnoc** du Mandarin Oriental à Genève occupent la 2e et 3e place. lb

Neuchâtel

Le musée d'horlogerie célèbre le temps

Le musée international d'horlogerie de La Chaux-de-Fonds célèbre ce week-end les 40 ans de son institution. En proposant deux jours d'ouverture en continu de 10 à 18 heures en accès libre avec des visites évoquant l'architecture et la muséographie.

Léman

Meilleur tonnage de poissons depuis longtemps

La pêche sur le lac Léman fait recette, avec plus de 1300 tonnes de poissons capturés, l'année 2013 constitue le meilleur tonnage enregistré depuis 1991. Les chiffres parlent d'eux-mêmes, 8738 pêcheurs de loisirs et 142 pêcheurs professionnels se sont partagé la surface du lac. La pêche professionnelle représente 95% des captures. La fêra et la perche drainent 90% des captures totales. aca



L'art du flambage tel que pratiqué en salle.

MERCI DE VOTRE FIDÉLITÉ



Offres anniversaire exceptionnelles maintenant sur www.stardrinks.ch

stardrinks

Zum Wohl.
Santé. Saluté.

Stardrinks SA

Obergrundstrasse 110, 6002 Lucerne
téléphone 041 319 11 11, fax 041 319 12 08

e-mail: info@stardrinks.ch
www.stardrinks.ch

20x près de chez vous

En bref

Genève

Les Pâquis
placés sous
vidéoprotection

Depuis hier, 23 caméras de vidéoprotection surveillent une partie du quartier des Pâquis, à Genève. Ce dispositif sera encore étoffé de six appareils supplémentaires d'ici le mois de décembre. Les images seront visualisées par des agents de police chaque jour, 20 heures sur 24. Cet outil doit permettre «de renforcer l'action de l'ensemble des responsables de la chaîne sécuritaire», a expliqué le conseiller d'Etat Pierre Maudet. Unique en Suisse par son côté proactif, ce dispositif sera évalué au bout de deux ans.

Feu vert de Berne
pour l'aile Est de
Genève aéroport

La construction de l'aile Est de Genève aéroport a été approuvée mardi par le Département fédéral des transports (DETEC). Ce bâtiment remplacera les actuelles infrastructures construites dans les années 1970. «Aujourd'hui désuètes, elles seront détruites», indique l'aéroport dans un communiqué. Le nouveau bâtiment qui mesurera environ 520 mètres de long comprendra de nouvelles salles d'embarquement, principalement dédiées aux vols long-courriers. Les travaux devraient débuter en 2016 et l'aile être opérationnelle en 2020, selon une information de la «Tribune». lb

Icône moderne et porteuse

Le nouveau pont de la Poya à Fribourg se profile comme un emblème touristique fort. Les professionnels prévoient de le thématiser et de l'inclure aux visites de la ville.

LAETITIA BONGARD

Une fierté et un symbole pour Fribourg. Le nouveau pont de la Poya a ouvert à la circulation dimanche, au terme de six ans de travaux, estimés à 211 millions de francs. Pont haubané à la plus longue portée de Suisse: le superlatif enthousiasme les acteurs touristiques qui promettent de rebondir sur cette nouvelle icône fribourgeoise. «Nous sommes entièrement satisfaits de cette réalisation. Ce pont fait désormais partie du paysage et se présente comme un nouvel USP pour la destination. Il nous amènera du tourisme, bien qu'il soit difficile d'en prédire l'impact», déclare Marlène Flückiger.

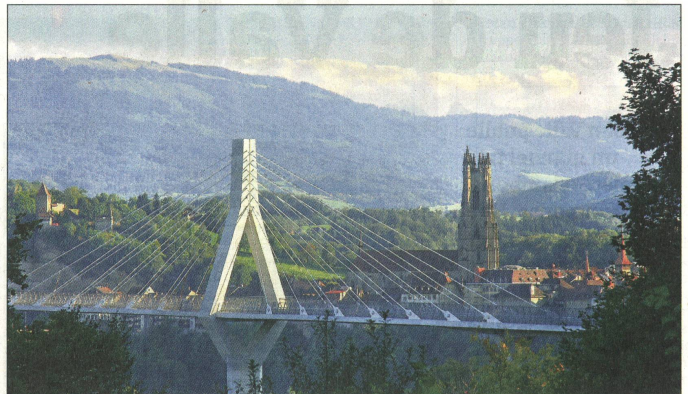
La directrice de Fribourg Tourisme évoque le succès du viaduc de Millau, dans la région Midi-Pyrénées en France. Depuis sa mise en service en 2004, les visiteurs affluent. L'an dernier, les

deux espaces dédiés à la connaissance de l'ouvrage ont accueilli 440 000 personnes. Fribourg peut-elle rêver pareil succès? «Il existe un public cible, c'est sûr, mais il est pour l'heure difficile de mesurer la demande. A Millau, il est possible d'entrer dans les piliers, ce qui ne sera a priori pas possible au pont de la Poya.»

La visite du chantier avait déjà attiré de nombreux curieux, jusqu'à 1 000 personnes par mois. Preuve de l'engouement suscité par l'ouvrage de 851 mètres de long et d'une portée centrale de 196 mètres. Fribourg Tourisme aimerait se réapproprier le contenu du pavillon d'informations qui expliquait l'évolution du chantier. «Une volonté de notre part, mais cela paraît difficile pour l'instant. Les locaux manquent dans le périmètre de St-Léonard», explique la directrice.

Circuit touristique renouvelé et
historique des ponts thématisé

Si un centre d'informations du pont demeure «de la musique d'avenir», Fribourg Tourisme prévoit tout d'abord de l'inclure aux visites touristiques de la ville. Une demande a également été adressée au propriétaire du Petit Train pour qu'il modifie son tracé. Pour Marlène Flückiger, la mise en service du pont de la Poya – qui va de pair avec la fermeture du pont de Zaehringen aux automobilistes – donne l'impulsion nécessaire à la concrétisation du projet «Fribourg, ville de ponts», sous forme de brochure explicative.



Le pont de la Poya et la cathédrale, deux symboles forts pour l'image de Fribourg.

Pierre Dumoulin

**«Ce pont fait
partie du paysage
et se présente
comme un
nouvel USP.»**

Marlène Flückiger
Directrice Fribourg Tourisme

Au niveau promotionnel, le pont sera photographié par saison et intégré aux brochures «d'ici la fin 2015, début 2016». Quelques clichés alimentent déjà le site Internet.

A l'échelle cantonale, Thomas Steiner, directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme, affirme ne pas prévoir d'actions spécifiques en lien avec le nouveau pont mais salue sa réalisation. «L'image du tourisme fribourgeois s'en

richit, un renouvellement bienvenu. Nous axons souvent notre communication sur les traditions. Ce pont donne une image plus moderne de Fribourg.»

Restaurateurs réjouis ou
dans l'expectative

A leur tour, les restaurateurs du quartier du Bourg apprécient le calme revenu aux alentours de la cathédrale, où 25 000 voitures

transitaient chaque jour. Anne Farine Teufel, propriétaire du restaurant du Cygne, se réjouit de cette nouvelle qualité de vie, sans craindre pour la fréquentation de son établissement. Alors qu'en Basse-Ville, le chef de l'Auberge de la Cigogne, Christophe Taille, «attend de voir». Le président de l'Association des commerçants et artisans du quartier, redoute un renforcement du trafic de transit dans la zone médiévale. «Avec un effet sur la qualité de vie, mais pas forcément sur le chiffre d'affaires. J'espère que les automobilistes utiliseront le nouveau pont.»

ANNONCE

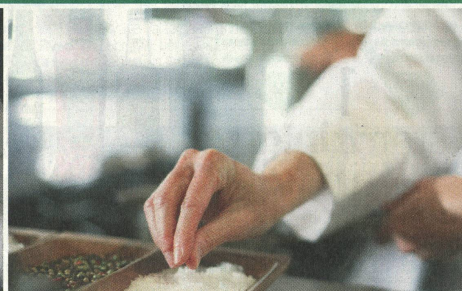
gastronomia

9 - 12 novembre 2014 | Lausanne | www.gastronomia.chSalon professionnel romand de
l'hôtellerie et de la restauration

IHRE WESTSCHWEIZER FACHMESSE

Diskussionen, Begegnungszonen,
PREMIUM Lounge, Gastro Union
Challenge, Schweizer Meisterschaft der
Meeresfrüchtespezialisten, Brasserie usw.

Treffen Sie
die wichtigsten
Akteure der
HORECA in
einzartigem
Ambiente



Point de rencontre

Verbände

Medienpartner

M.CH

PRODEGA
GROWA
TRANSFOURMET

GASTRO SUISSE
Für Hotellerie und Restauration

HOTEL & GASTRO
UNION
depuis 1886

Suisse Romande
Vaud-Fribourg-Neuchâtel-Lava
hotellerie Suisse Romande Association

htr hotel revue

HOTELLERIE™
GASTRONOMIE VERLAG

LE CAFETIER
Cafés de la région, restaurants et autres adresses

Pérenniser les valeurs sûres

Le nouveau directeur de Lausanne Tourisme s'inscrit dans la continuité de son prédécesseur. Steve Pasche veut soigner le tourisme d'affaires et renforcer celui de loisirs.

LAETITIA BONGARD

Steve Pasche, vous avez succédé à Claude Petitpierre à la direction de Lausanne Tourisme qui a marqué la destination durant 25 ans. Ressentez-vous de la pression? Je ne peux pas nier une certaine forme d'appréhension. Claude Petitpierre était une encyclopédie, avec une aura et une vision stratégique de la ville, impliqué dans son développement touristique mais aussi urbain, durable. Il a entretenu de très bonnes relations, un atout pour moi. La transmission a duré environ trois-quatre mois, c'était génial. Les différents partenaires m'ont très bien accueilli.

Votre arrivée laisse-t-elle présager un vent nouveau sur la destination?

Je souhaite m'inscrire dans la continuité, je ne suis pas là pour tout bouleverser. Les collaborateurs de Lausanne Tourisme et leur fidélité – trois chefs de service cumulent plus de 20 ans à leur poste – m'aiguillent dans mes activités. Bien sûr que j'ai des idées, mais il est encore trop tôt pour les partager.

Comment la notion d'innovation vous inspire-t-elle?

Dans le tourisme, on peut s'approprier certains outils, créer et renouveler des offres, travailler sur des packages mais il n'y a pas franchement d'innovation possible. Le paysage, les produits existent, notre rôle consiste à les valoriser.

La nouvelle vidéo de promotion avec Pierrick Destraz donne une image dynamique et décalée de Lausanne. Votre marque de fabrique?

J'ai participé au projet de départ, mais ce n'est pas ma



Steve Pasche perçoit un potentiel de croissance important pour le tourisme de loisirs à Lausanne, avec le nouveau Musée olympique, le futur centre Aquatis et le projet de Pôle muséal.

Stramatakis

marque. Même s'il reste difficile de faire du sensationnel dans un clip touristique, le résultat est très convaincant et marche très bien sur le web. Nous avions un réel retard en la matière que nous allons combler prochainement. D'autres clips sont prévus, une version business d'ici la fin du mois, un clip d'hiver, à la fin janvier.

Quels autres projets vous occupent?

Une nouvelle version de la transport card sera disponible au 1er janvier. Elle inclut des réductions dans les musées et auprès de la CGN; elle est comprise dans chaque nuitée. Nous travaillons également à l'élaboration d'une plate-forme d'hébergement en ligne à l'attention des organisateurs de congrès.

A propos des congrès: quel est le potentiel de développement de ce secteur?

Deux nuitées sur trois proviennent du corporate. Contraire-

ment à d'autres destinations, Lausanne a la chance de tout avoir sur place: les entreprises, l'université, l'EPFL, le CHUV. Nous devons soigner ce vivier et maintenir le tourisme d'affaires au rang de leader de la destination. Il pourrait d'ailleurs être davantage valorisé par Suisse Tourisme; le tourisme suisse ne se limite pas à un Heidiiland.

«Lausanne a la chance d'avoir tout sur place: les sociétés, l'EPFL, l'UNIL, le CHUV.»

Steve Pasche
Directeur Lausanne Tourisme

Sur quel plan Lausanne peut-elle encore s'améliorer?

Le tourisme de loisirs doit être renforcé. Les nuitées sont très fortes du mardi au jeudi, alors que des efforts peuvent être encore accomplis durant les weekends et les vacances scolaires. L'offre s'étioffe, avec le nouveau Musée olympique, Aquatis prévu pour juin 2016, le projet de Pôle muséal qui devrait voir le jour en 2017. Ces nouveaux produits devraient permettre de travailler sur des packages, en se rapprochant de partenaires tels que Lyria, Swiss, Easyjet...

Quel est à votre sens le plus grand défi pour un directeur d'office de tourisme?

Il s'agit d'une double difficulté: promouvoir la destination et obtenir la reconnaissance de

nos partenaires vis-à-vis de notre travail. Je souhaite renforcer les collaborations entre les différents acteurs, soigner la communication. Et même si les nouvelles techno-

Parcours Un pro des congrès à la tête de la cité lémanique

Steve Pasche a été nommé directeur de Lausanne Tourisme au 1er juillet, cinq ans après son entrée en fonction au sein de la destination. Il y a dirigé le service congrès durant plus de deux ans. Diplômé de l'Ecole de tourisme de Sierre, le Lausannois de 34 ans a travaillé auparavant pour les Elfes camps à Verbier et au siège du CIO durant les JO de Pékin. Il dirige une équipe de 50 personnes, l'équivalent de 38 pleins-temps. lb

logies sont importantes, je crois fermement à l'importance du «face to face».

Tous vos prédécesseurs sont restés plus de 20 ans, faisant de vous le cinquième directeur de la destination. Comment imaginez-vous Lausanne dans deux décennies?

J'espère rester aussi longtemps qu'eux! L'infrastructure évoluera certainement que dans une moindre mesure. Nous pouvons difficilement influencer, elle repose principalement sur des volontés politiques. Mais si nous arrivions à équilibrer les nuitées d'affaires et de loisirs, ce serait merveilleux.

ANNONCE

En octobre Grapillon en action

Profitez maintenant chez votre grossiste de boissons!

Grapillon Nectar

20 cl verre

–10 CHF en moins

Grapillon Nectar

100 cl verre

–.20 CHF en moins

Grapillon, C'EST SI BON ...
Le nectar de raisins légèrement gazéifié.

Les gens

Four Seasons Hotel George V séduit un trois étoiles



ltd

Christian Le Squer, ancien trois étoiles Michelin au Pavillon Ledoyen, à Paris, sort de son congé sabbatique de quelques mois. Dès le 28 octobre, il arrive à la tête du restaurant Le Cinq du Four Seasons Hotel George V, à Paris. Ce chef d'origine bretonne a remporté trois étoiles en six ans. Il succède à **Eric Briffard**, meilleur ouvrier de France qui tenait les cuisines du palace pendant cinq ans. Un nouveau chef prestigieux dans le luxe parisien.

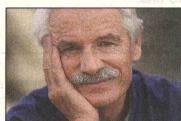
Un premier Salon du champagne suisse



ltd

Kat Morse a lancé l'idée d'un premier Salon du champagne en Suisse, en janvier 2014, lorsqu'elle a rejoint la start-up Wiine.Me. La lauréate suisse des Ambassadeurs du champagne 2013 aimerait que cet événement permette de nouvelles collaborations entre les maisons champenoises et les professionnels suisses. Il se déroulera les 21 (professionnels) et 22 novembre (public) au Swissôtel Métropole, à Genève et réunira 25 domaines prestigieux et rares.

Après Suisse Tourisme, une visite à Lausanne



ltd

Yann Arthus-Bertrand, le photographe vedette de la dernière campagne de Suisse Tourisme (htr du 8 août 2014), reviendra dans notre pays. Il sera présent le samedi 25 octobre de 11 à 13 heures à la galerie Catherine Niederhauser, à Lausanne pour le vernissage de son exposition «La terre vue du ciel». Il promet d'y montrer «un peu de Suisse». Dans son style décontracté et efficace le photographe s'adresse à ses amis qu'il veut convier à un échange. aca

Un laboratoire de l'accueil

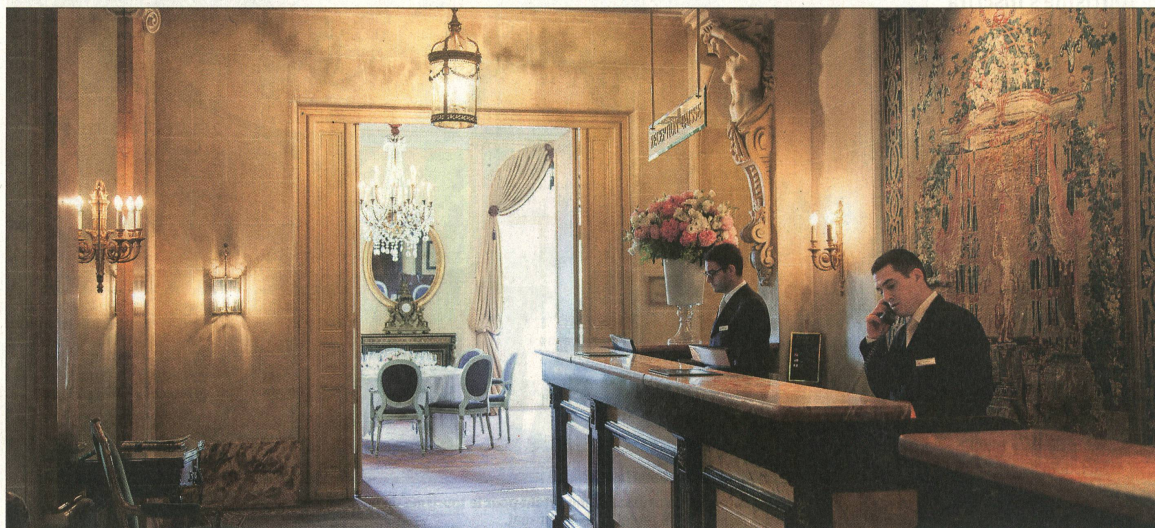
Deux concierges du Beau-Rivage Genève réagissent à un texte théorique de Stefan Fraenkel, professeur à l'EHL. L'occasion d'un gros plan sur ces agents discrets de la courtoisie.

