

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 48

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

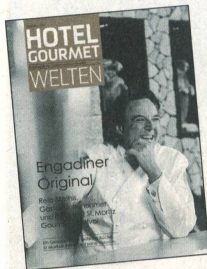
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées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

Terms of use

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

Download PDF: 05.07.2025

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



Genuss

St. Moritz Gourmet Festival, Private-Spa im Wellnesshotel und Kaviar aus dem Berner Oberland im neuen «hotel gourmet welten».

Beilage

Zukunft

Tourismuskurator Martin Bachofner über Chancen und nötige Anpassungen für den Gstaader Tourismus.

Seite 3

Offensive

Die zweite Ausgabe der Schweizer Wein Woche zeigt exemplarisch das Branchen-Marketing durch die Swiss Wine Promotion.

Seite 10

Umbruch

Dank Lunch-Cards und Apps wird die Personalverpflegung künftig noch bargeldloser.

Seite 15

Inhalt

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

hotel revue

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

1002893
Schweizer Nationalbibliothek
Hauptstadtstrasse 15
3005 Bern

009/9

Schneesport: die Nachfrage von morgen

Junges Schneeglück



Die Schweiz wird davon profitieren, dass immer mehr Chinesen den Schneesport entdecken.

istock

China birgt für den Winter Potenzial. Doch grundlegend bleibt der Binnenmarkt. Deshalb wird die Nachwuchsförderung verstärkt.

ALEX GERTSCHEN

Chinesische Skifahrer in der Schweiz ziehen mediale Aufmerksamkeit auf sich und schüren die Hoffnung, dass auch der Winter durch fernöstliche Gäste belebt werden kann. Für die Jungfrau-Region, Engelberg oder Zermatt ist dies gut möglich, zumal Chinesen bereits heute im Winter eine längere Aufenthaltsdauer aufweisen als im Sommer. Doch selbst für diese etablierten Destinationen gilt: Die Massen, die der Schneesport-Tourismus braucht, können auch künftig nur

der heimische und der deutsche Markt erzeugen.

Nach dem Motto «Das eine tun, das andere nicht lassen», engagiert sich die Laaxer Weisse Arena Gruppe in China, ohne Zürichs «Jeunesse dorée» aus den Augen zu verlieren, wie Reto Gurtner im Interview sagt. Zur Sicherung der Binnennachfrage ist laut ihm entscheidend, dass sich die Destinationen stärker im Bereich der Schulen und Skischulen engagieren, und dass Schneesport wieder ein Lifestyle-Produkt wird.

Während noch kontrovers diskutiert wird, wo Nachwuchsförderung genau anzusetzen habe, ergreifen Bund und Branche erste Massnahmen. Die «Schneesportinitiative» gelangt in die Umsetzung, der Standortentscheid für das Schneesportzentrum des Bundes wird am Freitag gefällt. Einen Schub für den Nachwuchs hoffen auch Luzern und Lausanne mit ihren Bewerbungen für zwei internationale Wintersport-Jugendveranstaltungen auszulösen.

Seite 2 sowie «fokus», Seite 11 bis 14

Verbier

Das Hotel W sorgt für eine neue Kundschaft

Im ersten Betriebsjahr generierte das Luxushotel W in Verbier 14 000 Logiernächte. Positiv ist dabei für den Walliser Ferienort, dass 80 Prozent der W-Gäste Verbier erst durch das neue Hotel entdeckten. Auch wurden mehr Familien als erwartet beherbergt. Vermehrt kamen auch russische Gäste, zuvor in Verbier wenig vertreten. lb/dst

Seite 9

Guide Michelin Schweiz 2015

Rekord am Sterne-Himmel

Noch nie gab es in der Schweiz so viele Sterne-Lokale wie jetzt: Ab heute Donnerstag ist die neue Ausgabe des roten Hotel- und Gastrführers Guide Michelin im Handel und führt mit 117 Sterne-Adressen eine Rekordzahl. Allein 18 neue 1-Sterne-Betriebe gehören dazu; an der Spitze behaupten sich das «Schauenstein» von Andreas Caminada in Fürstentum (GR) und das Restaurant de l'Hôtel de Ville mit Chef Benoît Violier in Cris-

sier (VD) und bleiben die einzigen 3-Sterne-Betriebe hierzulande.

Ein sehr hohes Niveau bei neu eröffneten Betrieben sowie eine Generation von ehrgeizigen, top ausgebildeten Küchenchefs – das sind die Hauptgründe für den heurigen Sterne-Reigen, sagt Ralf Flinkenflügel, Chefredaktor von Guide Michelin Deutschland, Österreich und Schweiz. Im Interview mit der htr hotel revue spricht er darüber,

weshalb er es bis heute schafft, anonymer zu bleiben, welche «Mythen und Irrtümer» über Guide Michelin sich hartnäckig halten und wie jeder Küchenchef Einsicht in die Bewertungsdetails erhalten kann.

Im «cahier français» stellen wir mit Damien Germanier, Samuel Destaing und David Sauvignat die drei Chefs vor, die in den neuen 1-Sterne-Betrieben der Romandie kochen. sag

Seite 7 und Seite 20

Kommentar

Ein Challenge – aber auch eine Chance für Basler Hotels

DANIEL
STAMPFLI

In der vom Basler Justiz- und Sicherheitsdepartement rund um das Congress Center Basel definierten Sperrzone, «nur» in der Pufferzone oder gar ausserhalb des eigentlichen Geschehens? Egal wo die Hotels in der Stadt am Rheinknie liegen, für sie stehen mit dem OSZE-Ministerratstreffen am 4. und 5. Dezember ganz spezielle Tage bevor. Man spricht in Basel von einem Grossereignis, wie es die Stadt noch nie erlebt haben soll. Entsprechend hoch sind die Anforderungen an die Gastgeber, damit sie den Wünschen und Ansprüchen der besonderen Gäste gerecht werden. Und die notwendigen Sicherheitsmassnahmen erleichtern den Betrieb sicher nicht.

Es ist aber auch eine einmalige Chance für die Hoteliers und den Tourismus generell, sich den rund 1200 Delegationsmitgliedern aus 57 Staaten und den erwarteten rund 200 Medienvertretern von der besten Seite zu präsentieren und damit tolle Werbung für Basel zu machen. Die Plattform der internationalen Aufmerksamkeit muss unbedingt genutzt werden.

Ist dem Vorhaben Erfolg beschieden, kommt dies der Offensive und Strategie des Basler Tourismus entgegen, sich in Zukunft nicht nur mit Messen und Ausstellungen in Szene zu setzen, sondern vermehrt grosse und namhafte Kongresse zu beherbergen. Zu diesem Zweck hat die Basler Regierung bekanntlich zwei Millionen Franken gesprochen.

Seite 5

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 48

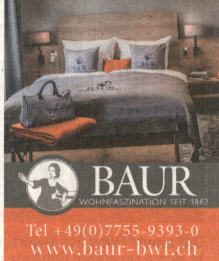
ANZEIGE

Veränderungen
beginnen hier
www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform
für Hotellerie, Gastronomie
und Tourismus

htr hotel revue

HOTELAMBIENTE
vom Komplettanbieter



Tel. +49 (0) 7755-9393-0
www.baur-bwf.ch

75
Jahre

KÄSTLI STOREN

Ideen Design Kompetenz



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



Persönliche Beratung



Bessere Preise



Effiziente Prozesse



Einfache Zahlung

HOREGO

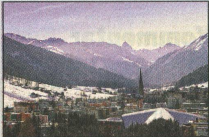
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie,
Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten
www.horego.ch



1.-3. Dezember 2014
www.hugentobler.ch

Aus der Region

Graubünden

Davos Klosters ist
Ferienwohnungs-
Destination 2014

Davos Klosters

Mit dem «Swiss Holiday Home Award» als «Ferienwohnungsdestination des Jahres 2014» wurde die Destination Davos Klosters ausgezeichnet. Hervorragend abgeschlossen hat Davos Klosters insbesondere im Bereich Benutzerfreundlichkeit und Layout der eigenen Fewo-Buchungsmaschine auf der Website und mobilen Seite. Auf den Plätzen zwei und drei figurieren Lenzerheide respektive Lenk-Simmmental. Organisator der Swiss Holiday Home Awards ist e-Domizil in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Westschweiz HES-SO, die Awards stehen unter dem Patronat des STV.

Zentralschweiz

Engelberg: Chinesischer Investor
sucht Lösung

Seit längerem blockieren Einsprachen ein geplantes Luxus-hotel im Kurpark von Engelberg. Dies obwohl das Projekt schon zweimal redimensioniert wurde. Nun will der chinesische Investor Yunfeng Gao laut der «Neuen Luzerner Zeitung» vorwärts machen. Er soll Toni Bucher, CEO der Eberli Sarnen AG als Generalunternehmung, beauftragt haben, mit den Einsprechern eine Lösung zu finden.

Basel

Lösung für den
Euroairport
in Sicht

ZVG

Die Stimmung im Steuerstreit um den Schweizer Sektor am binationalen Flughafen Basel-Mülhausen heisst sich auf. Denn die französischen Behörden wollen offenbar auf die angekündigten einseitigen Massnahmen verzichten und eine Lösung mit Schweizer Behörden und Firmen aushandeln. Die Pläne Frankreichs hatten für Unruhe gesorgt.

Bern

Der Flughafen
Bern-Belp soll
sicherer werden

Auf drei Fastkollisionen in den letzten Jahren am Himmel über der Region Bern reagiert nun der Flughafen Bern mit Massnahmen. Er trennt die nach Instrumentenflugregeln anfliegenden Flugzeuge besser von den im Sichtflug anfliegenden und separiert die Helikopter besser von den Flugzeugen. Die neuen Regeln, die gemeinsam mit Skyguide und dem Bundesamt für Zivilluftfahrt erarbeitet wurden, gelten ab Februar 2015. dst



Leysin – hier mit einem Snowboard-Anlass – soll an den Youth Olympic Games 2020 die Freestyle beherbergen.

swiss-image/Ch Sonderegger

Buhlen um Nachwuchs

Lausanne bewirbt sich um die Jugend-Winterspiele 2020, Luzern um die Winteruniversiade 2021. Der Ständerat berät, ob sich der Bund finanziell daran beteiligen soll.

THERES LAGLER

Der Traum von Olympischen Winterspielen in der Schweiz lebt weiter: Lausanne hofft auf den Zuschlag für die Youth Olympic Games (YOG) 2020. Das Kandidatur-Dossier für den noch jungen Nachwuchsanlass wurde diesen Sommer eingereicht. Die Zentralschweiz, die bei der nationalen Ausmarchung den Kürzeren zog, möchte sich stattdessen für die Durchführung der Winteruniversiade 2021 bewerben. Der Regie-

rungsrat des Kantons Luzern begünstigt diese Idee, macht aber ein weitergehendes Engagement von der finanziellen Unterstützung des Bundes abhängig. Der Ständerat befasst sich nächste Woche mit dieser Frage.

Der Zuger FDP-Parlamentarier Joachim Eder erkundigt sich in einem Vorstoss, ob der Bundesrat bereit sei, die beiden internationalen Sport-Grossanlässe finanziell und logistisch angemessen zu unterstützen. Der Bundesrat selber hat in seiner Antwort bereits in Aussicht gestellt, dass er das Anliegen unter Wahrung der Budgetheute des Parlaments prüfen wolle. Er schätzt die touristischen und wirtschaftlichen Auswirkungen der beiden Veranstaltungen als substanziell ein.

Youth Olympic Games sollen
70 000 Logiernächte auslösen

Das tut auch Andreas Banholzer, Direktor von Waadtland Tourismus. «Auch wenn diese Spiele nicht dieselbe Ausstrahlungskraft wie die grossen Winterspiele besitzen, wird aufgrund der letzten Austragung mit einer Präsenz von

1000 Journalisten aus 70 Ländern und rund 20 000 Artikeln in der Weltpresse gerechnet.» Die breite mediale Abdeckung könne Lausanne und dem Kanton Waadt einen grossen Imagegewinn bringen, so Banholzer. Was die Übernachtungen anbelange, gehe man von rund 70 000 Hotelgästen aus. Neben den gut 1000 Athleten gilt es auch den ganzen Betreuerstab, die Medienschar und die Helfer unterzubringen.

Profitieren könnten diverse Regionen im Waadtland. In Lausanne, der Heimatstadt des Internationalen Olympischen Komitees (IOC), sind die Festivitäten und Eisportarten vorgesehen. Ski alpin steht in Les Diablerets auf dem Programm, Freestyle in Leysin, Skicross in Villars und Langlauf im Vallée de Joux. Skisprung, Kombination und Biathlon sollen im benachbarten Frankreich stattfinden, sodass keine grossen Anlagen eigens für den Anlass gebaut werden müssen. Die Kosten werden auf 36 Millionen Franken geschätzt. Das IOC entscheidet im Juli 2015 in Kuala Lumpur, ob Lausanne oder

die rumänische Stadt Brasov den Zuschlag erhält.

Weltsportspiele der Studenten im
asiatischen Raum sehr populär

Die Zentralschweiz treibt derzeit die Arbeiten zur Durchführung der Winteruniversiade 2021 voran. Die Initianten rechnen hier mit Kosten von 24 Millionen. «Host City» wäre Luzern, die diversen Wettkämpfe würden in den Zentralschweizer Wintersportorten ausgetragen. Eine spannende Ausgangslage, findet Marcel Perren, Tourismusdirektor von Luzern. «Universiaden geniessen im Asiaten Raum und in Ost-europa eine hohe Beachtung. Das sind für uns wichtige Zukunftsmärkte», so Perren. Zudem sei das Zielpublikum jung und damit die Chance, die Athleten als künftige Gäste zu gewinnen, intakt. Sowohl Perren wie Banholzer finden, dass es mit den beiden Grossanlässen gelingen könnte, auch viele junge Schweizer für den Wintersport zu begeistern. Das könnte der bereits lancierten Schneesportinitiative Schweiz zugutekommen.

Siehe auch «fokuss», Seite 11 bis 14

Schneesport Zahlen
und Fakten zu den
zwei Grossanlässen

Youth Olympic Games Die Olympischen Winterspiele der Nachwuchssportler (15- bis 18-Jährige) fanden bisher erst einmal statt: Über 1000 Athleten nahmen daran teil. 2012 Innsbruck, Österreich
2016 Lillehammer, Norwegen
2020 Lausanne, Schweiz, oder Brasov, Rumänien.
Das IOC entscheidet im Juli 2015 über die Vergabe 2020.

Winter-Universiade Die Wetsportspiele der Studierenden werden seit 1959 alle zwei Jahre durchgeführt. Sie zählen jeweils rund 2000 Athleten, 2015 Granada, Spanien
2017 Almaty, Kasachstan
2019 Krasnojarsk, Russland
2021 ev. Luzern, Schweiz.
Der Hochschulsport-Verband entscheidet im Herbst 2015 über die Vergabe 2021. tl

«Chedi» über den Erwartungen

Das Management des «Chedi» zeigt sich mit dem ersten Jahr zufrieden. Im Februar 2015 soll nach der interimistischen Führung der neue General Manager starten.

DANIEL STAMPELI

«Wir sind mit dem ersten Betriebsjahr zufrieden», sagt Hansjörg Meier, der als Senior Vice President von GHM Hotels und Resorts das Hotel The Chedi in Andermatt seit Juni dieses Jahres interimistisch führt. Die vergangene Wintersaison nach der Eröffnung im Dezember sei sehr gut gewesen. Und im Sommer «kam uns die Neugierde des Publikums für das neue Hotel als Bonus entgegen», so Meier. Besonders an den Wochenenden sei der Buchungsstand im Juli und August «hervorragend» gewesen. Auch der im Juni eröffnete Golfplatz habe für Schub gesorgt. Denn zahlreiche Gäste hätten Golf-Packages gebucht. Hinzu kommt, dass die Anzahl der Gäste aus dem Mittleren Osten höher als erwartet war. Meier führt dies auf das «Chedi» in Muscat zurück, «das seit über zehn Jahren im Mittleren Osten einen sehr guten Ruf geniesst». Eine einzige Familie habe während vier Tagen das ganze Hotel in Andermatt gebucht.

Auch in den Herbstmonaten September und Oktober sei das Hotel an den Wochenenden jeweils gut ausgelastet gewesen.

Konkrete Zahlen werden nicht bekannt gegeben. Am 27. Oktober wurde der Betrieb geschlossen, um Garantiearbeiten, insbesondere im Wellnessbereich auszuführen, so Hansjörg Meier. Die Zeit werde auch genutzt, um den Aussenpool fertigzustellen. Am 5. Dezember wird das Hotel wieder eröffnet. Das japanische Restaurant, welches bisher nur in der Wintersaison geöffnet war,

soll wegen der grossen Nachfrage künftig auch während des Sommers den Gästen zur Verfügung stehen.

Der Nachfolger für Alain Bachmann, der das «Chedi» bereits nach einem halben Jahr als General Manager im Ende Mai 2014 verliess, steht laut Meier quasi fest. Meier selbst werde das Hotel noch über die Festtage führen, Mitte Januar 2015 soll der neue

General Manager den Betrieb übernehmen.

Meier ist überzeugt, dass das zweite Hotel (siehe Text unten) das Geschäft in Andermatt beleben werde, von welchem auch das «Chedi» profitieren dürfte. Es werde in Zukunft ganze andere Möglichkeiten für grössere Veranstaltungen wie etwa Kongresse ermöglichen, «die wir bisher nicht hatten», so Meier.

Andermatt 2. Resort-Hotel kommt 2017

Nach einjähriger Planungs- und Vorbereitungsarbeit hat die Andermatt Swiss Alps AG (ASA) das Baugesuch für das zweite Hotel eingereicht. Zum Hotelkomplex gehört ein separater Gebäude mit 96 Residenzen, die ab sofort im Verkauf sind. Das Hotel umfasst rund 180 Zimmer und Suiten, zudem zwei Restaurants, eine Hotelbar sowie einen Veranstaltungs- und Konferenzteil. Zum Hotel gehören auch der für die Öffentlichkeit zugängliche Fitness- und Wellness-Bereich mit Sauna/Dampfbad, Therapie-räumen und 25-Meter-Indoor-Pool. Für die Marke Radisson Blu war mit Rezidor Carlsson ein

Vorvertrag unterzeichnet worden. Nun trete die ASA laut Kommunikationsleiter Markus Berger in konkrete Vertragsverhandlungen.

Die Bauarbeiten werden im Frühjahr beginnen und Ende 2017 fertiggestellt sein. Die massiven Sockel bestehen beim Residenzgebäude aus Naturstein und beim Hotelbau aus gestockten Betonelementen. Über den Sockeln gelangen für die Fassaden in Holz verschiedene Konstruktionsweisen zur Anwendung. 2015 sollen auch das Golf-Clubhaus sowie die Apartmenthäuser Gemse und Biber mit über 40 Wohnungen fertiggestellt werden. dst



Das zweite Hotel des Resorts soll rund 180 Zimmer umfassen. In einem separaten Gebäude entstehen 96 Residenzen. ZVG



Für den Gstaader Tourismusdirektor Martin Bachofner ist klar, dass sich die Bergbahnen Destination Gstaad AG zu einer modernen Unternehmung wandeln muss. zvg

«Neue Orientierung nötig»

Trotz aller Widerwärtigkeiten sieht Tourismusdirektor Martin Bachofner die Chancen für den Gstaader Tourismus als intakt. Es bedarf aber einiger Korrekturen und Anpassungen.

DANIEL STAMPFELI

Martin Bachofner, die Gstaader Bergbahnen sorgen seit Längerem für negative Schlagzeilen. Werden Sie überleben?

Die Bergbahnen als solche haben in Gstaad gewiss eine gute Zukunft. Die Schwierigkeiten, in denen sich das Unternehmen Bergbahnen Destination Gstaad AG derzeit befindet, sind schon seit Jahren ein Thema. Ich sehe für die AG durchaus Überlebenschancen, sofern die Stimmbürger von Saanen die dafür notwendigen Mittel am 12. Dezember sprechen werden. Mittel- und langfristig kann die Gesellschaft jedoch nur überleben, wenn sie restrukturiert wird. Gleichzeitig muss das vorhandene Überangebot abgebaut werden. Und das Unternehmen muss die Wandlung von einer klassischen Bergbahngesellschaft von anno dazumal zu einer modernen Unternehmung vollziehen.

Das Bahnangebot ist zu gross und zu unrentabel. Auf welche Bahnen müsste verzichtet werden?

Dies ist die Gretchenfrage. Sie spaltet hier die Gemüter. Es ist zwingend notwendig, dass die vor Kurzem gescheiterte Angebotskonzeption nochmals mit allen wichtigen Anspruchsgruppen überdacht wird. Man darf auf keinen Fall an einer Destinationsstrategie vorbei «bergbähneln». Man muss vielmehr die Bergbahnstrategie der zuerst zu definierenden Destinationsstrategie unterordnen. Diese Hausaufgaben wurden bisher vernachlässigt. Jetzt sind wir von Gstaad Saanenland Tourismus zusammen mit den wichtigen Stakeholdern, welche die Destinationsstrategie stützen, daran, diese Aufgaben zu erledigen.

Ein weiteres aktuelles Thema ist die Pauschalbesteuerung: Mit welchen Folgen für den Tourismus rechnen Sie bei einem Ja am 30. November?

Sehr wahrscheinlich mit weniger Geld von der öffentlichen Hand. Denn es könnte sein, dass vereinzelte Pauschalbesteuerter den Rücken kehren werden. Aber auch bei Annahme der Initiative müsste das touristische Leben im Saanenland weitergehen. Der Tourismus hat nach wie vor eine grosse Chance, insbesondere wenn er sich neu orientiert. Man muss sich wieder vermehrt auf Tugenden und Stärken wie zu Beginn des Tourismus besinnen.

Die Bleibenden würden aber mehr bezahlen, es könnte also ein Nullsummenspiel sein. Das kann sein. Im Moment kann über die Folgen nur gemutmasst werden.

Für den Tourismus male ich auf jeden Fall nicht schwarz.

Die Wintersaison steht vor der Tür. Welche Prognose wagen Sie?
Die guten Zahlen des vergangenen Sommergeschäfts lassen mich hoffen, dass dieser Trend weiter geht. Das Wintergeschäft ist jedoch immer einer gewissen Volatilität ausgesetzt, infolge kurzfristiger Buchungen abhängig von Wetter und Schneeverhältnissen. Der Buchungsstand für die traditionell guten Perioden wie Weihnachten/Neujahr und Februar ist gut. Die Entwicklung für den Monat März ist im Moment noch ungewiss.

«Man darf auf keinen Fall an einer Destinationsstrategie vorbei «bergbähneln».»

Martin Bachofner
Direktor Gstaad Saanenland Tourismus

Seit mehreren Jahren spricht man in Gstaad vom Projekt Les Arts. Hat es eine Chance, realisiert zu werden.
Les Arts findet in Tourismuskreisen nach wie vor eine sehr breite Zustimmung. Für die Stiftung Les Arts geht es aber im kommenden Winterhalbjahr um die Wurst. Sie hat sich eine Deadline bis zum Frühjahr 2015 gesetzt. Wenn die Stiftung die dafür notwendigen finanziellen Mittel bis Ende der Wintersaison 2014/15 nicht beisammenhat, wird sie das Projekt vorläufig schubladisieren.

Würde der Tourismus vom Les Arts profitieren?
Auf jeden Fall. Mit einem derart monumentalen Bauwerk würde die Destination eine architektonische Attraktion erhalten, wie es einst das Hotel Gstaad Palace oder die von Mario Botta gestaltete Bergstation des Glacier 3000 waren. Wir hätten wieder etwas, das den Rahmen des Normalen sprengen würde. Die hohe Qualität eines Konzertsalles wie jenes des Les Arts ist auch für das langfristige Überleben des Menuhin-Festivals, einen unserer wichtigsten Events, bedeutend. Wenn es gelingen würde, das Les Arts auch mit anderen Events entsprechend auszulasten, würde dies uns bei der Entwicklung der Ganzjahresstrategie helfen.

Sie sind seit Mai 2014 Präsident des Verbandes der Schweizer Tourismusmanager VSTM. Ihr Vorgänger war Stefan Otz von Interlaken Tourismus. Sind Berner Oberländer für dieses Amt besonders prädestiniert?
Wir haben wohl die noch härteren Köpfe als die Steinböcke aus Graubünden. Spass beiseite. Stefan Otz hat wohl unabhängig von der Kantonszugehörigkeit nach einem Nachfolger gesucht, der in seine Fussstapfen treten kann. So betrachtet ist es eher Zufall, dass zwei Berner Oberländer nacheinander das Amt des VSTM-Präsidenten bekleiden.

Haben Sie als Präsident bereits neue Pflöcke eingeschlagen?

Nein. Man darf nicht alles radikal umstossen, insbesondere wenn der VSTM unter meinem Vorgänger derart gut geführt wurde. Klar habe ich gewisse Ziele für die nächsten Jahre. Ein Kernelement unserer Tätigkeit ist die Weiterbildung unserer Mitglieder und der Mitarbeitenden der Branche. Dazu haben wir mit unserem VSTM-Seminar ein gutes Instrument. Doch kann dieses nach über zehn Jahren sicher noch optimiert werden.

Was schwebt Ihnen konkret vor?
Wir verfügen über einen grossen Fundus an Best-Practice-Fällen. Es kommt aber auch immer wieder vor, dass eines unserer Mitglieder mit einem Projekt scheitert. Die Erörterung solcher Fälle im Sinne von Mitglieder für Mitglieder möchten wir in Zukunft noch mehr ins Seminar einbinden, dafür etwas mehr auf Referenten aus dem Ausland verzichten. Wir möchten vermehrt fallorientiert Lösungen für alle generieren. Es ist mir auch ein grosses Anliegen, dass der VSTM über das Gremium hinaus eine grössere Wahrnehmung erhält, auch auf Ebene der Tourismuspolitik. Am letzten Ferientag von Schweiz Tourismus hatten wir die Möglichkeit, ein VSTM-Podium durchzuführen. Genau in diese Richtung müssen wir arbeiten, damit wir stärker wahrgenommen werden. Die Teilnahme am VSTM-Seminar sollte für die Geschäftsleitungsmitglieder von Schweiz Tourismus ein absolutes Muss sein.

Standpunkt

Von den Bauern in Sachen Kooperationen lernen



GUGLIELMO L. BRENTEL*

Nach über neun Jahren Präsidium bei hotelleriesuisse ist es heute Zeit, meinen Wegbegleitern bei hotelleriesuisse und Partnerverbänden, aber auch den Mitarbeitenden am Hauptsitz Danke zu sagen. Alle haben sie mitgeholfen, den Verband zu bewegen und Neues zu entwickeln. Es hat Spass gemacht! Aber das alleine soll nicht Inhalt meines letzten Standpunktes sein. Eine Idee will ich noch lancieren, und zwar eine aus der Vergangenheit. Die

«Die Bauern pflegen Kooperationen, eine Symbiose aus Sozialismus und Kapitalismus.»

Bauern pflegen Kooperationen, die eine perfekte Symbiose aus Sozialismus und Kapitalismus darstellen, nach dem Allmend-Prinzip. Gemeinsam bewirtschaften Bauern eine Alp, stellen eine Alphütte auf und engagieren einen Senn. Jeder Bauer bleibt dabei Besitzer seiner Kühe. Der köstliche Alpkäse, den der Senn aus der Milch herstellt, wird nach einem auf der Milchleistung der einzelnen Kühe basierenden Verteilungsschlüssel an der Chästeile an die Bauern verteilt. Genauso müssten Hoteliers in Zukunft enger zusammenarbeiten. Jeder Hotelier bleibt Besitzer seiner Zimmer, gemeinsam engagiert man sich, um dem Gast Erlebnis zu ermöglichen und Emotionen auszulösen. Dazu gehört Wellness genauso wie geführte Wanderungen oder Restaurants. Für die erfolgreiche Umsetzung braucht es einen fairen und intelligenten Verteilungsschlüssel. Zugegeben, die Allmend-Idee ist nicht einfach umzusetzen, aber zum Abschluss schlage ich gerne eine Brücke zu den Bauern.

*Guglielmo L. Brentel ist bis Ende 2014 Präsident von hotelleriesuisse.

Nachgefragt

Das Bündnerland im Strudel des Fleischskandals



Gaudenz Thoma*, wie fest färbt der Skandal rund um den Bündner Fleischhändler Carina Grisch

scha auf das Image der Feriendestination Graubünden ab?
Ganz unabhängig davon, in welcher Branche und wo so etwas stattfindet, finde ich es absolut verwerflich und einen Schlag ins Gesicht gegenüber all jenen, die ihre Arbeit verantwortungsvoll ausführen und sich für Qualität einsetzen. Momentan ist natürlich schwer abzuschätzen, wie grosse Kreise der Skandal noch ziehen wird, doch ist er sicher nicht gut für das Image von Graubünden ganz allgemein.

*Direktor Graubünden Ferien



Bei der Ausbildung zur Hotel- und Gastfachfrau respektive zum -fachmann ist auch Praxis in der theoretischen Ausbildung inkludiert: Die Lernenden der Gastgewerblichen Fachschule Graubünden leben und arbeiten im Schulhotel und lernen dort alles, was ein Hotelbetrieb verlangt: Perfekten Service, professionellen Umgang mit dem Gast beim Ein- und Auschecken, Hotelzimmerunterhalt, Kochkunst.

Vielfältige Ausbildung mit Karrierechancen wird zum nationalen Modell

An der SSTH in Passugg werden seit bald 20 Jahren Hotel- und Gastfachleute ausgebildet, die in jedem Bereich eines Hotels eingesetzt werden können. Die bewährte Grundbildung der Swiss School of Tourism and Hospitality steht nun Pate für eine neue nationale Grundbildung. Denn der gastgewerbliche Arbeitsmarkt verlangt nach Fachkräften, welche über den Tellerrand hinausblicken können.

Beatrice Schweighauser, die Ausbildung Hotel- und Gastfachfrau/-mann feiert nächstes Jahr 20-Jahre-Jubiläum. Damit beweist die Grundbildung viel Konstanz: Sind Sie stolz auf den Erfolg? Wir dürfen auf eine sehr erfolgreiche Zeit zurückblicken und konnten die Ausbildung im Kanton Graubünden, mit der Unterstützung des Kantons, etablieren. Wir sind einzigartig in der beruflichen Grundbildung, eine kleine Perle sozusagen, und darauf sind wir, die Lehrpersonen, die Alumni sowie auch die Lernenden sehr stolz.

Was macht Ihre Grundbildung so besonders? Die Grundbildung ist aus dem Bedürfnis der Hotelbetriebe entstanden und hat somit ihre Berechtigung direkt von der Basis erhalten. Die Ausbildung beinhaltet alle vier Kernkompetenzen in einem Hotel: Die Lernenden können am Schluss ihrer Ausbildung ein Dreigangmenü zubereiten, sie wissen, wie man ein Hotelzimmer herrichtet, sie können Gäste professionell an der Rezeption betreuen. Im Service werden sie fachgerecht ausgebildet und schliessen nach den drei Jahren zusätzlich zum kantonalen Abschluss Restaurationsfachmann/-frau EFZ ab.

Der Lehrplan ist in Praxis- und Theorieblöcken unterteilt: Warum verfolgt man nicht das Modell Praxis und Schule parallel? Das ist nicht ganz korrekt, wir legen sehr grossen Wert darauf, dass während dem Theorieblock die Praxis immer präsent ist. Da die Lernenden bei uns im Schulhotel wohnen und lernen, sind sie in den ope-

rativen Abläufen des Hotels auch während der Theorieblöcke eingebunden – sei dies bei Banketten für externe Gäste oder bei Einsätzen wie am WEF. Ausserdem sind die Praktika im zweiten und dritten Lehrjahr durch Einsätze in allen vier Hotelbereichen sehr anspruchsvoll. Innerhalb von vier Monaten müssen die Lernenden sich in einen Bereich und ein Team einarbeiten. Die Theorieblöcke bereiten die Lernenden auf diese Herausforderung gut vor.

50 Prozent der Lehrzeit drückt der Lernende die Schulbank, das erste Jahr ist vollzeitlich Unterricht: Schrecken Sie damit nicht viele schulumüde junge Menschen ab? Eben nicht: Die gastgewerbliche Fachschule Graubünden GFG an der SSTH spricht Schüler an, welche das Potenzial für die Matura hätten, aber gleichzeitig Lust haben, praktisch zu arbeiten und eine vielseitige, abwechslungsreiche und intellektuell fordernde Lehre zu absolvieren.

Dieses Jahr haben 24 den kantonalen Abschluss im Juni feiern können: Würde der Markt noch mehr Absolventen verlangen? Ja absolut, wir haben momentan viel mehr Praktikumsbetriebe, welche das Bedürfnis nach unseren Lernenden angemeldet haben, als wir ein Angebot an Lernenden haben. Nach der Lehre sind die Absolventen gesuchte Arbeitskräfte im In- und Ausland.

Welche Stellen bekleiden die GFG-Abgänger nach der Lehre im Arbeitsmarkt? Viele bleiben erst mal an der Rezeption oder im Service. Wir begegnen den Alum-

ni aber auch recht schnell in mittleren Führungspositionen wie Chef de Service, Restaurationsleiter oder als Direktionsassistent in kleineren Betrieben. Manche zieht's ins Ausland – als Flight Attendants, Guest Relations Manager oder Mitarbeiter auf Kreuzfahrtschiffen.

Und wie sind die Karrierechancen?

Viele absolvieren im Anschluss an die Lehre ein Berufsmaturitätsjahr oder beginnen nach der Berufspraxis die Hotelfachschule, für welche meist eine zeitliche Reduktion drinliegt. Bei uns an der SSTH in Passugg heisst das: Zwei statt drei Studienjahre.

Trotz allem Erfolg – ausser im Wallis hat Ihr Abschluss kein Pendant: Ist der Markt für so einen Beruf doch nicht so gross?

Die Umfrage bei den Betrieben hat eine andere Tendenz gezeigt: Die Nachfrage ist gross, und die Situation der Schweizer Hotellerie verlangt nach vielseitig einsetzbaren Mitarbeitern. Wenn ein Hotelier eines kleinen oder mittleren Unternehmens die Wahl hat, eine Receptionistin mit rein administrativer Ausbildung einzustellen oder eine Receptionistin, die auch ein Zimmer herrichten und kontrollieren kann, im Service einspringt und wenn es nötig ist, den Gast zu später Stunde noch mit einer kulinarischen Klei-

nigkeit versorgen kann, wird wohl Letztere den Zuschlag für die Stelle erhalten.

Die Arbeitswelt wird immer komplexer mit immer mehr Querschnittstellen: Hinken die klassischen Grundbildungen dieser Entwicklung hinterher?



«Die Absolventen unserer Allrounder-Ausbildung trifft man schnell in mittleren Führungspositionen an.»

Beatrice Schweighauser Schulleiterin Berufliche Grundbildung an der SSTH

Spezialisten ihres Faches werden immer gebraucht werden. Bei den letzten Revisionen der Berufe hat man den Schnittstellen jedoch immer mehr Beachtung geschenkt, was aber zu Konflikten mit den Fachthemen führt. Daher ist eine Berufsausbildung, welche genau diese Schnittstellen betreut, eine Notwendigkeit. Die Träger von Hotel&Gastro Formation haben daher auch ein Projekt lanciert, das zum ersten Mal die gemeinsame Entwicklung aller Grundausbildungen für die Zukunft angeht.

Ist der Arbeitsmarkt der Gleiche wie für die GFG-Absolventen?

Grundsätzlich schon, nur dass die Ausbildung in Zukunft schweizweit angeboten werden kann und so der Markt besser erreicht wird.

Sollen nach der neuen Grundbildung noch mehr an die Hotelfachschule wechseln?

Diese Durchlässigkeit ist genau das Ziel der SSTH: Von der Grundbildung direkt in die höhere Fachschule, aber fundiert und mit der entsprechenden Praxiserfahrung.

Braucht es die kantonale Ausbildung dann noch oder geht diese in die nationale über?

Die bestehende kantonale Anerkennung wird, wie die im Kanton Wallis, aufgehoben und durch das neue EFZ ersetzt. Daher sprechen wir auch vom „Neuen Beruf“. Das entspricht nicht nur dem Wunsch der Kantone, der Bund hat das sogar zur Bedingung gemacht.

Hat die neue Grundbildung bereits einen Namen?

Noch nicht. Mit der Arbeit der Gruppe Bildungsplan kristallisieren sich nun die Schwerpunkte heraus. Die Reformkommission wird sich um die Namensgebung kümmern.

Das Vorticket hat das Staatssekretariat für Bildung und Forschung SBFI bereits erstellt, die Zeichen für die Einführung der neuen Grundbildung stehen also bestens: Wann werden die ersten Lernenden mit der neuen Grundbildung starten können? Der ehrgeizige Plan sieht vor, dass 2017 mit der Ausbildung gestartet werden kann.

Mit einem nationalen Beruf wird die GFG nicht alleiniger Anbieter der Allrounder-Lehre bleiben: Fällt Ihnen dieser Abschied von der Exklusivität auch etwas schwer? Vielleicht ein kleines Stück weit, aber wir sind stark positioniert, und das Bedürfnis in Graubünden ist gross und wird durch die eidgenössische Anerkennung noch grösser werden. Wir werden von einem viel höheren Bekanntheitsgrad profitieren, da die Branche den Beruf auf eidgenössischer Ebene vertritt.

SSTH Passugg

Die Gastgewerbliche Fachschule Graubünden GFG gehört wie die Hotelfachschule HF zur Schweizerischen Schule für Touristik und Hotellerie SSTH in Passugg. Seit 2013 ist hotelleriessuisse Träger der GFG. Auf dieser Basis leitet hotelleriessuisse einen neuen Beruf mit eigenständigem Abschluss in die Wege. Der an der GFG angebotene Lehrgang Hotel- und Gastfachfrau/-mann dient als Modell für den neuen eidgenössischen Beruf. Darüber hinaus bietet die SSTH in der Grundbildung Interessierten auch die Möglichkeit einer Hotel-Tourismus-Handelsschule an.



Die 24 Kandidatinnen und Kandidaten, welche diesen Sommer erfolgreich das Qualifikationsverfahren an der GFG in Passugg absolvierten.

Kommende Woche kann sich Basel am OSZE-Ministertreffen als Kongressstadt bewähren. Und die Hoteliers sind für die Ausnahmesituation mit den besonderen Gästen bereit.

DENISE MÜCHENBERGER

Für Björn Achstaller ist es ein Senkrechstart par excellence: Erst Anfang des Monats hat der Deutsche die Nachfolge von Petra Emmel als neuer Direktor des Ramada Plaza am Messeplatz angetreten. Und nur vier Wochen später muss er einen der wichtigsten Anlässe für die Stadt Basel meistern: den OSZE-Kongress, der nächste Woche Minister aus 57 Ländern und rund 1200 Delegierte nach Basel bringt. Ein Grossteil der VIP-Gäste wird im Ramada Plaza sowie im Swisshotel übernachten, und auch sonstige Angebote und Hoteldienstleistungen nutzen.

Über die Strategie und die Sicherheitsvorkehrungen in seinem Hotel verrät Achstaller zwar nichts, die offiziellen Kongress-Hotels haben eine Schweigepflicht-Vereinbarung unterzeichnet, – zu seiner Gefühlslage hingegen kann er sich äussern: «Die letzten Wochen waren zwar intensiv, aber auch unheimlich spannend. Ich freue mich auf den Kongress und sehe den Anlass als grosse Chance, als Gastgeber zu überzeugen und einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen», sagt er.

Nicht alle Hoteliers müssen sich auf Sonderwünsche einstellen

Auch Birgit Doll, die im Dorint Hotel ebenfalls nur einen Katzen-sprung vom Messeplatz entfernt die Gäste begrüsst, ist in diesen Tagen voller Vorfreude. Angespannt sei sie nicht, sagt sie: «Wir sind Uhren- und Schmuckmesse-erprobt und wissen, was auf uns zukommt.» In ihrem 3-Sterne-Superior-Haus begrüsst sie vor al-



Im «Ramada Plaza», in der Nähe des Congress Centers, wo der OSZE-Kongress stattfindet, werden VIP-Gäste logieren.

MCH Messe Basel

Basler Hotels sind für OSZE gerüstet

«Ich rufe für diese Tage das Maximum an Mitarbeitenden ab.»

Robin Deb

Direktor Novotel und Ibis Budget

lem Sekretariatsmitarbeitende, die den Politikern zuarbeiten. «Ich gehe davon aus, dass unsere Gäste frühmorgens das Haus verlassen, und erst spät abends wieder heimkehren», sagt die Hotel-direktorin. Deshalb plane sie auch nicht, beispielsweise den Concierge-Service aufzustocken, der sich um allfällige Sonderwünsche der Gäste kümmert.

Im Radisson Blu hat Direktor Felix Hauser genau das vor, er möchte während den Kongress-Tagen seinen Gästen quasi die Wünsche von den Augen ablesen.

«Unser Hotel ist zu rund einem Drittel von Kongressteilnehmern belegt. Ich werde natürlich darauf achten, dass sie die besten Zimmer bekommen und dass das Housekeeping mehrmals täglich prüft, ob alles in Ordnung ist», sagt der Präsident des Basler Hotelier-Vereins.

Im Austausch mit seinen Kollegen hat er festgestellt: Die Basler Hotellerie ist für diesen Grossanlass bestens gerüstet und kann auf eine breite fachliche Unterstützung seitens Polizei, Kanton und Kongressorganisatoren zurückgreifen. «Wir wurden in der Planung sehr gut begleitet und haben kaum einen Mehraufwand. Die ganzen Sicherheitsvorkehrungen beispielsweise übernehmen externe Spezialisten.» In diese werden übrigens laut Schätzungen rund 7,5 Millionen Franken investiert. Klar, dass neben den Politikern und Delegierten aus aller Welt auch zahlreiche Sicherheitsleute anreisen.

Grenzgänger müssen in Basel übernachten

Deshalb profitiert Robin Deb, Direktor des Novotel und Ibis Budget am Bahnhof, gleich doppelt. «Unser Hotel ist in diesen Tagen ausgebucht. Im Novotel haben wir Buchungen von Kon-

gressteilnehmern, im Ibis Budget mieten sich hauptsächlich ausländische Sicherheitsdienste ein», erklärt Deb. Fazit: Alle der insgesamt 350 Zimmer (194 im 2-Sterne-Haus Ibis Budget und 145 im 4-Sterne-Haus Novotel) sind Anfang Dezember ausgebucht. Für das im August neu eröffnete Hotel an der Grosspeterstrasse ist es eine Möglichkeit, sich zu bewähren, zu zeigen, dass der Betrieb und die internen Abläufe reibungslos funktionieren. «Ich rufe für diese Tage das Maximum an Mitarbeitenden ab, denn auch unsere Restaurants werden während den Kongress-tagen voll sein», sagt er. Was er ausserdem berücksichtigen müsse: Unterkünfte für die Grenz-gänger organisieren, die in seinen Hotels arbeiten. Denn einige Grenzen sind während des Minister-treffens gesperrt. Trotz diesen Herausforderungen: Robin Deb ist motiviert und dank ähnlichen Erfahrungen auch gelassen. Als er vor vier Jahren in einem Hotel in Jakarta arbeitete, kam Präsident Obama mit seiner Entou-rage auf Besuch. «Da wurde das gesamte Haus abgeriegelt. Wenn hohe Politiker in einer Stadt resi-dieren, herrscht Ausnahmezu-stand, das ist so. Aber gerade das macht unseren Job so spannend.»

Kanton gibt Welcome-Sets ab

Das OSZE-Ministertreffen wird schätzungsweise 10 000 Übernachtungen für die Basler Hotellerie generieren. Die VIP-Gäste werden grösstenteils im Ramada Plaza und im Swisshotel beim Messeplatz übernachten. Für den Abend des 4. Dezember ist ein Gala-Dinner in der Safran-Zunft geplant, weshalb ein Teil der Einkaufsstrasse in der Basler Innenstadt für einige Stunden gesperrt sein wird. Der Abendverkauf findet trotzdem statt.

Um den Gästen einen speziellen Empfang zu beschern, hinterlegt die Stadt in den Trams und auf Plakaten den Schriftzug «A Warm Welcome & All The Best» mit einer Nachtsicht der Münsters. Gastronomen, Hoteliers und Detailhändler können ausserdem beim Kanton ein Welcome-Set anfordern.

Für den Basler Tourismus-Direktor Daniel Egloff ist klar, dass nun alle Beteiligten an einem Strang ziehen müssen, um als Gastgeberstadt zu überzeugen.

«Von dem Kongress profitieren Hotels, Restaurants und Catering – die grosse Nachfrage ist spürbar. Da können wir zusätzliche Umsätze generieren», freut er sich. Auch die bereichsübergreifende Zusammenarbeit mit dem Kanton, dem Gewerbe und den Sicherheitsverantwortlichen sei wertvoll, sagt Egloff. «Schon bei der Euro 08 hat sich gezeigt, dass wir von diesem Austausch nur profitieren und unser Tourismusgeschäft weiter optimieren können», sagt Egloff. dm

Parahotellerie Schweiz rechnet mit einem guten Wintergeschäft

Der Kapazitätsausbau bei Reka und den Schweizer Jugendherbergen macht sich bezahlt.

Summiert man die verbuchten Reservationsen, zeichnet sich für die Mitglieder der Gesellschaft Parahotellerie Schweiz eine erfreuliche Wintersaison 2014/15 ab. Kapazitätsbereinigt liegen die aktuellen Logiernächte und Umsätze von Interhome, Reka und den Schweizer Jugendherbergen im ein- bis zweistelligen Plusbereich, verglichen mit dem Umfragezeitpunkt vor einem Jahr. Fredi Gmür, Präsident Parahotellerie Schweiz, geht davon aus, dass sich der schon vor Jahresfrist nachlassende Negativeffekt

des starken Schweizer Franks im kommenden Winter noch einmal abschwächen wird.

Ein weiterer Grund für die positiven Aussichten ist das aufgestockte Angebot einzelner Anbieter. So beträgt das aktuelle Umsatzplus von Reka gegenüber dem Vorwinter gut 9 Prozent. Die Schweizer Jugendherbergen budgetieren für die ganze Wintersaison mit einem Logiernächte-Plus von 10%. Bei Interhome liegen die Winterreservationsen und -umsätze zurzeit knapp 3% über Vorjahr. dst

Haslital nähert sich Jungfrau

Der Anschluss von Haslital Tourismus an die Jungfrau Region Marketing AG wird Tatsache. Die Mitglieder von Haslital Tourismus segneten dies ab.

Mit dem Ja anlässlich einer ausserordentlichen Hauptversammlung von Haslital Tourismus beteiligt sich Haslital Tourismus mit 22% an der Jungfrau Region Marketing AG (JRM) und schliesst mit den weiteren Aktionären einen Aktionärsbindungsvertrag ab. Der Brand «Haslital. Berner Oberland» wird per An-

fang 2015 vollständig in die Mehrmarkenstrategie der Jungfrau Region integriert. «Die Mehrmarkenstrategie garantiert auch in Zukunft die umfassende Mitwirkung und die bestmögliche Sichtbarkeit des Haslitals und seiner Tourismusangebote, dies auf gleicher Stufe mit weltbekannten Orten wie Grindelwald, Wengen, Mürren und Lauterbrunnen», freut sich Nils Glatthard, Geschäftsführer von Haslital Tourismus, über den positiven Entscheid der Mitglieder.

Die Zusammenarbeit zwischen Haslital Tourismus und der Jungfrau Region besteht auf operativer Stufe bereits seit

vier Jahren und wurde seither schrittweise und umfassend ausgebaut. Mit dem Projekt «Destinationsmanagementorganisation» (DMO) nutzen die Tourismusvereine des Haslitals und der Jungfrau Region nun Synergien.

JRM-Geschäftsführer Philippe Spoll zeigt sich erfreut über den Entscheid von Haslital Tourismus. «Die Mitglieder haben damit ein starkes Zeichen für die Tourismusentwicklung in der gesamten Region gesetzt.» Auch auf Ebene des Kantons nahm man im Zusammenhang mit der verordneten Destinationsver-dichtung vom positiven Entscheid erfreut Kenntnis. dst

Schweiz

Plattform von STC neu unter swisshotels.com

Die neue Hotel-Buchungsplattform vom Switzerland Travel Centre (STC) ist ab sofort unter swisshotels.com aufgeschaltet. Schweizer Hotels können auf der neuen nationalen Alternative zu den ausländischen Buchungsplattformen ihre Angebote weltweit vertreiben. STC ist ein Unternehmen von hotelleriesuisse, ST und der SBB. Das vormalige unter der Domain swisshotels.com registrierte Hotelverzeichnis von hotelleriesuisse ist seit September 2014 unter swisshoteldata.ch aufgeschaltet. npa

Sunstar spürt das schlechte Sommerwetter



ZVG

Die Sunstar-Gruppe vermeldet für die Sommersaison 2014 (Mai bis Oktober) ein Logiernächte-Minus von 3,0%. Der Betriebsertrag ging um 1,5% auf 20,3 Mio. Franken zurück. Die Bettenauslastung liegt unverändert bei 59%. Wie Sunstar weiter mitteilt, liegt der aktuelle Buchungsstand für die Wintersaison 2014/15 insgesamt leicht über dem Vorjahresniveau. Mit Ausnahme von Flims, Davos und Wengen, die leicht zurückliegen, verzeichnen alle anderen Betriebe einen höheren Buchungsstand.

Der Ständerat ist gegen die «Grüne Wirtschaft»

Der Ständerat will die Volksinitiative der Grünen «Für eine nachhaltige und ressourceneffiziente Wirtschaft (Grüne Wirtschaft)» mit einem indirekten Gegenvorschlag kontern. Dazu soll das Umweltgesetz entsprechend angepasst werden. Der Ständerat hat die Vorschläge des Bundesrats aber noch entschärft. Seine Version nimmt Rücksicht auf die Vorbehalte, welche die Wirtschaft gegen die Vorlage angemeldet hatte. Beispielsweise wird die Informationspflicht für Hersteller und Händler über die Umweltauswirkungen ihrer Produkte aus der Vorlage gestrichen. Die Initiative selber empfiehlt der Ständerat mit deutlicher Mehrheit zur Ablehnung. tl

ANZEIGE

Ruepp & Partner ?!



Dank der Betreuung unserer Buchhaltung durch die Ruepp & Partner AG haben wir mehr Zeit, um uns auf das Tagesgeschäft zu konzentrieren und wir sind erfolgreich.

Richard Engler
Gaastag AG

Ruepp & Partner AG
www.ruepp.ch

Nacht der «Ski-Oscars»

In Kitzbühel traf sich die Elite der weltweiten Wintertourismus-Branche zu Verleihung der «World Ski Awards».

NATALIE-PASCALLE ALIESCH

Die Gästeliste des Gala-Abends am vergangenen Samstag wies eine grosse internationale Präsenz aus. Rund 200 Gäste aus insgesamt 21 Skinationen fanden sich im Hotel A-Rosa in Kitzbühel zur feierlichen Übergabe der «World Ski Awards» ein.

Dass der Schweizer Wintertourismus weltweit vorne mit dabei ist, zeigen die Auszeichnungen in den internationalen Kategorien: So konnte General Manager Peter Pedersen vom Davoser Hotel Intercontinental die Trophäe für das «World's

Best New Ski Hotel 2014» entgegennehmen. Und als «World's Best Ski Travel Agent 2014» wurde mit dem Luxus-Reiseveranstalter Leo Tippi ein weiterer Betrieb der Schweizer Wintertourismus-Branche ausgezeichnet. Grosse Ehre kam Reto Gurtner zu. Die Jury aus Wintersporttouristikern, Führungskräften des Wintersports, Reiseveranstaltern und Pressevertretern ehrte den CEO, Visionär und Architekten der Weissen Arena Gruppe für sein Lebenswerk.

In vier Kategorien wurden auch die Besten des Landes mit einem «Ski-Oscar» ausgezeich-



Grosser Jubel über die Auszeichnung «World's Best Ski Travel Agent 2014». Céline Renaud, Operating Manager beim Reiseveranstalter Leo Tippi, bei der Preisübergabe. Links neben ihr applaudieren Moderatorin Ela Clark, Holger Gassler (Tirol Werbung) und Hanna (A-Rosa Kitzbühel, re.). Bilder Kitzbühel Tourismus/Roland Mühlingner



Peter Pedersen, General Manager im «Interconti» Davos.



Reto Gurtner (CEO Weisse Arena Gruppe) mit Katja Kamps (Leiterin Marketing und Kommunikation Weisse Arena Gruppe).



Signe Reisch (Präsidentin Kitzbühel Tourismus) mit Peter Pedersen und Keven Prinzster (A-Rosa Kitzbühel, r.).



Switzerland's Best Ski Chalet 2014: Pippa Harper (l.) und Natasha-Louise White vom «Bella Coola».



Michael Lehnort, Vizedirektor Carlton Hotel St. Moritz.

net. In der nationalen Wertung erhielt die Destination Laax/Flims den Award «Switzerland's Best Ski Resort». Das 5-Sterne-Hotel The Omnia wurde zum «Switzerland's Best Ski Boutique Hotel» gekürt. Für das 5-Sterne-Superior Carlton Hotel in St. Moritz durfte Vizedirektor Michael Lehnort die Auszeichnung «Switzerland's Best Ski Hotel» entgegennehmen. Und schliesslich freuten sich Pippa Harper, Resort Manager, sowie Natasha-Louise White, Sales Manager vom «Bella Coola» in Verbier, über den Titel «Switzerland's Best Ski Chalet».

Sessellücken

Rigi Bahnen schaffen eine neue Technik-Stelle

Jörg Lustenberger (37) wird per 1. Januar 2015 die neu geschaffene Stelle des Leiters Produktion & Infrastruktur bei der Rigi Bahnen



ZVG

AG übernehmen. Der diplomierte Betriebs- und Produktionsingenieur ETH wird damit auch Mitglied der Geschäftsleitung. Jörg Lustenberger war zuletzt als Senior Project Manager bei Holcim Central Europe insbesondere im Prozess- & Projektmanagement tätig.

Neuwahlen in Davoser Tourismusorganisation

Paul Petzold (Bild) wurde an der Generalversammlung der Davos-Destinations-Organisation zum neuen Verwaltungsrats-Präsidenten



ZVG

ten und Nachfolger von Thomas Spielmann gewählt. Bisher war Petzold Vizepräsident. Weiter in den Verwaltungsrat gewählt wurden der Hotelier Tom Umiker und der Unternehmer Hansjürg Christoffel. Neben Thomas Spielmann trat an der GV auch Riet Frey zurück.

Gstaad: Neuer Verwaltungsrat soll's richten

Emanuel Raaf laub ist an der GV der Bergbahnen Destination Gstaad zum neuen VR-Präsidenten gewählt worden. Um den Weg



ZVG

für die Restrukturierung des Unternehmens zu ebnen, waren die Mitglieder des ehemaligen Verwaltungsrats zurückgetreten. Neu gewählt wurden auch Jan Brand, Matthias Matti, Erik Söderström, Christian Witschi und Roland Zegg.

Interimistische Leitung während Inspirationspause

Peter H. Ernst (Bild), Direktor des Seedamm Plaza, nimmt bis Ostern 2015 eine Auszeit. Er wünscht sich davon neue Inspira-



ZVG

tionen, um künftig verstärkt im strategischen Bereich tätig zu sein. In der Zwischenzeit leitet sein Stellvertreter und Vizedirektor Adrian Landtwing das Seedamm Plaza. Unterstützt wird er durch die weiteren Mitglieder der Geschäftsleitung. Die Leitung Administration übernimmt Eliane Böni, für das Marketing ist Tanja Köppen verantwortlich. dst

Take-off in Baden

Mit den neu eröffneten Trafo-Hallen und Trafo-Hotel ist Baden um eine Attraktion reicher.

Rund 1700 geladene Gäste aus Politik, Wirtschaft, Kultur und dem Tourismus feierten am vergangenen Freitag in den ehemaligen BBC-Industriehallen 36 und 37 in Baden die Eröffnung des neuen «Trafo». Das Trafo-Team empfing stilschlecht in Pilotenuniform, lautete das Motto der grossen und ausgelassenen Party doch «Ready for Take-off». Auf grosses Interesse stiess auch die Besichtigung des angrenzenden Trafo-Hotels.



Trafo-Direktoren: Roberto Scheuer (l.), Hallen, Erik Roedenbeck, Hotel.



Stefan Wetzler, Innenarchitekt Trafo-Hotel, Roger Biscioni, Architekt, Stephan Attiger, Regierungsrat KT AG, Werner Eglin, Investor und VRP Trafo Betriebs AG (v.l.) Bilder Stefan Jäger

EHL: Top of the World

Hohe Ehre für die Ecole hôtelière de Lausanne: An der Vergabe der Worldwide Hospitality Awards wurde sie zum zweiten Mal in Fol-

ge als beste Hotelmanagement-Schule der Welt ausgezeichnet. 850 Gäste wohnten der Preisverleihung in Paris bei.



EHL-Stiftungsratspräsident André Witschi (3. von l.) nimmt die Auszeichnung in Paris entgegen.



Philippe Gombert, Relais & Châteaux, Georges Wenger und Christophe Navarre, Moët Hennessy (v.l.).