ALEXANDRE CALDARA

Le texte se nomme «le client est Roi...» Stefan Fraenkel, chef de protocole de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), nous a fait parvenir cette réflexion: «La logique du Return On Investment ou ROI est-elle mesurable aujourd'hui ou l'intangible et l'émotionnel prennent-ils le dessus sur nos décisions qualifiées de rationnelles?»

Vaste réflexion, que nous avons eu envie de confronter à Marc Pierrain, chef concierge, depuis quatorze ans au Beau-Rivage Genève et président de l'association Clefs d'or Suisse. Il quitte un moment sa loge, nous nous installons dans un moelleux fauteuil: «C'est toujours intéressant de lire ce que ressentent des personnalités de l'extérieur sur des notions que nous pratiquons à chaque instant, sans toujours pouvoir les définir avec le mot juste, ce texte identifie bien nos enjeux», précise-t-il.

«Il n'est pas faux d'évoquer l'accueil comme un investissement» Il relève le jeu sur le mot roi qui permet de passer d'une notion de business lié au monde anglo-saxon, à l'aspect humain avec un client roi, il n'est pas faux d'évoquer l'accueil comme un investissement. Marc Pierrain se réfère à cet extrait: «Derrière un accueil dévoué, à l'abri du regard des visiteurs se dissimule une organisation qui doit savoir allier toutes les compétences managériales pour survivre dans un domaine soumis



La réception et la loge des concierges, lieux centraux du Beau-Rivage, Genève.

à de nombreux facteurs souvent difficilement maîtrisables tels que des consommateurs caméléons et exigeants, des attentes à la hauteur de la réputation et de l'image de l'entreprise.»

Comme l'identifie Stefan Fraenkel, il existe dans les groupes hôteliers internationaux des standards de qualité: «On peut les regrouper autour des notions de courtoisie, de disponibilité et de flexibilité», explique le chef concierge. A partir de là, le Beau-Rivage, un hôtel appartenant à la famille Mayer depuis 1865, peut se démarquer: «La famille Mayer réside dans sa maison chaque jour. Je peux facilement présenter le propriétaire au client, quand il passe devant lui, cela personnalise l'accueil et crée une relation forte.»

Pour Marc Pierrain, le Beau-Rivage Genève se distingue aussi par la longévité du personnel: «J'ai tenu à convier Aldo Giacomello à

cet entretien qui m'a passé le relais, il en fut le concierge pendant 50 ans, ce qui est unique dans l'histoire de la conciergerie. On peut aussi citer une lingère employée depuis 30 ans ou un concierge de nuit depuis 20 ans. La plus grande partie du personnel est là depuis plus de cinq ans. Lorsqu'on se laisse aspirer par l'émotion, on ne trouve plus la sortie et les clients ressentent cette disponibilité.»

Comment mieux illustrer cette phrase? «Il s'agit de concevoir l'accueil en termes de contact et de relation humaine.» Aldo Giacomello complète: «Le service s'illustre simplement par un geste du cœur, pas que dans le travail mais à tous les moments de la vie, ouvrir une porte, laisser le passage à un piéton.»

Evidemment, cela peut être très concret: «Trouver rapidement le bon adaptateur électrique, per-

mettre au client de disposer de son journal préféré chaque matin, lui dénicher une table dans un restaurant déjà complet», explique Marc Pierrain. Et là intervient à nouveau la réflexion du professeur: «Mais attention si l'accueillant en vient à s'imaginer que l'accueil est une habitude ou une obligation automatisée, deux conséquences s'en suivent: d'abord il finit par homogénéiser les accueils et se rend aveugle à la singularité de chacun.»

Aldo Giacomello répond par cette image: «Le concierge doit écouter le son des cloches et savoir les faire sonner.» Et Marc Pierrain poursuit: «Toujours trouver la réponse qui complète le mieux la requête et anticiper ses besoins.»

Pourtant les deux hommes ne veulent pas rentrer dans les détails: «Assurer la sécurité du client consiste aussi à protéger ses se-

crets, notre déontologie est en jeu, voilà pourquoi aucun concierge n'a jamais écrit un livre de témoignages.»

Le texte dit qu'il faut «placer le client au cœur de l'établissement.»

Pour Marc Pierrain la notion d'accompagner un client reste centrale «parfois physiquement jusqu'à une boutique ou prévenir cette dernière par téléphone qu'un client de l'hôtel arrive. Pourquoi ne pourrait-on pas créer une émotion lorsqu'un client attend une voiture, comme lorsque on lui sert un repas... Face à notre savoir-faire l'hôte pardonne facilement.»

Les concierges peuvent rassurer même un client méfiant

Aldo Giacomello, président d'honneur Clefs d'or international, raconte: «J'ai assisté à de grandes joies, des enthousiasmes mais aussi de la perturbation et de la détresse, sans mettre de barrières, en essayant de toujours retomber sur terre avec la même force.»

Il pouvait aussi utiliser la richesse de l'hôtel «bâti comme un hôtel, intéressant de la cave au grenier, avec des objets jamais utilisés qui deviennent tout à coup une richesse ou un souvenir.» Le texte insiste sur l'effort que doit fournir l'accueillant: «L'accueil exige un acte de la volonté qui bouscule l'accueillant dans son confort, dans ses habitudes et

même dans sa vie quotidienne.»

Aldo Giacomello répond: «Face aux cascades d'inquiétudes de la vie nous devons toujours tenter de définir une position raisonnable.» Et devant un client méfiant ou insultant: «Il faut le rassurer, lui proposer des repê-

res», suggère Marc Pierrain. Pour Aldo Giacomello: «L'agressivité cache souvent un appel à l'aide, il faut s'asseoir, trouver des alternatives. La société ne peut pas que répondre par la case hôpital ou prison. Un hôtel est un laboratoire d'événements, il ne ferme jamais. Un client ne sera pas le même le matin, l'après-midi et le soir.»

Et si le texte de Stefan Fraenkel se conclut ainsi: «Accueillir suppose donc de l'accueillant ou de l'hôte un travail sur lui-même qui le prépare à accueillir, un travail en lui, une disposition cultivée à l'accueil. Et qui aura un impact non négligeable sur votre Roi. Vous pouvez le mesurer.» Aldo Giacomello s'exclame: «Vive le roi!» Puis cite l'hymne de sa jeunesse que signait les Beatles: «All you need is love.»

Les deux hommes tiennent à finir sur la formation: «Il s'agit pour nous de montrer qu'une carrière de concierge est attrayante, repose sur la participation personnelle et permet de découvrir sa propre maison comme l'ensemble du monde.»



Stefan Fraenkel, responsable du protocole à l'EHL.



Marc Pierrain, chef concierge au Beau-Rivage Genève.



Aldo Giacomello, concierge au Beau-Rivage Genève pendant 50 ans.

CE QU'IL Y A DE MIEUX DANS VOTRE TASSE.

www.cafina.ch

café

Jet-Cut
system de recharge Inox
swiss made

économise le travail des pros

alustar **Plastator Jet-Cut**
chez votre grossiste

75 ANS **KÄSTLI STOREN**
Idées Design Compétences

The Alpina Gstaad

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

ROTOR
Lips

www.RotorLips.ch

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

BRITA
Professional

AVEC BRITA JE FAIS LE MEILLEUR CAFÉ DE LA RÉGION

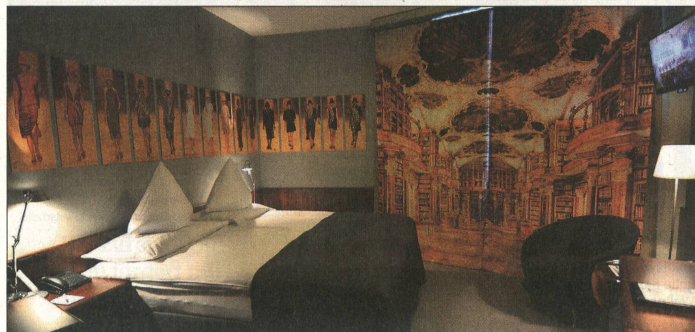
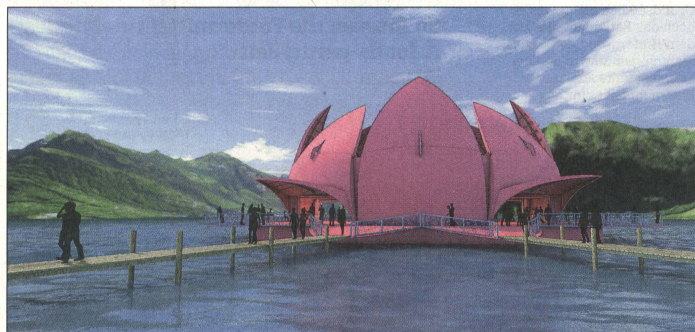
BRITA est sponsor platine du championnat suisse pour l'art du Barista

Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

protel

Neue Regionalpolitik des Bundes (NRP)



Gelten als beispielhafte NRP-Projekte: «Gästival – 200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz» mit schwimmender Besucherplattform, «San Gottardo» mit Skigebietsverbindung Andermatt-Sedrun, «Textilland Ostschweiz» hier mit einem von Akris gestalteten Textilizimmer im Hotel Walhalla in St. Gallen und ein neuartiges Resort für «Ferien im (Gemüse-)Garten» im Berner Seeland.

Bilder zvg/Fotolia

Mehr Schub für die Regionen

Die Neue Regionalpolitik wird in den kommenden Jahren zum finanziell wichtigsten touristischen Förderinstrument des Bundes. Auch die Hotellerie kann partizipieren.

THERES LAGLER

Über 1400 Projekte sind in den vergangenen Jahren über die Neue Regionalpolitik (NRP) abgewickelt worden. Zudem wurden fast 270 Darlehen für Infrastrukturvorhaben gewährt. Der Tourismus gehört schon heute zu den Förderschwerpunkten der NRP (siehe auch Seite 12). Doch er wird künftig noch eine viel grössere Rolle spielen. Der Bundesrat will die Auswirkungen der Zweitwohnungsinitiative auf den Tourismus mit der Neuen Regionalpolitik abfedern, die 2008 die Förderprogramme Regio Plus, die Investitionshilfe für Berggebiete und den Bonny-Beschluss ablöste und die grenzüberschreitende Zusammenarbeit integrierte. Volkswirtschaftsminister Johann Schneider-Ammann hat bereits bekannt gegeben, dass er befristet auf die Jahre 2016–2019

dem Tourismus 200 zusätzliche Millionen Franken aus dem NRP-Topf zur Verfügung stellen möchte. Auch Innoutour soll mehr Mittel erhalten. Der Bundesrat unterbreitet dem Parlament dieses Tourismus-Impulsprogramm im Rahmen der Standortförderungs-Botschaft, die er voraussichtlich im kommenden Februar verabschiedet (siehe Tabelle). Die Fördermittel des Bundes werden jeweils verdoppelt, da die Kantone mit ihren Unterstützungsbeiträgen gleichziehen müssen. Regelmässig künden Bund und Kantone beispielhafte NRP-Projekte. Die htr hotel revue stellt vier davon exemplarisch vor.

«Gästival»: Gastfreundschaftskampagne in fünf Kantonen

Ein Trend ist sicher: dass NRP-Projekte nicht mehr vor Kantons- und Produktentwicklung



«Wir haben eine schlanke Organisation, um schnelle Entscheide zu ermöglichen.»

Jost Huwyler
Projektleiter «Gästival»

umsanlass «Gästival – 200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz» sind mit Luzern, Uri, Schwyz, Nid- und Obwalden gleich fünf Kantone beteiligt. Sie feiern im kommenden Jahr ihre 200-jährige Tourismusgeschichte. Herzstück ist eine schwimmende Plattform in Form einer Seerose auf dem Vierwaldstättersee. Sie soll als Begegnungsort für die ganze Bevölkerung dienen. «Wir haben aber auch Teilprojekte, die übers Jahr 2015 hinauswirken», betont Jost Huwyler, «Gästival»-Projektleiter. Dazu gehört beispielsweise der Waldstätterweg, der in sieben Tagesetappen rund um den See führt. «Wir haben die Tourismusgeschichte der Region erstmals aufgearbeitet und thematisieren sie auf dem neu lancierten Weg. Zudem haben wir Packages mit Hotellerie und Schifffahrt geschnürt», führt Huwyler aus. Ein anderes Teilprojekt widmet sich der Weiterbildung der Gastgeber und richtet sich an alle touristischen Anbieter. Das Institut für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Luzern will Tools entwickeln, die im Alltag immer wieder eingesetzt werden können.

Fragt sich nur, wie all die vielen Projektpartner unter einen Hut gebracht werden? «Um schnelle Entscheide zu ermöglichen, haben wir uns möglichst einfach organisiert», so Huwyler. «Wir haben einen Verein mit fünf Mitgliedern gegründet, die die Tourismusorganisationen der fünf Kantone repräsentieren.» Das Projekt «Gästival» verfügt über ein Budget von 7,4 Mio. Franken. Der Bund steuert über die NRP 1,4 Mio. bei, die Kantone ebenso.

«Textilland Ostschweiz»: Industrie und Hotellerie spannen zusammen
Gerne gesehen bei den NRP-Geldgebern sind auch branchenübergreifende Projekte. Eines, das schon länger am Markt ist, ist das

«Textilland Ostschweiz», das Industrie, Hotellerie und Tourismus zusammenbringt. Es erhielt bereits im Jahr 2012 den Schweizer Tourismuspreis Milestone, der von der htr hotel revue und hotelieruisse verliehen wird. Doch seither ist die Zeit nicht stehen geblieben. «16 Hotels in der ganzen Region bieten heute Textilizimmer und -packages an», weiss Textilland-Ostschweiz-Geschäftsführer Iwan Köppl. «Erst vor Kurzem hat Akris im Best Western Hotel Walhalla in St. Gallen vier Zimmer gestaltet. Die Vorhänge bilden die Stiftsbibliothek ab», so Köppl. Akris steht für die Ostschweizer Haute Couture und ist einer breiteren Öffentlichkeit bekannt geworden, seit sich die Fürstin von Monaco mit Vorliebe in Akris-Kreationen zeigt. Doch auch andere Prominente, wie Michelle Obama und kürzlich Amal Alamuddin anlässlich ihrer Hochzeit mit George Clooney, haben Ostschweizer Stoffe gewählt. «Das beschert uns sicher eine höhere Aufmerksamkeit», freut sich Köppl. «Textilland Ostschweiz» hat

Fortsetzung auf Seite 12

NRP Das Impulsprogramm 2016–2019

Der Bundesrat will den beschleunigten Strukturwandel im Tourismus mit einem Impulsprogramm abfedern. Er hat in Aussicht gestellt, die Mittel für Innoutour in der Förderperiode 2016–2019 um 10 Millionen Franken zu erhöhen. Zudem schlägt er vor, dem bestehenden Fonds für Regionalentwicklung 200 zusätzliche Millionen für touristische Projekte zu entnehmen. Diese können im Rahmen der Neuen Regionalpolitik als A-fonds-perdu-Beiträge an Projekte oder als zinslose, aber rückzahlbare Darlehen an Infrastrukturvorhaben fließen. Beide Anträge unterbreitet der Bundesrat dem Parlament voraussichtlich im kommenden Februar in der Botschaft über die Standortförderung. Diese be-

inhaltet acht Förderinstrumente, darunter auch die vier tourismuspolitischen (siehe Tabelle). Gleichzeitig mit der Botschaft wird das Parlament auch die inhaltliche Konzeption des Impulsprogramms beraten. Gemäss Ri-

chard Kämpf, Leiter Ressort Tourismus beim Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), weist es vier Stossrichtungen auf: Modernisierung der Beherbergungswirtschaft, Intensivierung der Qualitäts- und Produktentwick-

lung, Optimierung von Strukturen und Kooperationen sowie Verstärkung von Wissensaufbau und -diffusion. Die Branchenverbände und Kantone wurden bei der Erarbeitung des Detailkonzepts vom Seco konsultiert.

Standortförderung: Mehr Mittel für den Tourismus geplant

	Förderperiode 2012–2015	Förderperiode 2016–2019	Veränderung in Mio. Fr.
Bundesmittel für Schweiz Tourismus (ST)	226 Mio. Fr.	Antrag ST 240 Mio. Fr.	+14 Mio. Fr.
Rahmenkredit Innoutour	20 Mio. Fr.	30 Mio. Fr.	+10 Mio. Fr.
Neue Regionalpolitik (NRP), Beiträge an touristische Projekte	125 Mio. Fr.	325 Mio. Fr.	+200 Mio. Fr.
Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH), Zusatzdarlehen	100 Mio. Fr.	Verlängerung Zusatzdarlehen	keine Veränderung

Quellen: Schweiz Tourismus, Seco

EuroTime immer einen Schritt voraus

Die Branchensoftware für Personalplanung und Zeltfassung

www.swit-ag.ch

SWIT

«Sensibilität ist gestiegen»

Die erste Programmperiode der Neuen Regionalpolitik läuft demnächst ab: Der Bund zieht ein positives Fazit. Eine Standortbestimmung mit der neuen Ressortleiterin beim Seco.

THERES LAGLER

Valérie Donzel, Sie sind seit Kurzem Leiterin des Ressorts Regional- und Raumordnungspolitik beim Staatssekretariat für Wirtschaft Seco. Haben Sie sich bereits gut eingelebt? Eingelebt noch nicht ganz, aber ich bin sicher gut angekommen.

Im nächsten Jahr schliesst die erste Programmperiode der Neuen Regionalpolitik NRP ab. Wie fällt aus Sicht des Bundes die Bilanz aus? Der 2008 angestrebte Paradigmenwechsel, die Regionalpolitik von einer Ausgleichs- zu einer Wachstumspolitik zu entwickeln, ist gelungen und hat sich in der Praxis bewährt. Insbesondere das Denken in funktionalen Räumen muss aber weiter gestärkt werden. Wirtschaftliche Entwicklung hält sich nicht an administrative Grenzen.