Ehrung für Georges Wenger

Anlässlich des 40. Internationalen Kongresses von Relais & Châteaux (mit 36 neuen Mitgliedern) in Paris wurden Georges Wen-

ger, Le Noirmont, und seine Frau Andrea für ihre ausserordentliche Leidenschaft mit der Passion Trophy Hennessy belohnt.



Peter S. Michel zwischen Danny Patel (l.) und David Kong, beide Best Western International.

Peter S. Michel ausgezeichnet

Für seine Verdienste und den langjährigen Einsatz als CEO von Best Western Swiss Hotels sowie als CFO von Best Western Europa wurde Peter S. Michel in Toronto ein Award überreicht.

Etoiles en périphérie

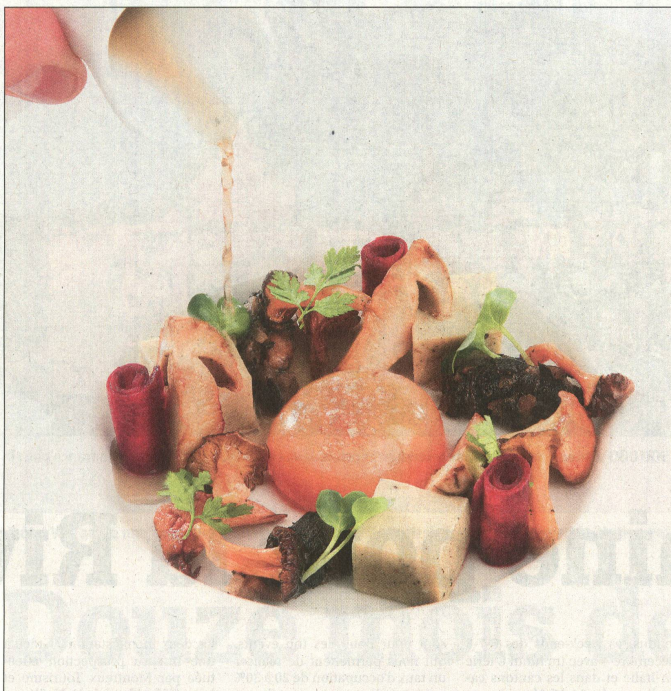
Parmi les 18 nouveaux étoilés au guide Michelin, trois Romands arrivent. En Valais Damien Germanier et Samuel Destaing, à Fribourg David Sauvignet sortent du lot.

ALEXANDRE CALDARA

Alors que les spécialistes pensaient à une sensation au niveau des deux, trois étoiles qui eux ne changent pas, le frémissement 2015 du guide Michelin vient des 18 nouveaux restaurants distingués d'une étoile. Dont trois en Suisse romande. Le plus attendu était sans doute Damien Germanier, dans son restaurant éponyme, à Sion. Après avoir été promu GaultMillau 2012 avec 17 points et déménagé de la zone industrielle de Vétroz au centre du chef-lieu valaisan, le cuisinier ne cachait pas ses ambitions.

Des plats aux intitulés explicites et du gibier à plumes

Joint hier au téléphone, Gérard Rabaey, l'ancien trois étoiles du Pont de Brent qui fut son formateur, ne cache pas son plaisir: «Je m'y attendais. Voilà une distinction amplement méritée pour une personnalité dynamique, qui s'investit à 200% en cuisine. J'ai eu le plaisir de manger chez lui l'an dernier.» Sa carte d'automne montre bien son esprit, Damien Germanier y décline les plats sous un intitulé on ne peut plus explicite: «La courge, le sanglier, la caille de Bourgogne.» Il travaille la première en déclinaison sur un jeu de textures et de couleurs, le second en civet et grosses ravioles, la troisième désossée et la cuisine laquée, accompagnée de gnocchis à la farine de châtaigne. Le nombre de gibier à plumes d'Ecosse à la carte et la variété de leurs préparations impressionne. Tout comme la mention avec une touche d'humour: «Il se peut qu'un oiseau soit plus vif que le chasseur. Nous sommes tributaires des arrivages et ne pouvons donc pas garantir ces produits en permanence sur la carte.» Pour les grosses pièces telles la côte de



Un plat de la carte d'automne de Damien Germanier: «La selle de chevreuil désossée, petit atria de cornes d'abondance, mangue fraîche et chutney, betteraves et chèvre frais.»

linda photo



«Damien Germanier est une personnalité qui s'investit à 200% en cuisine.»

Gérard Rabaey
Ancien chef du Pont-de-Brent

cerf, la selle de chevreuil ou celle de chamois, il précise: «préparées en trois services comme vous les connaissez, comme j'aime les servir et comme on ne les attend pas.» On apprécie aussi son idée de fêra finement pané au seigle croustillant.

Le nom de David Sauvignet fait partie du panthéon des chefs, depuis son obtention du prix international Le Taittinger en 2007. Même si son restaurant La Table, à l'Hôtel du Sapin, à Charmey figure à 15 points au Gault Millau. Il avait fait ses armes au côté de Philippe Girardon, meilleur ouvrier de France en 1995 et lui aussi de Gérard Rabaey: «J'ai eu de très bons échos de sa cuisine, il s'agit d'un garçon consciencieux, timide. Je pensais qu'il lui faudrait un peu plus de temps pour arriver à ce niveau. Je suis content pour lui et la région de la Gruyère.»

A la carte, l'ancien chef du Chatel RoyAlp Hôtel & Spa de Villars propose un pavé de barbe rôtie aux blettes et raisin de Chasselas.

Le successeur de Jean-Maurice Joris retrouve le firmament

Comme pour nuancer cette belle phrase de Brillat-Savarin qui figure sur le site internet des Alpes, à Orsières: «La découverte d'un mets nouveau fait plus pour le genre humain que la découverte d'une étoile.» Samuel Destaing, fils de charcutier, originaire du Jura français, a d'abord travaillé auprès de chefs prestigieux, on retiendra Marc Veyrat, à Annecy. Avant de devenir pendant treize ans le second de Jean-Maurice, dit Jean-Mau, Joris qui y régnait pendant quarante ans et qui décida en 2008 de rendre son étoile Michelin et ses 17 points Gault Millau pour retrouver une cuisine plus simple. Un credo



Damien Germanier et son restaurant éponyme, à Sion, deviennent étoilés.

lidd

que continue à suivre Samuel Destaing avec une brasserie et un restaurant, même s'il a récupéré les 17 points.

A la carte d'automne du chef on repère: «Le meilleur du veau en douce infusion de tilleul et baies de poivre vert frais.»

Il propose aussi une verticale de grande chasse de la vallée. Au chapitre des incontournables figure une assiette de boudins pommes confites. Et sous les desserts présentés en Jardin des douceurs cette phrase d'Epicure: «Hâtons-nous à succomber à la tentation, avant qu'elle ne s'éloigne.»

Voir aussi en rubrique «dolce vita», la page 20.

Guide 2015 Toujours plus d'enseignes 1 étoile

117 restaurants étoilés figurent dans le Michelin 2015. Restent au sommet Benoît Violier de l'Hôtel de Ville de Crissier et Andreas Caminada du «Schauenstein», à Firstenau. 19 établissements conservent leurs 2 étoiles. Le guide recense 96 restaurants 1 étoile en Suisse, contre 69 il y a quatre ans. Dans les nouveaux 1 étoile, «Tentazioni», à Cavigliano (TI) propose à midi, un plat à 25 francs. aca

En bref

Suisse

Suisse Tourisme profile sa technologie



lidd

Stnet.ch, plus importante plateforme d'information et de communication de la branche du tourisme suisse, a fait peau neuve. Ce canal d'échange entre Suisse Tourisme et ses partenaires touristiques arbore un nouveau design et une structure plus conviviale. Par ailleurs, deux applis créées par Suisse Tourisme, «Best Swiss Hotels» et «City Guide», ont remporté l'argent et le bronze dans la catégorie voyage des «Best of Swiss Apps».

Une fête pour un grand chantier ferroviaire

Les CFF ont tenu à fêter dimanche à Renens le programme Léman 2030. Publiquement et en présence de nombreuses personnalités, notamment la conseillère d'Etat vaudoise Nuria Gorrite et son homologue genevois Luc Barthassat. Il s'agissait de fêter avec notamment le cirque contemporain le démarrage du plus gros chantier ferroviaire romand de ces vingt dernières années. Ce programme vise à doubler les places assises entre Lausanne et Genève et offrir un départ toutes les 15 minutes des RER genevois et vaudois.

La parahôtellerie ne craint pas l'hiver



Michel van Grondel

La parahôtellerie suisse entrevoit un bon hiver. Correction faite des variations liées à la capacité, les nuitées et chiffres d'affaires actuels d'Interhome, de Reka et des Auberges de Jeunesse Suisses, en image Avenches, enregistrent des augmentations de un à deux chiffres par rapport à l'an dernier. Fredi Gmür, président de Parahôtellerie suisse suppose que: «L'effet négatif de la force du franc suisse, déjà décroissant à la fin de l'année dernière, va encore faiblir l'hiver prochain.» aca

Genève

Plus de moyens pour la Genève internationale

Le Conseil fédéral veut renforcer l'attrait et la compétitivité de la Suisse en tant qu'Etat hôte, par l'intermédiaire notamment de la Genève internationale. Le gouvernement a adopté la semaine dernière un message visant à consolider ce rôle déterminant. Il soumet au Parlement une nouvelle stratégie pour la période 2016-2019 et sollicite des moyens supplémentaires: une rallonge de 44,8 millions de francs, soit 117,2 millions au total. lb

Le champagne s'écrit à la craie

Avec 600 visiteurs sur le week-end et 26 producteurs, le premier salon consacré en Suisse à la boisson mythique a été un succès. Il a permis de découvrir les druides d'un secret.

ALEXANDRE CALDARA

Longue file d'attente vendredi soir pour récupérer une invitation au premier Salon du champagne et atteindre le Saint Graal au Swissôtel Métropole de Genève. Ou plutôt pénétrer dans un vocabulaire où se côtoient la craie affleurante, le dégorgement, le vin issu de la saignée ou l'acidité tendue.

Au total 190 professionnels auront échangé lors de la première soirée du salon du champagne et 420 particuliers le lendemain. Bientôt à travers les 26 espaces de dégustations du salon, on traversera des réalités, côtoyant autant de «singularités» se plaçant à relever Kat Morse, maîtresse de cérémonie, dans une spectaculaire robe blanche parchemin. Frédéric Chenevard, co-organisateur pour la société Wilne.me, se réjouit d'avoir réuni un public «jeune et de qualité». On peut s'enivrer d'un discours éthique: «Notre viticulture est mesurée. Notre vinification

sans compromis», au stand des trois frères Collet qui veillent sur la côte de Sézanne: 5 hectares, 15 cuves, trois foudres et une dominante de Chardonnay. Comme à l'autre bout du spectre, déguster à la Maison Deutz le fruit de l'approvisionnement sur l'équivalent de plus de 200 hectares de vignobles et un vieillissement prolongé dans trois kilomètres de caves creusées à 30 mètres de profondeur. Des bruts classiques équilibrés entre Pinot noir, Pinot meunier et Chardonnay. Ou encore se laisser conter Dom Caudron, à Passy Grigny. La coopérative porte le nom du plus célèbre curé du village qui fit don en 1929 de 1000 francs à 23 viticulteurs pour fonder la coopérative. Et qui présente d'étonnantes cuvées 100% Meunier.

En fond de salle, on reconnaît Bruno Carroy, ambassadeur du champagne suisse en 2006, il donne un coup de main à une



Le premier Salon du champagne, au Swissôtel Métropole, à Genève, crée un lien entre public et producteur.

lidd

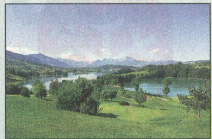
maison dont il apprécie les produits: Henriët Bazin. Il défend la cuvée des parcelles, «un brut sans année 50% Chardonnay, 50% Pinot Noir dont 19% vinifié en rouge par leurs soins. Prêt à boire, rond et frais.»

On se souviendra longtemps du vieux français des «Belles Voyes» vanillées de Franck Bonville et de la «Rue des Noyers» de Benoît Déhu que l'on devine idéal avec des légumes oubliés. Autant de senteurs de sous-bois.

En bref

Fribourg

Rêve d'extension au golf de la Gruyère



Le golf de la Gruyère, doté d'un hôtel 4 étoiles de 8 chambres, réaffirme son intention de se transformer en complexe. La société, propriété du groupe français Benediti, a dévoilé à «La Liberté» les contours de son projet à plus de 200 millions de francs: un hôtel 5 étoiles de 80 à 100 chambres, un spa, quatre restaurants, une salle de séminaire, l'agrandissement du parcours de golf. Et 23 appartements qui seront mis à l'enquête à la mi-décembre.

Vaud

Constantin rachète l'Hôtel du Signal

Le chantier du Grand Hôtel du Signal, situé entre Chexbres et Puidoux, devrait pouvoir reprendre au printemps 2015. Selon une information du «24 heures», le promoteur et président du FC Sion Christian Constantin serait le nouveau propriétaire des lieux depuis la mi-novembre. Il prévoit d'y construire un bâtiment comprenant plusieurs dizaines de résidences de standing avec service hôtelier. Le nouveau propriétaire annonce «réfléchir à un concept particulier, voire unique».

Avis d'amateurs bienvenu à l'Ecole de Changins



L'Ecole de Changins recherche des dégustateurs. A commencer les 15, 16 et 17 décembre, pour un projet portant sur huit Chasselas. Aucune connaissance n'est requise: l'avis de tous les consommateurs de vin, novices ou amateurs, est le bienvenu. Chaque recherche est testée sur 100 à 150 personnes. Les séances durent 30 à 60 minutes et se déroulent 4 à 5 fois par année. Elles sont suivies d'un apéritif dinatoire, propice à l'échange. Inscription obligatoire: panel@changins.ch

Valais

Le Tpm livre les secrets du «storytelling»

Comment les bonnes histoires peuvent-elles influencer la chaîne touristique? Le Tourism professional Meeting se consacra au «storytelling», le 5 décembre à la HES-SO de Sierre. Conférences et workshops animeront la journée. Parmi les intervenants, Martin Zimmer, directeur du département audiovisuel, Zurich University of the Arts, le réalisateur Frédéric Mermoud, le bureau de scénographie Steiner Sarnen. lb

<http://etourism-monitor.ch/tpm>



Montreux Noël a attiré l'an dernier 500 000 visiteurs et génère des retombées économiques estimées à 20 millions de francs pour la région.

Relaismedia.com

Aubaine pour la Riviera

Fondé il y a 20 ans pour animer la Riviera pendant l'hiver, le Marché de Noël de Montreux honore ses promesses. Il est le plus fréquenté de Suisse romande et remplit les hôtels.

CLAUDE JENNY

En attirant un demi-million de visiteurs, le Marché de Noël de Montreux est la manifestation grand public la plus faste après le Festival de jazz. Son objectif d'attirer la foule durant cette période calme est chaque année mieux atteint. La vingtième édition, à peine lancée, a déjà attiré un gros flux de visiteurs durant le premier week-end. «Un départ excellent», se réjouit Yves Cornaro, directeur du Marché de Noël. Et des pics encore plus importants sont at-

tendus les week-ends des 6-7-8 décembre - avec un lundi 8 férié en Italie et dans les cantons catholiques, des 14-15 décembre en raison de la double «Parade de Noël» et un rush final les 20-21 avant la clôture le 24 décembre. «La météo a beaucoup d'influence sur l'affluence. L'année dernière, avec 31 bons jours sur 32, nous avons réalisé la meilleure édition», relève le co-fondateur.

Deux événements qui dynamisent les nuitées hôtelières

«Pour cette année jubilaire, avec ce que nous avons investi pour les animations, nous tablons sur une fréquentation au moins équivalente en semaine car les week-ends, nous frisons la saturation», relève le directeur. Cette année, l'attraction est un Père Noël volant dont le traîneau se balade dans les airs au-dessus du marché sur 300 mètres. Une première en Suisse spectaculaire!

Un succès qui se transforme en cadeau pour de nombreux bénéficiaires. «Le Marché de Noël et le Comedy Festival qui se déroulent en parallèle durant une semaine

sont pour nous des top events, qui nous permettent de réaliser un taux d'occupation de 20 à 30% supérieur à un mois normal», estime Estelle Mayer, directrice du Tralala Hôtel et présidente de la Société des hôteliers de la Riviera. «Les week-ends, tous les hôtels de la région jusqu'aux 4 étoiles affichent complet. Nous enregistrons aussi une meilleure fréquentation en semaine.»

Un apport que confirme Stéphane Compagnon, directeur de l'Eurotel: «Grâce à ces deux manifestations, nous faisons de décembre un bon mois alors que nous sommes en basse saison.» Cheffe de projet marketing et communication à Montreux-Vevey Tourisme, Sylvia Coutaz estime que 70% des nuitées enregistrées dans la région à cette période sont générées par

les deux manifestations. Grâce à une intense prospection effectuée par Montreux Tourisme et le staff du Marché de Noël, notamment en Italie, mais aussi en Allemagne et en France, précise Yves Cornaro. «Le Marché est devenu un bon produit à promouvoir.» Il génère des retombées économiques estimées à 20 millions de francs.

«Un formidable instrument promotionnel pour la destination Riviera», commente Pascal Friedemann, chef du service du développement économique, culturel et touristique à la commune de Montreux. «Comme il attire nombre de visiteurs de pays voisins, ils reviennent volontiers dans la région.»

Le Marché de Noël est aussi porteur dans le créneau des grou-

pes, en provenance surtout d'Italie et de Suisse allemande. Et même au-delà puisque les Asiatiques se montrent de plus en plus friands de ce type d'animations. En 2013, raconte Yves Cornaro, un groupe de voyageurs sri lankais avait déjà fait halte au marché montreuvisien. «Cette année, le même opérateur a organisé un circuit de 3 jours à Paris et 3 jours au marché de Montreux avec un maxi groupe de 950 personnes!»

Le Goldenpass pris d'assaut pour rejoindre la Maison du Père Noël

Autre bénéficiaire majeur, le train du Père Noël et son heureux exploitant, la société Goldenpass. Car pour rejoindre la «Maison du Père Noël» aux Rochers-de-Naye, à 2000 mètres, il est le «traineau sur rail» incontournable. Du coup, sa fréquentation monte en flèche durant le temps du Marché de Noël, subissant même un assaut durant les week-ends. «En 2013, 16 000 voyageurs sont montés aux Rochers-de-Naye durant le temps du Marché de Noël», annonce Grégoire Clivaz, attaché de presse du Goldenpass. Autant que durant les mois d'été.



«Le Marché de Noël est devenu un bon produit à promouvoir.»

Yves Cornaro
Directeur de Montreux Noël

Bulle explose, le musée expose

Le Musée grüerien thématise la croissance rapide de la ville de Bulle dans une exposition. Treize artistes posent leur regard sur cette mutation, interrogent une identité entre ville et campagne.

LAETITIA BONGARD

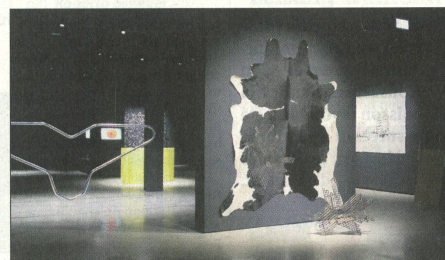
La ville de Bulle dans sa version «poids plume» a du plomb dans l'aile. La population du chef-lieu grüerien a doublé en l'espace de trente ans, pour atteindre 20 000 habitants. Le Musée grüerien propose d'aborder cette métamorphose avec humour et poésie en donnant la parole à des artistes suisses. Un concours qui a récolté 53 dossiers, dont treize projets retenus et présentés dans le cadre de l'exposition «Bulle. Points de vue sur une ville». A découvrir jusqu'au 8 mars.

«Nous ne sommes pas le service après-vente de la commune, notre objectif n'est pas de prendre parti, mais d'évoquer ce développement en laissant carte blanche aux artistes», explique Christophe Mauron, conservateur au musée et commissaire de l'exposition. Il revient sur la genèse du projet et ce constat: «Bulle est pratiquement absente de l'iconographie du 20e siècle. Les

payages environnants, les montagnes ont davantage généré d'œuvres que la ville elle-même.»

Les treize créations abordent les aspects de mobilité, de population, d'aménagements. Le clivage ville-campagne, le choc culturel y est thématisé à plusieurs reprises: une peau de Holstein marquée au fer rouge pour dessiner les contours du chef-lieu, œuvre de Matthieu Barbezat et Camille Villetard. Ou la boîte à Meuh de Carole Rey d'où s'échappent les bruits de la ville. Quant à Régine Gapany, elle présente une vision nocturne, filante, fuyante, 1600 prises de vue compilées issues de son smartphone.

Cette exposition-concours nourrit la réflexion de l'identité d'une ville à la poussée rapide, en quête de repères. Christophe Mauron parle de «préciser ses contours; au niveau touristique, nous n'en sommes qu'au début». Lui qui siège au comité de La



L'un des 13 projets exposés: la peau de Holstein marquée des contours de la ville, de Matthieu Barbezat et Camille Villetard.

Gruyère Tourisme, évoque les acquis - le parcours historique inauguré en 2013 - et l'un des objectifs, positionner Bulle comme cité des goûts et terroir.

Quant à cette thématique de mutation urbaine, elle reviendra

dans trois ans, cette fois-ci axée sur la population. «L'émotionnel domine actuellement. Mais il n'est pas certain que le discours soit identique dans quelques années. Il est intéressant de suivre ce développement.»

Le W Verbier devrait réaliser 14 000 nuitées en 2014. Encore en phase d'apprentissage, l'hôtel concentre ses efforts sur l'été et le tourisme d'affaires pour rester ouvert à l'année.

LAETITIA BONGARD

Il y a tout juste un an, le premier décembre, W suscitait l'événement: il ouvrait le premier hôtel de la marque dans une station de montagne, à Verbier. Douze mois plus tard, bilan d'activité de cet hôtel 5 étoiles supérieur de 123 chambres, promettant dynamisme et rayonnement pour la station bagnerde. Avec à la clé des objectifs ambitieux en termes de rentabilité.

Les données de l'Office fédéral de la statistique l'attestent: les nuitées hôtelières de la commune de Bagnes sont en augmentation, le W devrait pour sa part en générer 14 000 pour 2014. Il aura tenu sa promesse en restant ouvert les douze mois de l'année: «Un sacré challenge, nous y sommes parvenus, mais cela n'a pas toujours été facile». Le directeur Pierre-Henri Bovsovers se montre toutefois convaincu: «Cette stratégie est la bonne, mais il faut travailler pour faire venir la clientèle.» A Verbier, sur les 18 hôtels, seuls Les Touristes et Le Bristol osent également l'ouverture annuelle.

L'hiver conforme aux attentes et un été «plus compliqué»

Plutôt qu'un bilan global, Pierre-Henri Bovsovers scinde l'année par saisons, évoque les conditions météorologiques peu favorables: le printemps arrivé trop tôt, les mois d'été minés par la pluie. «L'hiver s'est plutôt bien déroulé, voire un peu au-delà de nos attentes. Le mois de janvier a dépassé le remplissage habituel de Verbier avec la venue de plusieurs groupes, séminaires et incantations». Plusieurs semaines ont affiché complet, il estime le taux d'occupation pour les mois de décembre à mars à 45% en moyenne.

«L'été a été plus compliqué.» Une déclaration qui en dit long sur la difficulté de vendre Verbier sans la neige. «Verbier n'est pas connu en dehors du ski. La stratégie et le marketing de la destination doivent être améliorés sur ce point.» Il évoque quelques bonnes surprises: «En mai, alors que tout



L'hôtel W a attiré une nouvelle clientèle à Verbier: 80% d'entre elle aurait découvert la station pour la première fois. cohn & Wolfe/Yves Garneau

Douze mois de W



«Cette stratégie est la bonne, mais il faut travailler pour faire venir la clientèle.»

Pierre-Henri Bovsovers
Directeur du W Verbier

est fermé à Verbier, nous sommes tout de même parvenus à cumuler 600 nuitées, en misant sur le tourisme individuel. Les mois d'automne ont également attiré du monde le week-end, des séminaires jusqu'à une trentaine de personnes. «Mais ce n'est pas suffisant pour atteindre la rentabilité.» Le directeur annonce travailler pour attirer de grands groupes, sportifs notamment, et du MICE.

A Verbier, le discours n'a pas changé: l'arrivée du W Verbier est saluée. «Le bilan est très positif, la visibilité pour la destination avait déjà été assurée avant l'ouverture, grâce à une couverture médiatique importante», relève Joël Sciboz, directeur de l'Office du tourisme Verbier-Val de Bagnes. Une présence que W Verbier a tenu à soigner: «Mieux que les images, il faut montrer la chose.» Le directeur de l'hôtel parle de clients «ébahis», «contents», le concept a très bien accroché. Selon lui,

80% de la clientèle du W ne serait jamais venue à Verbier auparavant. L'établissement a accueilli plus de familles qu'il ne s'y attendait et drainé une clientèle jusqu'ici peu représentée à Verbier: les Russes (9,9%) forment le troi-

sième marché après la Suisse (24,9%) et le Royaume-Uni (22,9%). Les Américains montent en puissance (8,6%). Joël Sciboz observe également plus d'Asiatiques, qu'il associe au réseau W. Il est vrai que l'affiliation au groupe

Mouton noir skis aux pieds

Verbier débute la saison avec un autre lieu qui s'annonce «incontournable». Le Mouton Noir, situé à 2200 mètres d'altitude aux Ruinettes, ouvrira le 12 décembre. L'hôtelier de Verbier Marcus Bratter en est le nouveau locataire, il a investi près de 400 000 francs pour remettre le bâtiment au goût du jour, valoriser la terrasse de 700 m² avec un plancher en bois. Son concept: «Trois environnements distincts, avec un

restaurant gastronomique de 150 places, un self-service avec des repas à la minute de 300 places et le bar Ice Cube visant une atmosphère jeune et décontractée.»

Pour le restaurant, il a fait appel au chef Aurélien Bouygues, en provenance du Meridien Noumea, en Nouvelle Calédonie. Il proposera une carte «dans le respect de la cuisine locale avec une touche de contemporanéité». La terrasse extérieure accueillera chaque après-midi des

musiciens, des DJs et des danseuses, annonce-t-il.

Durant l'été, Marcus Bratter vise une exploitation insolite du vaste espace qui fait office de self-service: le transformer en salle d'événements ou de conférences. «On manque de grandes capacités pour les activités MICE à Verbier. Proposer un espace à 2200 mètres est unique à mon sens.» Il en a déjà touché un mot au W Verbier, qui s'est montré emballé par cette idée. lb

Ecoles hôtelières primées

Les Worldwide Hospitality Awards ont récompensé l'EHL, meilleure école en management hôtelier, et la Vatel School à Martigny pour son innovation.

L'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) s'est distinguée lors des Worldwide Hospitality Awards, qui se sont tenus à l'Intercontinental Paris Le Grand, la semaine dernière. Pour la seconde année consécutive, l'institution vaudoise remporte le prix de la Meilleure école de management hôtelier. La cérémonie récompensait l'industrie de l'accueil pour la quinzième fois et les écoles hôtelières pour la quatrième fois. L'événement organisé par MKG Group, a réuni 1000 personnes. Et récompensé en 18 catégories, 54 finalistes.

André Witschi, président du conseil de fondation de l'EHL, et Michel Rochat, directeur général de l'école, ont fait le déplacement pour recevoir cette distinction.



De g. à dr.: Sander Allegro (The Hague Hotel School), Fabienne Rollandin (Institut de Gilon), André Witschi (prés. Conseil de fondation EHL), Wolfgang Neumann (CEO Rezidor Hotel).

«Ils ont exprimé leur fierté de recevoir à nouveau ce prix, tout en soulignant leur volonté de poursuivre leur engagement pour une compréhension moderne des besoins de l'industrie de l'accueil», lit-on dans un communiqué. L'EHL a été sélectionnée parmi neuf meilleures écoles hôtelières mondiales, parmi lesquelles plusieurs institutions suisses, tels

que Les Roches et l'Institut de Gilon. Elles ont été récompensées selon des critères tels que le nombre d'étudiants, le niveau des diplômes délivrés, l'originalité de la méthode pédagogique.

Dans une autre catégorie, la Vatel School Switzerland, à Martigny, s'est illustrée en obtenant le prix de la Meilleure innovation pédagogique. lb

Les gens

Evocation d'une expérience pour un départ

Anick Goumaz vient de quitter le service de presse et de communication de l'Office du tourisme du



Biljana Mitrovic

canton de Vaud. Son message de départ au terme de l'aventure en dit long sur sa personnalité: «1 année pour apprendre, 2 années pour comprendre, 3 années pour consolider, 4 années pour grandir, 5 années pour confirmer, 6 années pour réfléchir, 7 années pour avancer.» Une forme de communication émotive, personnelle et efficace qu'elle poursuivra auprès d'une agence... de communication, à Lausanne.

Changement dans les instances à hotellerieromande

Maxime Rod, directeur de l'Hôtel Beaulac, à Neuchâtel, occupera l'un des six sièges de vice-prési-



Sarah Hinni

dent d'hotellerieromande. Il représente la section Neuchâtel-Jura et succède à Daniela Vogt, de l'Hôtel des Endroits, à La Chaux-de-Fonds, qui a souhaité se retirer pour des raisons familiales. Christophe Zenruffen, directeur de l'Hôtel de Chavannes-de-Bogis, nouveau président de la section La Côte, siégera dorénavant au Conseil des régions, en remplacement de Robert Pontet, du Casino de Morges. aca

Fêter 30 ans en démontrant le savoir-faire

Jaco von Wielligh, directeur académique d'HTHTI School of Hotel Management à Neuchâtel, a



ltd

accueilli environ 150 curieux à l'occasion de la journée portes ouvertes samedi. Cet événement se voulait festif puisqu'il célébrait les 30 ans de l'école de gestion hôtelière et de design, membre de Swiss Education Group. «Nous avons souhaité démontrer le savoir-faire de nos étudiants et faire découvrir à la population les formations que nous proposons mais aussi la diversité culturelle telle que vécue sur le campus», a-t-il déclaré. lb

Pour une nation vigneronne

Au cœur de la Semaine du vin suisse, retour sur les outils et les idées de la structure marketing. Le partenariat entre Swiss Wine Promotion et Vinea en illustration.

ALEXANDRE CALDARA

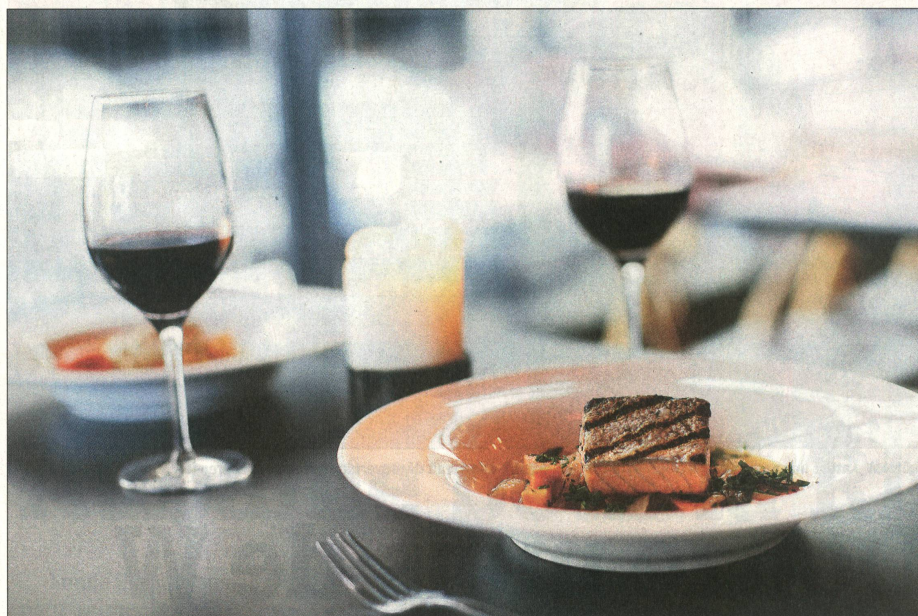
La deuxième Semaine du vin suisse qui se déroule jusqu'au 30 novembre montre bien le fonctionnement de Swiss Wine Promotion (SWP). L'unique organe marketing de la branche, depuis la faillite de Swiss Wine Communication en 2006, dont elle a repris les locaux à Zurich. Elle doit rehausser l'image du vin suisse dans le pays et à l'étranger, ainsi que promouvoir les ventes de façon ciblée. Elle travaille sur un budget de cinq millions par année, dont la moitié dépend de redevances agricoles et de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG). «A travers cette Semaine du vin suisse, comme avec notre nouveau logo, nous voulons démontrer que nous sommes une nation vigneronne et pas un ensemble de cantons viticoles», lance, Gilles Besse, directeur de SWP.

Ainsi les viticulteurs se rapprochent des restaurateurs
Pour cette Semaine du vin suisse, un mandat d'environ 140 000 francs a été confié à l'association Vinea de Sierre: «Elle a acquis une compétence immense en matière d'événements autour du vin, il était naturel qu'on leur propose de devenir notre cheville ouvrière pour ce projet. Nous n'avons pas d'ego, nous savons déléguer quand il le faut. Nous travaillons aussi sur d'autres sujets avec des spécialistes, Chandra

Parcours Une hôtelière et un ingénieur

Elisabeth Pasquier: la directrice de Vinea est diplômée de l'IEHL. Elle possède une grande expérience hôtelière, notamment comme assistante de direction au Royal de Crans.

Gilles Besse: le président de Swiss Wine Promotion est ingénieur oenologue, il co-dirige avec son oncle la cave Jean-René Germanier à Vétroz. Il est expert dans de nombreux jurys de concours. aca



La Semaine du vin suisse veut promouvoir des accords simples entre plats et vins, dans plus de 200 restaurants.

Kurt, Paolo Basso ou José Vouillamoz», explique Gilles Besse, président de Swiss Wine Promotion.

«Avec ce montant attribué, nous n'avons pas de pression financière, nous pouvons travailler sereinement. Avec plus de 200 restaurants inscrits sur la plate-forme, cela représente une augmentation de 76% par rapport à l'année dernière», se réjouit Elisabeth Pasquier, directrice de Vinea.

Cette Semaine permet aussi aux viticulteurs de se rapprocher du monde de la gastronomie: «C'est l'un de nos piliers et cela va dans le même sens que notre collaboration depuis deux ans avec Gault Millau pour la recherche des meilleures cartes du vin suisse et le sommelier de l'année», remarque Gilles Besse. Une initiative à l'époque saluée par le blogueur valaisan Paul Vetter, souvent critiquée à l'égard des instances du vin suisse. «Quoi de mieux que d'ouvrir auprès des restaurateurs lorsqu'on veut mettre en avant les meilleurs de nos crus», écrivait-il. Pour les



«Nos projets ont explosé depuis 2012. Nous servons ceux qui font le vin.»

Elisabeth Pasquier
Directrice de Vinea

restaurateurs, seule l'exigence de la Semaine du vin suisse: proposer trois plats (pas forcément des accords subtils) en lien avec trois vins provenant de régions viticoles différentes. Tous les cantons à l'exception d'Appenzell Rhodes Intérieur et Nidwald sont représentés.

Sur les 2000 producteurs de vins du pays 256 répon-

dent «avec une plus forte représentativité en Suisse alémanique, où le projet a été très bien accueilli», note Gilles Besse. Intéressant puisque 80% de la surface viticole reste romande. «Cela doit permettre au vin suisse de prendre des parts en Suisse alémanique», affirme le président de Swiss Wine Promotion.

Le projet pourra certainement évoluer ces prochaines années, mais prévient Gilles Besse: «Il faut que le vin reste au centre et que les restaurateurs puissent y participer avec le moins de contraintes possibles. Mais des discussions et des échanges sont parfaitement envisageables avec la Semaine du



«Se rapprocher de la gastronomie est un de nos piliers, la Semaine va dans ce sens.»

Gilles Besse
Directeur de Swiss Wine Promotion

Des affaires et un observatoire

Dans le contexte trouble des affaires qui agitent le vin suisse «le marché se porte bien», assure Gilles Besse. Avant de tempérer: «En termes de notoriété nous gagnons trois points face à nos concurrents étrangers, comme le montre l'étude réalisée par MIS-Trend. Mais évidemment après trois années de faibles récoltes, notre production va baisser et les chiffres seront moins bons. Il ne faudra pas confondre les informati-

ons liées à la production et celles concernant la consommation.»

Mais la structure de Swiss Wine Promotion dirigée par Sébastien Fabbri et l'Interprofession des vins suisses se réjouissent surtout du projet de l'Observatoire des vins suisses: «Il a été initié par les Valdois mais avec une portée nationale, nous sommes en phase de construction. L'école de Changins travaille actuellement sur ce mandat. Il nous permettra de savoir de façon pointue

où sont vendus nos vins et à qui. Alors que pour l'instant on fonctionne un peu au pif», reconnaît Gilles Besse.

Au sujet des affaires, Elisabeth Pasquier parle de tristesse: «Aucune branche n'aimerait avoir à occuper ce segment des médias, c'était comme un tsunami.» Mais la directrice de Vinea relativise: «On doit pouvoir parler sereinement de la recette du vin suisse et améliorer la promotion de cette belle profession.» aca

Goût pour que la Suisse soit envisagée dans toutes ses dimensions.» Son président Josef Zisaydis a d'ailleurs fait le déplacement pour la présentation de l'événement, la semaine dernière, au Restaurant Loetschberg AOC de Berne. Ce projet est d'ailleurs cité en exemple par Elisabeth Pasquier: «Comme ici dans ce projet de Swiss Wine Promotion et de la restauratrice genevoise Hélène Calle Line, on devrait pendant la Semaine pouvoir réunir le plus possible de produits AOP et IPG.» Elle va même plus loin: «Mon rêve serait d'organiser une Semaine du vin suisse aussi à Paris et à New York, ce serait formidable en termes de séduction et d'image.»

Vinea, une petite association devenue un centre de compétences

L'importance du mandat donné à Vinea dans le cadre de la Semaine du vin suisse pose aussi cette question. Comment cette association à but non lucratif, née en 1994, à Sierre est devenue au fil des ans un important centre de compétences au service de la viticulture suisse? «C'est vrai les projets ont explosé depuis 2012, avec la transformation du guide du vin suisse en application iPhone, le rachat de la marque du Mondial du Pinot Noir, l'organisation de la première semaine du vin suisse et l'organisation cette année à Montreux de la Digital Wine Conference», explique Elisabeth Pasquier. Un cap franchi en 2010 «une année charnière avec notre nouveau président François Murisier», déclare Elisabeth Pasquier, secrétaire générale de 2001 à 2010 et directrice depuis cette année-là. Vinea tourne avec un budget annuel de 1,8 à 2 millions de francs provenant à 20% de subventions majoritairement de l'OFAG, mais aussi de l'Etat du Valais et de la Loterie Romande. Entre 40 et 50% de son activité se concentre sur l'organisation de huit concours, dont les Mondiaux du Pinot Noir et du Merlot, ainsi que le Grand Prix du Vin Suisse. En tout 600 crus sont notés par divers jurys comprenant près de 300 personnes.

Et malgré cela l'association remet toujours ses chiffres à 0: «Nous réinvestissons dans la promotion, nous servons ceux qui font le vin.» Pour elle l'association bénéficie de la confiance des producteurs de la branche grâce à une forte expérience et une solidarité d'équipe: «A la fin de la Digital Wine Conference, on passait la pannes et lavait les verres tous ensemble.»

Elisabeth Pasquier cite le Swiss Food festival de Zermatt comme modèle de liens entre les différents partenaires et pense que les viticulteurs suisses pourraient s'unir encore davantage en termes de promotion.

Le Cube lance les festivités

Première présentation publique du «Cube 365». Cette chambre itinérante symbolisera le tourisme dans le cadre des 200 ans de l'entrée du Valais dans la Confédération. Les festivités ont été lancées mardi.

LAETITIA BONGARD

Vitré, boisé, le «Cube 365» est sorti de ses ateliers. Après plusieurs mois de travail, le projet imaginé par le directeur de l'Office de tourisme de Sierre Vincent Courtine, a été présenté officiellement à la presse mardi, jour du lancement officiel des festivités liées au bicentenaire de l'entrée du Valais dans la Confédération.

Le container initial s'est transformé en pousseuse technologique, grâce au partenariat du Bureau des métiers et de ses associations

faitières. Ce volume de moins de 15 mètres carrés abrite une chambre d'un confort de catégorie haut de gamme. Itinérante, elle se déplacera de semaines en semaines dans 52 lieux du canton, dévoilés petit à petit. Ce projet symbolisera le volet tourisme parmi les treize «Etoiles 2015», liées à cette commémoration. Il se considère même comme le «cadeau du bicentenaire»: il marquera le début et la fin des festivités, du 1er janvier au 31 décembre 2015.

Les 30 projets et événements composant le programme anniversaire visent à présenter un Valais moderne, innovant et ouvert, une mise en perspective mêlant passé, présent, futur. Les 1500 ans de l'Abbaye de St-Maurice, l'Exposition universelle de Milan et deux jours de fête les 7-8 août à Sion en font partie. Le budget total du jubilé s'élève à 13 millions de francs.

www.cube365.ch
www.valais.ch/2015



Première sortie officielle pour le «Cube 365».

Pascal Gertschen

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

rebagdata
Hotel Management Solutions 044 711 74 10 • www.rebag.ch

hotellerieuisse
Hotel Management Solutions

protel
Hotel Management Solutions

Schneesport: die Nachfrage von morgen

Der Wintertourismus in der Schweiz ist dazu verdammt, den Heim- und den deutschen Markt zu beleben. China und andere neue Märkte helfen diversifizieren. Mehr nicht.

ALEX GERTSCHEN

Der Schweizer Wintertourismus feiert seine Vergangenheit und ringt um seine Zukunft. Just 150 Jahre nachdem im Oberengadin die Idee des alpinen Wintertourismus geboren worden sein soll, führen Politik und Branche eine «Schneesportoffensive» durch, auf dass in der Schweiz das Kernprodukt (auch) künftig nachgefragt werde. Wie prekär die Nachfrage von morgen ist, und wie sie gestärkt werden kann, sind kontrovers diskutierte Fragen (vgl. Seite 12). Unabhängig davon ist die Stossrichtung der Initiative richtig. Zum einen ist der Heimmarkt mit Abstand am wichtigsten. Er stellt 50 Prozent der hiesigen Schneesportler, Deutschland als zweitgrösster Markt 11 Prozent. Zum anderen wird es schwer sein, die Nachfrage aus den traditionellen Auslandsmärkten markant zu steigern, und die neuen Märkte versprechen vorab eine Diversifizierung des Risikos – aber keine Massen.

Österreich und Frankreich ziehen mehr ausländische Nachfrage an

Tatsächlich gründet der Winter-Blues, der in den letzten Jahren in den Schweizer Alpen zu hören war, primär in der ausländischen Gästeentwicklung. Diese verzeichnet laut dem Genfer Skitourismusexperten Laurent Vanat seit rund zehn Jahren eine Abwärtstendenz. Demgegenüber sei die Binnennachfrage relativ stabil (vgl. Grafik rechts).



Die Schweiz bietet eine unverändert spektakuläre Wintersportkulisse. Dennoch ist die Zukunft des Geschäfts mit vielen Fragen behaftet.

swiss-image/Robert Boesch

Sprung in die Zukunft

Auch in den grössten Incoming-Märkten des weltweiten Schneesport-Tourismus, Österreich und Frankreich, ist die Binnennachfrage laut Vanat konstant. «Für das Wachstum der letzten Jahre waren ausländische Gäste besorgt, unter anderem solche, die zuvor in die Schweiz in den Schnee gefahren waren», erklärt er.

In dieser Situation fragen sich viele, ob im Winter gelingen kann, was im Sommer in gewissen Destinationen bereits eine Tatsache ist: dass Gäste aus neuen Märkten,

insbesondere China, jene aus den traditionellen Märkten ersetzen.

Recht optimistisch beantwortet Barbara Haller Rupp die Frage. «Die Aufenthaltsdauer chinesischer Gäste zwischen Dezember und März ist schon heute länger als in den restlichen Monaten. Das zeugt von Potenzial», sagt die Tourismusforscherin von der HTW Chur. Sie begleitet Schweiz Tourismus und den Verband der Schneesportlehrer und -schulen (Swiss Snowsports) bei der Vermittlung chinesischer Skilehrer in der Schweiz. Im letzten Winter machten acht Skitouristen vom Angebot Gebrauch: Davos, Engelberg, Grindelwald, Gstaad, St. Moritz, Verbier, Villars und Zermatt.

sen an den Skikursen teilnehmen. Obwohl in der nächsten Saison noch sieben Destinationen dabei sind (Verbier ist ausgestiegen), rechnet Haller dank mehr Marketing mit mindestens einer Verdoppelung der Anzahl Skischüler.

«Wichtiger ist ohnehin, dass wir im interkulturellen Kontext hinzu-

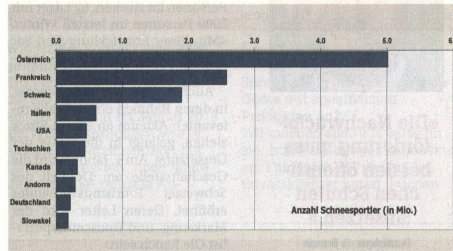
Allerdings, fügt Haller an, gelte diese Aussage nur unter gewissen Bedingungen. Sie habe festgestellt, dass die Schweiz in China eher als Berg- denn als Skiland bekannt sei. «Das ist wichtig, weil sich die dominierende Gruppe der Han-Chinesen, die im Tiefland lebt, vor den Bergen grundsätzlich fürchtet. Wir müssen deshalb Dinge wie Erreichbarkeit, Sicherheit und Buchbarkeit stärker vermitteln.» Als typische Skidestinationen in Übersee betrachteten die Chinesen vorab Japan,

Australien, Neuseeland und Nordamerika.

Eine zweite Bedingung für mehr Wachstum aus Fernost sind die Transportkapazitäten. Der Aviatikexperte Andreas Wittmer von der Universität St. Gallen sagt, dass die Direktverbindungen zwischen der Schweiz und China gut ausgelastet seien. «Im Januar, Februar und November bestehen Kapazitäten, aber wohl nicht für die grosse Masse», meint er.

Fortsetzung auf Seite 13

Incoming-Märkte Schweiz an dritter Stelle



Österreich und Frankreich empfangen deutlich mehr ausländische Schneesportler als die Schweiz.

Quelle: Laurent Vanat/Gratik: Ahmad Dashti

Mehrere Bedingungen für mehr Wachstum aus China

Haller meint, dass bis zu 30 Prozent Gäste, die sich von einem chinesischen Skilehrer instruieren liessen, drei bis sieben Tage in der Destination blieben. «Ich kann mir deshalb gut vorstellen, dass Chinesen, die auf einer Europatour neben Sightseeing und Shopping auch Skifahren im Programm haben, mehr als zwei Tage in den Alpen verweilen», sagt sie.

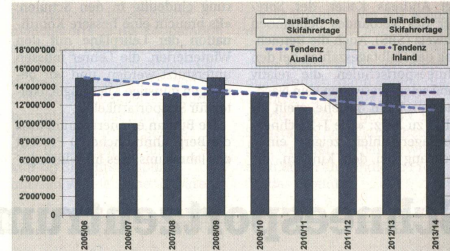
Die absoluten Zahlen sind noch sehr bescheiden. Schweiz Tourismus schätzt, dass rund 490 Chinesen

«Im Winter gibt es das Potenzial, dass Chinesen länger als zwei Tage bleiben.»

Barbara Haller Rupp
Tourismusforscherin HTW Chur.

lernen», sagt die Forscherin. Die Lehren könnten in anderen Märkten angewendet werden, etwa im schneesportaffinen Korea. Bei einer stabilen Entwicklung sei so mittelfristig eine spürbare Menge ostasiatischer Skifahrer möglich.

Binnennachfrage In der Tendenz stabil



In der Schweiz sind die inländischen Skifahrertage im Gegensatz zu den ausländischen tendenziell stabil.

Quelle: L. Vanat/Gratik: A. Dashti

KOPAS-Ausbildung

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in Hotellerie und Gastgewerbe

www.hotellerieuisse.ch
weiterbildung
Telefon 031 370 43 01

BOMMER + PARTNER
TREUHANDGESELLSCHAFT
Bern

«Treuhand aus Leidenschaft ... für unsere Kunden»

www.bommer-partner.ch

Treuhandspezialisten für Hotellerie und Gastgewerbe

DIALOCK.

DAS ELEKTRONISCHE SCHLÜSSSYSTEM WIRD BESONDERS GELOBT FÜR:

- optimale Funktionalität
- berührungsfreies Öffnen
- exzellenten Komfort
- perfekte Organisation
- hohe Sicherheit
- gehobenes Türdesign

Häfele Schweiz AG
Dammstrasse 29
CH-8280 Kreuzlingen
www.haefele.ch

swiss hospitality solutions

Ihr Partner!
für Yield- und Revenue Management

«Offensive» in der Schweiz läuft an

Eine Bündner Studie stellt sich leicht quer zum Krisendiskurs über den Schweizer Schneesport und erntet dafür Widerspruch. Derweil läuft die «Schneesport-offensive» an.

GREGOR WASER

Eine letzte Woche publizierte Analyse des Wirtschaftsforums Graubünden zeichnet nicht das gängige Bild vom darbenenden Schneesport in der Schweiz. Zwar habe die Anzahl Skifahrertage in den letzten zwölf Jahren um 18 Prozent abgenommen, schreiben die Autoren der Studie «Aussichten für das alpine Schneesportgeschäft in Graubünden». Aber die Anzahl Skifahrer sei stabil geblieben. «Aufgrund verschiedener Indikatoren glauben wir, dass bei der Gesamtanzahl Skifahrer eine gewisse Stabilität angenommen werden kann», bekräftigt Peder Plaz, Geschäftsführer des Wirtschaftsforums Graubünden und Mitverfasser der Studie, gegenüber der htr hotel revue. Der Rückgang der effektiven Nachfrage liege daran, dass Skifahrer im Schnitt nur noch an fünf statt an sechs Tagen auf den Brettern stünden oder ins Ausland auswichen.

Weniger effektive Nachfrage trotz stabiler Anzahl Skifahrer

Plaz' Aussagen bleiben nicht ohne Widerspruch. «Bei der Methodik der Studie setzen wir gewisse Fragezeichen. Snowboarder auszuklammern, ist ein Fehler», sagt Andreas Keller, der Sprecher des Verbandes Seilbahnen Schweiz (SBS). Auch die Betrachtung der Halbtageszahlen bei den Schneesportschulen, die relativ stabil seien, weswegen kein Nachwuchsproblem bestehe, greift für Keller zu kurz: «Die J+S-Schneesportlager-Zahlen zeigen einen Rückgang bei den Kindern, die

mit dem Schnee in Kontakt kommen. Die Ersteintrittszahlen gehen zurück. Unser Bemühen bleibt deshalb gross, bei den Jungen Gegensteuer zu geben.»

Einigen «wichtigen Erkenntnissen» der Studie stimmt Keller aber zu: «Zum Beispiel jener, dass der Gast heute durchschnittlich weniger Tage Skifahren geht als früher. Wenn es der Tourismusbranche gelingt, nur schon diesen Verhaltenstrend zu korrigieren, ist schon einiges erreicht.»

Auf die vermeintlich stabile Anzahl Schneesportler angesprochen, sagt Christoph Lauener, der Sprecher des Bundesamtes für Sport (Baspo): «Wir sehen das übers Ganze gesehen nicht so positiv. Aber wir betreiben keine Forschung, und ich kann über die künftige Nachfrage nichts sagen. Aber der jüngste Rückgang bei den Logiernächten und der Trend bei den Schneesportlagern ist offensichtlich. Dieser Entwicklung müssen wir etwas da-gegenzusetzen.» Tatsächlich ist die Zahl der Skilager innerhalb von fünf Jahren um 26 Prozent von 2700 auf 2000 abgesackt.

Es ist ein erklärtes Ziel der sogenannten Schneesportoffensive, die von verschiedenen Schneesportbranchen, den Kantonen sowie dem Baspo und dem Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) getragen wird, diesen Abwärtstrend zu brechen. Der Initiator der «Offensive», CVP-Nationalrat und SBS-Präsident Dominique de Buman, sieht deshalb den Schwerpunkt in der Nachwuchsförderung eindeutig in den Schulen: «Es braucht eine bessere Koordination der Lehrpläne mit den Winterferien, die Lehrer müssen unterstützt werden, und wir benötigen günstige Mietmöglichkeiten für Skisportartikel.»

De Buman erinnert daran, dass die Bergbahnbranche 80 Prozent des Jahresumsatzes im Winter ge-

neriere und die meisten Gäste Einheimische seien. «Wir müssen unbedingt die Rahmenbedingungen fördern, insbesondere für den Nachwuchs, da ist in den letzten Jahren vieles vernachlässigt worden», kritisiert er.

In den Schulen oder bei den Familien ansetzen?

Tatsächlich gibt es einen ganzen Strauss an Gründen, weshalb zum Beispiel Schulen immer weniger Schneesportlager durchführen: das fehlende Interesse der Schüler, knappe finanzielle Mittel und fehlende Leiter, Überlegungen bezüglich Risiken und Verant-

wortung. Vorbei sind auch jene Zeiten, als viele Gemeinden im Mittelland im Alpenraum noch ein eigenes Skihaus besaßen. Viele haben sich aus finanziellen Gründen davon getrennt.

Für Peder Plaz vom Wirtschaftsforum Graubünden sind die Schulen aber ohnehin nicht die entscheidende Stelle, wo es bei der Nach-

wuchsförderung anzusetzen gilt: «Entscheidend, ob der Anteil beim Nachwuchs stabil bleibt oder sogar wachsen kann, ist die Familie. Wir müssen es den Familien so einfach wie möglich machen, die Kinder auf die Ski zu bringen. Dabei spielen die Schneesport-Schulen heute schon eine wichtige Rolle, und wir glauben, dass hier noch Optimierungspotenzial vorhanden ist.»

Ab Anfang 2015 hat die «Offensive» eine Geschäftsstelle

Solchen Bestrebungen steht ein demografisches Hindernis im Wege: In weiten Kreisen der Bevölkerung ist Schneesport kaum ein Thema. Das bringt nicht zuletzt ein vergleichender Blick auf die Namen der Fussball- und Ski-Nationalmannschaft zum Ausdruck.

Dessen ungeachtet sind erste Massnahmen ergriffen worden.



«Bei der Gesamtzahl der Skifahrer kann eine gewisse Stabilität angenommen werden.»

Peder Plaz
GF Wirtschaftsforum Graubünden



Nachwuchsförderung (im Bild eine Skischulklasse in Lenzerheide) ist in der Diskussion um die Zukunft des Schneesports in der Schweiz ein Zauberwort.

swiss-image/Christof Sonderegger



«Die Nachwuchsförderung muss bei den öffentlichen Schulen ansetzen.»

Dominique de Buman
Nationalrat, Seilbahnen-Präsident

Bereits im dritten Jahr steht zum Beispiel die Kampagne «Teen Camp». Mit dieser will der Seilbahnverband jene Jugendlichen ansprechen, die noch nie auf der Piste gestanden sind. In Zusammenarbeit mit lokalen Bergbahnen und Partnern sowie dem Seco-Förderprogramm Innoutour schnürt er günstige Packages inklusive Transport, Übernachtung und 5-Tages-Skipass. Die Kosten betragen 170 bis 350 Franken pro

Person. Die Resonanz wächst: 7 Lager mit 350 Personen waren es im ersten Jahr, 18 Lager mit 750 Personen im zweiten, 62 Lager mit 2900 Personen im letzten Winter. «Mit dieser Entwicklung sind wir sehr zufrieden», sagt SBS-Sprecher Andreas Keller.

Auch die Schneesportoffensive, in deren Rahmen erstmals alle relevanten Akteure an einem Strick ziehen, gelangt in die Phase der Umsetzung. Am 1. Januar wird die Geschäftsstelle am Domizil des Schweizer Tourismusverbandes eröffnet. Deren Leiter wird der Marketing- und Tourismusspezialist Ole Rauch sein.

«Die Geschäftsstelle wird eine koordinierende Funktion einnehmen», erklärt Baspo-Sprecher Christoph Lauener, «es wird zunächst darum gehen, die Plattform aufzubauen und eine Stelle zu schaffen, wo zum Beispiel Lehrer einfach und schnell Schneesporthilfen finden und buchen können.» Nach zwei ersten Workshops gibt es laut Lauener viele Ideen, deren Durchführung bisher auch an der fehlenden Koordination gescheitert sei.

Eine weitere gute Nachricht bezüglich der Förderung von Schullagern ist, dass der Bundesrat die Voraussetzung geschaffen hat, die J+S-Unterstützungsbeiträge auf den Winter 2015/16 hin zu verdoppeln. Je nach vorhandener Nachfrage und finanziellen Möglichkeiten kann der Beitrag pro Person und Tag von 8 auf 16 Franken erhöht werden.