Vereinzelt kam der Vorwurf der Wettbewerbsverzerrung auf. Die Titelschienen bemängelten etwa die hohen NRP-Beiträge an die Skigebietsverbindung Andermatt-Sedrun. Ist diese Kritik verstummt? Ob ein Projekt in einem Kanton gefördert wird, hängt von der Initiative in den Regionen ab und den Zielen, welche ein Kanton mit der Regionalpolitik erreichen will. Da die Kantone bei der Umsetzung federführend sind, kann unter Umständen ein Projekt in einem Kanton unterstützt werden, nicht aber im Nachbarkanton.

Die Kantone erarbeiten zurzeit die Umsetzungsprogramme für die NRP-Förderperiode 2016–2019. Müssen sie dabei Neuausrichtungen beachten?



«Das Denken in funktionalen Räumen muss weiter gestärkt werden», ist Valérie Donzel überzeugt.

Biljana Mitrovic

Keine Neuausrichtung, aber eine Schwerpunktsetzung in den Bereichen Tourismus und Innovation. Mit dem Tourismus-Impulsprogramm stehen für die Tourismusförderung für die nächsten Jahre deutlich mehr Mittel zur Verfügung als zuvor. Diese in gute Projekte zu investieren, ist eine grosse Herausforderung.

Geht es nach dem Bundesrat, werden befristet auf vier Jahre 200 zusätzliche Millionen für den Tourismus bereitgestellt, um den Strukturwandel zu bewältigen. Erwarten Sie Gegenwind im Parlament?

Zur Person Nach einem Abstecker in Paris zurück in Bern

Valérie Donzel (38) hat Mitte September die Nachfolge von Rudolf Schiess als Leiterin des Ressorts Regional- und Raumordnungspolitik beim Seco übernommen. Sie arbeitete bereits von 2006 bis 2011 dort, war dann aber als diplomatische Mitarbeiterin der schweizerischen OECD-Delegation in Paris tätig. Donzel schloss ein Masterstudium in internationalen Beziehungen ab.

Grundsätzlich nicht, war es doch das Parlament, das vor dem Hintergrund der Zweitwohnungsinitiative und der Frankenstärke konkrete Massnahmen gefordert hat.

Die Neue Regionalpolitik darf gemäss Definition keine einzelbetriebliche Förderung betreiben. Wie kann beispielsweise die Hotellerie an den zusätzlichen NRP-Mitteln partizipieren? Grundsätzlich werden Hotelbetriebe durch die SGH unterstützt, die NRP setzt im vorwettbewerblichen und überbetrieblichen Bereich an. Die NRP kann jedoch einzelne Unternehmen bei der Bereit-

«Die NRP kann öffentlich zugängliche Bereiche in Hotels finanziell unterstützen.»

Valérie Donzel
Ressortleiterin Regionalpolitik, Seco

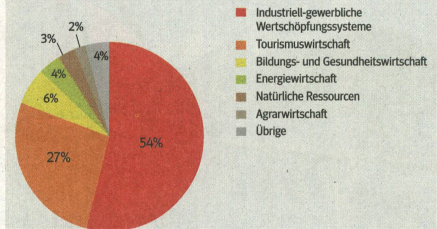
stellung von Angeboten unterstützen, die der Gesamtdestination zugutekommen, so beispielsweise öffentlich zugängliche Seminar-, Sport- oder Wellnessanlagen eines Hotels.

Nennen Sie uns ein Beispiel. Beim Hotel La Val in Brigels wurde der Bau einer Wellnessanlage mit einem NRP-Darlehen unterstützt. Es handelt sich um den einzigen Wellnessbetrieb dieser Art in der Ferienregion.

Hat die NRP aufgrund politischer Entscheide in letzter Zeit an Bedeutung zugenommen? Ja, diesen Eindruck habe ich. Ohne Zweitwohnungsinitiative gäbe es wohl kaum ein Tourismus-Impulsprogramm zur Abfederung des Strukturwandels. Und die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative hat den Fokus auf die Mobilisierung von Fachkräften in den Regionen verstärkt. Mit der zunehmenden Sensibilität breiter Kreise gegenüber einem gestiegenen Raum- und Ressourcenbedarf ist nachhaltige Entwicklung, die auf vorhandenen Potenzialen aufbaut, stärker zum Thema geworden.

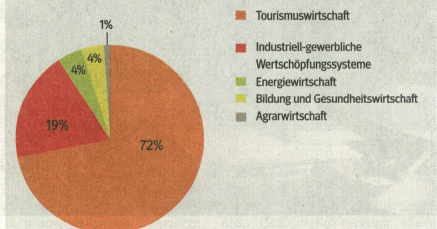
So fliessen die Fördermittel des Bundes: A-fonds-perdu-Beiträge an NRP-Projekte

Zeitraum: 2008–2013, Summe: 160 Mio. Franken



So fliessen die Fördermittel des Bundes: Darlehen an NRP-Infrastrukturvorhaben

Zeitraum: 2008–2013, Summe: 250 Mio. Franken



Grafiken: Biljana Mitrovic; Quelle: Seco

Bilanz Tourismus schon jetzt zentral

Ein Blick zurück zeigt, dass der Tourismus bereits in den vergangenen Jahren zu den Schwerpunkten der Neuen Regionalpolitik (NRP) zählt: 1452 Projekte erhielten im Zeitraum von 2008 bis 2013 A-fonds-perdu-Beiträge des Bundes. 571 sind dem Tourismus zuzuordnen, wie die Auswertung des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) zeigt. Auf Rang zwei folgen mit 435 Projekten industriell-gewerbliche Wertschöpfungssektoren, auf Platz drei mit 91 Projekten Bildung und Gesundheitswirtschaft. Auch bei

den 268 bewilligten Darlehen für Infrastrukturvorhaben und Stabilisierungsmassnahmen belegt der Tourismus mit 160 Darlehen den Spitzenrang. Die industriell-gewerblichen Wertschöpfungssektoren folgen mit einer Anzahl von 57. Beim Mittelfluss fällt allerdings auf, dass der Tourismus vor allem bei den Darlehen in den Genuss von hohen Beiträgen kommt (siehe Grafiken). Diese müssen aber zurückgezahlt werden. Die erlassenen Zinsen sind die eigentliche Subvention, die mit A-fonds-perdu-Beiträgen vergleichbar sind.

Fortsetzung von Seite 11

noch viele Pläne. «Wir möchten eine ganze Angebotspalette entlang von Textilschneidereien in den Regionen St. Gallen, Appenzell und Thurgau aufbauen», stellt Köppl in Aussicht. Die Mitgliederbeiträge des Vereins reichen dafür nicht aus. Er erwägt deshalb, in der kommenden NRP-Förderperiode ein neues Projekt einzugeben.

«Ferien im Gemüsegarten»: Ein neuartiges Resort-Projekt

Noch in einem viel früheren Stadium sind die Pläne für ein neuartiges Resort im Berner Seeland. Auf dem Gelände des Inforamas Ins, des Bildungszentrums für Gemüsegärtner, soll ein Ferienresort mit 300 Betten entstehen. Zum einen ist vorgesehen, den bestehenden Konvikt zu einem Hotelbetrieb mit 150 Betten auszubauen, zum anderen sollen 2er-, 4er- und 6er-Bungalows erstellt werden, wie Projektleiter Camille Kunz vom Verein Seeland.Biel/Bienne erläutert. Als Betreiber konnten bereits die Schweizer Jugendherbergen gewonnen werden. «Zudem stehen wir in Verhandlungen mit der Reka, damit

wir auch über diesen Vertriebskanal buchbar sein werden», so Kunz. Das Beherbergungsangebot soll Konferenzen zu den Themen Natur, Ernährung und gesundes Leben ermöglichen, Schulklassen zu Projektwochen animieren und Familien mit Kindern anziehen. Als Eröffnungstermin peilt der Verein das Jahr 2018 an, da zu diesem Zeitpunkt die Gartenausstellung «Grün 18» stattfinden soll. Vorerst müssen die Initianten aber auf den Entscheid des Kantons warten, der Liegenschaft und Gelände des Inforamas besitzt.

«San Gottardo»: Mammutprojekt in jeglicher Hinsicht

Das mit Abstand grösste NRP-Projekt ist das Programm «San Gottardo 2020». Der Bund und die vier Gotthard-Kantone haben für die Periode 2012–2015 rund 85 Millionen Fördermittel bereitgestellt. Das Programm beinhaltet verschiedene Teilbereiche, wie die Skigebietsverbindung Andermatt-Sedrun, die Markenbildung, die Themenwelt Sasso San Gottardo, die Bike Region San Gottardo und die Nordic Region San Gottardo. Als Entwicklungstreiber gilt das Resort in Andermatt.

Neues Programm Pilot in Graubünden

Die Kantone sind in der Pflicht: Sie müssen bis Mitte des nächsten Jahres beim Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) ein Umsetzungsprogramm für die Neue Regionalpolitik (NRP) 2016–2019 einreichen. Der Kanton Graubünden will die Gemeinden aktiv in diesen Prozess miteinbeziehen und hat aus diesem Grund das Pilotprojekt «Agenda 2030 Graubünden» lanciert, das vom Seco unterstützt wird. «Wir wollen für jeden funktionalen Raum des Kantons eine Standortstrategie erarbeiten, konkrete Massnahmen daraus ableiten und auf die Agenda setzen», erläutert Eugen Argapaus, Leiter des Amts für Wirtschaft und Tourismus des Kantons Graubünden (AWT).

Lange Vorlaufzeit von grossen Projekten besser berücksichtigen

Um die Planungssicherheit von Projekten zu erhöhen und die Voraussetzungen für Investitionen zu verbessern, will der Kanton Graubünden über einen

Zeithorizont von acht Jahren planen. «Die Erfahrung zeigt, dass alle grossen Vorhaben in der Schweiz viel Zeit beanspruchen», so Argapaus. Als Beispiel nennt er die Skigebietsverbindung Lenzerheide-Arosa. Die konkrete Planung wurde 2003 ins Auge gefasst, eröffnet wurde die Anlage aber erst zehn Jahre später. Oder das Ferienresort in Brigels: Von der Projektanlaufzeit bis zur kürzlich erfolgten Grundsteinlegung vergingen sechs Jahre. Bei der Erarbeitung der verschiedenen Standortstrategien setzt der Kanton auf einen integralen Ansatz. In jeder Region werden Workshops mit Entscheidungsträgern aus Politik, Wirtschaft



«Setzt das Oberengadin auf Ski, braucht es die Verbindung Corvatsch-Corviglia.»

Eugen Argapaus
Amt für Wirtschaft, Graubünden

und Gesellschaft durchgeführt. In der Surselva und im Oberengadin fanden bereits im Sommer erste Anlässe statt. Die übrigen Regionen folgen im Spätherbst.

«Die Methodik kommt gut an. Wir haben positives Feedback erhalten», hält Argapaus fest. Im Oberengadin sei man gemeinsam zum Schluss gelangt, dass die Region weiterhin konsequent auf Skitourismus setze. «Hierfür wird die Skigebietsverbindung Corvatsch-Corviglia benötigt. Es geht nun darum, dieses Thema viel konkreter zu vertiefen», so Argapaus. Er schätzt die Zielsetzung der NRP, bedeutet aber, dass bei touristischen Infrastrukturvorhaben, die keine Erträge

ermöglichen, für die Region aber von Bedeutung sind – wie ein durchgehender Weg durch die Ruinalta – nur rückzahlbare Darlehen zur Verfügung stehen. «Für den Tourismus wäre es wichtig, wenn für solche Projekte auch A-fonds-perdu-Beiträge gewährt werden könnten.»

Surselva will Revitalisierung der Beherbergung angehen
In der Region Surselva stehen nicht die Bergbahnen im Zentrum sondern eher die Beherbergung. «Es sollen Mittel und Wege gefunden werden, um die Beherbergung in der Surselva wettbewerbsfähiger zu machen», führt Argapaus aus. Für die Förderung der Beherbergungswirtschaft steht die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit zur Verfügung, da die Neue Regionalpolitik keine einzelbetriebliche Förderung betreiben darf. Die NRP kann aber öffentliche Bereiche wie Seminaranlagen oder Wellnessanlagen finanziell unterstützen.



Pittoresker Oberalppass: Der Rheinradweg von Andermatt bis Rotterdam erhielt Fördergelder aus der Schweiz und der Europäischen Union.

Patrick Gawandika

Die Grenzen sprengen

Die Europäische Union fördert mit «Interreg» grenzüberschreitende Projekte. Davon profitiert auch der Schweizer Tourismus. Die Messbarkeit indes ist schwierig.

SARAH FORRER

Es sind 1233 Kilometer von Andermatt bis Rotterdam. Der transnationale Rheinradweg hat eine eindrucksvolle Länge, trümpft aber auch als grenzüberschreitendes «Interreg-Projekt» mit grossen Zahlen auf. Das Budget allein betrug 2,3 Millionen Euro. Acht Partner aus fünf Ländern und verschiedene Schweizer Kantone beteiligten sich am Projekt. Das Ziel: die einheitliche und intensivere Vermarktung des Radweges über die Grenzen hinweg. Im September haben die Partner das Projekt nach gut drei Jahren abgeschlossen. Das Fazit ist positiv. «Es ist ein Vorzeigemodell. Wir haben ein Produkt, das den europäischen Fahrradtourismus einen grossen Schritt weiter gebracht hat», sagt der Schweizer Projektleiter Lukas Stadtherr von der Stiftung Schweiz Mobil.

Konkret heisst das: Wer in Andermatt dem Veloweg Nummer 15 folgt, der landet künftig am Meer.

Die Signalisation wurde in allen Ländern mit einem einheitlichen Routenlogo versehen. Daneben erstellte das Team unter anderem eine übergreifende Internetplattform, welche mit den jeweiligen nationalen und regionalen Startseiten zum Rheinradweg verlinkt wurde. «Dank dieser stufengerechten und nachhaltigen Lösung bleibt die Website auch mittelfristig ein wichtiges Marketinginstrument und verweist nicht nach dem Projektende», ist Stadtherr überzeugt. So weit, so gut – doch wie verlief die Zusammenarbeit in einer derart grossen Projektgruppe? «Klar gab es das eine oder andere Gefecht», räumt Stadtherr ein. «Aber im Grossen und Ganzen haben wir alle am gleichen Strick gezogen.»

Knapp 100 Tourismusprojekte mit Schweizer Beteiligung

Der transnationale Rheinradweg ist eines von vielen Projekten, welche von «Interreg» finanziert werden. Das Programm wurde 1990 als Gemeinschaftsinitiative der europäischen Kommission ins Leben gerufen. Ziel war, grenzüberschreitend enger zusammenzuarbeiten – und zwar sowohl in der Wirtschaft, im Tourismus wie auch in der Forschung. Mittler-

weile wurde die vierte Programmphase abgeschlossen. Die Detailverhandlungen zu «Interreg V» laufen auf Hochtouren (siehe Text unten). In welchen Dimensionen sich die Anschubfinanzierungen abspielen, zeigt ein Blick auf die Zahlen. «Interreg IV» unterstützte von 2007 bis 2013 europaweit 10000 Projekte. An 450 Projekten beteiligte sich auch die Schweiz – 94 davon sind dem Tourismus zuzuordnen, wie die Statistiken des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) zeigen. Welchen Nutzen die Projekte haben, ist indes schwierig zu beziffern. «Bei der Messbarkeit der Wirkung der einzelnen Projekte weist das Programm Defizite



«Das Projekt Rheinradweg hat den europäischen Fahrradtourismus vorangebracht.»
Lukas Stadtherr
Stiftung Schweiz Mobil

auf», erklärt Sabine Kollbrunner, wissenschaftliche Mitarbeiterin beim Seco.

Die Messbarkeit ist das eine – der Nutzen das andere. Einige kritische Stimmen monieren, dass viel Geld in die Administration und Koordination fliesst oder angefangene Ideen nach Projektende versanden. Cassiano Luminati ist Präsident der Regione Valposchiavo. Er gibt zu: «Interreg kämpft mit einem etwas schlechten Image.» Dennoch sieht er viele Erfolge. Im Projekt «Altarezia» baute er mit seinen italienischen Kollegen eine grenzüberschrei-

tende Bikedestination auf. «Heute läuft die Zusammenarbeit zwischen den Bikehotels und den Destinationen unabhängig und erfolgreich weiter», so Luminati.

Ein neues Weiterbildungstool für die Hotelmitarbeitenden

Im Moment engagiert sich Cassiano Luminati im strategisch aus-

gelegten, millionenschweren Projekt VETTA, bei dem auch die Kantone Tessin, Wallis und in Italien das Piemont, die Lombardei, das Aosta-Tal und Bozen mitmachen. «Wir überlegten uns, wo eine Zusammenarbeit Sinn ergibt», so Luminati. Der Entscheid fiel auf die Ausbildung des Hotelpersonals. «Die Fluktuation ist

hoch. Es arbeiten viele Saisoniers in den Hotels. Wie kann die Qualität trotzdem sichergestellt werden?», formuliert Luminati die Ausgangslage. In den letzten Jahren haben die Projektverantwortlichen in Südbünden ein Online-tool mit über 1500 Fragen über einzelne Ortschaften, Tourismusdestinationen aber auch die gesamte Region erstellt. «Damit sollen sich neue Mitarbeitende einfach und effizient über die Region informieren können», so Luminati. Das Tool werde nach der Pilotphase den Partnern zur Verfügung gestellt. Fast gleich wichtig wie handfeste Ergebnisse ist für Luminati der Austausch mit den Nachbarn, der gut funktioniert.

Von Gärten und Kongressen im ganzen Bodenseeraum

Ähnlich nimmt man «Interreg» in der Region Bodensee wahr. Auch dort laufen mehrere Projekte. Eines davon ist die Vermarktung von unterschiedlichen Bodenseegebieten. Ende Jahr läuft das rund 700 000 Euro schwere Projekt aus. Für Monika Grünenfelder, welche das Projekt leitet, wird das Ziel erreicht. «Wir konnten das neue Gartennetzwerk Bodenseegebieten entwickeln und unsere Aufbauarbeit in eine selbstständige Trägerschaft überführen», so Grünenfelder. Das Team fand neue Sponsoren, organisierte Medienevents und führte gemeinsame Packages ein. Für die Region sieht sie einen grossen Nutzen. Schliesslich gehe es auch darum, die Monate Mai–Juni und September besser auszulasten. Am nachhaltigen Erfolg zweifelt sie nicht. «Schliesslich haben Gärten in dieser Region eine 7000-jährige Tradition. Daran ändern auch die Grenzen von heute nichts.»

ANZEIGE

Hausbäcker der Schweizer Bergrestaurants.

Romer's Backkunst hat vierzig Jahre Tradition - Sie schaffen das in wenigen Minuten. Mit unseren hochwertigen, in der Schweiz hergestellten Backwaren. Wir produzieren über 200 Sorten in verschiedenen Fertigungsstufen und liefern in den hintersten Winkel der Schweiz. Damit Sie zu jeder Tageszeit offene, salzige oder süsse Backwaren in bester Bäckerqualität servieren können. Nebst Bergrestaurants bedient Romer's auch andere Unternehmen mit viel Andrang.

Rufen Sie uns an unter Telefon 055 293 36 36 oder besuchen Sie www.romers.ch.

ROMER'S
Hausbäckerei

fokus – den Dingen auf den Grund gehen 10 Wochen lang für CHF 29.00

Vertiefen Sie 10 Wochen lang Ihr Wissen für CHF 29.00!

Oder beziehen Sie die htr hotel revue gleich

im Jahresabonnement für CHF 169.00.

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

htr hotel revue

Caterer wird zum Logistiker

Für deutsche Spitäler mutiert der Caterer immer mehr zum Logistiker: Das Essen kommt aus der Industrie, der Caterer verteilt. Denn eine eigene Küche kostet Geld, und das fehlt.

GUORUN SCHLENCZEK

Der deutsche Care-Markt ist mit der DRG-Fallpauschale, welche den genauen Tarif für jede Spitalbehandlung vorgibt, bereits seit 12 Jahren konfrontiert. In der Schweiz kennt man die Pauschale, mit der die Spitäler alle Leistungen vom Essen bis zur Medizin abdecken müssen, erst seit zwei Jahren. Im Zuge von DRG rechnen Verpfleger hierzulande mit einem in Zukunft deutlich steigenden Kostendruck. Die Erfahrungen in Deutschland zeigen, dass der Kostendruck zwar markant und stetig steigend ist – der Grund wird im nördlichen Nachbarland aber nicht nur im neuen Abrechnungssystem für die Spitäler gesehen. «Deutsche Spitäler unterliegen einem ständigen Kostendruck, DRG ist hier nicht vordergründig», meint sogar Günther Kuhn, K&P Gruppe in Düsseldorf, die mit ihrem Krankenhausreport die Branche regelmässig unter die Lupe nimmt.

Das bestätigt auch Martin Sartorius, Geschäftsführer der Sparte Care Catering der SV Group in Deutschland: DRG senke zwar die Verweildauer der Patienten, der zunehmende Kostendruck sei aber nicht alleine Folge davon. Finanziellen Druck spürten deutsche Spitäler vielmehr seitens öffentlicher Hand, die die Investitionsförderung deutlich zurückfahre. Das führe zu Investitionsstau. Für die Verpflegung heisst das: Viele Küchen in deutschen Spitälern sind veraltet. In der Folge suchen sich die Institutionen einen Caterer, der's richten soll.



Klinik-Verpflegungssystem des deutschen Caterers Apetito: Tiefgekühlte Menükomponenten werden am Band portioniert. Peter Wattendorff

«Der Investitionsdruck wird an den Caterer weitergegeben», konstatiert Martin Sartorius.

SV Deutschland kocht nur noch bei jedem zweiten Spital vor Ort

SV Care Catering in Deutschland kocht im Spitalsegment nur noch an jedem zweiten Standort vor Ort, in allen anderen Fällen kommt das Essen bereits von extern. Hierfür muss der Caterer tief in die Tasche greifen – für eine externe Zentralküche oder ein Verteilzentrum. Ersteres ist heute noch das Üblichere, wenn nicht mehr vor Ort der Kochlöffel geschwungen wird. Die Speisen werden in der Zentralküche gleich für mehrere Krankenhäuser produziert, direkt portioniert und dann tablettiert ausgeliefert. Die Zukunft, schätzt Martin Sartorius, gehöre dem Verteilzentrum: Der Caterer bezieht das Essen direkt aus der Industrie, im Verteilzentrum werden gemäss den Bestellungen vom Vortag für jeden

einzelnen Patienten aus den verschiedenen Krankenhäusern die Menüs auf den Tablettts kalt angerichtet, um anschliessend per Speiseverteilwagen zum Spital und dann direkt auf die Station geschickt zu werden. Erst hier werden die Industrieprodukte erhitzt: im Speiseverteilwagen, zum Beispiel via Warmluft. «Bei einem solchen System konzentrieren wir uns als Caterer nur noch auf die Logistik. Produktion findet nicht mehr statt», so Martin Sartorius.

Trotzdem: Das System sei anspruchsvoll. Genau müsse mit den Herstellern der Komponenten die Konsistenz und Menge abgestimmt werden, damit die Qualität auch nach dem Regenerationsprozess stimmt. Stimmen die Eckpunkte, sei die Qualität – ähnlich wie beim Cook & Chill-Verfahren – sogar oft besser als ein Kochen vor Ort mit langen Warmhaltezeiten, betont Sartorius. Ein solches Speise-Verteilzentrum hat SV Deutschland für den Verbund



«Im Altersheim ist eine externe Anlieferung auf dem Tablett ein No-Go.»

Martin Sartorius
SV Group Deutschland

Katholischer Kliniken Düsseldorf GmbH (VKKD) Ende letzten Jahres in Ratingen eingerichtet und beliefert von dort inzwischen acht Kliniken auf diese Weise.

Dieses System der «Entkopplung von Kochen und Verteilen» verzeichnet in der deutschen Kliniklandschaft in den letzten Jahren den grössten Anstieg. Apetito setzt ganz auf diese Methode. Der Caterer aus Rheine portioniert die Menükomponenten noch tiefgekühlt. Marketingleiter Michael Tschech wirbt: «Mit unseren Cook & Freeze-Verpflegungslösungen sind Kliniken in der Lage, ihr begrenztes Verpflegungsbudget vorrangig für gutes Essen auszugeben. Logistik-, Investitions- und Prozesskosten können gering gehalten werden.» Die Tiefkühlkost sei frei von Farb- und Konservierungsstoffen sowie weiteren Zusätzen und biete hohe Kalkulationssicherheit und Hygiene.

Bei K&P Consulting sieht man trotzdem noch nicht das Ende der

Spitalküche gekommen: Zwar scheuen die Spitaldirektoren einen Küchenneubau, wollen aber gleichzeitig ihr Küchenpersonal nicht auf die Strasse setzen. Mit einem externen Bezug der Speisen und dem Beibehalten des personalintensiven Tabletlierens am Speiseverteilband im eigenen Haus versuchen deutsche Spitäler gemäss K&P-Studie, einen Mittelweg zu gehen.

Statt eines kompletten Outsourcings werden zunehmend Service-Gesellschaften zusammen mit dem Caterer gebildet: Über die neue Tochtergesellschaft behält das Spital Einfluss auf die Verpflegung, und der Leistungsbezug erfolgt ohne Ausweis von Umsatzsteuer. SV Deutschland erzielt über Servicegesellschaften zwei Drittel des Spital-Catering-Umsatzes.

Grosses Potenzial liegt im Altersheimsegment

Zunehmen werden in Deutschland auch die Krankenhaus-Fusionen, insbesondere bei kommunalen und städtischen Betrieben, schätzt Kuhn. Die Fusionen sowie das ebenfalls erwartete Schliessen von Häusern lassen den Spitalmarkt für Caterer eher schrumpfen. «Fusionierte Spitäler machen aufgrund ihrer Grösse die Gastronomie gleich selbst», so Kuhn.

Mehr Chancen sieht der geschäftsführende Gesellschafter von K&P für Caterer im Altersheimsegment – hier könnten sich diese mit Zusatzleistungen und Qualität besser profilieren. Martin Sartorius bewertet die Situation ähnlich: Heute sei der Outsourcinggrad im Spital- und Altersheimbereich in Deutschland annähernd ähnlich hoch, Wachstumschancen ortet er aber vor allem in Letzterem. Auch hier werde, gerade bei Neubauten, immer weniger vor Ort gekocht – aber unbedingt noch vor Ort angerichtet. «Externe Anlieferung auf dem Tablett ist hier ein No-Go», so Sartorius. Zu wenig flexibel könne man sonst auf die Wünsche der Bewohner eingehen, zu schlecht wäre so ein System fürs Image eines Heims. Deshalb kocht SV Deutschland noch in 70 Prozent der Fälle vor Ort.

ANZEIGE

DANKE FÜR IHRE TREUE



1
stardrinks
Jahr

Top Jubiläums-Angebot jetzt auf www.stardrinks.ch

stardrinks

Zum Wohl.
Santé. Salute.

Stardrinks AG
Obergrundstrasse 110, 6002 Luzern
Telefon 041 319 11 11, Fax 041 319 12 06

E-Mail: info@stardrinks.ch
www.stardrinks.ch

20x in Ihrer Nähe

Die Expertin weiss Rat

Rücksicht gefordert



ANNETTE RUPP
ist Projektleiterin Rechtsdienst
bei hoteleriesuisse.
Sie beantwortet an dieser
Stelle alle zwei Wochen
Ihre Fragen.



Kündigungsschutz bei Schwangerschaft gilt auch bei einer Betriebsschliessung.

123RF

Unser Betrieb wird bald geschlossen, ich musste allen Mitarbeitenden kündigen. Eine meiner Mitarbeitenden ist jedoch schwanger und wird bald gebären. Wie sieht es hier mit dem Kündigungsschutz aus?

In diesem Fall ist die Kündigung ungültig. Der Kündigungsschutz bei Schwangerschaft gilt nämlich auch bei einer Betriebsschliessung oder wenn der Hotelbetrieb verkauft wird. Falls die schwangere Mitarbeitende nicht mehr beschäftigt werden kann, hat sie trotzdem Anspruch auf den entsprechenden Lohn respektive auf die Mutterschaftsentschädigung von mindestens 14 Wochen ab Geburt. Sofern die Mitarbeitende nicht krankgeschrieben ist, ist sie verpflichtet, eine zumutbare Ersatzarbeit anzunehmen. Der Arbeitsvertrag kann trotz Betriebsschliessung frühestens in der 17. Woche nach der Geburt aufgelöst werden. Unter den gegebenen Umständen ist die Mitarbeitende eventuell einverstanden, den Arbeitsvertrag im gegenseitigen Einverständnis per Ablauf des Mutterschaftsurlaubes aufzulösen.

Ungestört Ferien machen

Mein Mitarbeiter ist im Oktober in den Ferien, ich möchte den Vertrag aber auf Ende November auflösen. Darf ich kündigen, wenn er in den Ferien ist?
Gemäss L-GAV Art. 7 darf der Arbeitgeber nach Ablauf der Probezeit das Arbeitsverhältnis nicht kündigen, wenn der Mitarbeiter Ferien bezieht. Die Kündigung ist nichtig und muss nach dem Ferienbezug wiederholt werden. Eine Kündigung vor Ferienantritt ist jedoch gültig und verlängert das Arbeitsverhältnis nicht, falls die Ferien in die

Kündigungsfrist fallen. Der Arbeitnehmer darf hingegen das Arbeitsverhältnis auch dann kündigen, wenn der Arbeitgeber in den Ferien weilt. Er kann davon ausgehen, dass der Arbeitgeber während dieser Zeit geeignet stellvertreten wird.

Abgeltung Ferien

Meine Mitarbeitenden, welche alle zu 100% beschäftigt sind, können während der Saison grundsätzlich keine Ferien beziehen. Bis anhin habe ich die Ferien monatlich mit 10,65% entschädigt, nun hat mir jemand gesagt, dass eine monatliche Entschädigung nicht korrekt sei. Stimmt das?

Art. 329d Abs. 2 des schweizerischen Obligationenrechts (OR) sieht vor, dass Ferien während der Dauer des Arbeitsverhältnisses nicht durch Geldleistungen abgegolten werden dürfen. Damit soll sichergestellt werden, dass die Mitarbeitenden die ihnen zustehenden Ferien tatsächlich beziehen und somit auch der Erholungszweck gewährleistet ist. Das Abgeltungsverbot ist zwingend, eine Ferienauszahlung ist auch dann nicht zulässig, wenn der Mitarbeitende damit einverstanden ist. Die Rechtsprechung lässt eine Auszahlung von Ferien nur in den folgenden Fällen ausnahmsweise zu:

- Bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses, sofern die Ferien vor Ablauf des Arbeitsverhältnisses nicht mehr bezogen werden konnten
 - Bei sehr unregelmässigen Arbeitseinsätzen
 - Bei sehr kurzen Arbeitseinsätzen (bspw. 2 Wochen)
- Die Ferienauszahlung in diesen Fällen ist aber auch nur dann zulässig, wenn der entspre-

chende Lohnzuschlag (10,65% des Bruttolohnes) im Arbeitsvertrag und in den einzelnen Lohnabrechnungen separat ausgewiesen wird. Eine Formulierung wie «Ferien inbegriffen» genügt dabei nicht.

Wird gegen das Abgeltungsverbot verstossen, hat dies zur Folge, dass der Arbeitgeber bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses die bereits vorgängig mittels Lohnzuschlag ausbezahlten Ferien ein weiteres Mal bezahlen muss. Dies hat das Bundesgericht in einem neueren Entscheid bestätigt. Aufgrund dieser strengen Rechtsprechung ist deshalb darauf zu achten, dass eine Ferienabgeltung während des Arbeitsverhältnisses nur bei unregelmässigen Arbeitseinsätzen erfolgt. Somit ist eine monatliche Ferienabgeltung im vorliegenden Fall verboten.

Überstunden / Überzeit

Was ist der Unterschied zwischen Überstunden und Überzeit?

Die durchschnittliche Arbeitszeit nach L-GAV beträgt 42 Stunden pro Woche (bzw. 43,5 Stunden für Saisonbetriebe und 45 Stunden für Kleinbetriebe). Wer mehr arbeitet, leistet Überstunden bis zur Höchstarbeitszeit von 50 Stunden nach Arbeitsgesetz. Über die Höchstarbeitszeit hinausgehende geleistete Arbeitszeit gilt als Überzeit. Sie muss zwingend mit einem Lohnzuschlag von 25% entschädigt werden. Sie kann nur mit Zustimmung des Mitarbeitenden durch Freizeit in gleichem Umfang abgegolten werden. Pro Kalenderjahr sind insgesamt maximal 140 Stunden Überzeit zulässig.

Überstunden sind nach L-GAV innert nützlicher Frist durch Freizeit gleicher Dauer zu kompensieren oder zu bezahlen. Art. 15 L-GAV regelt die Modalitäten und legt fest, in welchen Fällen sie zu 100% bzw. 125% des Bruttolohnes zu bezahlen sind. Mit Arbeitnehmenden, deren monatlicher Bruttolohn ohne 13. Monatslohn mindestens CHF 6750.- beträgt, kann in einem schriftlichen Arbeitsvertrag die Überstundenentschädigung im Rahmen des Gesetzes frei vereinbart werden.

Haben Sie Fragen an Annette Rupp?

Telefon 031 370 43 50 (Montag – Freitag, 8.30 – 12 Uhr und 14 – 16 Uhr)

E-Mail: rechtsberatung@hoteleriesuisse.ch

Leserzuschrift

Adieu Joe Bazzani

Nachruf auf einen grossen Hotelier und Weltenbummler.

Der Luzerner Hotelier Giuseppe Bazzani, 83, hat in seiner Wahlheimat Lugano, wo er einst die Hotels Commodore und De La Paix leitete, leise Abschied genommen. Er war ein veritabler Protagonist der Hotelwelt seiner Zeit mit einer internationalen Karriere bei den Hotelgruppen Hilton und Ciga.

Die ersten Weichen werden für den jungen Giuseppe bereits in der Küche des Familienrestaurants in Emmenbrücke gestellt. Seine berufliche Laufbahn nimmt ihren Lauf im Carlton in Zürich, weiter im Kulm in St. Moritz und danach im National in Luzern.

Dank seiner Talente wird er ins Grand Hotel in Stockholm gerufen, von wo aus er an Bord eines Passagierdampfers zu einer Weltreise aufbricht. Er geht in San Juan, Puerto Rico, von Bord für die Eröffnung des ersten Hilton-Hotels in der Karibik. 1957 wirkt er für die amerikanische Hotelgruppe auf Kuba als Mitglied der Eröffnungsbrigade im Hilton Havanna, wo er Zeuge der Machübernahme von Fidel Castro wird.

Der grosse Organisator Giuseppe («Joe») Bazzani wird 1963 von Conrad Hilton als Executive Chef für die Eröffnung des Hilton Park Lane nach London geholt, danach als weltgewandter und fünf-sprachiger Restaurant Manager in die Hiltons in Istanbul, Teheran, Berlin und Paris. 1976 kehrt Giuseppe Bazzani in die Schweiz zurück, um in Lugano seine neue Karriere als Hoteldirektor in Angriff zu nehmen, zunächst im Hotel Commodore und danach im De la Paix. Im Tessin begegnet er dem Präsidenten der Hotelgruppe Ciga, Orazio Bagnasco, der ihm die Restaurantdirektion einiger der renommiertesten italienischen Hotels der Gruppe anvertraut.

Im Ruhestand stellte Joe Bazzani seine Berufserfahrungen ganz in den Dienst des Nachwuchses in Entwicklungsländern. So begab er sich noch einmal auf Weltreise, die nun nach kurzer Krankheit im Kreis der anteilnehmenden Familie und Freunde ihr Ende fand.