Schneesportzentrum Entscheid am Freitag

Am Freitag werde der Bundesrat den Standortentscheid für das geplante nationale Schneesportzentrum fällen, sagt Nationalrat und Seilbahnen-Präsident Dominique de Buman. Im Ausschiedungsrennen sind noch vier Kandidaturen: Lenzerheide (GR), Andermatt (UR), Engelberg (OW) und Fiesch (VS). Andermatt und Lenzerheide werden die grössten Chancen eingeräumt.

Im Raum steht auch eine Aufteilung auf drei Standorte, die zumindest bezüglich der Erreichbarkeit Sinn machen würde. De Buman hatte einen entsprechenden Vorstoss eingereicht, der vom Bundesrat abgelehnt worden war. Der Nationalrat hat ihn im Juni aber angenommen. Nun kommt der Vorstoss in den Ständerat, dessen vorberatende Kommis-

sion ihn Anfang November abgelehnt hat, mit der Begründung, die Forderungen beträfen über weite Strecken kantonale oder kommunale Zuständigkeiten.

Auch die Kandidaten wollen von einer Lösung mit mehreren Standorten nichts wissen. Sie wollen das Schneesportzentrum, das sowohl dem Breiten- wie dem Spitzensport dienen und rund 60 000 Übernachtungen pro Jahr generieren soll, lieber ganz für sich haben.

Laut de Buman ist Lenzerheide «gut aufgestellt, aber geografisch eher Richtung Ostschweiz ausgerichtet». Für die Romandie wäre Fiesch naheliegender, weshalb auch zwei Standorte denkbar seien – «vorausgesetzt, es ergäben sich nicht allzu viele Doppelspurigkeiten», sagt der Freiburger Nationalrat.



Lenzerheide gilt zusammen mit Andermatt als Favorit im Rennen um das eidgenössische Schneesportzentrum.

278

Reto Gurtner, der Chef der Weissen Arena in Laax, liefert Wissen nach China und erhofft sich im Gegenzug Gäste. Zunächst aber will er Zürichs Jeunesse dorée zurückerobern.

ALEX GERTSCHEN

Reto Gurtner, vor knapp einem Jahr haben Sie eine Kooperation mit dem chinesischen Skigebiet «Secret Garden» vereinbart. Warum?

Die Genting-Gruppe hat bisher gegen 800 Mio. Franken in ein neues Skigebiet 100 Kilometer nordwestlich von Peking investiert. Nun soll das Skigebiet ausgebaut werden, damit knapp 20 000 Personen pro Tag fahren können. Dabei will die Genting-Gruppe von unserem Know-how profitieren. Unter anderem kopiert sie unser «Riders Palace» und «rocks-resort» fast eins zu eins – aber mit dem Faktor zehn! Auch beim Aufbau der Freestyle-Infrastruktur helfen wir mit.

Was erhalten Sie zurück?

Eine Homebase in China. Allein im nahen Grossraum Peking leben 40 Mio. Menschen! Und alle atmen schlechte Luft. 53 Prozent der Kunden im «Secret Garden» sind Snowboarder. Als Destination, die in Europa beim Snowboarden im Bereich Freestyle die Nummer 1 ist und bleiben will, bedeutet all dies für uns ein grosses Potenzial. Und denken Sie ans CRM (Kundenbeziehungsmanagement, Anm. d. Red.)! Die Genting-Gruppe hat eine unglaubliche Datenbank...

Das müssen Sie erklären.

Die Genting-Gruppe betreibt in Ost- und Südostasien Ferienanlagen, Kreuzfahrtunternehmen, Casinos und anderes. Über das zentrale CRM der Gruppe erreichen wir eine potenziell sehr grosse Kundenschaft. Man kann den Markt Asien über eigene Vertreter vor Ort und Touroperators bearbeiten, wie es Schweiz Tourismus, Davos-Klosters oder St. Moritz machen. Wir haben uns für diese Kooperation mit Genting entschieden.

Wie ist der Kontakt zustande gekommen?

Ein Vertreter der Familie Lim, die die Genting-Gruppe kontrolliert, war im Januar 2013 am WEF. Ursprünglich war er an einer Zusammenarbeit mit Davos interessiert, doch fehlte ihm dort eine zentrale An-



Skigebiet «Secret Garden» im Nordwesten von Peking: Mit dem lokalen Angebot wächst auch die Nachfrage nach Schneesport in China. Die Weisse Arena Gruppe von Reto Gurtner will davon profitieren und ist deshalb mit «Secret Garden» eine Kooperation eingegangen.

ZVG

«Das ist doch der Killer»

sprechperson. Durch einen glücklichen Zufall wurde er an mich verwiesen. Dann ging alles schnell. Im Sommer 2013 besuchte ich das Skigebiet in China, im Dezember unterschrieben wir dort den Vertrag.

Haben Sie in Laax bereits chinesische Gäste gehabt?

Ja, unter ihnen auch die ganze Familie Lim.

Wann werden sie für die Weisse Arena ein bedeutendes Gästesegment im Winter sein? Sicher ist: Die Chinesen werden aufgrund ihrer schieren Anzahl zum kritischen Faktor werden. Dazu müssen wir gar nichts beitragen.

Wann wird dem so sein: in fünf, zehn oder mehr Jahren? Das weiss ich nicht. Unsere Kooperation mit Genting ist langfristig angelegt. Der Aufbau eines Marktes dauert eine halbe Generation.

Sprechen Sie die chinesischen Gäste mit spezifischen Produkten an?

Wir machen alles à la carte für sie: holen sie mit der Limousine am Flughafen ab, stellen den Privatskilehrer bereit, buchen

einen Abend bei Andreas Caminada und so weiter.

Verrechnen Sie die üblichen Preise?

Ja. Das Produkt ist teuer, weil es viel Dienstleistung enthält. Aber der Preis ist bei diesen Gästen ohnehin sekundär. Hauptsache, das Angebot stimmt. Die Opulenz in diesen Kreisen erinnert etwas an die aristokratischen Touristen im 19. Jahrhundert...

Mit den Superreichen füllen Sie die Weisse Arena aber nicht.

Nein, das ist klar. (Steht auf, schreitet zum Flipchart und zeichnet eine Pyramide.) Sie müssen aber an der gesellschaftlichen Spitze anfangen, um dort das Image zu bilden, Testimonials zu schaffen. Danach kommen all die Wannabes, die es den Reichen und Schönen nachmachen wollen. Dabei müssen wir auch

Reto Gurtner
Gaudenz Danuser

Mut zum Preis beweisen und nicht ängstlich nach Österreich schauen! «Schweiz» wirkt in China, «Austria» weniger.

Dennoch: Eine kritische Masse an chinesischen Skitouristen scheint alleine wegen der Luftverkehrskapazitäten kaum realisierbar zu sein.



«Wollen wir auch künftig Skifahrer haben, müssen wir sie selber gebären.»

Reto Gurtner
GL-Vorsitzender Weisse Arena

Ich halte dies nicht für einen limitierenden Faktor. Das eigentliche Problem ist, dass Skifahren in der Schweiz für die Chinesen viel zu komplex sind. Man muss ihnen alles aus einer Hand anbieten, von der Ankunft bis zur Rückkehr an den Flughafen. Das Resort ist dafür wie gemacht. Nicht nur die Internationalisierung des Schneesports wird das Konzept des Resorts stärken.

Was meinen Sie damit? Skifahren ist schwierig! Und da die Eltern immer seltener das Know-how haben, um es den Kindern beizubringen, braucht es Skischulen.

Deren Bedeutung wird in den Destinationen unterschätzt, mancherorts ist die Kooperation schwierig. Dank der Integration der Ski- und Snowboardschule in die Weisse Arena können wir Schulen ein komplettes Angebot anbieten, das mit dem Abholservice in der Schule beginnt. Wollen wir auch künftig Skifahrer haben, müssen wir sie selber gebären.

Aber die Weisse Arena alleine kann die Stagnation des Schneesports nicht lösen.

Der Winter in der Schweiz ist und bleibt unter Druck, das stimmt. Dennoch bin ich zuversichtlich, sowohl für den Binnenmarkt wie für die ausländischen Märkte. Der Schneesport wächst weltweit. Von allen 2012 verkauften Ski waren 50 Prozent Carving-Ski, 30 Prozent Park-and-Pipe-Ski und 20 Prozent Freeride-Ski. Aber fast das ganze Angebot in der Schweiz ist nach wie vor auf Carving-Ski ausgerichtet, während die anderen, jüngeren Segmente andernorts bereits viel besser bedient werden. Man muss die Nische suchen.

Wie passt Skifahren als «Nationalsport» in die Nische?

Das ist ja das Problem! «Alles fährt Ski» ist doch der Killer für dieses Produkt. Wer will schon machen, was alle anderen auch tun? Der Schneesport generell muss wieder ein Lifestyle-Produkt werden, dann kommt die Jeunesse dorée aus Zürich wieder in die Berge, statt am Samstag in den Clubs abzuhängen. Und dann erhalten wir auch einen anständigen Preis für das Produkt.

Fortsetzung von Seite 11

Wittmer sieht jedoch beim Umsteigeverkehr, nicht zuletzt über die Golfregion, verfügbare Kapazitäten. Diese würden aber auch durch die Preispolitik der Airlines beeinflusst, sagt er.

Schliesslich gibt es einen dritten Vorbehalt: Sollten Chinesen je in grossen Mengen die Schweizer Pisten runtersausen, werden davon vorab die grossen und etablierten Destinationen profitieren. «Mittelfristig ist es denkbar, dass die Chinesen im Winter einen Logiernächteanteil von sechs und mehr Prozent haben werden», meint zum Beispiel der Engelderger Tourismusdirektor Frédéric Füssenheim. Damit wären sie der viertwertigste Markt. Bereits heute sorgt sie laut Füssenheim für knapp vier Prozent der Übernachtungen zwischen November

und April. «Von diesen Gästen schnallen noch sehr wenige die Ski an», sagt er. Doch habe man sie im Ort, sei es leichter, sie zum Skifahren zu bewegen. Die entstehende Freizeitkultur in China helfe dabei, meint Füssenheim.

In Engelberg schreiben die Schweden die Erfolgsgeschichte

Für die aktuelle Erfolgsgeschichte in Engelberg sind jedoch die Schweden verantwortlich. «Wir haben deren Logiernächte im Winter seit 2006 von 7000 auf 11 000 steigern können», sagt Füssenheim. Das sei bedeutsamer, als es aussieht. Sie brächten Ambiente ins Dorf, «eine gewisse Surferstimmung», zudem gäben sie im

Schnitt 190 Franken pro Tag aus – 30 mehr als die Schweizer. «Obwohl mittlerweile auch andere Destinationen Skandinavien entdeckt haben, haben wir noch Luft nach oben», meint Füssenheim.

Urs Wohler, der Direktor der Engadin Scuol Samnaun Val Müstair Tourismus AG, hat andere europäische

«Die Konkurrenz nimmt sprunghaft zu, sobald ein Skitourist ins Flugzeug sitzt.»

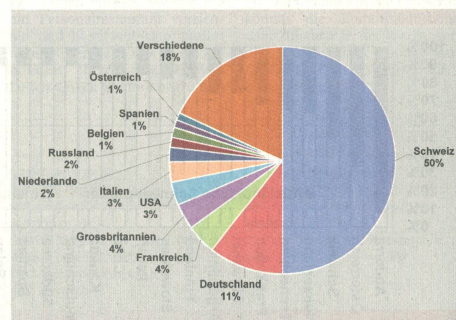
Laurent Vanat
Berater, Skitourismusexperte

der Logiernächte aus. Sie bedeuten eine kleine Diversifizierung und werden nie kompensieren können, was wir in der Schweiz

und Deutschland verloren haben.» Dasselbe gelte für Skandinavien, das auf seiner «watch list» sei. China hingegen ist für Wohler überhaupt kein Thema: «Das überlassen wir anderen.»

Füssenheim und Wohler sind sich darin einig, dass die Jagd nach Skitouristen in mehr oder weniger neuen Märkten nicht auf Kosten des eigentlichen Ziels gehen darf: die Gäste im Binnen- und im deutschen Markt zurückzugewinnen. Der Berater Laurent Vanat unterstützt diese Haltung: «Sobald ein Skitourist ins Flugzeug springt, um in die Schweiz zu kommen, nimmt die Konkurrenz sprunghaft zu. Denn dann stehen ihm ganz viele andere Ziele zur Verfügung», sagt er. Und diese Nachfrage werde von immer mehr neuen Anbietern umworben, sei sie in Osteuropa, im Kaukasus oder der Türkei.

Herkunft Die Schneesportler in der Schweiz



Bei 18 Prozent der Schneesportler in der Schweiz ist die Herkunft unklar. Die meisten von ihnen kommen wohl aus traditionellen Märkten. Asien fällt (noch) nicht ins Gewicht. Quelle: SBS/Grafik: A. Daschli

Keine Sorgen um Schneesport



Vor allem Destinationen im Westen Österreichs (im Bild: Ischgl) erfreuen sich einer steigenden Anzahl Schweizer Gäste.

zvg/Bildmontage htr

Österreichs Tourismus setzt beim Angebot und den Märkten auf Bewährtes. Die Zuversicht, dass auch künftig genügend viele Europäer dem Schneesport frönen werden, ist unbestritten.

CHARLES RITTERBAND

Das Bundesland Tirol, in Österreich neben Vorarlberg und Salzburg führend im Wintertourismus, setzt nach Angaben der Tirol Werbung weiterhin auf die klassischen Herkunftsländer wie Deutschland, USA, Grossbritannien, die Schweiz und die Benelux-Staaten. Weiteres Wachstumspotenzial ortet sie im zentral- und osteuropäischen Raum. Von dort konnte Tirol bereits in den vergangenen Jahren einen erheblichen Zuwachs an Übernachtungen registrieren.

Als aufstrebender neuer Markt wird in Tirol Brasilien angeführt – unter anderem mit dem Hinweis, dass die Flugdistanz von Rio de Janeiro in die Rocky Mountains etwa gleich sei wie jene in die Alpen. In Bezug auf die asiati-

schen Märkte ist die Rede von einem neuen «Schnee-Sightseeing»-Tourismus, der aber ein Nischenthema bleiben werde.

Osteuropäische Nachfrage dürfte «auf hohem Niveau» stagnieren

Auch laut dem Kitzbüheler Skitourismus-Forscher Günther Aigner werden künftig die Nahmärkte dominieren. Das unbestrittene Spitzenkontingent würden weiterhin die deutschen Gäste bilden – aus Tradition, wegen ihrer Wirtschaftskraft und der guten Erreichbarkeit auf der Strasse. Heute machen sie laut der Österreich Werbung 38 Prozent aller Logiernächte in den Wintermonaten aus.

Dank der kontinuierlich erhöhten Kaufkraft hat laut Aigner der Binnenmarkt deutlich zugelegt;

die österreichischen Gäste belegen mit 23 Prozent den zweiten Platz – eine Position, die sich in der Einschätzung Aigners halten oder sogar ausbauen lässt. Einen anhaltenden Aufwärtstrend kann er sich auch bei den Schweizern vorstellen. Deren früher nicht sehr grosse Zahl habe wegen des starken Frankens und des im Vergleich zur Heimat besseren Preis-Leistungs-Verhältnisses stark zugenommen.

Nach wie vor deutlich stärker als die Schweizer sind die Niederländer vertreten (8%). Osteuropa und insbesondere Russland (2%) haben laut Aigner in den letzten zwei Jahrzehnten stark zugelegt und stagnierten nunmehr «auf hohem Niveau». In den vergangenen Jahren hatte die Region die Stagnation in den traditionellen westeuropäischen Märkten zu kompensieren vermocht.

Stark rückläufig ist Italien. Die Winternachtungen aus diesem Markt sind zum Beispiel in Tirol um durchschnittlich 20 Prozent gesunken, von 346 000 auf 282 000. In einzelnen Destinationen sind die Rückgänge laut Aigner noch schärfer gewesen. Eine Erholung sei nicht zu erwarten.

Obwohl der Experte erwartet, dass die Zahl der amerikanischen Gäste dank verbesserter Wirtschaftslage weiterhin zunehmen wird, prophezeit er für die absehbare Zukunft eine Schwerpunktverlagerung von den USA Richtung Asien. Zu einer konkreten Prognose, wann und in welchem Masse China zu einem führenden Quellenmarkt im Wintertourismus werden könnte, wagt sich Aigner nicht. Aber man beginne sich schon jetzt auf die besonderen Erfordernisse der chinesischen Gäste vorzubereiten.

Skiferien im chinesischen Markt ein «reines Nischenthema»

Tatsächlich war von einem prominenten Hotelier in Lech am Arlberg zu erfahren, dass er sein Personal für den Umgang mit der chinesischen Mentalität systematisch ausbildet. Insbesondere hätten die Chinesen ein anderes Verhältnis zum Hotelpersonal als Europäer. Die Gefahr sei deshalb gross, dass ihm das Personal «reihenweise davonlaufe», wenn es sich von chinesischen Gästen brüskiert fühle.

Bei der Österreich Werbung (ÖW) wird hervorgehoben, dass



«Die traditionellen Nahmärkte werden in Österreich auch künftig dominieren.»

Günther Aigner
Skitourismusforscher

man sich künftig vermehrt bemühen werde, die Marktführerschaft in Zentral- und Osteuropa abzusichern – insbesondere angesichts der zunehmenden Konkurrenz von Skigebieten in Osteuropa und der billigen Alternative von «Sun & Beach»-Destinationen.

Die nationale Vermarktungsorganisation rechnet, wie Günther Aigner, nunmehr mit einer Abflachung der Nächtigungszuwächse aus der Schweiz. Die wichtigen Herkunftsländer Deutschland und Grossbritannien hätten in der vergangenen Saison ein Minus verzeichnet, aber seit Saisonstart gebe es aus diesen beiden Ländern deutlich positive Signale.

Angesichts der erkennbaren Tendenz, dass sich eine Minderheit von regelmässigen Skifahrern vom Wintersport abzuwenden beginnt, lanciert die ÖW eine «Wiedereinsteiger»-Kampagne in Deutschland, Grossbritannien und den Niederlanden unter dem Motto «Wieder Skifahren. Willkommen zurück!».

Skiferien im chinesischen Markt apostrophiert die ÖW als «reines Nischenthema». Das Interesse könnte allenfalls durch die Bewerbung Pekings für die Olympischen Winterspiele 2022 deutlich zunehmen. Immerhin ein punktuell Interesse registriert sie bereits heute bei Einzelreisenden und Kleingruppen.

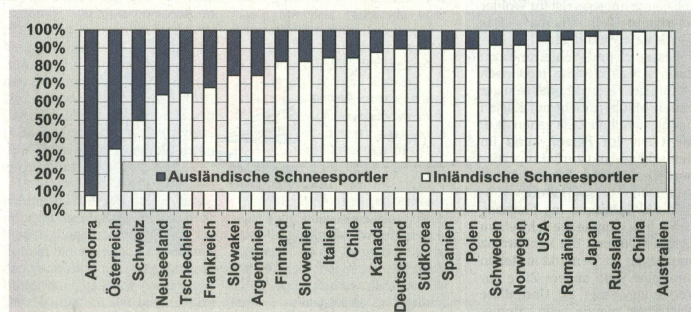
Unverändert grosse Skisport-Begeisterung unter Österreichern

Dabei geht es laut der ÖW um einen ganz spezifischen Wintertourismus, eine Kombination aus Skifahren und anderen Winteraktivitäten sowie Ausflügen in Städte oder Thermenbesuchen. Regionen und Destinationen wie Innsbruck, Zell am See oder Schladming/Dachstein (Salzburg), die im chinesischen Markt bereits Fuss gefasst hätten, könnten hier mittelfristig Potenziale abschöpfen.

Das grösste Wachstum ist und bleibt jedoch in Europa möglich. Gemäss einer von der Beratungs- und Marktforschungsfirma Manova durchgeführten Analyse gibt es auf dem Alten Kontinent ein unausgeschöpftes Potenzial von rund 40 Mio. Personen. Als «sicheres Potenzial» werden 11 Mio. bezeichnet. Hinzu kommen 29 Mio. als «erweitertes Potenzial» von Personen, die sich «vielleicht vorstellen könnten, mit Skifahren zu beginnen».

Das Potenzial im österreichischen Heimmarkt ist laut der Manova-Analyse hingegen weitgehend ausgeschöpft. Mehr als jeder zweite Einheimische sei Skifahrer, bei den unter 14-Jährigen seien es gar zwei Drittel. Im Gegensatz zur Schweiz gibt es hierzulande also keinen Krisendiskurs über den Schneesport-Tourismus.

Anteile ausländischer Schneesportler Andorra an der Spitze



Unter den Incoming-Märkten haben nur Andorra und Österreich einen grösseren Anteil an ausländischen Schneesportlern als die Schweiz. Quelle: International Report on Snow and Mountain Tourism 2014/Grafik: Ahmad Dashti

Zuversicht treibt Investitionen

Die österreichischen Nachbarn zeigen sich weiterhin optimistisch, was den Wintersport betrifft. Dass viele Skigebiete in geringeren Höhen liegen als die schweizerischen, was sich grundsätzlich negativ auf ihre Schneesicherheit auswirkt, entmutigt sie keineswegs. Dies wird schon durch die Tatsache belegt, dass die Seilbahnen im laufenden Jahr insgesamt mehr als 500 Mio. Euro in die Infrastruktur investiert haben.

Die flächendeckende Errichtung von Beschneidungsanlagen ist laut dem Skitourismus-Experten Günther Aigner inzwischen in sämtlichen Wintersportorten abgeschlossen. Er weist – entgegen

der landläufigen Meinung – darauf hin, dass die Klimaerwärmung in den alpinen Skigebieten keine Auswirkungen gezeigt habe, im Gegenteil: In den vergangenen drei Jahrzehnten seien die Temperaturen in den Wintermonaten (nur in diesen!) in den Berglagen um ein Grad gefallen.

Immer mehr alternative Angebote zur Skipiste

Nicht wegen des Klimawandels, sondern wegen der gewandelten Präferenzen und Verhaltensweisen einer steigenden Anzahl Wintertouristen, werden in den grösseren Hotels zunehmend Alternativen zur Skipiste angeboten. Immer mehr Gäste neigen

dazu, statt von Liftöffnung bis Liftschluss die Pisten hinunterzurasen, Wellness- und andere Angebote zu beanspruchen, ist in Hotelierskreisen zu hören. Österreichs 4- und 5-Sterne-Hotels haben in den vergangenen Jahren ihre Wellnessbereiche deshalb massiv ausgebaut und überbieten sich mit originellen, ausgefallenen und bisweilen etwas exzessiven amnuten Angeboten.

Die Wintersportorte selbst besitzen sich vermehrt auf die Zeiten vor dem Massen-Skitourismus. Sie locken die Gäste in Boutiquen, Bars und Cafés und verweisen, wie namentlich Kitzbühel, auf die Vielzahl historischer Sehenswürdigkeiten. cer



Die Schweizer Reisekasse bringt die erste Prepaid-Lunch-Card auf den Markt. Schweizer Lunch-Check plant eine solche Karte fürs kommende Jahr.

Personalverpflegung wird noch bargeldloser

**Physische Geldmittel
ade: «Schweizer
Lunch-Check»
kommt 2015 mit
einer Lunch-Card,
Reka lancierte am
Montag eine eigene.
Die Zukunft gehört
jedoch der App.**

GUDRUN SCHLENCZEK

Unternehmen, welche über kein eigenes Personalrestaurant verfügen und ihren Mitarbeitenden trotzdem die Verpflegung subventionieren wollen, haben die Möglichkeit, dies über die sogenannten Lunch-Checks zu tun. Mehr oder weniger über dieses alternative Zahlungsmittel hat in der

**«Das System
haben wir mit der
Reka-Card schon.
Wir müssen es nur
anders nützen.»**

Roger Seifritz
Direktor Schweizer Reisekasse Reka

Deutschschweiz die Genossenschaft Schweizer Lunch-Check. Die gedruckten Coupons werden vom Arbeitgeber an den Mitarbeiter abgegeben, dieser kann sie dann bei der Konsumation im Restaurant einlösen und so vergünstigt speisen. Ein aufwendiges Verfahren: für die Firmen, welche die Essbons an die Mitarbeitenden verteilen, für die Restaurants, welche sie an Lunch-Check zum Ab-

rechnen schicken, für die Mitarbeitenden, welche häufig ein bargeldloses Zahlen im Personalrestaurant gewohnt sind.

Doch die Tage für die seit über 50 Jahren bestehende Lunch-Währung sind gezählt. Bei der Genossenschaft in Zürich hat man von dem aufwendigen Handling, welches mit den Zahlungscoupons verbunden ist, ge-

nug: 2015 will der Anbieter eine mit Boncard entwickelte Prepaid-Lunch-Card einführen. Dafür führt Lunch-Check für jeden Mitarbeiter der heute 600 Firmenkunden ein Konto – personalisiert oder anonym –, auf das der Arbeitgeber den gewählten Subventionsbeitrag gutschreibt. Der Mitarbeiter zahlt im Restaurant mit der neuen Karte am Kreditkartenterminal.

**Lunch-Check-Restaurants fehlen
die Terminals zum Abrechnen**

Ab Mitte kommenden Jahres will Lunch-Check-CEO Thomas Recher mit den ersten Kunden starten. «Wir wären eigentlich schon jetzt bereit, aber wir haben

noch zu viele Mitgliedsrestaurants, welche über kein Kreditkartenterminal verfügen.» 95 Prozent der 5000 Restaurants sollten die neue Ess-Kreditkarte akzeptieren können, so das Ziel. Entsprechende Bemühungen laufen. Solche sind auch notwendig, sieht sich Lunch-Check doch seit dieser Woche mit einem namhaften Mitbewerber konfrontiert. Die Schweizer Reisekasse Reka will die Personalverpflegung als neues Geschäftsfeld aufbauen. Das Prinzip ist das gleiche wie bei Lunch-Check, nur setzt Reka von Anfang an auf ein Kartensystem. Auch Reka bietet interessierten Firmen einen Vollservice und führt ein Konto pro Mitarbeiter.

**Reka will diversifizieren und
äussert ehrgeizige Umsatzziele**

Letzten Montag lancierte die Schweizer Reisekasse die «Reka-Lunch-Card» als erste Schweizer Prepaid-Karte für die Mitarbeiterverpflegung. Doch was hat eine Reisekasse mit Personalverpflegung zu tun? Für Reka-Direktor Roger Seifritz ist das Engagement eine Frage der Diversifizierung, basierend auf der vorhandenen Kompetenz. «Das System haben wir mit der Reka-Card bereits. Wir müssen es nur noch anders nüt-

zen.» Auch die Essenssubventionen sind, wie die Reka-Währung, eine Lohnnebenleistung, welche bis zu einem gewissen Grad nicht sozialversicherungspflichtig ist.

Reka hat aber nicht nur das System im Haus, sondern auch die nötigen Firmenkunden im

Portfolio. 4100 Unternehmen geben heute Reka-Geld an ihre Mitarbeiter ab. Nicht alle Geschäftspartner sind zwar wohl potenzielle Reka-Lunch-Card-Kunden.

Wer ein eigenes Mitarbeiterrestaurant führt, möchte vielleicht nicht, dass der Mitarbeiter bei Dritten verbilligt essen geht. Doch zum einen wollen immer mehr Mitarbeiter

selbst bestimmen können, wo sie essen, zum anderen nimmt die Zahl jener Firmen, welche auf ein Personalrestaurant verzichten und lieber subjektorientiert unterstützen, zu. Das stellt zumindest Thomas Recher von Lunch-Check fest und begründet

damit das stattliche Umsatzwachstum des Anbieters von 10 Prozent im letzten Jahr.

Die Reka-Lunch-Karte soll jedoch sowohl als Zahlungsmittel im Personal- als auch im öffentlichen Restaurant fungieren. Beim Pilot, der Flughafen Zürich AG, ist dies auch der Fall. Die dortige Betriebsrestaurantbetreiberin SV-Group (ab Januar 2015) konstatiert in ihren übrigen Personalrestaurants allerdings kaum eine Zahlung mit dem heutigen Lunch-Check.

Seifritz erhofft sich mit der Reka-Lunch-Card einen Wachstumsschub. Potenzial für die Reka habe die neue Karte vor allem deshalb, weil die Summe, welche seitens Arbeitgeber pro Mitarbeiter für vergünstigtes Essen gesprochen wird, im Durchschnitt dreimal höher ausfällt (3000 Fr.) als für Reka-Checks (1000 Fr.). «Wir brauchen also ein Drittel der Endkunden, um auf gleiche Volumen zu kommen.» Die Umsatzziele sind ehrgeizig: Bereits nach dem zweiten Jahr sollen über die Reka-Lunch-Card 20 Mio. Franken pro Jahr erwirtschaftet werden. Das wäre mehr als 20 Prozent von dem, was heute Schweizer Lunch-Check jährlich erzielt.

Der heutige Leader in Sachen Essensbons muss sich also warm anziehen. Mit einem Reka-Geld-Umsatz von 665 Mio. Franken im 2013 und 2 Millionen Kunden, welche das Geld nützen – bei Lunch-Check sind es knapp 60 000 Arbeitnehmer – gleicht es einem Messen von David mit Goliath.

**Kommissionsdruck könnte der App
Vorschub leisten**

Doch Schweizer Lunch-Check hat schon den nächsten Coup im Köcher. Die Zukunft der Bezahlung liege in der App, ist Recher überzeugt: «Der Schritt weg von der Karte ist bei uns schon in Planung.» Bereits Projektreife hat die App-Abrechnung in der Personalverpflegung bei der SV Group erreicht. Derzeit werden ausgesuchte Restaurants entsprechend ausgerüstet. Die SV-App basiert auf dem gleichen System wie die Software Mobino des Web-Pioniers Jean-François Groff.

Nicht nur, dass damit die ebenfalls – physische Karte überflüssig wird. Positiv könnte sich das auch auf die Kommissions-

gebühren auswirken. Bei Lunch-Check zahlt ein Restaurant heute 1,5 Prozent vom Umsatz, mit der neuen Karte soll die Kommission aufgrund des weniger aufwendigen Handlings möglichst tiefer ausfallen. Und mit einer App könnte sie möglicherweise noch tiefer liegen.

Für die Reka-Lunch-Card steht die Kommission noch nicht fest. Klar, so Seifritz, sei diese unter den 3 Prozent fürs Reka-Geld liegen soll. Für die Restaurants auf jeden Fall könnte die Kommissionshöhe zum Zünglein an der Waage werden, für welchen Lunch-Card-Anbieter sie sich schlussendlich entscheiden.



**«Der Schritt
weg von der
Karte ist bei
uns schon in
Planung.»**

Thomas Recher
CEO Schweizer Lunch-Check

impressum

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Ressortleitung:

aktuell: Daniel Stampfli/dst

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

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb,
Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/tl,
Gudrun Schlenczek/gsg
Grafik und Produktion: Carla Barron-Secco/cbs,
Roland Gerber/rg, Biljana Mitrovic/bmi
(Praktikantin)

Korrektur: Paul Le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung, abw.),
Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Alesch/hpa
Praktikum: Ahmad Daschti/ad
Koordination: Daniel Stein

Verlag

Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hanni
Stelleninserate: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Ahmad Daschti/ad
Geschäftsanzeigen: Nino Bianchi;
Michael Müller

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

Kontakte

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

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

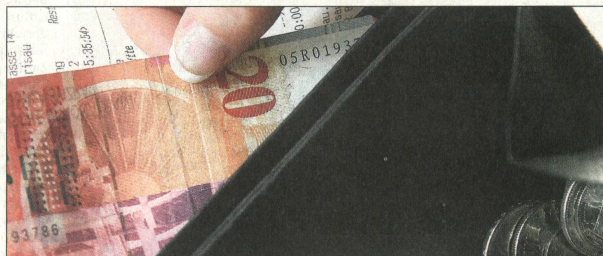
Für unverlangt eingesandte Manuskripte und
Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.
Nous déclinons toute responsabilité pour les
documents envoyés sans concertation préalable.

Die Expertin weiss Rat

Fehlbetrag im Portemonnaie



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



Ein Service-Portemonnaie pro Mitarbeiter verhindert bei Fehlbeträgen die Unsicherheit, wer dafür zur Verantwortung gezogen werden kann.

Alain D. Bollat

Frage: In unserem Service-Portemonnaie fehlt ein grösserer Betrag. Es haben drei Personen mit dem gleichen Portemonnaie eingekassiert. Keiner kann sich erklären, wie es zum Minusbetrag gekommen ist. Darf ich jedem Beteiligten anteilmässig den Betrag vom Lohn abziehen, damit der Schaden gedeckt ist?

Antwort: Nein. Der Arbeitgeber darf in diesem Fall den Fehlbetrag nicht vom Lohn abziehen. Es ist die Aufgabe des Arbeitgebers, die Gefahr eines Verlustes mit geeigneten Massnahmen so klein wie möglich zu halten (z. B. mit einem Portemonnaie pro Mitarbeiter; damit lassen sich Fehler leichter zuordnen). Das Restrisiko muss vom Arbeitgeber getragen werden. Sofern nicht bewiesen werden kann, welchem Mitarbeitenden das Verschulden zugeordnet werden kann, darf nicht die

ganze Belegschaft zur Rechenschaft gezogen werden. Der Arbeitgeber müsste in Erfahrung bringen, welche Person für das Kassenmanko verantwortlich ist. Nur dann kann die fehlerhafte Person verantwortlich gemacht werden. Stiehlt ein Mitarbeiter, haftet er voll. Bei Fehlern hingegen kommt es auf die Schwere des Verschuldens an: Bei leichter Fahrlässigkeit besteht geringe Haftung, bei mittlerer eingeschränkte und bei grober volle Haftung.

Obligatorischer Pausenraum?

Frage: In meinem Kleinbetrieb haben die Mitarbeitenden keinen Pausen- oder Ruheraum zur Verfügung. Gibt es eine Pflicht, dass ich einen solchen Raum anbieten muss?

Antwort: Ein Pausenraum muss nur dann zur Verfügung gestellt werden, wenn dazu ein besonderes Bedürfnis besteht: etwa bei Nacht- oder Piktendienst. Ruhegelegenheiten sind hingegen Pflicht, wenn Schwangere oder stillende Mütter beschäftigt werden (Artikel 33 und 34 ArGV 3).

Wo essen die Mitarbeiter?

Frage: Muss ich meinen Mitarbeitenden Mahlzeiten anbieten, obwohl ich ein Hotel Garni führe und somit keine Küche zur Verfügung habe?

Antwort: Der Arbeitgeber muss seinen Mitarbeitenden eine Pause in der Mitte der Arbeitszeit gewähren, damit sie sich verpflegen können. Wie sie dies tun, ist jedoch deren Privatsache. Nur wenn jemand, wie beispielsweise der Nachtportier, seinen Arbeitsplatz nicht verlassen darf oder kann, muss der Arbeitgeber für Verpflegung sorgen.

Wann ist Nebenerwerb erlaubt?

Frage: Ich habe erfahren, dass verschiedene Mitarbeitende neben der Vollzeit-anstellung in unserem Betrieb zusätzlich einem Nebenerwerb nachgehen. Ist dies gestattet? Ich habe nämlich gemerkt, dass einige von ihnen vermehrt müde zur Arbeit erscheinen und unkonzentriert sind.

Antwort: Sofern im Arbeitsvertrag oder in einem Betriebsreglement nichts anderes vereinbart ist, ist Nebenerwerb grundsätzlich erlaubt, sofern die Treuepflicht (OR

Art. 321a) gegenüber dem Arbeitgeber nicht verletzt wird. Eine Verletzung der Treuepflicht ist in folgenden Beispielen gegeben:

- Wenn der Arbeitnehmende den Arbeitgeber durch entgeltliche Arbeit konkurrenziert (Betrieb hat z. B. einen überschneidenden Kundenkreis).

- Wenn das Ansehen des Betriebs in Mitleidenschaft gezogen wird.

- Wenn das Ausmass der Nebenerwerbstätigkeit die Leistungsfähigkeit des Arbeitnehmenden so fest herabsetzt, dass die Erfüllung des Arbeitsvertrages beeinträchtigt wird (z. B. wegen Nichteinhaltens der Ruhezeiten).

Gemäss Ihren Schilderungen erscheinen einige der Mitarbeitenden aufgrund des Nebenerwerbs müde zur Arbeit und können nicht mehr die verlangte Arbeitsleistung erbringen. Wir empfehlen Ihnen, dies mit den Betroffenen zu diskutieren, um eine Lösung zu finden, welche für beide Parteien zufriedenstellend ist. Andernfalls müsste der Arbeitnehmer den Nebenerwerb aufgeben.

Haben Sie Fragen an Annette Rupp?

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

E-Mail: rechtsberatung@hotelleriesuisse.ch

ANZEIGE

Talente für die Hotellerie



Machen Sie Karriere in der Hotelbranche



Informationen zur Berufs- und Weiterbildung in der Hotellerie
finden Sie unter www.hotelleriesuisse.ch/bildung

hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Kochkünstler für 17 Gäste

Köpfe 2014
Gault Millau's
«Entdeckung des
Jahres 2015»: Cornelius Speinle überzeugt im thurgauischen Schlattingen mit eigenwilligen Kreationen.

FRANZISKA EGLI

Cornelius Speinle, auf Ihrer Homepage findet man anstelle eines Menüs den Satz: «Unsere einzigartige Menükarte wird Ihre Sinne herausfordern.» Das müssen Sie erklären! Unsere Speisekarte ist ein hölzerner Kasten mit sieben Kästchen. In jedem von ihnen findet man einen Hinweis zu den einzelnen Gängen – etwas zum Lesen, Erstarren, Knabbern, Hören. So werden die Gäste multisensorisch ins Menü eingeführt.

Könnte Gault Millau das mit seinem Lob «eigenwilliger Stil» und «eigene Regeln» gemeint haben, als er Sie zur «Entdeckung des Jahres in der Deutschschweiz» erkoren hat? Gut möglich (lacht). Selbstverständlich passen wir uns an, wenn ein Gast etwas explizit nicht mag oder Allergiker ist. Ansonsten aber ist es schon so: Wir verraten im Vorfeld möglichst wenig über unser Menü. So können wir frisch und frei kreieren und dem Gast unter Umständen gar Zutaten oder Zubereitungsarten näher bringen, mit denen er vielleicht nicht so vertraut ist und die er



Die deutschschweizer «Entdeckung des Jahres 2015» und seine Frau führen das Lokal gemeinsam: Cornelius & Kirstin Speinle. Bilder zvg

– hätte er eine herkömmliche Speisekarte – auch nicht wählen würde.

Zum Beispiel?

Würden wir Taube oder Schweinebauch namentlich erwähnen, bin ich mir sicher: 80 Prozent der Gäste würden sich nicht an diese Gerichte wagen. Anders mit dem Überraschungsmenü: So lässt man sich bewusst auf viel Neues ein. Dieses Konzept ist in der gehobenen Gastronomie zwar nichts Neues, bei uns im «Dreizehn Sinne» liegt aber auch nichts anderes drin: Unsere Küche ist sehr klein, unsere Gaststube bietet Platz für maximal 17 Gästen, und wir sind zu dritt – ich, meine Frau sowie mein Küchenpartner Alexander Högner.

17 Plätze, wie rechnet sich das?
Im Gegensatz zu à la carte ermöglicht uns das Menü eine sehr genaue Kalkulation. Zudem ist unser Pro-Kopf-Einkommen höher. Ein weiterer Vorteil dieses Ein-Menü-Konzepts: Ich kann

Ein Kasten mit sieben Kästchen als Speisekarte.

Zur Person Junger Ostschweizer mit beachtlichem CV

Er kocht mit 15 Gault-Millau-Punkten und neu mit Michelin-Stern (siehe auch Seite 20) – das passt zum beachtlichen CV des 28-jährigen Cornelius Speinle. Nach seiner Kochlehre im Theaterrestaurant in Schaffhausen war er bei Klaus Erford in Saarbrücken, Sven Elverfeld in Wolfsburg, Andre Chiang in Singapur und Heston Blumenthal in London. Mit der Übernahme des Restaurants mit dem speziellen Namen «Dreizehn Sinne im Huuswurz» in Schlattingen (TG) letztes Jahr kehrte der Ostschweizer quasi nach Hause zurück. fee

www.dreizehnsinne.ch

absolute Frische garantieren. Was ich heute bestelle, wird umgehend verarbeitet.

Der Name des Restaurants ist Programm: Sie setzen auf 13 Elemente wie warm, kalt, salzig, Aroma, Öl, Gehör, Konsistenz. Was hat es damit auf sich?

Dabei geht es mir um das Multisensorische. Ich möchte mit meinen Kreationen die Gäste auch zum Nachdenken und Diskutieren anregen.

Wie zum Beispiel mit einem Siebnerlei von der Zwiebel?
Genau. Ein früheres Menü beinhaltete dieses Siebnerlei bestehend aus Zwiebel-Chips, Zwiebel-Gel, Zwiebel-Crème, in Portwein eingelegten Zwiebeln... Wir wollten aufzeigen, wie vielfältig ein so einfaches Produkt vom Bauern nebenan zubereitet werden kann.

Kommt jedes der 13 Elemente im Menü vor?

Nicht zwingend. Es sind eher Themen, die beim Entwickeln und Kreieren des Menüs eine Rolle spielen – die wir dann dem Gast beim Servieren wiederum erläutern können. Nehmen wir zum Beispiel ein flambiertes Sorbet: Da servieren wir ein Gericht, das normalerweise kalt an den Tisch kommt, warm. Oder das Thema Konsistenz: Ich kann Kartoffeln in Gänseeschmalz oder aber in normalem Öl konfieren, Fisch in Olivenöl, Butter oder Mandelöl zubereiten, und das Resultat ist jeweils völlig anderes. Das fasziniert mich, und daran möchte ich den Gast teilhaben lassen. Wenn ich nur schon die Hälfte meiner Gäste für solche Ideen begeistern kann, bin ich glücklich.

Und wie kommt so ein Konzept in einem so kleinen Ort wie Schlattingen an?

Das war zu Beginn in der Tat nicht ganz einfach, zumal das kleine, feine Restaurant unter unseren Vorgängern Dora und Fredy Herzog und noch unter dem Namen «Huuswurz» weit herum bekannt und beliebt war. Mit zur Bekanntheit des neuen Konzeptes beigetragen haben sicherlich die Auszeichnungen, wir leben aber auch gut von der Mund-zu-Mund-Propaganda: Nicht wenige Gäste sagen beim Verabschieden, sie wüssten bereits, mit wem sie beim nächsten Mal wiederkämen.

Serie über Gewinner und Ausgezeichnete

Bis Ende Jahr stellen wir in der Serie «Köpfe 2014» in jeder htr hotel revue Persönlichkeiten aus der Branche vor, die 2014 eine Auszeichnung erhalten oder einen Wettbewerb gewonnen haben. Bereits erschienen sind Sarah Leuenberger, «Barkeeper of the Year 2014» (htr vom 6.11.), Tanja Huwiler, erste Schweizer Meisterin der Hotelfachleute (13.11.), Stefan Trepp, als Executive Chef im «Mandarin Oriental» in Bangkok der «Schweizer Star im Ausland 2015» von Gault Millau (20.11.). fee

Events

Aargauer Brennerei lädt zum Riechen und Kosten ein

Am 30. November 2014 ist in der Hummel Spezialitätenbrennerei in Stetten AG «Hummel-Sonntag». Interessierte können dabei sein, wenn der Trester des Weinguts Ni&Ro destilliert wird und Treberwürste gegart werden. Beat und Lorenz Hummel führen persönlich durch ihre Brennerei, und an der Schnüffelbar stehen neu auch der Wildkirsch, der Clouds Gin sowie der Brand aus Kornelkirschen aus Beat Hummel's Obstgarten bereit.

www.hummel.ch

Weihnachtsmarkt mit Bordeaux-Glühwein

Am 13. und 14. sowie am 20. und 21. Dezember verwandelt sich das Anwesen der Glen Fahn AG in Mörschwil SG in einen Winterwald, in dem erstmals auch ein Weihnachtsmarkt stattfinden wird. Nebst vielen Weinen, Delikatessen und Leckereien erwartet die Gäste ein hausgemachter Glühwein aus alten Bordeaux-Weinen, der sich seit Jahren grosser Beliebtheit erfreut. Für diesen hätten sie 2012 gar einen von 1966 verwendet, so Inhaber Dieter Messner.

www.glenfahn.com

Genuss

Schlehdorn-Gin aus dem Surselver Hause Breil Pur



Neun Monate nach der Einführung des «London Dry Gin Breil Pur» lanciert das Unternehmen aus der bündnerischen Surselva eine weitere Neuheit: den rein biologischen «Breil Pur Sloe Gin». Dieser besteht nebst Alpenwacholder, Alpenrosen und Schokoladenminze aus wild wachsender, von Hand gepflückter Schlehe («Sloe»), auch Schlehdorn genannt. Der Sloe Gin ist limitiert erhältlich.

www.breilpur.ch

Ein ungetorfte Single Malt von der Insel Islay



Mit seiner effektvollen aquamarin-blauen Flasche und dem

unkonventionellen Geschmack ist «Scottish Barley – The Classic Laddie» das Flaggschiff aus der Destillerie Bruichladdich von der schottischen Insel Islay. Der ungetorfte Single Malt Scotch Whisky wird sehr langsam destilliert, was delikate Öle und einen prägnanten Malzgeschmack der Gerste freisetzt. Den «Scottish Barley» gibt es in der Schweiz bei Dettling & Marmot. fee

www.bruichladdich.com

Messe mit «erstklassigem» Publikum

Mit 600 Besuchern über das ganze Wochenende und 26 Produzenten war die erste Schweizer Champagner-Messe ein Erfolg. Die Branchenelite war angereist, um in die Geheimnisse des legendären Getränks einzuführen.

ALEXANDRE CALDARA

Lange Warteschlange am Freitagabend für die Ausgewählten, die letztes Wochenende zum ersten «Salon du Champagne» eingeladen waren und in die heiligen Hallen im Swissôtel Métropole in Genf vordrangen, um an diesem Wochenende eine seit alten Zeiten gereifte Sprache zu vernehmen: 190 Experten hatten sich an der «Soirée» am «Salon du Champagne» ausgetauscht, 420 private Besucher am nächsten Tag. In 26 Degustationsräumen des Salons fand man Realitäten und begegnete lauter «Besonderheiten», wie die Zeremonienmeisterin Kat Morse

in einem spektakulären pergamentweissen Kleid fröhlich verkündete. Frédéric Chenevard, Co-Organisator für Wiine.me, freute sich über das «junge und erstklassige» Publikum.

Drei Kilometer grosse Keller

Berauschend die Ethik, die am Stand der Gebrüder Collet zu Wort kam: «Unser Weinbau ist limitiert, unsere Vinifizierung kompromisslos», verkündeten die drei Brüder, die über die Côte de Sézanne mit ihren 5 Hektaren, 15 Tanks und 3 Fässern wachsen und wo Chardonnay dominiert. Am anderen Ende des Spektrums

eine Degustation bei Deutz, bei dem die Frucht von gut 200 Hektaren Rebbergen in drei Kilometer grossen Kellern 30 Meter unter der Erdoberfläche schlummert. Klassische Brut-Champagner, ausgewogen zwischen Pinot Noir, Pinot Meunier und Chardonnay. Oder Dom Caudron in Passy Grigny: Die Genossenschaft heisst nach dem berühmtesten Dorfpfarrer, der 1929 mit gespendeten 1000 Francs 23 Winzern zur Gründung der Genossenschaft verhalf. Ihre Cuvées aus 100 Prozent Pinot Meunier sind erstaunlich. Oder Bruno Carroy, Schweizer Champagner-Bot-

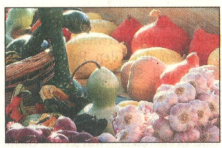
schafter 2006, der einer Kellerei zur Hand ging, deren Produkte er schätzt: Henriët Bazin. Er warb für ihre Cuvée, «ein Brut ohne Jahrgang, 50 Prozent Chardonnay, 50 Prozent Pinot Noir, davon 19 Prozent im Hause rot angebaut. Trinkreif, rund und frisch».

Noch wird man sich an «Les Belles Voyes» mit Vanilleduft von Franck Bonville und aus der «Rue des Noyers» von Benoît Déhu erinnern. Man ahnt, dass er ideal zu vergessenen alten Gemüsen passt. Unterholzdufte!

Übersetzung von Christina Miller. Siehe auch «cahier français», Seite 7

News**Lernende spenden
ihr «Prüfungs-
Trinkgeld»**

Die Lernenden der Schweizerischen Schule für Touristik und Hotellerie SSSH servierten geladenen Gästen anlässlich ihrer praktischen Serviceprüfung im Hotel Schweizerhof Lenzersried ein Prüfungs Menü. Statt Trinkgeld von den Gästen anzunehmen, wurden Spenden für die Stiftung «La Capriola» gesammelt, welche junge Menschen mit Handicap in ihrer Berufsausbildung unterstützen und begleiten. Dank den angehenden Hotel- und Gastfachleuten kam ein Scheck von tausend Franken zusammen.

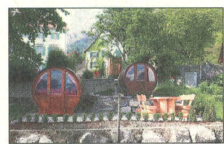
**Programm für
Baselbieter
Spezialkulturen**

Mit dem mehrjährigen Programm «Förderung Baselbieter Spezialkulturen» sollen die Wettbewerbsfähigkeit und Standortqualität von Obst und Gemüse, Beeren, Wein und Kräutern aus dem Baselland gestärkt werden. Die Regierung hat 250'000 Franken für den Start des Programms bewilligt. Trotz mehrheitlich guter Preise bleibe die Produktionsentwicklung von Spezialkulturen hinter dem Marktpotenzial zurück, begründet die Regierung das Vorhaben. Bis 2020 wird mit Gesamtkosten von 1,5 Millionen Franken gerechnet.

**Lifefair-Forum zum
Thema Lebens-
mittelknappheit**

Wie ernähren wir uns in Zukunft? Diese Frage ist der Ausgangspunkt für das 17. Lifefair-Forum zum Thema «Lebensmittelknappheit: Kinder, das Essen ist fertig!», das am 27. November 2014 im Forum St. Peter in Zürich stattfindet. Das Vorprogramm startet um 16 Uhr mit dem Film «Taste the Waste». Anschliessend diskutieren unter der Leitung von Christoph Mäder (Syngenta) Patrick Camele (SV Group), Nadja Lang (Max Havelaar), Markus Ritter (Schweizer Bauernverband) sowie Michel Rudin (Konsumentenforum).

www.lifefair.ch

**«Schlaf-Fass»
und «Vom Fass»
spannen zusammen**

Das eine Unternehmen setzt in der Churer Altstadt auf kulinarisches vom Fass, auf Öl, Essig und Liköre. Das andere bietet Übernachtungen in 8000-Liter-Weinfässern in der Bündner Herrschaft. Nun spannen die zwei Bündner Betriebe, welche beide mit Fässern arbeiten, zusammen und bieten neu ein gemeinsames Produkt an: eine Geschenkbox, gefüllt mit Balsamico und Öl-Delikatesen sowie einer Übernachtung im «Schlaf-Fass» inklusive Fondueplausch, Frühstück und Getränken. fee

www.schlaf-fass.ch



Eine Vitrine voller Fleischspezialitäten und Metzger-Werkzeug als stilechte Dekoration gehören zum «AuGust»-Konzept im Zürcher Widder Hotel.

Bilder Oliver Nanzig



Viel Fleisch am Knochen

Am Zürcher Rennweg ist der Vegan-Trend sehr weit weg: Mit dem neuen Restaurant «AuGust» knüpft das Widder Hotel an seine historische Metzger-Verbindenheit an.

SABRINA GLANZMANN

Schwartenmagen, Kutteln, Kalbsnieli. Eringer Trockenfleisch, Prosciutto aus Modena, Bresola Valtellina. Oder Wildragout, Entrecôte, Ententerrine. Das sind nur einige Beispiele aus dem umfangreichen Angebot, dank dem Fleischliebhaberinnen und Fleischliebhaber im Widder Hotel in Zürich seit Neustem auf ihre Kosten kommen. Das Direktorenpaar Regula und Jan E. Brucker hat letzte Woche das Restaurant «AuGust» eröffnet – ein konzept-

tioneller Mix aus Boucherie und Bistro, mit dem sich das 5-Sterne-Superior-Haus «zur Strasse hin öffnen» will, erklärt Jan E. Brucker. Das Lokal liegt im Erdgeschoss an der Ecke Rennweg-Augustiner-gasse – dort, wo sich bis letztes Jahr zwei Ladenlokale sowie der Hotel-Fitnessraum befanden; die Läden sind weggezogen, und Fitness gibt's neu im Untergeschoss.

«Als wir an die Planung für ein neues Restaurant gingen, war wichtig, einen gemütlichen, unkomplizierten Ort für Geniesser zu schaffen, nichts Elitäres. Und es sollte sich schön in die Hotelgeschichte einfügen», so Brucker weiter – rasch kam die Idee auf, die Tradition der Metzgerzunft zum Widder, mit der das Haus eng verbunden ist, aufzugreifen. Das widerspiegelt sich jetzt, nach elfmonatiger Umbauzeit, nicht nur im kulinarischen Angebot, sondern auch in der Gestaltung und im Interieur von Architektin Thilla Theus. Neben den grauwissen Marmorkacheln, dem Terrazzoboden, oder der langen Metzgertheke mit Vitrine hängen viel historische Metzger-Werkzeug und -Utensilien als Deko an

den Wänden; die Stücke stammen vom Museum der Metzgerzunft, das im Untergeschoss des Hauses aufgelöst wurde.

**Bereits geplant: eine 30-plätzig
Boulevard-Terrasse**

Vor allem lokale, regionale Produzenten für die bekannte Zürcher Metzgerei Keller, der Schrof-Hof in Kreuzlingen und weitere Metzgereien aus der ganzen Schweiz liefern die Zutaten für die «AuGust»-Spezialitäten; für die Kulinarik ist der Widder-Gourmetchef Dietmar Sawyere verantwortlich. Gastgeberin im «AuGust» ist die 36-jährige Angela Fahn, für die sich mit der neuen Stelle ein Kreis schliesst – ihre erste Stelle nach der Ausbildung zur Restaurant-Fachfrau führte sie ins Widder Hotel als Chef de Rang. Das Lokal steht von sehr früh bis spät den Gästen offen: Ab halb sieben morgens steht für Hotel- und extern Gäste ein reichhaltiges Frühstücksangebot bereit, um 22.15 Uhr kann man die letzte Bestellung aufgeben.

In Zeiten, in denen vegane Produkte und Konzepte omnipräsent sind und gerade auch in der pro-

gressiven Limmatstadt wie Pilze aus dem Boden schießen, beweisen Bruckers beinahe schon Mut, derart auf eine «Fleischidee» zu setzen. Und sie versprechen sich einiges davon, denn bereits gibt es Ausbaupläne: Nächstes Jahr, wenn das Widder Hotel sein 20-Jahr-Jubiläum feiert, soll im Frühling eine 30-plätzig Boulevard-Terrasse als weitere Bereicherung für den oberen Rennweg

und für das Augustiner-Quartier dazukommen. Weitere Pfeile im Köcher sind auch der angedachte Verkauf von Würsten, Aufschnitt und Co. über die Gasse.

Und übrigens: Natürlich gibt es im «AuGust» auch für Nicht-Fleischesser etwas. Salate, Fischgerichte oder Gemüse- und Kartoffelgerichte zum Beispiel.

www.au-gust.ch



Eine Mischung aus Boucherie-Charme, Bistro-Chic und Industrie-Elementen: das neue Zürcher «AuGust».

Luca Zanier

Kolumne



Alexander Hünzel
ist F&B Consultant, Congress
Centre Kursaal Interlaken

Perfekter Service im Nirgendwo

Als wir in Malé landeten, trauten wir unseren Augen kaum, aber unsere Wahrnehmung funktionierte einwandfrei: Die schätzungsweise über 200 Reisebüro- und Hotelschalter am Flughafen überforderten uns heillos. Hauptzielgruppe Nummer eins sind asiatische Honey-moon-Gäste, die den maledivischen Traum einmal im Leben erleben wollen. Eine Massenabfertigung, so wie ich sie selten erlebt habe und wie sie kaum mit den Malediven in den Medien und in der Werbung in Verbindung gebracht wird...

In den Resorts selbst ist man überall auf die asiatischen Gäste eingestellt. Authentisches Personal aus Asien, das in den Hotelrestaurants bedient, die Speisekarte

übersetzt oder in den Tauchschulen die Dienstleistungen durchführt. Das hätten wir so hier nicht erwartet. Der Empfang in der VIP-Lounge am Flughafen des Soneva Fushi Resort war einzigartig und sehr professionell. Persönliche Begrüssung mit einem Glas Champagner und einem frisch gepressten Saft. Die nächsten Entscheidungen waren nicht so einfach: Wenn wir im Resort ankommen, welches Welcome-Getränk soll uns auf dem Zimmer erwarten? Welche Duftstrahlung bei den Seifen bevorzugen wir für die kommenden Tage?