Alberto Dell'Acqua
Lugano

ANZEIGE



BENEFIT PRICE – DER BENEFIT FÜR IHRE RENDITE!

Benefit Price bietet verlässliche Qualität zum Dauertiefpreis. Ein breites Sortiment für den täglichen Bedarf macht Sparen einfach. Profitieren Sie das ganze Jahr – dafür bürgt Benefit Price mit einem Lächeln.

SAVIVA
Swiss Food Services

Exklusiv bei:

CC A Angehrn
Finde für dich

Seam

merat
WEISSER KÖRPER

Mit Rustikalem ins Finale

In dieser und den beiden nächsten Ausgaben stellen wir die Finalisten des Wettbewerbs «Der goldenen Koch» vor. Den Anfang machen Corinne Roth und Martial Facchinetti.

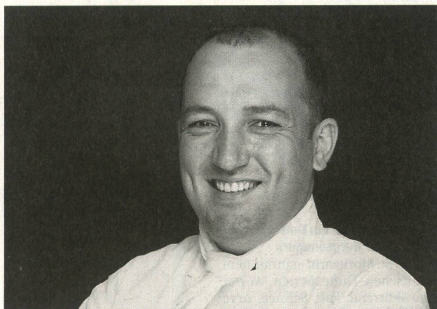
FRANZISKA EGLI

Die Finalisten sind Filipe Fonseca Pinheiro (Restaurant l'Hôtel de Ville, Crissier), Paul Jurt (Gasthof zum Löwen, Worb), Christopher Emerling (Nutresia AG, Belmont-sur-Lausanne), Christoph Hunziker (Schüpbärg-Beizli, Schüpbärg) sowie – siehe Texte rechts – Corinne Roth (Restaurant Panorama, Steffisburg) und Martial Facchinetti (Restaurant Le Pont de Brent, Brent). Diese sechs haben sich am Halbfinale des «Goldenen Kochs» im Glattzentrum in Wallisellen gegen sechs weitere Mitstreiter durchgesetzt: Es galt, innert zwei Stunden zwei Gerichte – eine warme Vorspeise und einen Hauptgang – für je acht Personen zuzubereiten. Für die Vorspeise war eine ganze Schweizer Forelle vorgegeben sowie eine Garnitur nach freier Wahl. Für den Hauptgang mussten die Poulardenbrust, Poulterbrust und Pouletbrust verwenden sowie zwei Garnituren nach freier Wahl kreieren.

Das Finale «Der goldene Koch» findet am 2. März 2015 im Kursaal in Bern statt. Vorgegeben sind Saibling und Kaninchen sowie je zwei Garnituren nach Wahl. Dem Sieger, der Siegerin winkt die «Tour Culinaire Suisse», wie sie Rolf Fuchs – notabene Finalist Corinne Roths Vorgesetzter – 2012 als letztmaliger «Goldener Koch»-Gewinner erleben durfte.

Die htr hotel revue ist Medienpartner des nationalen Kochkunstwettbewerbs «Der Goldene Koch» aus dem Langenthaler Hause Kadi und stellt in der Ausgabe von nächster Woche zwei weitere Finalisten vor.

www.goldenerkoch.ch



Martial Facchinetti

Second de Cuisine im Restaurant Le Pont de Brent, Brent VD

Zur Person:

Der gebürtige Franzose besuchte das Gymnasium Lycée Hôtelier François Rabelais, wo er seinen CAP (Certificat d'Aptitude Professionnelle) machte. Nach Stationen im Restaurant Pierre Orsi in Lyon und dem «Maison Lameloise» in Chagny ist er seit 2006 im mit 18 GM-Punkten dotierten Restaurant Le Pont de Brent tätig – unter Gérard Rabaeu noch als Chef de Partie, mittlerweile ist der 32-Jährige Second de Cuisine unter Stéphane Décotterd.

Damit überzeugte er beim Halbfinale:

Facchinetti servierte die Forelle an einer Dill-Koriander-Vinaigrette mit Zitronenraps, dazu bot er marinierte Karotten an einer leichten Orangensauce. «Ich verwende gerne einfache Produkte und bevorzuge die Kombination verschiedener Texturen, wie etwa Karotten mit Orangen», erzählt er, für den diese Art Kochkunst durchaus Alltag ist. Als Hauptspeise trug er Hähnchenbrustfilet mit Gänseleber gefüllt, eine Pouletschenkel-Schnitte sowie eine mit Sellerie gebundene Bouillon auf.



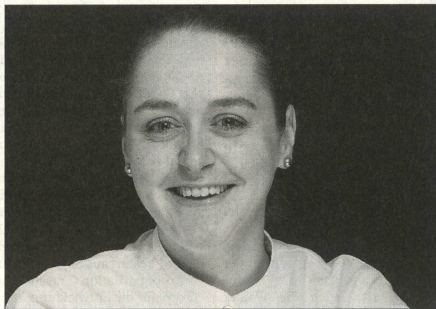
Forelle an Dill-Koriander-Vinaigrette mit marinierten Karotten an Orangensauce: Facchinettis Fischgericht.

Bilder: zvg

So bereitet er sich auf den Final vor:

Bislang hat er jeweils den Montag, seinen freien Tag, in den Wettbewerb investiert und nach Möglichkeit auch die Zimmerstunde für die Vorbereitung hergegeben. Facchinetti geht davon aus, dass er in diesem Rhythmus fortfahren kann. Auf die Unterstützung seitens seines Chefs kann er zählen – dies nicht etwa, weil es sich hierbei um seinen Schwager handelt: Décotterd selber war 2008 Sieger des nationalen Kochkunstwettbewerbs.

fee



Corinne Roth

Chef Tournant im Restaurant Panorama, Steffisburg BE

Zur Person:

Die Bernerin hat die Lehre zur Köchin im Spital Münsingen absolviert. Danach wechselte sie heute 23-Jährige zu Rolf Fuchs ins 16-GM-Punkte-Restaurant Panorama in Steffisburg – auch er ein Vorgesetzter mit «Goldener-Koch»-Erfahrung, Fuchs gewann die Trophäe 2012. Seine Mitarbeiterin Roth hat letztes Jahr in der Branche für einiges Aufsehen gesorgt, nachdem sie gleich zwei nationale Wettbewerbe für sich entschieden hatte: den Swiss Culinary Cup sowie den Marmite Youngster.



Poulardenbrustroulade mit Kartoffelkiste gefüllt mit Pouletschenkel-Ragout, Karotten und Erbsen: Roths Hauptgang.

Damit überzeugte sie im Halbfinale:

Mit «Poräue mit Avocado, Häppere und Zibeleschwitzli», wie sie ihr eher rustikal umgesetztes Fischgericht in Anlehnung an ihre Herkunft, das Emmentaler, auszuzeichnen nennt. Im Detail heisst das: pochierte Forelle mit Avocado umhüllt an Zitronensauce und Gewürzkartoffel. «Die Avocado sorgt für den gewissen exotischen Touch», so Roth. Als Hauptspeise servierte sie «Hüenerbrust mit Härtpfö, Rüebli u Ärbsli», also glasierte Poulardenbrustroulade, Kartoffelkiste gefüllt mit Pouletschenkel-Ragout, glasierter Karotte mit Erbsen, Malabarspinat und Cognacsauce. Unübersehbar auch hier: Chef Rolf Fuchs' Handschrift in den klaren, geometrischen Formen, etwa bei der Kartoffel.

So bereitet sie sich auf den Final vor:

«Wann immer möglich», meint sie, «wie das genau aussehen wird, muss sich aber erst noch weisen». Ab dieser Woche macht sie sich auf die Suche nach neuen Ideen rund um die vorgegebenen Produkte Saibling und Kaninchen. «Die grosse Herausforderung wird das Anrichten auf der Showplatte sein».

fee

Hotellerie

Choice Hotels mit neuem Hotel in der Karibik



zvg

Die Hotelgruppe Choice Hotels International wächst weiter: Das Acoya Hotel Suites & Villas, ein gehobenes Inselresort auf der Antilleninsel Curaçao, ist das erste karibische Choice Hotel der Marke Ascend Hotel Collection und befindet sich mitten in Willemstad. Das Portfolio der Ascend Hotel Collection umfasst unabhängige Hotels, die meist in historischen Gebäuden oder regionaltypischen Häusern zu finden sind.

www.choicehotels.de

Worldhotels expandiert nach Subsahara-Afrika

Worldhotels gibt die Partnerschaft mit der Azalai Hotels Group bekannt, welche für authentische afrikanische Hotellerie steht: Azalai Hotels in Burkina Faso, Benin, Mali und Guinea-Bissau sind dem Worldhotels-Portfolio beigetreten. Subsahara-Afrika ist ein grosser Zukunftsmarkt für Worldhotels. Die Region erlebt ein starkes wirtschaftliches Wachstum, was sich auf die Tourismusindustrie auswirkt. Die Partnerschaft soll um Azalai Hotels in Nouakchott, Abidjan und Dakar erweitert werden.

www.worldhotels.com

Messe

ITB Berlin sucht Reiseblogger für Blog Camp

Erstmals veranstaltet die ITB Berlin in Zusammenarbeit mit Transmedia und Visit Berlin ein Blog Camp. In Workshops und Creative Sessions lernen Blogger vom 1. bis 2. März 2015, wie sie ihre Blogs verbessern können, um mehr Leser zu erreichen, und wie sie mit ihren Beiträgen und Reisen Geld verdienen können. Interessierte können sich bis 26. Oktober anmelden.

www.blog-camp.de/itb-blog-camp-2015

Gastronomie

1. Asian Food and Culture Festival im «Seedamm Plaza»



zvg

Das Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon veranstaltet erstmals ein «Asian Food and Culture Festival»: Vom 30. Oktober bis 30. November 2014 können die Gäste jeweils Mittwoch bis Samstag in die kulinarische und künstlerische Vielfalt der Länder China, Thailand, Japan und Indien eintauchen. Zum Angebot gehören verschiedene Show-Acts oder Länderbuffets mit Livecooking-Stationen. Die Preise variieren je nach Wochentag. Sonntags findet jeweils ein euroasiatischer Brunch statt.

zag

www.seedamm-plaza.ch

Gesucht: die besten Glacé-Kreationen

Mit dem erstmals lancierten Wettkampf «Swiss Ice Cup» soll der Bereich Glacé gestärkt werden. Die Anmeldefrist läuft.

Glacé, vor allem handwerklich hergestelltes, gewinnt in der Branche zunehmend an Bedeutung, beobachtet man seit längerem beim Schweizerischen Bäcker-Confiseurmeister-Verband SBC. Deshalb lanciert man nun im

Rahmen der 32. Schweizer Fachmesse für Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriebedarf FBK vom 25. bis 29. Januar 2015 den ersten «Swiss Ice Cup». «Obwohl ein Nischenprodukt, ist der Bereich Glacé in den letzten Jahren stetig gewachsen und entwickelte sich zur eigenständigen Branche. Zeitgleich stellen wir ein wachsendes Kundenbedürfnis nach handwerklich hergestelltem Glacé fest, was sich etwa an der Zunahme von Gelaterien verdeutlicht», erklärt Urs Wellauer, Vizedirektor und Wettkampferantwortlicher beim SBC. Mit dem «Swiss Ice Cup» will man diesen Trend unterstützen und eine

Möglichkeit bieten, sich abzuheben. Für den Wettkampf, der am Montag, 26. Januar 2015 ausgetragen wird, können sich alle Fachleute bewerben, die den Beruf Beruf Bäcker/in-Konditor/in-Confiseur/in oder Koch/Köchin erlernt und abgeschlossen haben oder in der Ausbildung stehen. Sie können sich schriftlich bewerben und aus allen eingesandten Unterlagen werden die sechs besten Dossiers ausgewählt.

Am Wettkampf gilt es, eine Eis-torte mit mindestens drei Geschmacksrichtungen, das «Swiss Ice des Jahres» (also ein frei wählbares Speiseeis), einen Dessertteller mit Speiseeis sowie drei

verschiedene Eis-Petits-Fours zu kreieren. Als Jury-Präsident fungiert Rolf Münner, Patissier-Weltmeister und Inhaber von Swiss Pastry Design mit Sitz im Bernischen Rüeggisberg. Ebenfalls in der Jury vertreten ist Thomas Schwarzenberger, Leiter Konditorei-Confiserie am Richemont Kompetenzzentrum in Luzern, sowie Adrian Knobel, Präsident der Genossenschaft Swiss Ice.

Der Wettbewerb soll – analog zur Messe – alle zwei Jahre stattfinden. Die Anmeldefrist für den ersten «Swiss Ice Cup» läuft bis zum 15. November 2014.

www.fb-k2015.ch



Stetig gewachsenes Nischenprodukt: handwerklich hergestelltes Glacé.

zvg

Events**8. Obstsortenmarkt
im Botanischen
Garten Zürich**

ZVG

Am 25. Oktober 2014 findet im Botanischen Garten in Zürich der 8. **Obstsortenmarkt** statt. Die Besucherinnen und Besucher können dort von 11 bis 17 Uhr nicht nur ausgiebig degustieren, sondern auch über 50 Apfel- und Birnensorten kilowise kaufen. Daneben sind auch verarbeitete Obstprodukte erhältlich, wie Dörrobst, Süßmoste, Obstessig, Apfel- und Birnenweine, Edelbrände oder Gerätschaften, um Obst richtig zu lagern.

www.bg.uzh.ch

Museen**Nachlass von
Erhard Loretan für
Alpines Museum**

Das Alpine Museum in Bern erhält den Nachlass des Freiburger Bergsteigers Erhard Loretan, der 2011 tödlich verunglückt ist. Das hat seine Familie bestimmt. Darunter sind rund 30000 Bilder, Tonbänder, Tagebücher und weitere Dokumente des ersten Schweizer, der alle 14 Achttausender bestiegen hat. Seine Bergsteiger-Sammlung werde damit weiter an Konturen gewinnen, schreibt das Museum in einer Mitteilung. In seinem Besitz sind bereits Nachlässe und Einzelobjekte von Bergsteigerinnen und Bergsteigern wie Yvette Vaucher, Heinrich Harrer, Ernst Reiss, Dölf Reist oder Ueli Steck.

Tourismus**Appenzell Innerhoden plant Wanderwegnetz neu**

swiss-image/Christian Perret

Der Kanton Appenzell Innerhoden plant und signalisiert in einem Grossprojekt seine **Wanderwege** neu: Im ersten Halbjahr 2015 werden sämtliche Wanderweg-Schilder abmontiert und durch rund 300 neue ersetzt, um das Wanderangebot «noch attraktiver» zu machen: «Wichtig sind uns kürzere Routen, die Wandernde dann selber zu längeren Wanderungen verbinden können. Das entspricht dem heutigen Zeitgeist», sagt Guido Buob, Direktor von Appenzellerland Tourismus Innerhoden und Geschäftsführer Appenzeller Wanderwege Al zum Projekt. sag

Ein Duft für St. Moritz

Bald können St. Moritzer Gäste die Engadiner Destination auch daheim riechen: Ende November kommt die erste eigene Duftlinie von St. Moritz auf den Markt. Entwickelt hat sie der weltbekannte Parfumeur Geza Schön.

SABRINA GLANZMANN

Ein kalter Wintertag, Schnee liegt über der Landschaft von St. Moritz, auch die Wälder sind verschneit... Stellt man sich das visuell vor, erscheinen sofort pittoreske Postkartensujet-Bilder vor dem geistigen Auge. Will man diese Szenerie aber mit einem Duft einfangen und beschreiben, wird es schon schwieriger – wie riecht Schnee, wie riecht Kälte, wie riecht ein Engadiner Waldspaziergang? Und vor allem: Wie riecht St. Moritz? Ab Ende November lässt sich das herausfinden. Dann kommt die Duftlinie «Inviern» (rätomanisch für «Winter») auf den Markt, die eigens für die Destination kreiert wurde und einen frischen, prickelnden Wintertag in St. Moritz widerspiegeln soll, wie es in der Lauch-Mitte steht. Erhältlich wird sie als Raumduft in einer Diffuser- und einer Kerzenvariante sein.

Obwohl rechtzeitig und gezielt zum Start der Saison und der Feierlichkeiten zum Jubiläum «150 Jahre Wintertourismus» lanciert, soll «Inviern» aber kein «dufter» PR-Gag sein: «Eine eigene, hochklassige Duftlinie zu entwickeln, mit der wir die Destination von anderen originell differenzieren können, war intern schon länger ein Thema. Unabhängig vom Jubiläumsjahr waren wir auf der Suche, wie wir das realisieren und langfristig in die Aktivitäten einbauen können», sagt Roberto Rivola, Leiter Unternehmenskommunikation bei der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz. Dass das Timing jetzt so gut passt, liegt in den Händen von Eveline Fässer Testa: Die einheimische Unternehmerin wurde vor einem Jahr bei CEO Ariane Ehrat mit einer eigenen Idee für einen Destinations-Duft vorgestellt und bekam aus Sicht der Tourismusorganisation rasch das «Okay» für die Entwicklung.

Die Inspiration kam auf der Insel Elba

Die einheimische Unternehmerin, vor ihrer Rückkehr ins Engadin lange in leitenden Positionen für internationale Werbeagenturen und Unternehmen tätig, war während eines Aufenthaltes auf Elba darauf gekommen: «Dort gibt es den inseleigenen Duft «Acqua dell'Elba», ich habe ihn gekauft und schwelge seither daheim beim Riechen immer in Erinnerungen. Ich dachte mir: Wieso haben wir das nicht? Es gibt so viel Visuelles, so viele kulinarische Geschmackserlebnisse, die St. Moritz ausmachen. Aber nichts, das auch den Geruchssinn anspricht und dadurch Emotionalität zum Ort schafft».