Vom Flugzeug aus schimmerte das Wasser von oben wunderschön türkis. Die beiden Piloten sahen aus, als wollten sie gleich mit an den Strand kommen: offenes Hemd, kurze Hose, Sonnenbrille und nackte Füße. Unberührt von diesem Anblick schliefen die ersten Passagiere ein, während sich unter uns der Indische Ozean ausbreitete. Angekommen im Paradies (das Hotel hat unter anderem eine Sternwarte und ein Kino unter freiem Himmel), erwartete uns der eigene Butler, der uns jeden Wunsch in den kommenden Tagen von den Augen ablesen würde. Ganz wichtig: Die nächsten Tage läuft man komplett barfuss, was zur Philosophie des Resorts zählt.

Die kulinarischen Angebote sind das Beste, was die Malediven derzeit zu bieten hat. Beim Frühstück ist der Tisch am

Strand vorbereitet, das Buffet in verschiedenen kleinen Häusern aufgeteilt. Eine eigene Backstube, in der man sich seinen Brotkorb zusammenstellt, das nächste Haus ist mit Schinken, Käse bestückt und so weiter. Der fertige Teller wird dann von den Servicemitarbeitern an den Tisch getragen. Ich ertappe mich bei der Frage, ob man diesen Service wirklich beim Frühstück braucht? Ich trage meinen Teller selber zum Tisch.

An einem Nachmittag wurde uns in der Nähe vom Strand ein «Black Ivory Coffee» zubereitet, das Weinangebot ist unschlagbar gross, qualitativ hoch und die Preise entsprechend auch. Die Büffel-Mozzarella wird aus Apulien eingeflogen, das Fleisch aus Patagonien oder Tasmanien. Der Gast ist König und es gibt fast keine Grenzen. Alle Wünsche der Gäste werden eingeflogen. Welche langen Reisen haben Produkte und Lebensmittel hinter sich, das möchte ich mir alles nicht vorstellen!

Aber muss das denn auch alles sein? Will der Gast das hier alles wirklich? Oder will er doch nur die Ruhe geniessen und sich entspannen? Ich glaube, die Krux ist, dass sich die Gäste hier beides gleichermaßen wünschen.

Wir dachten, uns trenne ein ganzer Ozean vom Lärm der Welt. Eigentlich ein Selbstbetrug! Aber manchmal ist es ein grosses Glück, sich selbst belügen zu dürfen.

Hyatt: prunkvoll in Wien



Ein Highlight im Park Hyatt Vienna: Das Restaurant The Bank in der historischen Kassenhalle des ehemaligen Bankgebäudes. Bilder zvg

Blick ins Ausland Mit dem «Park Hyatt Vienna» ist die Hyatt-Gruppe erstmals in Österreich präsent – und damit in der dynamischen Wiener Luxushotellerie.

PATRICIA BRÖHM

Vielen Wienern ist das prachtvolle Gebäude an bester Innenstadtlage am Hof 2 gut bekannt, weil sie dort ihr erstes Bankkonto eröffnet hatten – bis 2008 war es der Sitz der «Länderbank», der Bank Austria. Entsprechend gross war das öffentliche Interesse, als bekannt wurde, dass dort ein Luxushotel der US-Gruppe Hyatt entstehen würde. Auch international sorgte das Projekt für Aufsehen, das «Forbes Magazine» listete das im Juni 2014 eröffnete «Park Hyatt Vienna» als eines von «10 High Profile Luxury Hotel Openings 2014».

Hinter der Projektentwicklung, die Teil des exklusiven Shopping-Komplexes «Goldene Quartier» ist, steht die Immobiliengesellschaft Signa Holding um René Benko, der zuletzt als Käufer des angeschlagenen Karstadt-Konzerns von sich reden machte. Das Gesamtinvestitionsvolumen für das «Goldene Quartier» inklusive Shops, Appartements und Büros beläuft sich auf 500 Mio. Euro.

Selbst die Standardzimmer sind nicht Standard

Für Schlagzeilen sorgte das Hotel schon während der zweijährigen Renovierungsphase: Im November 2011 verwüstete ein Brand (Schweissarbeiten hatten sich über Nacht wieder entzündet) den gesamten zweiten Stock. Dort lag ausgerechnet die besonders prachtvolle ehemalige Direktorenloge mit ihren aufwendigen Holzarbeiten und einem reich geschmückten Sitzungssaal. Schon am nächsten Tag gab Benko bekannt, alles originalgetreu wieder aufbauen zu lassen – ein Team von 20 Restauratoren hatte vor Baubeginn sämtliche historischen Details dokumentiert.

Der Brand verzögerte die Eröffnung um ein halbes Jahr, doch am 2. Juni 2014 war es so weit. Schon morgens um sieben Uhr soll der erste Gast vor der Tür gestanden haben, ein im deut-

schen Essen lebender Chinese. Als grosser Hyatt-Fan wollte er unbedingt der Erste sein, der von Hoteldirektorin Monique Dekker begrüßt wurde. «Die Fertigstellung eines Hotels bereits in der Bauphase zu betreuen und es dann eröffnen zu dürfen, ist Herausforderung und Ehre zugleich», sagt die gebürtige Niederländerin, die seit 18 Jahren für Hyatt International tätig ist. «Aufgrund der Gebäudestruktur unterscheiden sich selbst die Standardzimmer enorm», erzählt die 42-Jährige, «ihre Grundrisse variieren zwischen 30 und 60 Quadratmeter.» Es sind gerade die historischen Features, die heute den Charme des Hauses ausmachen. In einigen Bädern besteht die Wand hinter der Badewanne aus rotem Onyx, in vielen Zimmern schmücken Arbeiten der Wiener Werkstätten die Wände.

Eine 100-Prozent-Auslastung im August

Spektakulärer Blickfang ist das Restaurant «The Bank» im prachtvollen ehemaligen Kassensaal. Die Originalbemalung der historischen Kassendecke, einst unter unzähligen weissen Farbschichten versteckt, wurde während der Renovierung Schicht für

Schicht freigelegt, die gusseisernen Lampen aufgearbeitet, auch der Carrara-Marmor ist original erhalten. Heute bildet den Mittelpunkt des riesigen Raumes eine offene Showküche samt integriertem Chef's Table.

«In der Küche setzen wir vor allem auf regionale Produkte», sagt Küchenchef Daniel Schöffel, «auf der Karte steht zum Beispiel eine Bouillabaisse mit Fischen aus österreichischen Seen und Bächen, dazu gibt es Fenchelpollen und Rouille-Crostini.» Das Konzept lockt auch viele lokale Gäste an und erhielt vom österreichischen Gault Millau bereits nach vier



«Die Umsätze ein halbes Jahr nach Eröffnung übertreffen unsere Erwartungen.»

Monique Dekker
General Manager Park Hyatt Vienna

Wien Luxushotel-Markt boomt

Das Park Hyatt Vienna ist die jüngste, nicht aber die einzige Neueröffnung der letzten zwei Jahre in der Wiener Luxushotellerie: 2012 eröffnete Ritz-Carlton, 2013 folgten das Hotel Sans Souci und das Palais Hansen Kempinski. Und der Boom geht weiter: Bis Ende 2016 folgen mit dem «Four Seasons» und dem Hotel im Palais Schwarzenberg zwei weitere Häuser, womit die Zahl der 5-Sterne-Hotels in Wien auf 23 steigt (zum Vergleich: Ende 2011 waren es 16).

«Wien hat sich in den letzten 15 Jahren stark verändert, ist internationaler geworden, das Angebot an Museen und Kultur ist enorm gewachsen», erklärt Nicolaus Gräser von Wien Tou-

rismus die Expansion. Die internationalen Hotelgruppen lockt vor allem die historische Bausubstanz an: «Kempinski war jahrelang auf der Suche, bevor man mit dem denkmalgeschützten Palais Hansen im Stil der Neo-Renaissance das geeignete Objekt fand», sagt Paul Deutschmann, Pressesprecher von Kempinski. Auch Ritz-Carlton eröffnete im August 2012 in einem denkmalgeschützten Palais aus dem 19. Jahrhundert am Schubertplatz; zuvor hatte die asiatische Shangri-La-Gruppe dort einen Rückzieher gemacht.

2015 feiert der berühmte Prachtboulevard Ringstrasse, der den gesamten 1. Bezirk umschliesst, sein 150-Jahre-Jubiläum. Zu diesem Anlass bekam er

Fakten Das erste Hyatt-Haus in Österreich

Das «Park Hyatt Vienna» mit 108 Zimmern und 39 Suiten, einem Spa (1000 m²) und 800 Quadratmetern Veranstaltungsfläche ist das erste Haus der amerikanischen Hyatt-Gruppe in Österreich sowie das siebte «Park Hyatt» in Europa.

Die Renovierung des 100 Jahre alten Gebäudes übernahm das Wiener Architekturbüro Neumann + Partner, den Innenausbau das Büro FG Stil aus Amsterdam.

Die Marke «Park Hyatt» der Hyatt-Gruppe zeichnet sich unter anderem durch erstklassige Lage, eigene Kunstsammlungen sowie aussergewöhnliches Design aus. pb

Monaten 15 Punkte und zwei Hauben; das Restaurantdesign wurde von den Gastrotechnikern mit dem «Ambiente-Award» ausgezeichnet.

Auch der 1000 Quadratmeter umfassende Spa-Bereich ist sehenswert, vor allem der 15 Meter lange Pool im ehemaligen Tresorraum. Am Eingang ist noch die originale, 3 Tonnen schwere Stahltür erhalten geblieben. Der Einsatz von Denkmalschützern, Restauratoren und Kunsthandwerkern hat sich gelohnt: Das Hotel konnte gleich im August eine Auslastung von 100 Prozent verbuchen – dank der Ramadan-Flüchtlinge aus dem arabischen Raum. Seither hat sich die Belegung bei 60 bis 65 Prozent eingependelt, im Restaurant sind es über 80 Prozent. «Die Umsätze übertreffen unsere Erwartungen», freut sich General Manager Monique Dekker.

Hotellerie

Hotel-Mitarbeiter nehmen Gäste mit auf Touren



Der Masseur, der auch Skilehrer ist, der Barkeeper, der die Bobbahn-Szene kennt, und der F&B-Assistent, der aus dem malerischen Engadiner Dorf Soglio stammt: Diese drei Mitarbeiter des St. Moritzer Hotel Giardino Mountain bilden das Team rund um das neue Service-Angebot «Guided by Giardino». Sie nehmen Hotelgäste mit auf individuelle Touren und bieten ihnen Erlebnisse fernab vom Standardprogramm.

www.giardino-mountain.ch

Zeitschrift Heimatschutz zum Thema historische Hotels

Die neueste Ausgabe der zweisprachigen Zeitschrift Heimatschutz/Patrimoine ist historischen Hotels gewidmet. Der Schweizer Heimatschutz berichtet darin von Herausforderungen im Umgang mit wertvollen Baudenkmälern der Tourismusgeschichte und gibt Einblick in die Architekturentwicklung der schweizerischen Hotelbauten. Es kommen Beispiele zur Sprache, wie die Hotelgeschichte Mürens oder die Geschichte rund um das Kurhaus Tarasp.

www.heimatschutz.ch

Shangri-La Hotels and Resorts baut weiter aus



Die asiatische Hotelgruppe Shangri-La verstärkt ihre Präsenz auf dem chinesischen Markt: Seit August steht Gästen der Hafenstadt Tianjin ein neues «Shangri-La» offen. Im September eröffnet wurde das Shangri-La's Sanya Resort & Spa in Hainan. Und im Osten der Volksrepublik darf sich Nanjing seit diesem Monat mit einem «Shangri-La» schmücken. Die Gruppe plant im nächsten Jahr die Eröffnung von 16 weiteren Häusern etwa in Sri Lanka und Katar.

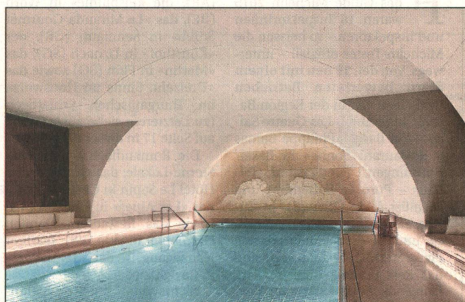
www.shangri-la.com

Tourismus

Gesucht: Paten für die neue Seilbahn Weissenstein

Die Eröffnungsfeier zur Jungfernfahrt der neuen Seilbahn Weissenstein AG findet am 20. und 21. Dezember 2014 statt, die Zeremonie steigt am Samstag, um 10 Uhr. Bis dahin sollen alle 49 Gondeln einen Götzi oder eine Gotte gefunden haben. Bereits haben 45 Personen, darunter Unternehmen und Einwohnergemeinden, 5000 Franken bezahlt und erhalten dafür in einer Gondel ein Metallschild mit ihrem Logo oder Namen. fee

www.seilbahn-weissenstein.ch



Wo in der früheren Bank der Tresorraum war, schwimmen die Gäste im neuen «Park Hyatt Vienna» heute im 15 Meter langen Pool.



Ton in Ton und mit edlen Materialien versehen präsentiert sich die Hotel-Lobby.



Ralf Flinkenflügel hat als Chef von Guide Michelin Deutschland, Österreich und Schweiz eine zentrale Rolle in der deutschsprachigen Gastronomie – seine Anonymität ist ihm deshalb wichtig.

ZVG

«Guide Michelin ist nicht elitär»

Ab heute Donnerstag ist der neue Guide Michelin Schweiz im Handel. Cheftester Ralf Flinkenflügel im Gespräch über Anonymität, Kritik und Mythen in der Sterne-Welt.

SABRINA GLANZMANN

Ralf Flinkenflügel, im neuen Guide Michelin Schweiz sind 117 Sterne-Lokale aufgeführt – ein neuer Rekord. Was war anders in diesem Test-Jahr? Ich möchte vorausschicken, dass wir unsere Bewertungskriterien nicht verändert haben. Vielmehr führen zwei Entwicklungen zu diesem Ergebnis: Zum einen wird in vielen neuen Restaurants von Beginn weg auf sehr hohem Niveau gekocht. Zum anderen erlebt die Schweiz derzeit eine neue Generation von jungen Küchenchefs, die

sehr gut ausgebildet, talentiert, ehrgeizig und mit Spass an der Arbeit sind – das spiegelt sich auch auf dem Teller und somit in unseren Bewertungen wider.

Dennoch ist es eine beachtliche Zahl: Es sind fast 40 Prozent mehr Sterne-Betriebe als noch vor fünf Jahren, als Sie Chefredaktor wurden... Das stimmt. Aber diese Zahl hat ja nichts mit der Person Ralf Flinkenflügel zu tun (lacht). Wir haben einfach unsere Arbeit getan, einen solchen Leistungsschub gilt es zu reflektieren. Zudem setzen wir keine Zahl fest, ab der dann Schluss ist, das wäre sehr problematisch. Wir müssen den Lokalen gerecht gegenüberstehen.

Apropos gerecht: Seitens des Guide betont man gerne, dass die Inspektoren – auch Sie – anonym testen, deshalb dürfen wir Ihr Bild nicht zeigen. Hand aufs Herz: Wie klappt das? Das klappt sehr gut sogar, denn ich reserviere natürlich nicht unter meinem Namen und zahle meist bar. Ich lege während und nach meinem Besuch keinen Wert darauf, mich herauszustellen und gehe rasch wieder. Generell sind immer auch Tester aus anderen Ländern unterwegs, das hilft bezüglich Anonymität natürlich auch.

Wer wird wie Michelin-Tester? Nur wer eine Kochausbildung hat. Mit valablen Kandidaten gehen wir essen, diese liefern uns dann einen Detailbericht darüber ab. So sehen wir, ob das Gefühl für das Ganze da ist, ob man Produkte, Techniken etc. tiefgehend kennt. Wer eingestellt wird, durchläuft ein halbjähriges Training, fährt mit erfahrenen Inspektoren mit, und die Testberichte werden dann jeweils verglichen und besprochen. Generell ist die Fluktuation aber tief, und es sind alles Festangestellte.

Was sagen Sie zur oft geäußerten Kritik, die Sterne-Vergaben seien zu wenig begründet, die Kriterien nicht transparent? Letztes Jahr zum Beispiel gaben die 2 Sterne, die das «Focus» im Park Hotel Vitznau mit Chef Nenad Milinovic nur acht Monate nach Eröffnung bekam, einiges zu reden. Wir urteilen nach einheitlichem, bewährtem Bewertungssystem, bei dem es um bekannte, übergeordnete Punkte wie Qualität der Produkte, fachgerechte Zubereitung und Geschmack, Preis-Leistungs-Verhältnis oder die persönliche Note geht. Im Falle des «Focus» waren die zwei Sterne nach mehreren Testessen absolut gerechtfertigt, und es gab keinen Grund, länger zu warten. Das Dossier mit den detaillierten Bewertungen der Tester legen wir den Köchen oder Gastronomen im Übrigen auch gerne zur Ansicht vor.

Man kann also bei Ihnen für Details anknöpfen? Natürlich, die Köche sind herzlich eingeladen und können bei uns vorbeikommen – das machen übrigens immer mehr, das hat in den letzten Jahren explosionsartig zugenommen. Bis jetzt verliefen diese Gespräche immer sehr konstruktiv, noch keiner hat wutentbrannt das Büro verlassen. Viele sagen, sie hätten jetzt zumindest einen Ansatz, an dem sie arbeiten können.

...und kennen ausserdem Ihr Gesicht nach diesem Treffen. (Lacht) Nun, da im Normalfall diese Gespräche mit den Küchenchefs stattfinden, sind das diejenigen, die beim Testessen für gewöhnlich ja in der Küche stehen. Und sollte mich trotzdem einmal jemand vor dem Essen erkennen, holen wir danach eine zweite Meinung durch einen anderen Inspektor ein. Übrigens: Generell wird nie

ein Entscheid für oder gegen einen Stern aufgrund eines einzigen Testessens gefällt, die gute Leistung muss konstant sein, auch über die ganze Karte hinweg.

Mit diesem Argument begegnen Sie auch dem Mythos, ein einziger Fehler könne den Stern kosten – solchen «Irrtümern über Sterne, Tester und Köche» begegnen Sie mit einem neuen Infoblatt. Wieso? Wir thematisieren darin Dinge, die eigentlich bekannt sind, aber trotzdem oft noch zu wenig wahrgenommen oder falsch verstanden werden. Zum Beispiel hält sich in der Öffentlichkeit gerne noch der Mythos, dass Sterne-Restaurants nur elitäre Lokale mit grossem Serviceaufwand und immenser Weinkarte sind oder nur

französisch kochen. Schauen Sie sich hierzulande die Neuzugänge gerade in den letzten zwei Jahren an – da sind Orte dabei, die weit entfernt von einem

Gourmettempel und von rein klassischer Küche sind.

Sie sprechen das Schlagwort «Casual Fine Dining» an... Genau, erstklassige Küche in lockerem,

ungezwungenem Ambiente ist und wird weiter immer zentraler. Was aber auch wichtig ist: Häufig wird in Zusammenhang mit dem Guide Michelin nur oder vor allem von Sternen gesprochen. Gerade regional sind aber auch die «Bib-Gourmand»-Adressen sehr beachtet, wir erhalten hier viele Rückmeldungen von Lesern. Das sind Adressen mit besonders gutem Preis-Leistungs-

Verhältnis, hier gibt es ein 3-Gang-Menü schon ab 65 Franken. Erstmals sind über 100 solche Lokale aufgeführt. Und auch die vielen Restaurants oder Hotels im Guide ohne Sterne oder Auszeichnung sind ja bereits Empfehlungen, sonst wären sie gar nicht in die Selektion aufgenommen worden.

Beeinflussen die vielen neuen Gourmet- und Kritik-Blogs Ihre Arbeit?

Ehrlich gesagt, gar nicht, nein, ich verfolge das nicht besonders. Aber natürlich darf jeder seine Meinung zu Gastronomie haben und kundtun.

Welche nächsten Pläne verfolgt Guide Michelin?

Auf internationaler Ebene machen wir uns Gedanken, in welchen Märkten wir weiter expandieren könnten. Im Frühjahr 2015 werden zum Beispiel erstmals Führer zu Rio de Janeiro und São Paulo erscheinen.

Schweiz 18 neue «1-Sterner»

Für die Schweizer Ausgabe des Guide Michelin 2015 waren 18 Inspektoren und Inspektoren – so heissen die Michelin-Tester offiziell – unterwegs. Von den 18 neu mit einem Stern bewerteten Betrieben sind allein vier in der Region Basel – Baselland («Les Quatre Saisons» in Basel, «Philippe Bamas» in Basel/Bottmingen, Landgasthof Talhaus – Puro in Bubendorf und «Schlüssel» in Oberwil). In Zürich haben die «Maison Manesse» und das «Sankt Meinrad» neue einen Stern; in Vitznau (LU) sind das Restaurant Prisma im Park Hotel sowie das «Sens» im Vitznauerhof frisch dabei.

In der Deutschschweiz sind ausserdem neu mit einem Stern

bewertet: die «Truube» in Gais (AR), die «Eisblume» in Worb (BE), das «La Miranda Gourmet Stübli» in Samnaun (GR), der «Kunsthof» in Uznach (SG), das «Martin» in Flüh (SO) sowie das «Dreizehn Sinne im Huuswurz» im Thurgauischen Schlattigen (zu Letzterem siehe auch Artikel auf Seite 17 in dieser Ausgabe).

Die Romandie hat drei neue Sterne-Lokale: das «La Table» im Hôtel Le Sapin in Charmey (FR), das «Les Alpes» in Orsières (VS) sowie das Restaurant Damien Germanier in Sion (VS). Tessiner Neuzugang ist das «Tentazioni» in Cavigliano.

Nichts getan hat sich hierzulande an der Spitze. Andreas Caminadas «Schauenstein» in Fürstentau (GR) und das Restaurant

de l'Hôtel de Ville in Crissier (VD) mit Chef Benoît Violier sind nach wie vor die einzigen Schweizer 3-Sterne-Betriebe. Gleich verhält es sich bei den 19 Lokalen mit 2 Sternen.

Insgesamt empfiehlt der neue Guide Michelin Schweiz 887 Restaurants und 852 Hotels; davon sind 117 Sterne-Betriebe sowie 111 «Bib-Gourmand»-Adressen – das sind laut dem Guide «Gasthäuser, die sorgfältig zubereitete Mahlzeiten zu einem besonders guten Preis-Leistungs-Verhältnis bieten».

sag

Der Guide Michelin Schweiz 2015 mit allen Infos ist ab sofort im Buchhandel erhältlich.

Zu den Westschweizer Neuzugängen siehe «cahier français», Seite 7.

PROFIL

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

Nr. 48 · 27. November 2014

htr hotel revue

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

**HOTELLERIE^{et}
GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFILU

ZITAT
DER WOCHE

«Viele sind zu gut erzogen,
um mit vollem Mund zu
sprechen, aber sie haben
keine Bedenken, es mit
leerem Kopf zu tun»

Oscar Wilde, irischer Schriftsteller (1854–1900)

NEUE KENNZAHL: NQR-NIVEAU

3.020g, 48 cm. Willkommen auf der Welt!

Wie soll man ein Neugeborenes sonst beschreiben, wenn man nicht speziell poetisch veranlagt ist? Aber auch im weiteren Leben bleiben Zahlen die Orientierungshilfe Nummer eins: Konfektionsgrösse, Postleitzahl, AHV-Nummer, Prüfungsnoten, Kontostand, Dioptrien. Die Zahl auf dem Bus entscheidet darüber, ob wir zu Hause landen oder irgendwo auf der Landstrasse. Tachometer und Promille exponieren Menschen, die sich selbst für Durchschnittsbürger halten, als Raser und Koma-säufer. Seien wir ehrlich: Messbarkeit gehört, neben Ordnung und bedingungsloser Liebe, zu dem Wenigen, was wir der Ungewissheit unserer Welt entgegensetzen können. Das Leben mag unberechenbar sein, aber immerhin lässt sich das Fett in der Milch, der Feingehalt eines Goldbarrens und die Leistungszielerreichung von Mitarbeitenden in sauberen Zahlen ausweisen. Zahlen sind wichtig. Daher muss man aufmerken, wenn eine neue Kennzahl in unser Leben tritt, wie es in diesen Tagen der Fall ist.

NQR-Niveau

NQR steht für Nationaler Qualifikationsrahmen, ein achtstufiger Raster, in welchem Bildungsabschlüsse eingeordnet werden. Je anspruchsvoller die für den Abschluss nachzuweisenden Kompetenzen, desto höher das erreichte Niveau. Zweck der Übung: Menschen im In- und Ausland zu helfen, die «Flughöhe» der Qualifikation korrekt einzuordnen. Denn der NQR bezieht sich auf einen zentralen europäischen Qualifikationsrahmen. Im vergangenen

Monat wurde der schweizerische NQR Berufsbildung lanciert (www.sbfi.admin.ch/nqr). In den kommenden drei Jahren soll jeder einzelne Abschluss der Berufsbildung einem Niveau im NQR zugeordnet werden. Dabei können Abschlüsse gleicher Art, zum Beispiel «eidg. Fachausweis», durchaus auf unterschiedlichen Niveaus landen. Die Qualifikationslandschaft der Schweiz hat also eine neue Dimension gewonnen. Ihre volle Bedeutung ist noch nicht abzuschätzen. Sicher ist es ein grosser Vorteil, wenn Absolventen/-innen im Ausland unmissverständlich nachweisen können, dass sie sich mit ihrem Abschluss der höheren Berufsbildung auf der Tertiärstufe qualifiziert haben, um ein Beispiel zu nennen. Eine Zahl sagt mehr als tausend Worte, auch wenn die Einstufung durch Zeugniserläuterungen und Diplomzusätze flankiert wird, die die Inhalte der Qualifikation beschreiben. Aber wie stark wird sich das System im allgemeinen Bewusstsein eingraben? Ist der NQR die neue Richterskala? Welche Dynamik wird er anstossen? Fest steht: Alle Beteiligten müssen dafür besorgt sein, dass die Berufsbildung aus der Übung gestärkt hervorgeht, statt sich in internen Streitigkeiten um die Niveaus aufzureiben.



Miriam Shergold
Projektleiterin Bildungsmonitoring
www.hotelleriesuisse.ch

AGENDA

9. DEZEMBER

«Information Session EHL»,
von hotelleriesuisse,
in der Hotelfachschule,
in Lausanne
www.hotelbildung.ch/agenda

11. DEZEMBER

«Informationsnachmittag HF
Thun», von hotelleriesuisse,
in der Hotelfachschule, in Thun
www.hotelbildung.ch/agenda

12. JANUAR

«Info Anlass Hotel-Tourismus-
Handelsschule»,
von hotelleriesuisse,
bei der Minerva, in Zürich
www.hotelbildung.ch/agenda

25.–29. JANUAR

«FBK – Schweizer Fachmesse für
Bäckerei-, Konditorei- und
Confiseriebedarfs»,
mit dem Berufsverband SBKPV,
in Bern
www.hotelgastrounion.ch

13. FEBRUAR

«Kosten der Reinigung»,
vom Berufsverband
Hotellerie-Hauswirtschaft,
bei der Hotel & Gastro Union,
in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

13. FEBRUAR

«Kosten der Wäscherei»,
vom Berufsverband
Hotellerie-Hauswirtschaft,
bei der Hotel & Gastro Union,
in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue

für nur 150 Franken

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

www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

Für Ihren Erfolg –
unser
Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform
für Hotellerie,
Gastronomie und
Tourismus

**JETZT
BUCHEN**

ARBEITSSICHERHEIT

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

Maschinen (Teil 14)

Druckluftanlagen, Kompressor für Förder-, Abfüll- und Spritzanlagen

Gefährdung:

- Verletzungen durch Antriebsselemente des Kompressors
- Verletzungen durch Luftstrahl und weggeschleuderte Teile
- Lärmbelästigung

Mögliche Sicherung:

- Sicherheitsschalter oder steckbare Verbindung gut sichtbar anbringen.
- Hinweis auf automatischen Anlauf.
- Antriebsselemente verdecken.
- Druckluftanschlüsse tiefer als in Kopfhöhe anbringen und nach unten richten oder Sicherheitsdruckluftkupplung verwenden.
- Ausblasdruck auf 3,5 bar reduzieren oder Mehrlochdüsen verwenden.
- Lärmquelle abschirmen oder Kompressor in separatem Raum platzieren.

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

LOHNVERHANDLUNGEN – NENNEN SIE IHREN WERT

Für die einen beginnt mit der neuen Saison ein neues Arbeitsverhältnis, für die anderen stehen die Jahresendgespräche an. Bei beiden geht es darum, die Weichen für die Zusammenarbeit zu stellen. Auch was die Finanzen betrifft.

Die Gleichung ist eigentlich ganz einfach: Arbeitsleistung gegen Geld. Doch das Aushandeln, welche Leistung in welcher Qualität mit wie viel Schweizer Franken abgegolten wird, ist gar nicht so leicht. Schliesslich möchte der Chef die Arbeitsleistung so günstig wie möglich einkaufen und der Arbeitnehmer möchte seine Leistung so teuer als möglich verkaufen. Auf dem Bazar wäre die Sache klar, man würde um die Ware feilschen, sich unter- und überbieten und hätte auch noch Spass daran. Irgendwann, nach der x-ten Tasse Pfefferminztee würde man sich entweder irgendwo in der Mitte gefunden haben oder sich trennen.

Um den Mindestlohn feilschen, müssen Arbeitnehmer und Arbeitgeber heute nicht mehr. Diese Aufgabe haben die Berufsorganisationen und Sozialpartner für sie übernommen. Das Resultat der Verhandlungen ist der Landes-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV) für das Gastgewerbe. In diesem Vertragswerk sind unter anderem die Mindestlöhne festgelegt, die in der schweizerischen Gastronomie und Hotellerie bezahlt werden müssen. Wer mehr verdienen will als den Mindestlohn, muss das mit seinem Chef aushandeln. Dazu ein paar Tipps:

DEN EIGENEN WERT KENNEN

Kennen Sie Ihren Marktwert? Was verdienen andere Arbeitnehmer mit gleichwertiger Ausbildung und vergleichbarer Berufserfahrung in Ihrer Region? Verfügen Sie über vertiefte Fachkenntnisse, beherrschen Sie mehrere Spra-

chen? Haben Sie ein besonderes Talent oder haben sich auf etwas spezialisiert, das Ihrem Arbeitgeber einen Zusatznutzen bringt?

DIE BEDÜRFNISSE DES ARBEITGEBERS KENNEN

Jemandem etwas verkaufen zu wollen, das er nicht braucht, ist schwierig. Viel einfacher ist es, wenn man etwas anbieten kann, was dem anderen noch fehlt oder von dem er mehr benötigt. Finden Sie heraus, welche Fähigkeit oder welches Know-how im Betrieb noch zu wenig vorhanden ist und füllen Sie diese Wissens- und Kompetenzlücke. Dadurch machen Sie sich für den Arbeitgeber interessanter und «begehrter». Ihr Marktwert steigt unweigerlich.

MEHRLEISTUNG MESSBAR MACHEN

Warum soll der Chef Ihnen mehr Geld für Ihre Arbeit bezahlen? Weil Sie mehr verdienen möchten, um sich mehr leisten zu können? Das wollen alle und ist kein gutes Argument für eine Lohnverhandlung. Es kann ja sein, dass Sie besser arbeiten als Ihre Kollegen. Es kann auch sein, dass Sie sich mehr engagieren und weniger Fehler machen und daher «wertvoller» sind als andere. Doch das müssen Sie beweisen. Nennen Sie konkrete Beispiele, wo und wie Sie für den Betrieb eine Ihr übliches Aufgabengebiet überragende Leistung erbracht, dem Unternehmen viel Geld eingespart oder einen Mehrwert geschaffen haben.

Riccarda Frei

BUCHTIPP

FÜHRUNG – KOMPAKT, KONKRET, PRAKTISCH

Fehlender Erfolg ist oft die Folge von Führungsfehlern. Das zu wissen, ist schon mal ein erster Schritt auf dem Weg zum Erfolg. Das Buch «Führung – kompaktes Wissen, konkrete Umsetzung, praktische Arbeitshilfen» ist auf diesem Weg ein angenehmer, informativer Begleiter. Sein Autor Dr. Norbert Ueberschaer schult seit vielen Jahren Führungskräfte in Sachen Wirtschafts- und Sozialkompetenz. Kompetent und zielorientiert hat er auf etwas über 200 Seiten das Wichtigste, was eine gute, erfolgreiche Führungskraft wissen muss, zusammengefasst. Trotz der Konzentration auf das Wesentliche haben Themen wie «Ethik und Moral», «Selbstmanagement» oder «Gefahr aufgesetzter Motivierung» im Buch ebenso ihren Platz gefunden wie «Veränderungsprozesse», «Potenzialentwicklung» und «Zielvorstellungen an Befragungen und Analysen». Das Buch ist leicht verständlich geschrieben und bietet zahlreiche Arbeitshilfen. Darunter auch einen kostenlosen Download als E-Book für Tablet, PC und E-Book-Reader oder als E-Book Plus mit interaktiven Elementen für iPad oder iPad mini.



«Führung»
Kompaktes Wissen –
Konkrete Umsetzung –
Praktische Arbeitshilfen
von Dr. Norbert
Ueberschaer
ISBN
978-3-446-43838-5
CHF 29.90

Wie viel Watt
brauchen Sie, um
glücklich zu sein?

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





Internationales Blindenzentrum IBZ
www.ibzlandschlacht.ch

Die Stiftung IBZ Landschlacht ist ein Ferien- und Bildungszentrum an einer wunderschönen und ruhigen Lage auf der Anhöhe oberhalb des Dorfes Landschlacht gelegen.
Seit 1964 ist es besonders für blinde und sehbehinderte Gäste, die von den zwei Organisationen CAB Schweiz und DKBW Deutschland getragen wird. Die Institution hat sich in den letzten Jahren stark geöffnet, und so wird das Haus heute von ganz verschiedenen Gastesegmenten frequentiert.
Das IBZ hat 80 Betten in 55 Gästezimmern mit Hallenbad, Sauna, Finnarium, Solarium und einer hauseigenen Kapelle.

Wir suchen per Januar 2015 oder nach Vereinbarung

Direktor / Direktorin

für die Weiterentwicklung des Betriebes. Ihre Hauptaufgabe besteht in der Leitung des Betriebes nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen, sowie Mithilfe und Umsetzung einer zukunftsweisenden Strategie.

Wir erwarten

- Umfassendes Fachwissen und ausgeprägte Marktkennntnisse
- Mehrjährige Erfahrung in einer vergleichbaren Funktion
- Unternehmerisches Denken und Handeln sowie Organisationstalent
- Verhandlungssicheres und professionelles Auftreten
- Hohe analytische Fähigkeiten und prozessorientiertes Denken
- Erfahrung im Umgang mit Menschen mit einer Behinderung

Wir bieten Ihnen eine äusserst spannende und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem Unternehmen mit hervorragendem Potenzial. Möchten Sie sich aktiv in die Gestaltung unserer Zukunft einbringen?

Unser Stützpunktpräsident **Walter Kuhn** erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte unter **079 154 56 73** oder senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an **walter.kuhn@ibzlandschlacht.ch**

35710-11505



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

rebagdata ag | hotel management solutions

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

Unser Projektteam sucht eine hoch motivierte Verstärkung als

Projektleiterin/Projektleiter

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

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

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

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

Für zusätzliche Vorinformationen wenden Sie sich bitte an Walter Badertscher (044 711 74 10 oder 079 404 19 81).

www.rebag.ch

35105-11505

Das 5-Sterne Wellness- & Spa-Hotel Ermitage, das an der exklusiven, international bekannten Premium-Destination «Schönried-Gstaad» liegt, hat eine spannende und herausfordernde Position zu vergeben. Ausgezeichnetes, exklusives Restaurant für die Halbpensionsgäste in 7 verschiedenen Stufen und F&B Outlets auf Gourmetstufe, grosszügig konzipierte High Tech-Küche mit viel Tageslicht, Front Cooking sowie ein imposanter auf höchstem Niveau ausgestatteter Spa verhalfen dem Haus zu einem klaren Vorsprung auf die Mitbewerber. Die mit sehr viel Liebe zum Detail konzipierten und umgesetzten Um- und Ausbauten, und die beeindruckende Innenarchitektur machen das Haus zu einem besonderen Erlebnis. Ein ambitioniertes Management brennt darauf in Sachen Weiterentwicklung/Qualitätssicherung und Schaffung eines einzigartigen Angebots, Massstäbe zu setzen und wissen es zu schätzen, dass die hochgesteckten Ziele gemeinsam angegangen werden.

Unser aktueller Stelleninhaber muss die Stelle leider aus familiären Gründen aufgeben. Aus diesem Grund suchen wir eine/n

KÜCHENCHEF/IN

Für die Leitung einer professionellen Crew mit 25 Mitarbeitenden.

Basierend auf moderner französischer Küche und attraktiven Gerichten der Schweizer Küche ist das kulinarische Angebot marktführig, kreativ und innovativ. Kombiniert mit saisonalen, regionalen Produkten und Spezialitäten, sowie mediterranen Einflüssen, ergibt sich eine kulinarische Vielfalt.

Ihnen liegt viel daran, als aktives Vorbild in der Küche zu wirken und gemeinsam mit Ihrem Team den Nationalen und Internationalen Ruf des Hauses gerecht zu werden. Sie schätzen den direkten Kontakt zum Gast – lieben die Herausforderung, auch unkonventionelle Wege zu gehen.

Diese attraktive Kaderposition in einem Hotel der Extraklasse, das regelmässig Höchstnoten in Gästebewertungen erlangt, verlangt eine Persönlichkeit mit entsprechenden Leistungsausweisen, deren Eintrittstermin nach Vereinbarung gehandhabt werden kann.

Hotel ERMITAGE
CH-3778 Schönried-Gstaad
Bern Oberland / Schweiz
www.ermirage.ch
+41 33 748 60 60
karin.ramsayer@ermirage.ch



ERMITAGE
Schönried ob Gstaad

Wellness- & Spa-Hotel
CHALET-RESORT
IN ALPINE GRANDEZZA.

35717-11504



SPITAL DAVOS

Das Spital Davos ist ein Akutspital der Grundversorgung mit integrierter Langzeitpflegeabteilung und Spitex. Wir verfügen über insgesamt 75 Akut- und 32 Pflegebetten für die Spitalregion Davos.

In unserer Spitalküche werden täglich bis zu 350 Mahlzeiten für Patienten, Mitarbeiter, Gäste und externe Stellen zubereitet. Zur Führung unseres Küchenteams suchen wir per 1. April 2015 oder nach Vereinbarung eine/n motivierte/n und sehr versierte/n

Küchenchef/-in 100%

Ihre Aufgaben

- Leitung der Küche und kompetente Führung des 12-köpfigen Küchenteams
- Verantwortung für das gesamte Speiseangebot, Kalkulation und Wareneinkauf
- Umsetzung einer frischen, regionalen und internationalen Küche
- Verantwortung und Umsetzung der Hygienevorschriften
- Verantwortung für die Ausbildung von Lehrlingen

Unsere Anforderungen

- Mindestens 10 Jahre Berufserfahrung (Mindestalter 30–35 Jahre)
- Aus- und Weiterbildung im Spital-/Heimbereich (evtl. Diätkoch) und/oder in der herkömmlichen Gastronomie/Hotellerie; höherer eidg. Ausweis erwünscht
- Fundierte Fachkenntnisse und Freude am Beruf
- Saubere, effiziente und selbstständige Arbeitsweise
- Sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift sowie gute PC-Kenntnisse
- Freude an der Erarbeitung und Umsetzung von neuen Konzepten

Wir bieten

- Eine abwechslungsreiche und sehr verantwortungsvolle Herausforderung
- Einen Arbeitsplatz, an dem Sie Ihre Ideen umsetzen können
- Ein erfahrenes Küchenteam sowie eine moderne, gut eingerichtete Küche
- Attraktive Anstellungsbedingungen, geregelte Arbeitszeiten und interessante Weiterbildungsmöglichkeiten

Sind Sie an dieser abwechslungsreichen und längerfristigen Tätigkeit in unserem Hause interessiert? Dann zögern Sie nicht, mit uns Kontakt aufzunehmen. Wir freuen uns auf Sie. Bei Fragen stehen Ihnen Herr Marc Maino, Leiter Hotellerie, 081 414 84 41, oder Herr Philipp Müller, Leiter Personalwesen, 081 414 84 12, pmueller@spitaldavos.ch gerne zur Verfügung.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

SPITAL DAVOS AG, Philipp Müller, Leiter Personalwesen,
Promenade 4, 7270 Davos Platz, pmueller@spitaldavos.ch

35700-11505



Wir suchen per 1. Februar 2015 eine(n) junge(n) Mitarbeiter(in) als

Restaurationsfachfrau/-mann 100%

für unseren Betrieb Gasthaus Rathauskeller in Zug. Wir sind ein vielseitiger Betrieb mit Bistro, unserem A-la-carte-Restaurant «Zunftstube» und dem Cateringbereich. Sie sind zwischen 20 und 30 Jahre jung, haben eine abgeschlossene Berufsbildung in der Restauration und Erfahrung in der gehobenen Gastronomie. Sprachkenntnisse: fließend Schweizerdeutsch oder Deutsch, Englisch in Wort.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte nur per Mail an Gasthaus Rathauskeller AG, Herr Kuno Trevisan, E-Mail: contact@rathauskeller.ch, www.rathauskeller.ch.

35484-11505

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von



HOTELLERIE-
GASTRONOMIE ZEITUNG

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse

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

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, Telefon 031 370 42 39
Mario Gsell, Telefon 041 418 24 57

DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte



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

PC 40-1855-4

www.denkanmich.ch



Ganz meine Welt.



Das Restaurant Bad-Stübli liegt inmitten der wunderschönen Parkanlage der Bad Schinznach AG. Diese bietet ein umfassendes Angebot, welches Thermalbäder, ein Kurhotel, eine Privatklinik mit Therapiezentrum, einen Kurzlochgolplatz sowie eine Designer-Bar beinhaltet.

Unsere langjährige Pächterin geht in ihren wohlverdienten Ruhestand, deshalb suchen wir per 1. Oktober 2015 eine/n neue/n

Pächter/in

Abseits von Verkehr und Hektik, mit genügend Parkplätzen und guten Anbindungen an den öffentlichen Verkehr, erwartet Sie das gemütliche Restaurant mit 75 Innen-Sitzplätzen. Im Weiteren besticht die idyllische Gartenterrasse mit ihren 180 Sitzplätzen und neu angelegtem Spielplatz. Alle Besucher, ob gross oder klein, werden hier zum Verweilen eingeladen. Das regional sehr bekannte Ausflugs-Restaurant ist ganzjährig geöffnet und präsentiert sich in einem gepflegten und guten Zustand. Eine funktionelle Küche sowie ein zentrales Getränkebuffet garantieren schnelle Arbeitsabläufe. Im Gebäude befindet sich ebenfalls eine 2,5-Zimmer-Wohnung, welche im Pachtpreis inbegriffen ist und allenfalls auch als Büro umgenutzt werden kann.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihre kulinarischen Ideen und Träume in einem gut etablierten und rentablen Betrieb zu verwirklichen. Einen ersten Eindruck können Sie sich unter www.bad-stuebli.ch verschaffen. Herr Daniel Bieri, Vorsitzender der Geschäftsleitung, Tel. 056 463 76 00, erteilt Ihnen bei Interesse gerne weitere Auskünfte.

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie an:

BAD SCHINZNACH AG
Jeannette Kuhn, Leiterin Personalabteilung
Postfach 67
5116 Schinznach-Bad
056 463 77 15/16*
info.personal@bs-ag.ch

www.bad-schinznach.ch

35706-11507

hoteljob.ch ist mehr als nur eine Stellen- plattform!



SERVICE / RESTAURATION

Alle
Jobangebote

258

Lehrstellen/
Praktikum

920

Bewerber-
profile

Kursagenda

Aus- und
Weiterbildungsprofile

Jobangebote

Praktikumstellen

News

Ratgeber

Weiterbildung

Lehrstellen

Karrieretipps

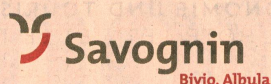
Kurse

Berufsportraits

Veranstaltungen

Bewerberdossiers

hoteljob.ch



Die Ferienregion Savognin-Bivio-Albula ist im touristischen Aufbruch. Vielfältige innovative Projekte sind geplant oder werden zurzeit umgesetzt. Um den Tourismus in unserer Destination weiterzuentwickeln und langfristig wettbewerbsfähig zu gestalten, suchen wir ab 1. März 2015 oder nach Vereinbarung eine jüngere, initiativ Persönlichkeit in der Funktion als

Produktmanager Familien 100% (w/m)

Schlüsselfunktionen

- Konzeption, Umsetzung und Weiterentwicklung marktgerechter Produkte für das Geschäftsfeld Familien
- Entwicklung von Dienstleistungen und Infrastrukturen für Familien
- Unterstützung der strategischen Events
- Unterstützung des Vorstandes in der Umsetzung der neuen Unternehmensstrategie
- Produkt-Controlling
- Steigerung der Wertschöpfung und der Positionierung

Anforderungsprofil

- Höhere Fachausbildung im Tourismus oder in Betriebswirtschaft oder Fachausweis als Marketingplaner oder Produktmanager
- Erfahrung in der Tourismusbranche, vorzugsweise Produktmanagement
- Gute konzeptionelle Fähigkeiten, hohe Selbständigkeit und Eigeninitiative
- Effiziente, pragmatische und strukturierte Arbeitsweise
- Kommunikativer Teamplayer mit Verhandlungsgeschick
- Flexible und belastbare Persönlichkeit

Möchten Sie zusammen mit uns diese Ziele erreichen? Dafür braucht man Leidenschaft und Engagement. Wir bieten Ihnen einen vielseitigen Job mit Entwicklungspotenzial.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Ein motiviertes und kompetentes Team wartet auf Sie!

Wir freuen uns auf Ihre elektronische Bewerbung bis 14. Dezember 2014 an: Marc Tischhauser, Präsident Savognin Tourismus, president@savognin.ch

Für allfällige Fragen steht Ihnen Marc Tischhauser, Präsident, unter Telefon 081 558 80 82 gerne zur Verfügung.

graubünden

35707-11598

SEMINARHOTEL SEMPACHERSEE



Schweizer
Paraplegiker-
Stiftung
Vereinigung
Zentrum
Forschung

Das Seminarhotel Sempachersee ist Inbegriff für ein kreatives, innovatives Unternehmen im Seminar-, Kongress- und Eventbereich. Unser Seminarhotel in Nottwil (LU) verfügt über 150 Doppelzimmer, verteilt auf 5 Pavillons und einen separaten Hoteltrakt, 36 Seminarräume, drei Auditorien und eine Aula für bis zu 230 Personen. Gäste können bei uns tagen, Seminare abhalten, Kongresse veranstalten, Feste feiern und vieles mehr. Bei der FOCUSWahl der beliebtesten Seminarhotels ist unser Seminarhotel mehrmals auf den ersten Platz gewählt worden, so auch in diesem Jahr. Als Tochterunternehmen der Schweizer Paraplegiker-Stiftung trägt das Seminarhotel mitunter dazu bei, Begegnung zwischen Querschnittgelähmten und Nicht-Querschnittgelähmten zu fördern.

Nach langjähriger, erfolgreicher Tätigkeit wird unser jetziger Direktor eine neue Herausforderung ausserhalb der Schweizer Paraplegiker-Gruppe übernehmen. Wir suchen daher per Februar 2015 oder nach Vereinbarung eine integrative, führungsstarke und leidenschaftliche Persönlichkeit mit ausgeprägter Entrepreneurship als

Direktor/-in Seminarhotel Sempachersee

In Abstimmung mit dem Verwaltungsrat gestalten Sie die Zukunft des Seminarhotels nachhaltig mit. Als Direktor/-in tragen Sie die operative Gesamtverantwortung für den Betrieb und die rund 90 Mitarbeitenden. Sei es beim Entwickeln des Businessplans oder bei der konkreten Angebotsgestaltung – Ihr unternehmerisches Denken und Handeln ist von besonderem Wert. Die gruppenweite Zusammenarbeit auf dem Campus Nottwil sehen Sie als Bereicherung. Neben strategischen Aufgaben sind Sie vor allem aber Hotelier/-e. Sie sind mit grossem Engagement dabei, lieben das Tagesgeschäft und Ihre Rolle als erstklassige/r Gastgeber/-in. Mit Ihrer gewinnenden Art überzeugen Sie Ihre Mitarbeitenden und führen sie zur Service Excellence. In Ihrem gesamten Wirken können Sie sich auf Ihr fundiertes Fachwissen genauso verlassen wie auf Ihre wertvolle Berufserfahrung.

Spricht Sie diese spannende, vielseitige Herausforderung in einem führenden Seminarhotel an? Dann freuen wir uns auf Ihr Bewerbungsdossier, vorzugsweise in elektronischer Form an andreas.korner@paraplegie.ch.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Andreas Korner, Leiter HR Schweizer Paraplegiker-Gruppe, Telefon 041 939 57 75. Wir freuen uns auf Sie!

Schweizer Paraplegiker-Gruppe

Human Resources | Guido A. Zäch Strasse 10 | CH-6207 Nottwil | www.paraplegie.ch
Ein Unternehmen der Schweizer Paraplegiker-Stiftung

35481-11592

Alles echt italienisch - vom Antipasto über das Bistecca bis hin zum Grappa mit Ristretto! Diese "Italianità pura" gibt es in unserem **Ristorante Da Ernesto in Luzern!** Für diesen Betrieb suchen wir per 1. Februar 2015 oder nach Vereinbarung einen

Assistenten/Chef de Service (m/w)

Sie sind in der Lage den Geschäftsführer zu unterstützen und zu vertreten. Sie legen Wert auf konsequente Umsetzung des Konzeptes, haben die Kompetenz Mitarbeitende zu führen und zu motivieren und sind gästerorientiert. Als Teamplayer behalten Sie auch in hektischen Situationen den Überblick und ergänzen unsere junge Crew mit Ihrer freundlichen und umgänglichen Art. Für diese Aufgaben bringen Sie mit:

- Abgeschlossene Hotelfachschule oder gleichwertige Ausbildung
- Berufserfahrung und Führungserfahrung
- Gute Kommunikationsfähigkeiten (Muttersprache Deutsch, gute Englisch- und allenfalls Französischkenntnisse)
- Ideales Alter zwischen 25 und 35 Jahre
- PC-Anwenderkenntnisse

Sind Sie interessiert, dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Ristorante Da Ernesto
Richard A. Fries
Furrengasse 17
6004 Luzern
Telefon 041 410 17 44
r.fries@gasttrag.ch - www.da-ernesto.ch



35466-11592

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung einen

Japanischen Spezialitätenkoch und/oder Sushikoch

mit japanischer Kochausbildung sowie mehrjähriger Erfahrung. Von Vorteil sind gute Kenntnisse in der jeweils anderen Disziplin. Unser Restaurant befindet sich in der Stadt Zürich.

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung unter Chiffre 35701-11596 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

35701-11596

Die **Hotelfachschule Thun** ist eine Höhere Fachschule von Hotellerie-suisse, Absolventinnen und Absolventen nehmen in der Hotellerie und Gastronomie betriebswirtschaftliche Fach- und Führungsverantwortung wahr.

Per 5. Januar 2015 oder nach Vereinbarung suchen wir eine engagierte und dynamische Person als

Assistenz der Leitung Hotellerie & Gastronomie (m/w) 80%

Tatjana Jaggy - Leiterin Gastronomie - freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung. Über den QR Code gelangen Sie zur Online-Bewerbung mit detaillierten Informationen zum Stellenprofil.



Hotelfachschule Thun
Tatjana Jaggy
Mönchstrasse 37
3602 Thun
Tatjana.Jaggy@hftun.ch
Tel. 033 227 77 71

35710-11598

INTERNATIONAL



Für unser Hotel im Herzen von Südfrankreich suchen wir per 15. Februar 2015 (oder nach Vereinbarung) eine

Directrice/Gastgeberin

die sich mit Herz und Seele für die Leitung unseres charmanten Betriebes mit 18 Hotelzimmern und 46 Betten verbunden fühlt.

Wir stellen uns eine kompetente Persönlichkeit mit gastronomischer Ausbildung, abgeschlossener Schweizer Hotelfachschule und Begeisterung zur Führung eines unkomplizierten, stillvollen Betriebes vor.

Diese vielseitige Aufgabe beinhaltet die erfolgreiche Führung des Betriebes, die Verantwortung für ein gut eingespieltes Team von 12 Mitarbeiter/-innen sowie die Sicherstellung eines optimalen Betriebsablaufes. Einfache Buchhaltung, allgemeine administrative Arbeiten, die Mithilfe im Restaurant sowie in der Küche sind für Sie kein Problem?

Sie sind zwischen 25 und 35 Jahre jung und haben gute Kenntnisse in der französischen Sprache? Dann sollten wir uns kennen lernen.

Haben Sie Power und suchen eine neue Herausforderung im schönen Süden von Frankreich mit 300 Sonnentagen? Dann erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Aktivferien AG, z.H. Herr Büchi
Postfach 331, CH-8472 Seuzach, Tel. 0041 (0) 52 335 13 10
www.suedfrankreich.ch

35710-11601

Für nur 150.- Franken können Sie hier ein

Stelleninserat schalten

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

Mitarbeiter suchen – Mitarbeiter finden

www.hoteljob.ch

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

SPAREN MIT LIEGENSCHAFTEN

Die einschlägigen Branchenspiegel und statistischen Auswertungen zeigen regelmässig ein ziemlich düsteres Bild über die Gewinnsituation gastgewerblicher Betriebe. Aber es gibt sie – erfolgreich geführte Hotel- und Restaurantbetriebe mit entsprechend positiven Ergebnissen. Damit der Fiskus den hart erwirtschafteten Gewinn nicht zu einem erheblichen Teil wegbesteuert, ist eine kluge und weitsichtige Steuerplanung erforderlich. Das Eigentum an der gastgewerblich genutzten Immobilie verschafft hier zusätzliche Möglichkeiten. Steuern sparen mit Liegenschaften? Die Antwort lautet JA – Eigentümern von Hotelliegenschaften im Geschäftsvermögen stehen einige Bausteine für die Steuerplanung zur Verfügung. Kosten für grössere und damit aperiodisch anfallende Unterhaltsarbeiten sind steuerlich abzugsfähig, sofern es sich nicht um aktivierungspflichtige Anschaffungen handelt. Überdurchschnittlich hohe Kosten sollten, wenn immer möglich, zeitlich optimal geplant werden – idealerweise in einem besonders ertragsintensiven Jahr (zum Beispiel in der Zwischensaison) zur Beseitigung überdurch-

schnittlich hoher Gewinne. Auf diese Weise wird die Progression gebrochen. Alternativ können für tatsächlich geplante, so genannte Grossreparaturen an Liegenschaften wie die Erneuerung von Dächern, Fassaden, Fenstern, Lift- und Heizungsanlagen etc. Rückstellungen gebildet werden. Dabei sind kantonal unterschiedliche Regelungen zu beachten. Zwei Beispiele: Im Kanton Bern sind während maximal acht Jahren Rückstellungen von jährlich zwei Prozent des Gebäudeversicherungswertes zulässig. Im Jahr neun muss eine Rückstellung aufgelöst werden, falls auf die Ausführung der Massnahme verzichtet wurde. Im Kanton Zürich ist eine Rückstellung von jährlich ein Prozent, insgesamt aber max. 15 Prozent des Gebäudeversicherungswertes steuerlich anerkannt. Derartige Rückstellungen sind oft primär steuerlich motiviert und werden nur gebildet, um beispielsweise Gewinnspitzen zu brechen. Gewerbliche Gebäude werden intensiv genutzt – dem damit verbundenen Wertverlust wird mit steuerlich abzugsfähigen Abschreibungen Rechnung getragen. Abschreibungen können ohne einen besonderen Nachweis

bis zu den maximal zulässigen Abschreibungssätzen gemäss dem Merkblatt der Eidgenössischen Steuerverwaltung (nur Gebäude sechs Prozent, auf Gebäude und Land zusammen vier Prozent vom Buchwert) geltend gemacht werden. Teilweise sind kantonal abweichende Weisungen zu beachten – so kann beispielsweise im Kanton Bern eine gewerblich genutzte Liegenschaft bis max. zehn Prozent vom Buchwert abgeschrieben werden (nur Gebäude). Bei Abschreibungen, welche über diese Sätze hinausgehen, ist auf Verlangen der Steuerverwaltung die geschäftsmässige Begründetheit der Abschreibung zu belegen. Abschreibungen können überdies in den meisten Kantonen nachgeholt werden, wenn diese zuvor wegen schlechtem Geschäftsgang nicht oder nur ungenügend vorgenommen werden konnten.



Mathias Keller
 dipl. Steuerexperte, Betriebsökonom FH
 Bommer + Partner Treuhandgesellschaft
www.bommer-partner.ch



KEYSTONE

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

Wir verkaufen TOSKANA TRASIMENOSÉE PALAZZO XV Jhdt. + ANLAGE

22 Whg. ren. Restaurant/Events
 3000 QM Wfl, 4000 QM Grd v. Pr.
www.anticaposta.it

! <http://goo.gl/g5xvRZ> !
 tel. +41 079 40 10 271 svw@aion.ch

35716-11802

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

htr hotel revue

Gesucht: Bademantel Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



**hotel
 marktplatz.ch**
 Eine Dienstleistung von hotellerieuisse