Weil es ihr klares Ziel war, den Duft zum Winter 2014/15 rauszubringen, musste sie rasch den geeigneten Partner für die Zusammenarbeit finden – und stiess mit Geza Schön auf einen alten Bekannten im Ort. Der Berliner Parfumeur und Duftdesigner, der

sich mit dem Label Escentric Molecules (Parfüms mit nur einem Duftstoff) weltweit einen Namen gemacht hat und von dem Mode-designer Karl Lagerfeld sagt, er sei die «beste Nase der Welt», hat schon für das lokale Hotel Schweizerhof einen Duft kreiert. «Geza Schön war von der Idee sofort begeistert, und da er bereits einen Bezug zum Ort hatte, war das natürlich ideal», sagt Eveline Fässer Testa.

Nächster Schritt: Ein Duft wie ein «Engadiner Bergsommer»

Die St. Moritzerin nannte dem Deutschen Duftexperten Wörter wie «klirrend, kalt, Schnee, Arve und Wald», wenn sie an ihren Heimatort dachte – und schickte ihn los auf lange Spaziergänge und Entdeckungstouren. «Das war eine sehr reizvolle Aufgabe. Denn man kann Orten und Gegenden wirklich eigene Gerüche zuordnen, wenn man sich sorgfältig damit beschäftigt. Aber es muss immer nachvollziehbar sein und eine Geschichte erzählen; einfach etwas Würzig-Opulentes zu machen, weil es um Winter oder um eine Luxusdestination geht, reicht noch nicht», erklärt Geza Schön. Entstanden ist, nach mehreren Proberunden und fünf verschiedenen Duftmustern, eine Rezeptur mit 40 Komponenten. 20 davon bilden die Basis, die den typischen Arvenholz-Geruch darstellt. Wie aber hat der Parfumeur «atmosphärische Eindrücke» wie etwa die Frische der kalten Luft eingefangen? «Das lässt sich olfaktorisch gut mit synthetischen Riechstoffen umsetzen, die luftig-leicht, fast «ozonig» riechen», sagt Schön. Er verrät auch, dass neben Weihrauch- und Moschusnoten echte



Iris, Jasmin Absolu, oder Enzian Absolu enthalten sind – «das war natürlich toll, mit solch qualitativ hochwertigen Ingredienzien arbeiten zu dürfen, das ist nicht selbstverständlich».

Der Endpreis bei den Diffusern liegt bei 49 Franken für 100 ml, bei der 3000-ml-Flasche sind es 549 Franken. Erhältlich werden die Produkte im örtlichen Handel, bei der Tourist-Info und online sein. Die 100-ml-Variante ist auch als Hotelkollektion gedacht; lokale Häuser prüfen aktuell gerade den Einsatz in den Zimmern.

Eveline Fässer Testa hat die Duftlinie komplett privat finanziert und denkt bereits weiter: Ein «Engadiner-Bergsommer»-Duft ist der nächste Schritt, ebenfalls mit einem rätomanischen Namen versehen, der die Verbundenheit zur Region verdeutlichen und hinaustragen soll. «Dass das Projekt langfristig angedacht ist und sich auf das Engadin als unsere zweite Marke weiterentwickelt, war von Anfang an auch in unserem Sinne», sagt Roberto Rivola.

St. Moritz im Flakon: der für die Destination kreierte Duft «Inviern». Daniel Martinek

Kolumne

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

Eindrückliche Begegnungen im Heidiland

Das Heidiland ist eine Region voller Gegensätze. Dort erheben sich die kahlen Berge, die darauf warten, im Winter in Schnee gehüllt zu werden. Dort liegt Bad Ragaz, eine aufgestellte Stadt, die an jeder Ecke ihren Charme versprüht. Dort fliesst in den Herbstmonaten der Rhein ohne Eile das Tal hinab in Richtung Nordsee. Und dort erheben sich die Berge nicht schwindelerregend zu Tausenden, sondern an ihren Hängen wachsen die Trauben der Bündner Herrschaft. Die unscheinbaren alten Häuser in Fläsch, Maienfeld, Jenins und Malans zeugen von vergangenen Zeiten. Dazwischen tummeln sich immer mehr restaurierte Häuser und moderne Design-Bauten, die den Schritt in das 21. Jahrhundert zeigen. Ein Gebiet, wie es in einem Bilderbuch für Kinder nicht besser beschrieben werden könnte: Die Geschichte von Heidi in den Bergen handelt von dieser kargen Region, die voller Schönheit ist und heutzutage einen der schönsten Pinots Noirs der Schweiz hervorbringt.

Die Winzer, die hier auf gerade mal 433 Hektaren des Schweizer Weinbaus arbeiten, haben sich in den letzten 40 Jahren zu einem der Motoren unter den Schweizer Qualitätswinzern hochgearbeitet. Ein Pionier in dieser Region war Anfang der 1970er-Jahre Thomas Donatsch, der mit seiner Neugier viele neue Ideen nach Graubünden brachte. Seine

damals neuen Methoden, die auf der heutzutage geschätzten Domaine Romanée Conti schon jahrzehntelang eine Kontinuität in die Weinqualität gebracht hatten, fanden aber nicht immer Zustimmung. Heute stehen diese frühen Versuche für die Vormachtstellung der Bündner in Sachen Barrique-Ausbau. Die unglaubliche Einheit der Winzer in der Bündner Region zeigt sich vor allem in der Phase der Weinernte, in der sich die Winzer gegenseitig unterstützen.

Besonders in diesem Jahr hat die Drosophila zukunfts (Kirscheschiffle) die Winzer in ganz Europa in Atem gehalten. Die asiatische Fruchtfliege befällt – im Gegensatz zur gewöhnlichen Essigfliege – auch die noch nicht ganz reifen Früchte. Hinzu kommt der Mehltau, der viele an den Ernteausfall von 2013 mit bis zu 30 Prozent erinnern lässt. Das wäre für diese Region und andere Schweizer Winzer eine Katastrophe. Doch die Region hilft sich hier, wie ich es in keiner anderen Region kennengelernt habe. In den Weinbergen wird vorwiegend Schweizerdeutsch gesprochen. Die Herrschaftler und die Freunde aus der gesamten Schweiz helfen in diesen Tagen bei der Ernte und sind stolz auf ihre Weine. Nicht nur die Pinots zeugen von höchster Qualität, sondern auch die Weissweine aus Completer, Sauvignon Blanc, Pinot Blanc oder auch Chardonnay. Die Weine aus Graubünden gehören heute neben den grossartigen

Weinen aus dem Tessin und der Westschweiz zu den begehrtesten Weinen der Schweiz. Die Aufmerksamkeit geht so weit, dass die Begeisterung für die Bündner Gewächse bei den besten Winzern des Burgunds und den Pinot-Noir-Winzern aus ganz Europa nicht aufhört – meist könnten deshalb die Winzer die doppelten Mengen verkaufen.

Doch die Bescheidenheit und auch die Ursprünglichkeit dieser Region zeugen von der Liebe zum Produkt und der Natur. Das kleine Gebiet möchte diese Bescheidenheit so verkörpern, dass die meisten der eigenen Weine in der Region selbst konsumiert werden. Die zahlreichen Anfragen aus der gesamten Schweiz beschränken sich auf homöopathische Dosen, die den Interessenten zugesprochen werden. Damit wird garantiert, dass die Hotels und Restaurants der Region die Weine anbieten können. Für viele Betriebe ausserhalb ist das ein Graus, aber nach meinem Besuch in diesem Gebiet kann ich es nun sehr gut verstehen. Die Begegnungen mit all den Winzern aus der Region haben mich stark beeindruckt, sodass ich keinen von ihnen hervorheben möchte – bei einem Ausflug oder auch einem Urlaub in dieser Region kann ich Ihnen nur empfehlen, die Weine zu degustieren. Meine Favoriten sind Daniel Marugg, Hansruedi Adank, Davaz, Möhr-Niggli und natürlich noch viele andere. Viel Spass im Heidiland!

impressum**htr hotel revue**

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

Herausgeber/Editeur

hottelienuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievengelt/tn
Stv. Chefredaktor: Sabrina Glanzmann/sag
Assistentin Chefredaktion und
Spezialprojekte: Sabrina Jörg Patoku (abw.)

Ressortleitung:

aktuell: Daniel Stampfli/dst

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

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lbt
Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/tb
Gudrun Schlenczel/gsg
Grafik und Produktion: Carla Barron-Secchi/cbs
Roland Gerber/rg, Biljana Mitrovic/bmi
(Praktikantin); Daniel Steim/stste
Korrektur: Paul Le Grand

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

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievengelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Allesch/npa
Praktikum: Ahmad Daschit/ad
Koordination: Daniel Steim

Verlag

Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hännli
Stelleninseiner: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Ahmad Daschit/ad
Geschäftszeiten: Nino Burchianti;
Michael Müller

hotelljob.ch: Denise Karam

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

Kontakte

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

Online Redaktion: online@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76; Mail: abog@htr.ch
Insarate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23; E-Mail: insarate@htr.ch;
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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



Welche jungen Berufsleute an der Réception am meisten glänzen und überzeugen, wird hierzulande jährlich an der «Bucherer Trophy» entschieden. «Best Young Receptionist 2015» ist Charlotte Vallejo (Hôtel Le Richmond Genf, Mitte), Platz 2 ging an Sandra Meier (Hôtel Angleterre & Résidence Lausanne, links) und Nathalie Magnoc (Mandarin Oriental Genf, rechts) hat den 3. Platz erreicht. Alain D. Bollat/zvg



«Viele Fähigkeiten gefordert»

Die Empfangschefs-Vereinigung AICR organisiert den einzigen Wettbewerb für Jung-Réceptionisten in der Schweiz. Präsident Frank Albespy im Gespräch zur 20. Austragung.

SABRINA GLANZMANN

Frank Albespy, die «Bucherer Trophy» sucht seit 20 Jahren nach den besten Front-Office-Talenten. Wieso braucht es diesen Wettbewerb auch die nächsten Jahrzehnte? Es ist wie bei den meisten Berufswettbewerben: Die Trophy gibt Präsenz und Anerkennung und hilft, dass wir stetig am Image des Berufes arbeiten können. Wettkämpfe für Köche und mittlerweile auch für Restaurationsfachleute gibt es hierzulande ja einige; für Réceptionistinnen und Réceptionisten gibt es nur unseren. Auch der Nachwuchs am Front Office braucht eine konstante Plattform, um sich regelmässig zu präsentieren und um zeigen zu können, was die Arbeit am Empfang für

junge Menschen bedeutet. Und dass sie dafür viele sehr unterschiedliche Fähigkeiten mitbringen müssen.

Nämlich? Sie müssen zum Beispiel mehrere Sprachen beherrschen, gerne mit Computern im Allgemeinen und zahlreichen verschiedenen Programmen im Speziellen arbeiten. Ein breites Allgemeinwissen gehört ebenso dazu, und man muss rasch lernen, mit Stresssituationen umzugehen. Eine mehrjährige Front-Office-Anstellung in einem guten Haus kann einem deshalb später viele berufliche Türen öffnen, in der Hotellerie, aber auch in der Luxusindustrie anderer Branchen.

Was meinen Sie mit breitem Allgemeinwissen? Unsere Teilnehmenden stammen alle aus der 4- oder 5-Sterne-Hotellerie, wo es zum Daily Business gehört, dass bedeutende Personen oder VIPs

einchecken. Da muss man wissen, welche Sprache sie sprechen, was in deren Ländern aktuell passiert und muss konstant auf dem Laufenden sein – das ist anspruchsvoll, für viele junge Leute aber gerade auch das Reizvolle an diesem Beruf.



«Auch der Nachwuchs am Front Office braucht eine konstante Plattform.»

Frank Albespy
Präsident AICR Schweiz

Wie sehr hat sich das Jobprofil seit den Anfängen der «Bucherer Trophy» verändert? Sehr stark. Mit dem Online-Buchungsmarkt zum Beispiel treffen die Gäste ihre Entscheidungen heute ja sehr spät: Es kann sein, dass der Frontoffice-Mitarbeitende seinen Tag mit einer niedrigen Hotelbelegung beginnt und ihn mit einer bedeutend höheren beendet. Man muss deshalb noch flexibler sein und sich vor allem gut zu organisieren wissen, denn beim Welcome-Prozedere will sich der Gast – gerade vielleicht weil er online gebucht hat – voll und ganz wahrgenommen fühlen und er darf nicht spüren, dass du als Réceptionist vielleicht gerade

unter Druck stehst oder «in rush» bist.

...mehr Tempo und mehr Empathie also? Genau. Der Gästekontakt ist generell emotionaler geworden. Das Hotel ist in der anspruchsvollen Welt draussen die Insel, wo der Gast noch

mehr verwöhnt werden will. Gerade auch vom Frontoffice-Team.

Was planen Sie mit dem Wettbewerb in Zukunft?

Ich bin seit 2013 verantwortlich für den nationalen und internationalen Wettbewerb. Mein Ziel ist es, die Abläufe der verschie-

denen Sektionen zu vereinheitlichen. Nicht in allen 16 Ländern wird zum Beispiel aktuell neben dem Rollenspiel auch ein schriftlicher Test durchgeführt. Die Erfolge und guten Abläufe aus unserer Schweizer Sektion werden wir zukünftig auch international implementieren.

Fakten Erfolgreiche Romandie

Frank Albespy, Empfangsdirektor im Hôtel Beau-Rivage in Genf, präsidiert seit 2011 die Schweizer Sektion der «Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grand Hôtels» (AICR). Daneben ist er seit 2013 Vize-Präsident der AICR International und zuständig für den internationalen Wettbewerb «David Campbell Trophy».

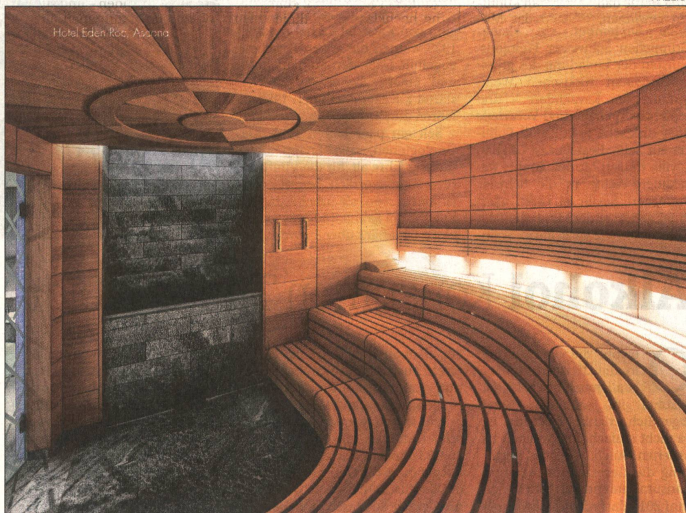
1964 in Frankreich von Empfangschefs einiger Luxushotels gegründet, hat sich die AICR zu einer Vereinigung in heute 16 Ländern entwickelt. Sie stellt Informations- und Erfahrungsaustausch, gegenseitige professionelle Unterstützung und ein breites Netzwerk in den Fokus; weltweit sind es heute rund 1000 Mitglieder, 180 davon in der Schweiz. Der Wettbewerb «Best Young Receptionist»

hierzulande nach dem Hauptsponsoren «Bucherer Trophy» genannt, wurde erstmals 1995 durchgeführt. Zugelassen sind junge Berufsleute, die jeweils von ihren Vorgesetzten und AICR-Mitgliedern empfohlen werden. Eine Fachjury entscheidet anhand schriftlicher Bewerbungen, wer für die Trophy zugelassen ist.

Der Wettbewerb besteht aus drei Teilen: In einem schriftlichen Test wird das theoretische Wissen über Revenue Management, Reservierung, Guest Relation und Kassenwesen geprüft. Danach müssen die Teilnehmenden in einer Eigenpräsentation ihren beruflichen Werdegang, ihre Berufsmotivation und Zukunftspläne darlegen. Beim Rollenspiel schliesslich gilt es, praktisches Fachwissen, Kreativität und schnelle Reaktion zu beweisen.

An der 20. Austragung der «Bucherer Trophy» letzten Freitag im Grand Hotel Les Trois Rois in Basel haben 13 Kandidatinnen und Kandidaten aus der ganzen Schweiz teilgenommen. Die Fachjury unter dem Vorsitz von Peter B. Grossholz, ehemaliger Leiter Bildung bei hotelleriesuisse, hat Charlotte Vallejo vom Hotel Le Richmond in Genf zur diesjährigen «Best Young Receptionist» gekürt. Generell war die Romandie erfolgreich. Auf Platz 2 schaffte es Sandra Meier vom Hôtel Angleterre & Résidence in Lausanne, Platz 3 ging an Nathalie Magnoc, Mandarin Oriental in Genf. Charlotte Vallejo wird die Schweiz vom 15. bis 18. Januar 2015 an der «David Campbell Trophy» in Singapur vertreten. sag

www.aicr.ch



WOHLBEFINDEN
HAT EINEN NAMEN.

Das Wohlfühl Ihrer Gäste ist unser Auftrag. Seit über achtzig Jahren entwickeln und realisieren wir Sauna- und Spa-Landschaften für höchste Ansprüche an Design, Funktionalität und Wirkung. Unsere Spezialisten finden unabhängig von Ausbaustandard und Grösse Ihres Projekts die passende Lösung mit optimaler Preis/Leistung. Als Weltmarktführer steht KLAFS für Kompetenz und Qualität. Zählen Sie entspannt auf unseren Schweizer Topservice – selbst Jahre nach der Schlüsselübergabe.

Lassen Sie sich in unseren Ausstellungszentren inspirieren. Unseren Katalog oder eine unverbindliche Fachberatung erhalten Sie kostenlos online oder unter 00800 66 64 55 54.

KLAFS
MY SAUNA AND SPA

6340 Baar ZG | www.klafs.ch



Die Wein-Perlen der Türkei

Ein Besuch beim grössten privaten Weinproduzenten zeigt: Türkische Weine passen nicht nur zum Döner. Internationale und autochthone Sorten sorgen für Vielfalt.

RENATE DUBACH



Semir Zorlu, eine der drei Önologinnen bei Kavalidere.

Öküzgözü, Kalecik Karası, Boğazkere, Emir, Narince und Sultanıye – nein, leicht auszusprechen oder zu merken sind die Namen der türkischen Rebsorten nicht. Dass sich daraus aber hervorragende Weine machen lassen, und dass auch die internationalen Sorten in einigen türkischen Regionen sehr gut gedeihen, davon hat man schon gehört. Man erinnert sich daran, dass vermutlich im Gebiet um Anatolien der Wein «erfunden» wurde. Ein Blick auf die Statistik zeigt zudem, dass die Türkei der sechstgrösste Traubenproduzent der Welt ist, dass aber nur etwa 3 Prozent davon in Weinflaschen enden, der grösste Teil ergibt Tafeltrauben, Saft oder wird getrocknet. Türkischer Wein? Könnte interessant sein. Also folgt Ende September ein kleines Grüppchen Schweizer Weinjournalisten der Einladung des grössten privaten türkischen Weinproduzenten Kavalidere – und schiebt Vorbehalte und Vorurteile über türkische Politik und Politiker zur Seite. Begleitet ist Gökhan Sayilir, dessen Mozaik GmbH Kavalidere-Weine in die Schweiz importiert. Sayilir ist Türke, allerdings gehört er der Minderheit der Aleviten an, wie viele, die im Wein-

geschäft in der Türkei arbeiten. Im Gegensatz zu Muslimen ist es Aleviten erlaubt, Alkohol zu trinken.

Von Cabernet Sauvignon bis Öküzgözü

Heute gehören Kavalidere 630 Hektaren in den Regionen Ankara-Akyurt, Kappadokien-Gölşehir und Ağais-Kemaliye-Pendore. Ohne die Schweiz würde sich die Firmengeschichte wohl etwas anders lesen. Kurz gefasst geht sie so: Sevdä, die Tochter eines türkischen Obersten und einer Genferin, lernt in der Schweiz einen Bulgaren kennen und heiratet diesen. Das Paar, Sevdä und Cenap And, ist am Weinbau interessiert und kauft – dank eines Kredites eines befreundeten Schweizer Bankiers – ein paar Weinberge in der Region von Kavalidere bei Ankara. 1929 werden die ersten Flaschen abgefüllt. Nach den Aufbaujahren und einer schwierigen Epoche startet Kavalidere in den 1980er-Jahren durch.

Seit ein paar Jahren sind drei Önologinnen, alle knapp über dreissig Jahre alt, für die Vinifizierung verantwortlich. Semir Zorlu ist eine davon, sie arbeitet in der Kellerei bei Salihli und präsentiert einen Überblick über ihr Werk. Ein



Tausende von Touristen überfliegen im Heissluftballon überfliegen im Heissluftballon überfliegen im Heissluftballon die Region Kappadokien, die für ihre Naturwunder berühmt ist. Andernorts werden frühmorgens die Trauben geerntet, bis die Hitze kommt. Typisch türkisch: der fruchtige und würzige Öküzgözü. Bilder: rd

Alkohol Konsum in Türkei steigt

Obwohl die Bevölkerung in der Türkei überwiegend muslimisch ist, ist Alkohol im säkularen Staat eigentlich erlaubt. Trotzdem ist es nicht einfach, im Weinbau zu arbeiten. Auch, weil die Regierung die Gesetze zum Alkoholkonsum laufend verschärft. Seit Juni 2014 darf nicht mehr für alkoholische Getränke geworben werden, Werbelogos und -plakate mussten verschwinden. Seit September 2013 dürfen zwischen 22 Uhr und 6 Uhr keine Alkoholis mehr verkauft werden. In Filmen, Fernsehserien und Musikvideos werden die Bil-

der alkoholischer Getränke verpixelt. Auch das Festival-Sponsoring von Alkoholkonzerten ist nicht mehr erlaubt.

Seit Jahren werden alkoholische Getränke mit einem Satz von 33 Prozent besteuert. Alkohol gefährdet die Gesundheit und die Gesellschaft, deshalb würden die Gesetze so massiv verschärft, heisst es von offizieller Seite. Ein Alkoholproblem ist in der Türkei aber nicht auszumachen. Gemäss dem OECD-Bericht von 2011 liegt der Pro-Kopf-Alkoholkonsum in der türkischen Bevölkerung bei 1,5 Litern. Zum Vergleich: In der Schweiz liegt er bei

10,1 Liter; der Durchschnitt aller OECD-Länder beträgt 9,1 Liter. Allerdings steigt der Alkoholkonsum in der Türkei trotz Restriktionen konstant, 2012 im Vergleich zum Vorjahr um 6 Prozent. Der Anstieg ist aber vor allem auf den steigenden Alkoholkonsum der Touristen zurückzuführen. Nicht nur die Wein-, Bier- und Spirituosenhersteller befürchten, dass die verschärften Alkoholgeetze einen Image-Schaden für die Türkei bilden, sondern auch die Tourismusindustrie. Es gehe in Richtung eines islamischen Fundamentalismus, heisst es. rd

Egeo Sauvignon Blanc 2013 macht den Auftakt – und der könnte sortentypischer kaum sein. Und seine 14,5 Volumenprozent Alkohol merkt man ihm kaum an. Ein Chardonnay, ein auszeichneter Muscat und ein ansprechender und praktisch Restzucker-freier Rosé aus den Sorten Çal Karası und Grenache folgen. Auch bei den Rotweinen gesellen sich internationale Sorten wie Malbec, Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah und Cabernet Franc zu den autochthonen Öküzgözü und Boğazkere. «Es gibt keine Beschränkungen, was die Rebsorten oder die Vinifizierung angeht», erklärt Semir Zorlu, «es gibt auch keinen Kontrollrat oder so etwas wie in anderen Ländern.» Die Önologin bringt die internationalen Sorten ge-

konnt und typisch in die Flasche – die autochthonen sind eigenständig: beim Öküzgözü hat man Brombeer- und Toastnoten in der Nase, im Gaumen auch rote Beeren. Der Duft von Boğazkere geht in Richtung schwarze Beeren und Lakritze, im Gaumen wirkt er konzentriert mit gut eingebundenen Tanninen.

Export vor allem in europäische Länder, die USA und Fernost

Zwei Tage später in der historisch und touristisch äusserst interessanten Region Kappadokien, etwa 700 Kilometer östlich von Salihli, kommt die zweite Önologin, Sanem Karadeniz, von der Ernte der Sorte Kalecik Karası: «Wir ernten nachts so bis etwa 9 Uhr, dann wird es zu heiss. Wir

machen alles in Handarbeit. Und um die bestmöglichen Bedingungen zu bekommen, schicke ich unsere Arbeiterinnen manchmal dreimal durch die Reben. Erst ernten sie die obersten Trauben, dann die mittleren und schliesslich die unteren», sagt Sanem Karadeniz. Direktor Ali Basman ergänzt ihre Aussage mit aktuellen Zahlen: «Wir produzieren aktuell etwa 13 Millionen Liter Wein, Lagerkapazität hätten wir für etwa 18 Millionen Liter. Insgesamt bauen wir 49 Rebsorten an. Ein Fünftel der Flaschen geht in den Export, vor allem in europäische Länder, USA und Fernost.» Und obwohl die türkischen Rebsorten schwierig auszusprechen sind: Die Weine sind ausgezeichnet und werden ihren Weg machen.

ANZEIGE



Das neue Culinario Master Touch
Die innovative Speisevitrine - für eine intuitive Bedienung und perfekte Präsentation

- ❑ Intuitive Menüführung über 4,3 Zoll-Touch-Displays
- ❑ Personal wird über Bilder zu idealen, produktspezifischen Klima- und Lichteinstellungen geführt
- ❑ 4 Farben-LED für perfekte Farbabstimmung pro GN je nach Speisenauslage (LED Lichtintensität 2'500 Lumen)
- ❑ Belegungspläne können als Gesamtprogramm abgespeichert und aufgerufen werden
- ❑ Mit Hilfe der mitgelieferten Software können auch eigene Produktbilder erstellt werden
- ❑ USB-Schnittstelle für den Transfer von Bildern und Programmen
- ❑ Prozess-Sicherheit dank erstem echten Trockenlaufschutz
- ❑ Optional mit Displays auf Kundenseite für Produktdeklarationen, Preisangaben etc.

www.beergill.com - info@beergill.com - Tel. +41 (0)56 618 7800

Food perfectly presented **BEER**

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. 42 · 16. Oktober 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



INTERNES TOUCH- POINT MANAGEMENT

Bei jeder innerbetrieblichen Zusammenarbeit kann es zu positiven wie auch negativen Erfahrungen kommen, die eine Mitarbeiterbeziehung stärken oder zermürben beziehungsweise Motivation, Loyalität und Engagement wachsen oder bröckeln lassen. Jedes Vorkommnis kann dabei Zünglein an der Waage sein. Am Ende ist es eine Summe von Details, die den Ausschlag dafür gibt, ob ein Mitarbeitender eine Durchschnitts- oder Spitzenleistung erbringt, ob er im «Machenmüssen» oder im «Machenwollen» ist und ob er bleibt oder geht. Das interne Touchpoint Management betrachtet die «Reise» eines Mitarbeitenden durch das Unternehmen und optimiert alle Interaktionspunkte zwischen Belegschaft und Führungsteam.

In Schritt 1 werden alle Interaktionspunkte gelistet, die ein Bewerber mit dem Unternehmen und ein Mitarbeiter im Rahmen der Zusammenarbeit mit einer Führungskraft hat oder haben könnte. Dann werden die Ereignisse, die dort passieren, den Kategorien «enttäuschend», «okay» und «begeistert» zugeordnet. Dabei werden die Mitarbeitenden durch passende Fragestellungen aktiv eingebunden.

In Schritt 2 geht es um das Definieren der angestrebten Zielsituation und das Sondieren passender(er) Vorgehensweisen an solchen Interaktionspunkten, die man für die entsprechenden Mitarbeitergruppen optimieren will. Hierbei geht es sowohl um das Thema Unternehmenskultur als auch um all das, was ganz konkret erwünscht und was unerwünscht ist.

Der Schritt 3 befasst sich mit der Planung und Umsetzung von Massnahmen, die von der analysierten Ist-Situation zur gewünschten Soll-Situation führen. Manches muss dabei von den Führungskräften selbst in die Hand genommen werden, vieles kann aber auch mit den Mitarbeitenden gemeinsam konzipiert werden. So erzeugt man den «Mein-Baby-Effekt».

In Schritt 4 geht es um das Ergebnis-Monitoring und das weitere Optimieren der Führungsarbeit. Touchpoint-Massnahmen sollten vor allem langfristig positive Auswirkungen auf die mitarbeiterbezogenen Kennzahlen haben wie etwa auf die durchschnittliche Verweildauer, die Fluktuationsrate, die Kranktage, den Ideenoutput, den Weiterbildungswillen, die Produktivität sowie die Weiterempfehlungsbereitschaft der Mitarbeiter am Arbeitsmarkt.

So kann mithilfe des internen Touchpoint Managements jede Interaktion als Chance genutzt werden, die Exzellenz aller Mitarbeitenden zu erhöhen, ihre emotionale Verbundenheit zum Unternehmen zu stärken und positive Mundpropaganda nach innen und aussen auszulösen.



Anne M. Schüller
Management Consulting, Hamburg
www.anneschueller.de

ZITAT
DER WOCHE

«Der Kluge lernt nach
dem ersten, der Dumme
nach dem x-ten Fehler,
der Weise lernt nie aus»

chinesisches Sprichwort

AGENDA

25. OKTOBER

Fachtagung 2014 «Schweizer
Meisterschaft Hotelfach –
Nutzen für den Beruf?»,
vom Berufsverband
Hotellerie-Hauswirtschaft,
im Hotel Montana, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

31. OKTOBER

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

4. NOVEMBER

SBKPV Forum 2014 «Glutenfrei –
eine Herausforderung für die
Branche», vom Schweizer
Bäckerei- und Konditorei-
Personal-Verband,
bei der Jowa AG, in Gränichen
www.hotelgastrounion.ch

6. NOVEMBER

«Sensorik und Degustation»,
vom Berufsverband Restauration,
im UBS-Restaurant Elite,
in Zürich
www.hotelgastrounion.ch

2. DEZEMBER

«KOPAS – Kontaktperson für
Arbeitsicherheit und Gesund-
heitsschutz im Gastgewerbe»,
von hotelleriesuisse,
im Hotel Walhalla, in St. Gallen
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

8. DEZEMBER

Ausbildung zum Qualitäts-Coach
Stufe 1, von hotelleriesuisse,
im Hotel Freienhof in Thun
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

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

Maschinen (Teil 8)

Blechputz- und Einfettmaschinen

Gefährdung:

- Einzugsgefahr zwischen Walzen und Bürsten
- Gehörschäden

Mögliche Sicherung:

- Das Greifen in die Einzugsstelle muss durch Verkleidungen verhindert sein (Öffnung maximal 5 Millimeter).
- Für Reinigungsarbeiten die Maschine immer ausschalten und vom Stromnetz trennen.
- Gehörschutz tragen.

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

DEN GAST VERSTEHEN, ABER RICHTIG

Die Bedürfnisse des Gastes zu kennen, ist das eine, ihn aber auch wortwörtlich zu verstehen und mit ihm kommunizieren zu können, ist das andere. Die bevorstehende Zwischensaison wäre doch ideal für einen Sprachaufenthalt.

Frägt man Menschen, warum sie sich für eine Berufslaufbahn in Hotellerie und Gastronomie entschieden haben, lautet die Antwort oft: «Weil man es hier mit Menschen aus allen möglichen Ländern zu tun hat» oder «Weil ich auf der ganzen Welt arbeiten kann». Beides ist absolut richtig, nur – mit berufsspezifischen Fachkenntnissen allein kommt man nicht weit. Wer als Koch in Dubai oder Shanghai arbeitet, muss zwar nicht Arabisch oder Mandarin können, aber ohne gute Englischkenntnisse geht es nicht. Noch immer gilt der Spruch: «Wer kein Englisch spricht, ist ein moderner Analphabet.»

Die englische Sprache ist der Hauptschlüssel zur Welt, aber eben nicht der einzige. Die am meisten gesprochenen Sprachen sind: Englisch (1.5 Mrd.), Chinesisch (1.1 Mrd.), Hindi (650 Mio.), Spanisch (420 Mio.), Französisch (370 Mio.), Arabisch (300 Mio.), Russisch (275 Mio.) und Portugiesisch (235 Mio.) Gastgewerber, die in Gästekontakt stehen oder selber im Ausland arbeiten wollen, tun gut daran, sich sprachlich fit zu machen. Dem einen bringt es mehr Sympathien und Trinkgeld ein, dem anderen einen besseren, intensiveren und ergebnisreicheren Zugang zum Land, in dem er arbeitet.

Es gibt verschiedene Wege, um eine Sprache zu erlernen oder bestehende Kenntnisse zu vertiefen. Man kann einmal in der Woche einen Sprachkurs besuchen, sich autodidaktisch mit Büchern, Videos und CDs die Sprache aneignen oder sich mit Online-Tutorials und Lernapps in eine Sprache vertiefen.

Am besten lernt man eine Sprache natürlich im jeweiligen Land, wo sie gesprochen wird. Um die für einen persönlich richtige Sprachschule und den richtigen Kurs zu finden, sollte man im Vorfeld folgende Punkte klären:

- Standortbestimmung: Welche Vorkenntnisse und Wissenslücken habe ich (zum Beispiel: kann Gelesenes gut verstehen, habe aber Mühe beim Zuhören und Sprechen)?
- Ziele festlegen: Was will ich lernen (zum Beispiel: Sprechhemmungen überwinden, Verstehen von Alltags- oder Fachgesprächen, Führen von Geschäftskorrespondenz und Businessverhandlungen, Grammatik auffrischen)? Welches Diplom möchte ich anstreben?
- Zeitraum: Wie viel Zeit steht mir für den Sprachaufenthalt zur Verfügung?
- Lernintensität: Will ich ausschliesslich die Sprache büffeln? Etwas über Land, Leute und Kultur erfahren oder doch lieber Zeit fürs Strandleben haben?
- Wohnsituation: Wie will ich wohnen? Bei einer Gastfamilie, beim Lehrer, allein oder mit anderen auf einem Campus, im Hotel oder einer eigenen Wohnung?
- Finanzierung: Welches Budget habe ich? Beteiligt sich der Arbeitgeber mit einem Geldbetrag oder indem er Zeit zur Verfügung stellt? Sprachaufenthalte sind nicht bloss etwas für jüngere Semester. Viele Anbieter haben extra Sprachkurse für reifere Menschen und Senioren im Programm. Darunter auch Special-Interest-Kurse mit Themen aus Küche und Keller.

Riccarda Frei

BUCHTIPP

WENN DIE ZUKUNFT KOMMT

Das Buchungsverhalten der Gäste wird immer kurzfristiger und auch in der Wirtschaft wird oft nur auf Nachfrage produziert. Trotzdem wird von den Unternehmen vorausschauendes, langfristiges Denken und Planen verlangt. Doch auf welcher Basis sollen mittel- und langfristige Entscheidungen gefällt werden? Und was ist von Trend- und Wirtschaftsprognosen zu halten? Magnus Lindkvist zeigt in seinem Buch «Wenn die Zukunft kommt», wie man auch als Laie die Werkzeuge der Trendforscher nutzen kann. Er ist der Meinung, dass Trendforschung oft mit dem Blick in die Glaskugel verwechselt wird. Dabei könne Trendforschung jedem helfen, sich eine bessere Zukunft ausdenken und diese gezielt zu planen. Magnus Lindkvist stellt in seinem Buch praktische Werkzeuge vor, mit denen die Zukunft planbar wird. Dazu geht er drei wichtigen Fragen nach: «Was ist die Zukunft?», «Wie nehmen wir die Zukunft wahr?» und «Wie können wir die Zukunft ändern?». Bei der Beantwortung dieser Fragen räumt der Autor unbarmherzig mit einigen Denkfehlern über die Zukunft auf und zwingt den Leser, sich mit der Zukunft auseinanderzusetzen.



«Wenn die Zukunft kommt»
Magnus Lindkvist
ISBN:
978-3-907100-60-8
CHF 27.90

Alles über Aus- und Weiterbildung

www.hoteljob.ch

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

**HOTELLERIE-
GASTRONOMIE ZEITUNG**

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

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

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

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

LEITUNG
Barbara König
Philipp Bitzer

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

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

Nicole Kälin
Tel. 041 418 24 44
nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch

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

VERKAUF

Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42
Fax 031 370 42 23

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.immoprofil.ch publiziert. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt werden. Die genauen Konditionen sind unter www.stellenprofil.ch resp. www.immoprofil.ch abrufbar.

ANZEIGENSCHLUSS
Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG
Martin Reznicek (Creative Direction)
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.



Geschäftsführer/in

Beschäftigungsgrad 50%

Eine vielseitige, spannende Drehscheibenfunktion – mit Herzblut für Hotellerie und Tourismus!

Die vielseitigen, spannenden Aufgaben und Herausforderungen in der Hotellerie faszinieren Sie. Dabei sind Sie interessiert an den touristischen Entwicklungen im Berner Oberland und fühlen sich mit der Region verbunden. Zu Ihren Kernaufgaben gehören die Unterstützung der Verbandsorgane und der Vollzug der Beschlüsse, die administrative Führung der Geschäftsstelle, die Organisation und Begleitung von Anlässen und Seminaren, die Kommunikation gegen innen und aussen, politisches Lobbying, Beratung sowie die Mitarbeit in Projekten.

Die Aufgabe erfordert gute Kenntnisse der Schweizer Hotellerie mit entsprechendem Leistungsausweis, grosses Organisationsgeschick und gute Kommunikationsfähigkeit gegenüber den unterschiedlichen Anspruchsgruppen. Abschluss einer anerkannten Schweizer Hotelfachschule oder ähnliche Ausbildung ist von Vorteil.

Wir freuen uns auf Ihre E-Mail-Bewerbung an s.maeder@carltoneturope.ch

Kontakt und Auskünfte: Stephan J.J. Maeder
Präsident Hotellerie-Verein Berner Oberland
Telefon 033 826 01 60

34337-11517

Hotel Vorab

Für unser bestbekanntes Hotel und A-la-carte-Restaurant «STEAKHOUSE» suchen wir ab 10. Dezember 2014 für die Wintersaison:

Servicemitarbeiter/in Chef de partie

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leistungsgerechte Entlohnung, tolle Atmosphäre in jungem Team sowie viele Freizeit- und Sportmöglichkeiten.

Ja, Sie fühlen sich angesprochen? Rufen Sie an oder senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Hotel Vorab
z. H. Herrn G. R. Meier
7017 Flims Dorf
Tel. 081 920 95 00
info@hotelvorab.ch

34338-11527



Assistent/in COO Sorell Hotels 80%

Hauptsitz der ZFV-Unternehmungen
Flüelastrasse 51, 8047 Zürich

nach Vereinbarung

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Den ausführlichen Stellen-
beschreibung finden Sie
unter www.zfv.ch



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



34342-11519

kneipp hof

Ihr Rehazentrum
mit Hotelambiente

Die kneipp-hof Dussnang AG ist ein modernes Reha-Zentrum mit Hotelambiente und verfügt über 154 Zimmer. Wir leben ein anerkanntes Qualitätsmanagement in allen Bereichen. Unsere Spezialisierung ist die orthopädische Rehabilitation. Täglich werden in unserem Haus bis zu 160 Gäste mit Vollpension und Diätmenüs verpflegt. Zudem verfügen wir über ein öffentliches Restaurant mit 70 Plätzen und einen Bankettsaal mit 100 Plätzen.

Für unsere Gäste und Mitarbeitende suchen wir nach Vereinbarung eine frontorientierte Persönlichkeit als

Stellvertreter/in der Leiterin Restauration 100 %

Ihre Aufgaben

- Mitverantwortlich für den wirtschaftlichen Erfolg der Abteilung
- Mithilfe bei der Überwachung und Sicherstellung eines reibungslosen Serviceablaufes
- Führung der ca. 23 Mitarbeitenden bei Abwesenheit der Leiterin Restauration
- Mitorganisation und Durchführen von Anlässen
- Mitverantwortlich für das Beverage – Bestellwesen
- Mitverantwortlich für die Aufnahme des Inventars
- Einbringen von Ideen und Vorschlägen zur kontinuierlichen Weiterentwicklung der Gästezufriedenheit

Wir erwarten

- Abgeschlossene Berufsausbildung als Restaurationsfachfrau/-mann
- Berufserfahrung in ähnlicher Position
- Kunden- und dienstleistungsorientiertes Arbeiten
- Bereitschaft für Arbeitseinsätze an Feiertagen sowie für Abend- und Wochenenddiensten
- Gute administrative Kenntnisse sind von Vorteil

Wir bieten

- Attraktive Arbeits- und Anstellungsbedingungen
- Fünf Ferienwochen sowie zehn Feiertage pro Jahr
- Berufskleidung inkl. Wäschewesen
- Grosszügiger Mitarbeiterbereich mit vergünstigten Menüs
- Kostenlose Parkplätze für Mitarbeitende
- Vergünstigte Konditionen in der KiTa Villa Kunterbund im Haus
- Attraktive Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten

Wir suchen motivierte und qualitätsbewusste Mitarbeitende, die gemeinsam mit uns die Zukunft des kneipp-hofs erfolgreich mitgestalten.

Frau Piera Dalla Via, Leiterin Hotellerie/QM, freut sich auf Ihre vollständigen und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

kneipp-hof Dussnang AG, Kurhausstrasse 34, 8374 Dussnang
dallavia@kneipp-hof.ch / Tel: +41 (0)71 978 61 00,
www.kneipp-hof.ch



34331-11515

gastronomia



MCH Beaulieu Lausanne SA est un centre d'expositions et de congrès qui gère plusieurs salons en collaboration avec MCH Group à Bâle. Gastronomia, le Salon professionnel romand de l'hôtellerie et de la gastronomie, fait ainsi partie de la même ligne de produits que Mefa, Igeho et Lefatec. Nous sommes actuellement à la recherche d'un(e):

Directeur/Directrice de Gastronomia (80 % - 100 %)

Tâches principales

- Définition de la stratégie produit en accord avec la stratégie du marché
- Garantie du succès économique et qualitatif du produit (responsabilité du budget, du business plan)
- Conduite du développement global de la manifestation (planification, organisation, coordination, exécution, optimisation des processus, contrôle, reporting)
- Responsabilité des processus au niveau du commerce, du management et du support
- Représentation (interne et externe)
- Conduite du personnel et motivation du team

Exigences du poste

- Formation supérieure en économie (niveau master / université de sciences appliquées, de préférence avec spécialité marketing-vente)
- Expérience professionnelle de plusieurs années dans la gestion d'entreprise, si possible dans la branche de l'hôtellerie/gastronomie ou de l'hospitality
- Réseau personnel et relations privilégiées dans l'hôtellerie/gastronomie et l'industrie alimentaire (souhaité)
- Capacités marquées pour la stratégie et la conceptualisation
- Capacité à supporter des charges de travail temporaires importantes et assurance naturelle
- De préférence langue maternelle française, maîtrise de l'allemand oral et écrit, bonnes connaissances de l'anglais (souhaité)

Entrée en fonction: à convenir

Nous offrons un poste varié, dans un environnement de défis et d'innovations, situé au cœur de la capitale vaudoise.

Etes-vous intéressé(e) ? Nous nous réjouissons de recevoir votre candidature complète avec lettre de motivation et prétentions de salaire à l'attention de :



MCH Beaulieu Lausanne SA
Mme Béatrice Isoz
Avenue des Bergières 10
CP 89, 1000 Lausanne 22
jobs@beaulieusa.ch

34352-11524

Schweizer Hotel-Datenbank www.swisshoteldata.ch

Das umfassende Hotelverzeichnis
der Schweizer Hotellerie



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 Dienstleistungsbereitschaft. 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

34334-11514



Leiter/in Gastronomie

Gastronomie im Verkehrshaus der Schweiz
Lidostrasse 5, 6006 Luzern

per 1. Dezember 2014

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



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



34330-11522

Die urige Berghütte am Fusse des Jakobshorns Davos Restaurant und Bar

Wir sind ein gutbürgerliches Restaurant mit grosser, bedienter Terrasse, mehreren Bars, täglich geöffnet, bekannt für Ski-Appé, Treffpunkt nach dem Schneesport, ein sehr lebhafter und stark besuchter Betrieb.

Für die nächste Wintersaison 2014/15 suchen wir:

- ✓ Koch/Köchin, Jungkoch/-köchin
- ✓ Bar-Service-Mitarbeiterinnen
- ✓ Service-Mitarbeiter/-innen mit Ausbildung und Erfahrung

Interessiert? Wir freuen uns auf deine Bewerbung.
Restaurant Bolgen Plaza, Skistrasse 26, 7270 Davos Platz
Telefon 081 413 58 18, info@bolgenplaza.ch – www.bolgenplaza.ch

34335-11515



Personalassistent/in

Hauptsitz der ZfV-Unternehmungen
Flüelastrasse 51, 8047 Zürich

nach Vereinbarung

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



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



34341-11518

Gastro Express

Die führende
Stellenbörse für
das Schweizer
Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

30291-9910

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform
für Hotellerie, Gastronomie
und Tourismus



**JETZT
BUCHEN**

SUISSE ROMANDE

URGENT-CANTON DE VAUD

recherchons couple d'employés mariés:

**MADAME FEMME DE CHAMBRE
MONSIEUR JARDINIER**

pour intégrer une petite équipe dans maison de maître.

Discrets, sérieux, stables, soigneux, avec expérience en maison privée. Permis de travail valable.

Logement indépendant, horaires et congés réguliers.

Ecrire sous chiffre H 036-767158, an Publicitas S.A., Postfach 1280, 1701 Fribourg.

34331-11523

STELLENGESUCHE

Receptionist

sucht eine neue Herausforderung im Bereich Hotelempfang und Administration. EDV-Kenntnisse: Fidelio, Protel und MS-Office. Sprachkenntnisse in Französisch und Englisch fließend in Wort und Schrift. Zuverlässig, teamfähig, freundliches und gepflegtes Auftreten.

Ich freue mich auf Ihren Anruf.

Telefon 079 158 85 01

34346-11520

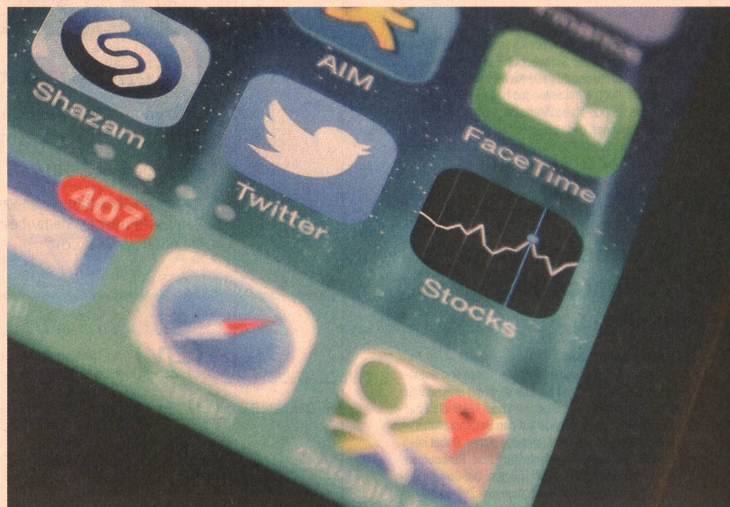
Les wattheures riment-ils avec le bonheur?

Vivre conscient pour vivre heureux: www.ch/experience-du-bonheur



SPRACHEN: DE, FR, IT, EN

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



KEYSTONE

NEUE GLOBALE ZEITRECHNUNG

Wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit!

Die neue Zeitrechnung heisst Internet und Smartphones, gekoppelt mit totaler Informationsvielfalt in all ihren Formen und Diensten. Diese bieten eine ungeahnte Transparenz, Vergleichbarkeit und vereinfachen das Reisen wie die Kommunikation enorm. Umso sträflicher ist daher für den Hotelier eine «me too»-Politik ohne klares Profil und ohne Alleinstellungsmerkmale. Resultat: Man differenziert sich nur noch über den Preis, dreht so munter an der Spirale nach unten und landet schliesslich auf dem Schutthaufen! Den Ansprüchen der Gäste wird damit immer weniger entsprochen, was automatisch eine zweite Spirale nach unten auslöst, nämlich die der eigenen Existenzgefährdung. Wir können noch so tiefe Preise als Lockvogel ansetzen, mehr Gäste und Logiernächte für die Schweiz gibt es dadurch aber nicht.

Die Gäste sind bekanntlich bereit, unsere Preise zu zahlen, wenn sie eine adäquate Gegenleistung dafür erhalten. Qualität,

Freundlichkeit, Menschlichkeit, Humor, Attraktivität, Vielfalt, Ursprünglichkeit, Echtheit, Sprachkenntnisse usw. sind gefragt und ohne grosse Investitionen zu haben. Wissen Sie eigentlich was Ihr Gast von Ihnen erwartet? Er will ernst genommen werden, sich aufgehoben fühlen, etwas erleben, persönliche Kontakte knüpfen und pflegen. Schlicht und einfach, seine vielfältigen Bedürfnisse decken. Studieren Sie dazu doch bitte wieder einmal die gute alte Maslow Pyramide, versetzen Sie sich in Ihre Gäste, fragen Sie diese danach, halten Sie Ihre Infrastruktur in Schuss und bieten Sie zeitgerechte Leistungen in allen Bereichen. Dazu zählen u. a. eine attraktive, aktuelle und smartphonerechte Website, einfache und effiziente Onlinebuchbarkeit, schnelles Gäste-WLAN, alle Informationen nicht mehr in Papierform, sondern elektronisch. Wieso nicht zum Beispiel die Gästeinformationsmappe via iPad oder E-Book präsentieren, aktuell und verkaufsfördernd mit Animationen bespielt aufliegen? Grundsätzlich gilt: der Gast will es unterwegs und speziell im Urlaub nicht «schlechter» haben als zu Hause, sondern eher

besser. Wissen Sie, wie Ihre Zielgruppe lebt und welche Anforderungen diese an Ihr Haus, Ihre Infrastruktur und Ihre Leistungen stellt? Um all das zu erkennen, müssen wir nicht nur gebildet sein, sondern wachsam, aufgeschlossen, modern, einfühlsam, kommunikativ, weltoffen und weltgewandt, kundenfreundlich, zielgruppenorientiert, trendy, echt und nicht gekünstelt usw. sein. Einfach menschlich bleiben, sich Zeit nehmen für das Echte und für die Gäste.

Hybride Gäste und Angebote, Kooperationen, Mut zur Einfachheit, zum Echten und Qualität sichern auch Ihren Erfolg in der Zukunft.



Walter Berger
rebagdata AG, hotel management solutions
www.rebag.ch

Zu vermieten

Café-Bistro-Pub

Direkt bei der Tankstelle A4
Schaffhausen-Winterthur
70 Plätze (45 Tisch und 25 Bar)
Raucherraum
Galerie mit Billard, Flipper und
Toggelkasten
Kleine Aussenterrasse
Tel. 052 305 20 00

34347-11521

HESSER

Unternehmensberatung

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

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

30238-10076

Gut gehende Konditorei mit Kaffeehaus im «Wiener» Stil.

Touristisch sehr frequentierte
Kreisstadt im Südschwarzwald.
Bodenseeraum und Schweizer Grenze
in der Nähe.

Schaffhausen ca. 25 Autominuten.
Das Café verfügt innen über 100,
ausser über 170 Sitzplätze.

Im Objekt befinden sich zusätzlich drei
Wohneinheiten.

Lage 1 a Innenstadt.

Solides Gebäude in gutem Zustand.

Immobilie und Gewerbefläche ohne

Anpachtung der Gewerbefläche

VB 1,6 Mio. Euro.

Immobilie und Gewerbefläche mit

Anpachtung der Gewerbefläche durch

uns VB 1,2 Mio. Euro.

Angebote unter Chiffre 34336-11516,

htr hotel revue, Monbijoustrasse 130,

Postfach, 3001 Bern.

34336-11516

Zu verpachten per 1. Januar 2015 oder
nach Vereinbarung:

Hotel- und Gastronomiebetrieb

mit 60 Zimmern, grosse Gastronomie,
mehrere Säle. Agglomeration Luzern,
sehr gute Lage.

Die Liegenschaft mit dem Hotel und
den Restaurationsbetrieben sowie den
umliegenden Parkplätzen ist in gutem
Zustand. Kapitalbedarf CHF 500'000.--.
Lukrativer Pachtzins. Ausgewiesener
Betriebsvertrag von über 3 Mio.

Seriöse Interessenten erhalten das
Pachtdossier auf Anfrage. Keine Vermittler. Chiffre 33450-11400, htr hotel
revue, Monbijoustrasse 130, Postfach,
3001 Bern.

33450-11400

Boutique-Hotel Restaurant zu verpachten

per anfangs 2015 oder nach Vereinbarung

HOTEL - RESTAURANT NEUHAUS

in Nussbaumen/Baden

Das Objekt:

- Traditionshaus seit 1879, in sehr gutem Einzugsgebiet
- Gut eingeführter Betrieb mit langjähriger (über 10 Jahre) Geschäftslleitung
- Gastronomie mit Bar/Lounge/Restaurant 100 Plätze, 140m2
- Gartenbereich mit 80 Plätzen
- 12 Zimmer/20 Betten-Hotel im 3* Bereich
- 25 Parkplätze
- www.hotelneuhaus.ch

Ihr Profil:

- Abgeschlossene gastronomische Ausbildung mit Weiterbildung
- Engagierte, unternehmerisch denkende & handelnde Persönlichkeit(en)
- Betriebswirtschaftliche Kenntnisse, guter Leumund

Kontakt:

Bewerbungsunterlagen an Eigentümerfamilie
M. & P. Lustenberger-Meier
LUMEGA AG, Oltnenstrasse 16, 5012 Schönenwerd
moluma@gmx.ch / 079 398 74 46

34353-11525

Liegenschaften verkaufen – neu auch online www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue