

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2015)
Heft: 6

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 04.07.2025

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

Welche Wertschöpfung erwirtschaftet das Tessin?

mehr auf htr.ch



Challenge

Wie Dany Lützel seinen neusten Direktorenjob in einer chinesischen Grossstadt meistert.

Seite 3

Währung

Wie Schweizer Touristiker und Hoteliers mit der durch den starken Franken bedingten schwierigen Situation umgehen.

Seite 2

Wettbewerb

Wie der Schweizer Teilnehmer Christoph Hunziker den «Bocuse d'Or 2015» in Lyon erlebt hat.

Seite 8 und 17

Festival

Wie der Engadiner Kochnachwuchs und britische Spitzenköche das St. Moritz Gourmet Festival 2015 bereichert haben.

Seite 18 und 19

Berufsbildung

Fachschulen im Plus

Höhere Fachschulen für Tourismus trotz des Bachelor-Konkurrenz. Die Zahlen belegen es.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Höheren Fachschulen für Tourismus (HFT) mussten in den letzten zehn Jahren bei den Studierendenzahlen drastische Einbrüche hinnehmen. Grund für diese Entwicklung war die neue Konkurrenz seitens Fachhochschulen (FH): Seit 2007 bieten diese einen Bachelor im Tourismus an. Doch der akademische Hype scheint

vorbei. «Der Praxisbezug einer Höheren Fachschule wird wieder höher bewertet», stellt Matthias Schweizer, Rektor der HFT Graubünden fest. Die Schule zählte letztes Jahr so viele Neustudierende wie seit sieben Jahren nicht mehr. Die HFT Luzern nimmt aufgrund der wiedererwachten Nachfrage einen zweiten Standort in Betrieb, die dritte Schweizer HFT, die IST in Zürich, zählt

dieses Jahr 23 Prozent mehr Studierende. Für Christina Renevey, CEO Travel Job Market GmbH, eine logische Entwicklung: Für sie seien Personen mit Matura und Fachhochschulabschluss nur schwierig zu vermitteln. Die FHs reagieren auf diese Entwicklung: Die HTW Chur bietet ab Herbst einen Weiterbildungsmaster – auch für Praktiker. gsg

Seite 5

Kommentar

Währungskrise: Die Sehnsucht nach Über-schaubarkeit



GERY NIEVERGELT

Die Krise hat sich in den Köpfen festgegrissen. Gross sind die Unübersichtlichkeit und das Bedürfnis nach Orientierung; dementsprechend vielstimmig ist der Chor der Kommentatoren. Ökonomen, Finanzanalysten, Politiker, Betroffene und Schein-Betroffene drängt es mit Macht, sich zu äussern. Dabei wird im Grunde nur noch reagiert. Überfordert von dem von Computern diktierten Tempo an den Finanzmärkten, hechelt alles den Entwicklungen hinterher. Perspektivisches Denken und proaktives Handeln wird zusehends schwieriger. Besonders schonungslos zeigt sich das derzeit in der Politik.

In dieser konfuse Situation wächst die Sehnsucht nach der Einfachheit. Und siehe: Es begab sich, dass vor Kurzem zwei Studentinnen an der Zürcher Hochschule der Künste ihr «Hotel portable» präsentierten, eine Holzkiste mit Doppelbett. Neu ist so was nicht, Kleinsthotels gibt es allenthalben, genauso wie das kleinste Restaurant, die kleinste Bar oder auch das kleinste Kino.

Überschaubares hat Konjunktur, die Nische gewinnt an Attraktivität. So ist es nicht erstaunlich, mit welcher Begeisterung sich die Medien in den vergangenen Tagen dem «Hotel portable» und seinen zwei «Direktorinnen» annahmen. Es wäre schön, interessierten sich Journalisten gerade in diesen für den Tourismus so schwierigen Zeiten in selbiger Masse für reelle Betriebe. Ich wiederhole mich gerne: Die Schweiz ist reich an attraktiven Hotels.

Tourismusfinanzierung

Viamala – ein helvetisches Lehrstück



Auf dass die Lichter so bald nicht ausgehen: Die Viamala (im Bild Splügen) hat neu eine regionale Tourismusfinanzierung.

Foto © Yannick Andrea

Mitte Januar ist in der Viamala in Graubünden eine tourismuspolitische und direktdemokratische Parforceleistung erfolgreich beendet worden. Mit Thisuis stimmt auch die letzte von 29 Gemeinden einer regionalen Tourismusfinanzierung zu, durch welche die 2012 gegründete Organisation Viamala Tourismus alimentiert wird.

Die Ausgestaltung und Durchsetzung des Gesetzesentwurfs ist ein Lehrstück, wie der Tourismus seine volkswirtschaftliche Bedeutung politisch ummünzen kann – gerade in alpinen und anderen Randregionen. Zu den Erfolgsfaktoren gehören: eine einfache, moderate, nach Branchen und Gemeinden differenzierte Abgabelast; der Schulterschluss mit der Landwirtschaft; die Nutzung regionaler politischer Strukturen sowie viel Beharrlichkeit.

Im Interview sagt der Experte Adriano Marantelli, welche Formen der Tourismusfinanzierung sich anderswo in der Schweiz anbieten und durchsetzen.

«fokus», Seite 11 bis 14

Marketing

Die Schweiz aus Sicht der Gäste

Gäste aus Fernmärkten sollen mit neuen Kommunikationsmitteln beworben werden. Mit dem Projekt «Bonding with Switzerland» von Suissco, einer Westschweizer Unternehmung für innovative Kommunikation, sollen auch die Erfahrungen der Gäste berücksichtigt werden. aca/dst

Seite 10

Weissenstein

Davoser steigen in Solothurn ein

Nach über vier Jahren ist die Regiobank Solothurn fündig geworden. Sie konnte das Kurhaus Weissenstein oberhalb von Solothurn veräussern. Erworben hat es eine Investorengruppe, schwergewichtig aus Davos. Die Käuferschaft setzt sich zusammen aus Arabelle und Tom Umiker, Inhaber und Gastgeber des Davoser 2-Sterne-Superior-Ho-

tels Edelweiss, dem Davoser Bauunternehmer Urs Hoffmann sowie dem Unternehmer und Tourismusfachmann Hansueli Schläppli. Letzterer war von der Regiobank beauftragt worden, einen Käufer für das Kurhaus Weissenstein zu suchen.

Nun gilt es, das stark renovationsbedürftige Kurhaus auf Vordermann zu bringen, durch

Investition von mehreren Millionen. Die Käufer sind überzeugt, dass sich das Haus der-einst rentabel betreiben lässt.

Heute Donnerstag präsentieren die neuen Eigentümer an einer Medienkonferenz im Kurhaus Weissenstein ihre Pläne für die Zukunft des Betriebs auf dem Solothurner Hausberg, dst

Seite 4

Inhalt

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



9 771662 334000 06

ANZEIGE

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Member Partner

protel

Florian Lescher

Flori

Urlaubsvertretung
...
Mise-en-place
...
Aushilfe

+41 79 567 74 11
www.kuechenvagabund.ch

HOREGO

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

BOMMER + PARTNER
TREUHANDGESELLSCHAFT
Bern

VERTRAUEN IST UNSERE GESCHAFT

«Treuhand aus Leidenschaft
... für unsere Kunden»

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie und Gastgewerbe



Für den 36-jährigen Dany Lützel spielt die chinesische Kultur beim Führen seiner 500 Mitarbeitenden im Kempinski in Chongqing eine grosse Rolle.

Standpunkt

Schulkinder und Junge: Ab in den Schnee!



BARBARA
GISI*

Es schneit, während diese Zeilen entstehen. Ein Segen für den Wintertourismus. Die Züge füllen sich mit unternehmungslustigen Leuten, Wintersportgeräte im Schlepptau. Flexible Arbeitszeiten ermöglichen spontane Ausflüge auf die Pisten, und bald stehen Sportlerinnen vor der Tür. Die Schweiz ein Wintermärchen? Nicht ganz. Schaut man genauer hin, ist der Schneesport keine fixe Grösse mehr im Jahresablauf. Die Gründe dafür sind verschieden. Die Freizeitbeschäftigungen sind

«Wer als Kind am
Schnee Gefallen findet,
bleibt diesem Hobby
später viel eher treu.»

vielfältiger geworden, Kinder mit Migrationshintergrund kennen das «Phänomen Schnee» oft nicht und die einst gängigen Schneesportlager sind verschwunden. Unter anderem deshalb, weil deren Organisation der Lehrerschaft, neben allen anderen Aufgaben, zu aufwendig ist. Dies soll sich ändern. Schneesportverbände, der Schweizer Tourismusverband, Bundesämter und weitere Interessierte haben sich zur «Schneesportinitiative Schweiz» zusammengesetzt, um wieder mehr Junge für den Schnee zu begeistern und vor allem Schulen organisatorisch zu unterstützen: Wer als Kind am Schnee Gefallen findet, bleibt diesem Hobby als Erwachsener viel eher treu. Verbringen Schweizer ihre Winterferien in der Schweiz, ist dies nicht nur Teil unserer Kultur, es sichert den Wintersportorten auch überlebenswichtige Einnahmen – nicht erst seit der Aufhebung des Mindestkurses.

www.schneesportinitiative.ch

*Barbara Gisi ist Direktorin des Schweizer Tourismusverbandes

«Ich kann kein Patriarch sein»

China stellt Hotel-
direktoren vor grosse
Herausforderungen.
Der Schweizer Dany
Lützel meistert sie
als Direktor des Hotels
Kempinski in der
chinesischen Gross-
stadt Chongqing.

DENISE MÜCHENBERGER

Dany Lützel, wie setzen Sie sich als Schweizer Hoteller in einer chinesischen Grossmetropole durch?
Mit Geduld. In der Schweiz dauern Meetings weniger lang, Entscheide werden im Gremium gefällt. Danach wissen alle, was zu tun ist. Hier dauern die Meetings bis zu zwei Stunden, oft auch länger. Die Chinesen streben keine Entscheidungen an, sie schieben sie viel lieber hinaus. Niemand möchte Verantwortung übernehmen, und dabei womöglich sein Gesicht verlieren. Ich musste lernen, jeden Tag etliche Entscheide zu treffen. Auch wenn es um Kleinigkeiten geht, wird der Chef hinzugezogen. Ich segne Promotion-Flyers ab, entscheide, ob das Toilettenpapier nun drei- oder vierlagig sein soll. Erst wenn ich die Verantwortung übernehme und klare Anweisungen gebe, führen die chinesischen Mitarbeitenden ihre Aufgaben aus.

Zur Person Steiler Aufstieg bei Kempinski in China

Dany Lützel ist seit wenigen Tagen General Manager im Kempinski in der chinesischen Grossstadt Chongqing. Der 36-jährige Luzerner kam im Oktober 2013 nach China und startete bei Kempinski als Vizedirektor. Vier Monate später wurde er zum Resident Manager befördert. Lützel hatte die Hotelfachschule in Luzern absolviert und an der Fachhochschule St. Gallen das E-MBA abgeschlossen. 2006 stieg er als Direktor Marketing & Sales bei Radisson Blu in St. Gallen ein, vier Jahre später übernahm er den Direktorenposten. Seine bisherigen beruflichen Stationen im Ausland waren Brüssel und Dubai. Lützel präsidierte auch den Radisson-Blu-Direktor auch den Hotelier-Verein St. Gallen-Bodensee und den Verein Hotel- und Gastronight. dm

Mit welchen Herausforderungen waren Sie zu Beginn Ihrer Tätigkeit konfrontiert?

Am Anfang kam eine Flut an Informationen auf mich zu. Ich musste mir einen Überblick verschaffen über ein Haus mit 430 Zimmern, sechs Restaurants, einem grossen Event- und Bankettbereich und rund 500 Angestellten. Auch die Klima-Umstellung war ein Challenge, im Sommer herrschen hier 40 bis 45 Grad. Oftmals hängen graue Wolken am Himmel, wir haben hier in Chongqing zwanzig Nebeltage mehr als in London, das kann schon auf die Stimmung drücken.

Worauf müssen Sie bei der Führung der Mitarbeitenden besonders achten?

Ich kann hier nicht als Patriarch auftreten und mich im Ton vergreifen. Dann fühlen sich die Chinesen gestresst, was die Arbeitsmoral schwächt. Wichtig ist, dass ich den Mitarbeitenden respektvoll begegne, auch Verständnis für sie habe. Eine ihrer grössten Ängste ist, vor Kollegen das Gesicht zu verlieren, deshalb kritisiere ich eine Person nie vor anderen, sondern nehme sie kurz zur Seite und weise sie auf den möglichen Fehler hin.

Wie kommunizieren Sie mit den Mitarbeitenden, lernen Sie Chinesisch?

Ich habe es probiert. Aber ich lebe im Hotel, und ein Arbeitstag endet oft erst um 22 Uhr. Da fehlt mir die nötige Ausdauer, um Chinesisch zu lernen. Mir steht eine Sekretärin zur Seite, die für mich übersetzt.

Ein Grossteil meiner Kaderleute spricht zwar Englisch, aber der Küchenchef oder der Sicherheitschef beispielsweise verstehen nur Chinesisch. Wir kommunizieren dann über die Sekretärin. Da können Dinge schief gehen, wenn Anweisungen missverstanden werden, eine Sprachbarriere ist definitiv vorhanden. Ich sehe aber auch Vorteile, denn ich muss gewisse Arbeiten delegieren, die mühsam sind, die ich früher in der Schweiz aber immer selber ausgeführt habe.

«Mein Lohn wird in Euro ausbezahlt, also erhalte ich momentan knapp 20 Prozent weniger Lohn.»

Dany Lützel
Direktor Kempinski in Chongqing, China

Haben Sie in Chongqing eine ernst zu nehmende Hotelkonkurrenz?

Die Situation ist schwierig, es herrscht ein Überangebot an Hotels. Chongqing bietet 1700 Hotels, alle bekannten internationalen Ketten sind vertreten. In den nächsten fünf Jahren sollen weitere 17 Fünfsternehotels dazukommen, das drückt natürlich die Preise. Bei uns können Gäste bereits ab 100 Franken ein Doppelzimmer buchen, was in der Schweiz bei diesem Standard undenkbar wäre.

Welche Gäste steigen mehrheitlich in Ihrem Hotel ab?

Bis zu 95 Prozent Chinesen, mehrheitlich Business-Gäste, die für Seminare, Hochzeiten oder grosse Conventions anreisen. Touristen machen einen verschwindend kleinen Anteil aus, die Stadt wird in diesem Bereich zu wenig gut vermarktet. Wir haben auch Schweizer Gäste, Deutsche, Engländer und Amerikaner, die geschäftlich nach Chongqing kommen.

Sie haben bis zu Ihrem Wegzug das Radisson Blu in St. Gallen geleitet. Wo liegen die Unterschiede in der Gästebetreuung?

Im Anspruch, wie schnell Service und Dienstleistungen erbracht werden müssen. Alles muss ganz schnell gehen. E-Mails müssen im gleichen Tag beantwortet werden, eigentlich umgehend. Wenn am Check-in mehrere Leute stehen, reihen sich die Chinesen nicht in die Warteschlange, alle wollen gleichzeitig bedient werden. Auch im Restaurant suchen die Chinesen keinen

Blickkontakt, sie rufen den Kellner einfach zu sich, wenn sie bestellen wollen. An dieses Tempo musste ich mich erst gewöhnen.

Die Schweizer Hotellerie hat mit der aktuellen Währungsproblematik zu kämpfen. Wie sieht die Situation bei Ihnen aus?

Mein Lohn wird in Euro ausbezahlt, also erhalte ich momentan knapp 20 Prozent weniger Lohn (lacht). Das Hotel spürt die Abschwächung des Euros sehr beschränkt, da wir wenige internationale Gäste haben. Die Entwicklung des Yuan ist stabil. Viel mehr spüren wir, dass das Wirtschaftswachstum in letzter Zeit abgenommen hat und dass die Regierung den Behörden ein Konsumverbot in Fünfsternehotels auferlegt hat. Früher liessen die Staatsangestellten hohe Beträge in den Hotels liegen, genossen den besten Champagner, nutzten das Spa-Angebot, alles auf Spesen. Ich finde es gut, dass die Regierung interveniert hat, aber das Verbot wirkt sich natürlich auf unsere Umsätze aus.

Wo verbringen Sie freie Tage respektive Ihre Ferien?

Ich fliege ein bis zwei Mal pro Jahr in die Schweiz, nicht zuletzt für einen ärztlichen Check. Ich lebe in einer ganz anderen Umgebung, die hygienischen Verhältnisse sind nicht vergleichbar mit jenen in der Schweiz. Da ist man anfälliger auf Krankheiten. Ich unternehme auch Reisen in Asien, war schon in Shanghai, in Hongkong oder auf Hainan, südwestlich von Hongkong. Die Insel bietet die schönsten Strände Chinas. Häufig reicht es jedoch nur für Kurztrips, die drei bis vier Tage dauern.

Verfolgen Sie die Entwicklung der Schweizer Hotelbranche noch aus der Ferne?

Auf jeden Fall, ich lese jede Woche Branchenzeitungen und bleibe per E-Mail mit ehemaligen Kollegen in Kontakt. Mir liegt viel daran, das Netzwerk aufrechtzuerhalten, denn eine Rückkehr in die Schweiz kann irgendwann wieder zum Thema werden. Deshalb möchte ich mich über die laufenden Entwicklungen in der Schweizer Hotellerie auf dem Laufenden halten.

Aufgefallen

Ein spezieller Gruss an die anwesenden Mitgliederinnen



An der Delegiertenversammlung der Bündner Hoteliers, die im Churer Stadttheater über die Bühne ging, sorgte die Theaterintendantin für einen kreativen Moment, hiess sie in ihrer Begrüssung doch explizit die «Mitgliederinnen» willkommen. Die Wortschöpfung sei seiner Absicht entsprungen, erklärte sie später. Allerdings sei ihr aufgefallen, dass sich im Saal nur ganz wenige Frauen befunden hätten. Das sah die Intendantin richtig. Einmal mehr war augenfällig, wie männerlastig die Zunft der Hoteliers ist. Mehr Frauen an Versammlungen und Tagungen täten der Branche gut. Sie müssen ja nicht gleich zu Mitgliederinnen mutieren. gn

Aus der Region

Berner Oberland
Giardino-Gruppe steigt in Grindelwald ein

Die Giardino-Gruppe wird in Grindelwald ein Luxushotel eröffnen. Dieses ist Teil der Grossüberbauung «Bergwelt Grindelwald» mit Chalets, Villen und Wohnungen im Zentrum von Grindelwald. Das neue 5-Sterne-Boutique-Hotel in Grindelwald mit 70 Zimmern soll laut «Sonntagszeitung» im Dezember 2016 eröffnet werden. Es soll entweder «Giardino Grindelwald» oder «Giardino Resort Grindelwald» heissen. Mit diesem neuen Betrieb wird die Giardino-Group fünf Hotels umfassen.

Graubünden
Wintersaison bisher schlechter als im Vorjahr

swiss-image/Andrea Badrutt

In der Wintersaison 2014/15 besuchten bis Ende Januar im Vergleich zum Vorjahr 7,8% weniger Gäste die Bündner Bergbahnen. Laut dem jüngsten Monitor beläuft sich der Rückgang im Vergleich zum Fünfjahresdurchschnitt auf minus 9,3%. Für positive Zahlen bei der Entwicklung der Anzahl Gäste (+2,4%) sowie beim Transportsatz (+11,2%) sorgte der Januar 2015. Die regionalen Unterschiede sind teils beachtlich.

Bern**Kein öffentliches Gratis-WLAN in der Stadt Bern**

Künftig wird es in der Stadt Bern kein kostenloses öffentliches WLAN geben. Die Stadtregierung hält die Einführung eines derartigen Netzes für zu teuer. Zudem gebe es in der Innenstadt immer mehr Orte, etwa Cafés und Restaurants, von denen aus ein Gratis-WLAN-Zugriff möglich sei. Bereits 2008 hatte die Berner Stadtregierung ein flächendeckendes WLAN-Netz in Aussicht gestellt.

Zentralschweiz**Lungern-Schönbühl: Rettung ist gescheitert**

ZVG

Im Konkursverfahren um die Panoramawelt Lungern-Schönbühl haben sich keine Interessenten finden lassen. Somit ist die Rettung des Bahnbetriebs gescheitert. Das im Mai 2014 eröffnete Konkursverfahren gegen das Bahnunternehmen wurde mit einem Entscheid des Obwaldner Kantonsgerichts vergangene Woche eingestellt. Eine Übernahme des Bahnbetriebs durch Dritte habe sich nicht als mögliche Verwertungsart erwiesen. dst



Im Kurhaus Weissenstein ziehen neu Davoser die Fäden. Seit Dezember führt eine moderne Gondelbahn die Gäste auf den Solothurner Hausberg. Region Solothurn Tourismus

Davoser kaufen Weissenstein

Das Kurhaus Weissenstein auf dem Solothurner Hausberg hat neue Eigentümer. Die Regiobank Solothurn hat es einer Investorengruppe vorwiegend aus Davos verkauft.

DANIEL STAMPFELI

Hansueli Schläppli war als Partner der Trimeia AG von der Regiobank Solothurn beauftragt worden, für das Kurhaus Weissenstein auf dem gleichnamigen Solothurner Hausberg Käufer zu suchen. Die hat der Unternehmer und frühere Geschäftsführer der Bergbahnen Lenk und vormalige Besitzer eines Hotels an der Lenk nun gefunden – und er selbst gehört dazu. Weiter zur Gruppe gehören Arabelle und Tom Umiker, Inhaber und Gastgeber des Davoser 2-Sterne-Superior-Hotels Edelweiss, sowie Urs Hoffmann,

Eigentümer der Sinea Holding AG in Zug und der Baulink AG Generalbauunternehmung sowie Mitinhaber der Trimeia AG und wohnhaft in Davos.

Alle sollen profitieren

Wie die Regiobank Solothurn als bisherige Eigentümerin mitteilt, hat sie «bewusst darauf verzichtet, das Kurhaus zum höchstmöglichen Preis an einen Finanzinvestor zu verkaufen». Vielmehr liege es der Bank am Herzen, dass das Kurhaus als eigentümergeführter Betrieb erhalten werden könne.

Der Verkauf an die neuen Eigentümer werde für alle Involvierten zu einer Win-win-Situation führen, nämlich für die Öffentlichkeit, die neuen Eigentümer und die Regiobank Solothurn, schreibt Letztere in ihrer Medienmitteilung. Die Bank hatte das Kurhaus samt dazugehörigem Land im Jahr 2010 über



«Hoffentlich wird nun endlich Geld in eine umfassende Sanierung gesteckt.»

Jürgen Hofer
Direktor Solothurn Tourismus

ihre hundertprozentige Tochterfirma Soleika AG erworben.

Der Davoser Hotelier und Investor Tom Umiker will gegenüber der htr hotelrevue zum Kaufpreis keine Angaben machen, auch nicht zu den Eigentumsanteilen der drei Partner.

Mehrere Millionen sind nötig

Nun müssen die neuen Eigentümer in ihre Schatulle greifen und die notwendigen Investitionen finanzieren. «Eine Million reicht da bei Weitem nicht. Es braucht wesentlich mehr», sagt Tom Umiker. Der Ostflügel sei abbruchreif. Ausser der Passade stehe nichts mehr. Gleicher Meinung ist Jürgen Hofer, Direktor von Region Solothurn Tourismus: «Will man auf einen grünen Zweig kommen, muss zwingend mit dem Ostflügel und den Bereichen Selbstbedienung und Hotellerie etwas geschehen.» Dies bedinge grosse

Investitionen. «Da ein Bauunternehmer dabei ist, gehe ich davon aus, dass nun endlich Geld in eine umfassende Sanierung gesteckt wird», so Hofer.

Pächter des Kurhauses mit einem dreijährigen, bis Ende 2016 laufenden Pachtvertrag ist die Kappeler Gastro AG mit ihrem Label «Hüttenzauber». Ob der Pachtvertrag allenfalls vorzeitig aufgelöst wird, will Tom Umiker nicht kommentieren.

Seit verganginem Dezember bringt eine neue Gondelbahn die Gäste auf den Solothurner Hausberg (siehe Zweittext). Fraglich aber ist, ob auch bei schlechtem Wetter genügend Frequenzen generiert werden. Umiker ist überzeugt davon, dass sich das Kurhaus Weissenstein dereinst rentabel wird betreiben lassen. «Davoslastige Unternehmer lassen sich nicht auf die Äste raus und versenken im Kanton Solothurn Millionen», so Umikers Begründung. Die beiden Investoren, Urs Hoffmann und Hansueli Schläppli, waren für eine Stellungnahme nicht erreichbar.

Dass Schläppli nun zu den Investoren gehört, mag etwas erstaunen. Hat er doch in einem Interview mit der htr hotelrevue im Juni 2014 erklärt, dass ein Kauf

«gegen meine Philosophie sprechen würde. Ich muss mir in meinem Alter meiner Arbeitsbelastung bewusst sein».

Nähere Details zur weiteren Entwicklung des Kurhauses auf dem Weissenstein und zu den Umbauabsichten kommunizieren die neuen Eigentümer heute Donnerstag an einer Medienkonferenz im Kurhaus Weissenstein.

Zubringer Gondelbahn statt Sessellift

Kurz vor Weihnachten wurde die neue Gondelbahn in Betrieb genommen. Mit der 25 Millionen Franken teuren Anlage transportieren 49 Gondeln bis zu 900 Personen pro Stunde auf den 1280 Meter hohen Weissenstein. Mit der Inbetriebnahme der Anlage fand eine jahrelange Leidensgeschichte ihren Schluss. Ende 2009 war der alte, 1950 eröffnete Sessellift eingestellt worden. In der Zwischenzeit war ausserhalb des Winters an den Wochenenden eine Postautoverbindung in Betrieb. dst

Geheimniskrämerei um das Château Gütsch

Angeblich ist der Neue, der das Château Gütsch als Direktor in eine erfolgreiche Zukunft führen soll, bestimmt. Doch betreffend der Person geben sich die Verantwortlichen bedeckt.

DANIEL STAMPFELI

In einer Woche soll der neue Direktor im Luzerner Hotel Château Gütsch seinen Job antreten. Dies erklärt Gesa Eichler, Geschäftsführerin der Château Gütsch Immobilien AG, auf Anfrage der htr. Mehr will sie aber nicht verraten.

Auch nicht, ob es sich um einen Schweizer oder einen Ausländer handelt. Ziel war, die Gespräche mit Kandidaten bis spätestens Anfang 2015 zu beenden. Dies sei gemäss Eichler auch gelungen. Doch bevor die Details kommuniziert würden, wolle man mit dem Auserwählten noch die Informationsmodalitäten besprechen.

Kurzes Gastspiel des ersten Direktors

Die Suche nach einem neuen Direktor war nötig geworden, nachdem sich die Château Gütsch Immobilien AG und der damalige Resident Manager Olivier Kuhn per Ende November 2014 in gegenseitigem Einver-

nehmen getrennt hatten. Kuhn hatte die Leitung des Hotels erst Ende Mai übernommen, als der Betrieb, der dem russischen Oligarchen Alexander Lebedev gehört, nach einer bewegten Vergangenheit wieder eröffnet wurde. Seit Olivier Kuhns Abgang bis zum Start des neuen Direktors wird das Hotel interimistisch von Gesa Eichler zusammen mit dem Hotelteam geführt.

Ungewisser Zeitpunkt für den Start der Gütsch-Bahn

Ein anderes, noch nicht fertig geschriebenes Kapitel, betrifft die Gütsch-Bahn. Am 30. November 2014 hatten die Luzerner Stimmbürger Ja gesagt zu einem



Wer wird wohl als Direktor ins Château Gütsch einziehen? adb

1,73-Millionen-Kredit für den Neubau der Gütsch-Bahn. Nach der Abstimmung hatte die Château Gütsch Immobilien AG mitgeteilt, dass sie das hinausgeschobene Bahnprojekt wieder aufnehmen werde, «damit die Bahn baldmöglichst Passagiere auf den Gütsch befördert». Diese

Woche ist die Arbeit am neuen Schräglift laut «Neue Luzerner Zeitung» wieder aufgenommen worden. Ziel der Bauherrschaft war, die Bahn im Mai in Betrieb zu nehmen. Auf die Frage der htr, ob dieser Fahrplan noch stimmt, hat die Château Gütsch Immobilien AG nicht geantwortet.

Praktiker sind wieder gefragt

Nach jahrelangem Bachelor-Hype gewinnt im Tourismus die Ausbildung einer Höheren Fachschule wieder an Boden. Die Studentenzahlen der Tourismus-Schulen steigen erneut.

GUDRUN SCHLENCEK

Das letzte Jahr war ein erfreuliches Jahr für die Höheren Fachschulen im Tourismus (HFT). Die Höhere Fachschule für Tourismus Graubünden in Samaden verzeichnete «mit 64 Neustudierenden die höchste Anmeldezahl der letzten sieben Jahre», berichtet Rektor Matthias Steiger. Fast komplett belegt sei auch die seit letztem Jahr geführte Saisonjob-Modellklasse, bei dem die Studierenden jeweils in der Zwischensaison die Schulbank drücken.

Die HFT Luzern wiederum veranlasste die gute Nachfrage, zu expandieren: Ab Mitte Februar unterrichten Luzerner Dozenten auch in den Räumlichkeiten der Hotelfachschule Thun, der erste Jahrgang zählt 28 Teilnehmende. In Luzern begannen die 90 Studierenden bereits im letzten September.

Ob HF- oder FH-Absolvent ist auch eine Lohnfrage

Positiv zeigt sich die Entwicklung der Studentenzahl ebenso auf nationaler Ebene: Das Bundesamt für Statistik weist – nach jahrelanger Talfrat – aufgrund der neuen Konkurrenz durch den Bachelor der Fachhochschulen (FH) – für 2013 erstmals wieder einen Anstieg bei den Diplomabschlüssen Tourismusfachmann/-frau HF aus (plus 13%).

Steiger verwundert die wiedererwartete Nachfrage nicht: Die Bachelor-Problematik sei nun schon mehrere Jahre alt, «der Hype ist nicht mehr so extrem spürbar». Studierende bewerteten den «wesentlichen grösseren» Praxisbezug einer Ausbildung der Höheren Fachschule (HF) wieder höher als noch bei der Einführung der Bachelor-Lehrgänge. Ein Vertreter der Praxis, der Gstaader Tourismusdirektor Martin Bachofner, begrüsst grundsätzlich Bewerber mit Bachelor-Abschluss, fordert von diesen aber «einen hohen Grad



Theorie ist gut, noch besser kombiniert mit Praxis: Das heisst berufsbegleitend bereits ab Stufe Höhere Fachschule.

Alain D. Bollat

an Pragmatismus». Für ihn ist die Frage ob HF- oder FH-Absolvent grundsätzlich auch eine Lohnfrage: «Bachelor-Absolventen werden häufig mit einer überdurchschnittlich hohen Lohnvorstellung vorstellig.»

Einen besonders markanten Zuwachs bei den Studierendenzahlen erlebt die Internationale Schule für Touristik AG (IST) in Zürich: Im Schuljahr 2013/2014 lag die Studentenzahl der HF an den beiden Standorten Zürich und Lausanne 20 Prozent höher als im vordere, der Zuwachs für das laufende Schuljahr beträgt 23 Prozent. 2014 waren insgesamt 230 Studierende eingeschrieben. «Wir waren von der Bachelor-Konkurrenz stark betroffen, nun erholt sich die Situation wieder», freut sich IST-Direktorin Hanna Rychener Kistler.

Neue HFSV fordert Höhere Fachschulen finanziell heraus

Die positive Entwicklung hat auch finanzielle Gründe. Seit letztem Jahr erhält die IST im Rahmen der – in den meisten Kantonen seit Beginn des Jahres 2014 geltenden – «Interkantonalen Vereinbarung über Beiträge an die Bildungsgänge der Höheren Fachschulen (HFSV)» eine Finanzierungspauschale pro Student: 2014 waren es 3000 Franken, ab Sommer 2015 werden es 5000 Franken pro Semester sein. So konnten die Gebühren drastisch gesenkt werden.

Die Beitragshöhe gilt auch für andere Schulen, die meisten erhielten bisher von der öffentlichen Hand jedoch höhere Zu-

schüsse und mussten mit der Einführung der HFSV den Gürtel enger schnallen. So auch die Hotelfachschule Thun. Das sei aber nicht der Grund dafür gewesen, der HFT Luzern an zwei Tagen pro Woche Kursräume zu vermieten, betont Christoph Rohm, Direktor der Hotelfachschule Thun. «Die Zusammenarbeit beruht nicht auf einer strategischen Absicht.» Etwaige Synergien auf Stufen Unterricht seien aber denkbar.

Die Studiengänge müssten die HF Thun aufgrund der rückgängigen Subventionierung um 20 Prozent anheben. Bisher wirkte sich das aber nicht auf die Nachfrage aus.

EMBA der HTW Chur für die Praxis

Mit dem neuen «Executive MBA – Tourismus und Hospitality Management» stellt die HTW Chur bewusst die Verbindung zwischen wissenschaftlicher und Praxis, her: Der neue, ab kommenden Herbst angebotene Weiterbildungs-Master richtet sich gleichermaßen an HF-Diplom- wie Bachelor-Träger, ist weniger wissenschaftlich als ein konsekutiver Master, wie die Leiterin Weiterbildung des Instituts für Tourismus und Freizeit der Fachhochschule, Barbara Haller Rumpf, betont, und baut auf Praxis-Er-

fahrung auf. ETCS-Punkte gemäss Bologna-System kann man trotzdem sammeln. HF-Diplom-Träger müssen dafür vor dem EMBA-Studiengang noch einen halbjährigen MAS-Studiengang besuchen.

Den Vorwurf der generellen Akademisierung der Tourismus-ausbildung lässt Haller Rumpf nicht gelten. Im Gegenteil: Der Studiengangsliterin fehlt bei den Führungskräften im Tourismus oft der theoretisch-wissenschaftliche Hintergrund. Sie ist überzeugt: «Im Tourismus haben wir ein Weiterbildungsproblem.»

Haller Rumpf ortet darin auch einen möglichen Grund für die stagnierende Entwicklung im Tourismus. Mit dem neuen EMBA will man gerade in der oberen Führungsetage eine Bildungslücke füllen.

IST Zürich suchte sich Bildungspartner aus der Wirtschaft

Ausschliesslich auf Marktbefürnisse will die IST mit ihrer neuen «Academy of Excellence» zielen. Bei den aktuell sechs Weiterbildungsangeboten, darunter Online-Marketing und «interkulturelle Kompetenz», verzichtete man bewusst auf eigenössisch anerkannte Titel oder Fachhoch-

schulzertifikate wie ein CAS oder MAS. «So können wir schneller reagieren: Läuft ein Angebot nicht, können wir es streichen, aber auch unkompliziert ein neues lancieren. Ohne den Segen aus Bern oder eines Fachhochschulpartners zu brauchen.»

Alleine ist die IST mit der 2015 gestarteten Academy trotzdem nicht unterwegs: Mitveranstalter ist das Schweizerische Institut für Betriebsökonomie in Zürich. Das Interesse am neuen Angebot sei gross, aber noch ist die Buchungsrate bescheiden. Rychener rechnet damit, im Frühjahr erst mal mit drei der sechs Kurse zu starten, das volle Programm soll ab Herbst laufen.

Tourism Career Day Premiere für neue Plattform in Zürich

Tourism Career Day (TCD) heisst die neue Plattform, die Berufsleuten Entwicklungsmöglichkeiten im Tourismus aufzeigen will. Referenten aus Tourismus und Hotellerie schildern persönliche Erfahrungen in Bezug auf Karriere-chancen. Folgende Schulen und Anbieter sind Sponsoren und Aussteller zugleich: HTW Chur, Höhere Fachschule für Tourismus Graubünden, IST Zürich, Education First. Der erste TCD findet am 25. März 2015 abends im «Au Premier», Hauptbahnhof Zürich, statt.

www.tourismcareerday.ch



«Den Bachelor gibt's nun schon ein paar Jahre, der Hype ist nicht mehr so spürbar.»
Matthias Steiger
CEO Academia Engiadina

Aus der Region

Zürich

Kunsthau- Erweiterung kann gebaut werden



ZVG

Die Stiftung Archicultura will den Entscheid des Zürcher Baurekursionsgerichts zum geplanten Erweiterungsbau des Kunsthau- Zürich nicht anfechten und ans Verwaltungsgericht weiterziehen. Das Baurekursionsgericht hatte Ende Dezember den Rekurs der Luzerner Stiftung abgewiesen. Bereits jetzt steht fest, dass der ursprünglich geplante Termin für die Eröffnung des vom Londoner Stararchitekten David Chipperfield entworfenen Erweiterungsbau 2017 nicht mehr eingehalten werden kann.

Baupartner für «The Circle» ausgewählt

Die Flughafen Zürich AG und Swiss Life AG haben HRS Real Estate AG als Partner für die bauliche Umsetzung des Dienstleistungszentrums «The Circle» ausgewählt. Der Entscheid fiel in einem mehrstufigen Auswahlverfahren. Voraussichtlich im September 2015 beginnen die Hochbauarbeiten mit dem Baugruppen-Ausbau. Die Fertigstellung der ersten Etappe ist für Ende 2018 vorgesehen. Die Investitionskosten betragen rund 1 Milliarde Franken.

Ostschweiz

Acron übernimmt Management des «Radisson Blu»



Soenne-Architekturfotograf

Die Immobilieninvestment-Firma Acron hat den Mietvertrag mit der HBM Hotel Betriebs Management AG, St. Gallen, gekündigt und übernimmt per 1. Februar 2015 den Betrieb des Radisson Blu Hotel in St. Gallen unter dem bestehenden Namen. Das Hotel wird nun direkt von der Immobilienbesitzerin, der Acron Helvetia X Immobilien AG, betrieben und durch den aktuellen Hoteldirektor René M. Singenien mit allen bisherigen Mitarbeitenden weitergeführt.

Mittelland

Initiativen PubliLac zu Recht ungültig

Auf Geheiss des Verwaltungsgerichts hat sich der Regierungsrat der Kantone Biel und Nidau nachmals auseinandergesetzt. Er kommt zum Schluss, dass die beiden Gemeinden das Volksbegehren zu Recht für ungültig erklärt hätten. Die 2012 in Biel und Nidau eingereichten Initiativen richten sich gegen die geplante Überbauung des Bielersees in den beiden Städten. dst

Grundbildung Fahrplan für die Revision genehmigt

Der Vorstand von Hotel & Gastro formation hat letzte Woche die Projektorganisation der Revision der gastgewerblichen Grundbildung genehmigt. Künftig erhalten alle Schweizerischen Kommissionen für Berufsentwicklung & Qualität sowie die Reformkommission «Neuer Beruf» Zugang zur Steuergruppe und werden durch Fachgruppen begleitet. Die Steuergruppe bilden je ein Mitglied der Trägerverbände Hotellerieuisse, Gastronomie und Hotel & Gastro Union. Da es sich beim «Neuen Beruf» um eine Reform handelt, wird auch die operative Projektleitung (Hotel & Gastro formation Schweiz) mit einbezogen. Die Revision soll in den nächsten Jahren über die Bühne gehen.



Nachgefragt
Christina Renevey

ist CEO der Travel Job Market GmbH.

Aktuell sind auf traveljobmarket.ch rund 170 Jobs ausgeschrieben und ca. 250 Stellensuchende registriert.

Christina Renevey, Sie sind CEO eines der führenden Schweizer Stellenvermittler für touristische Jobs. Stellen Sie bei diesen auch einen Fachkräftemangel fest?

Das Problem ist die inhaltliche Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage: Für attraktive, kreative Jobs finden sich immer genügend Bewerber, im mittleren Kaderbereich hat es sogar einen Nachfrageüberhang. Ein Bewerbermangel herrscht für Beraterstellen im Reisebüro. Hier braucht es Fachkräfte mit viel Wissen, gleichzeitig ist die Bezahlung für viele wenig befriedigend (Anm. d. Red.: Durchschnittsgehalt liegt bei gut 5000 Franken monatlich). Zudem wird die Beratung der Kunden, welche via Internet schon gut informiert sind, immer anspruchsvoller.

Welche Jobs sind am beliebtesten?

Stellen im Incoming- und Event-Bereich sowie im Product Management. Das sind oft anspruchsvollere Tätigkeiten im Marketing, die spannende Aufgabenfelder bieten. Den Incoming-Bereich wollen wir deshalb noch weiter ausbauen. Im Outgoing-Tourismus werden deutlich mehr Stellen auf Sachbearbeiterstufe ausgeschrieben. Die junge Generation will spannende Jobs und Verantwortung übernehmen – am liebsten direkt nach der Ausbildung.

Das heisst, die Bewerber wollen Karriere machen: Lancieren Sie deshalb den ersten Tourism Career Day im März?

Mit dem TCD, den dortigen Referenten und präsenten Tourismusschulen, wollen wir zeigen, dass man sich im Tourismus beruflich weiterentwickeln kann, was es für

Möglichkeiten gibt. Ich finde es schade, wenn viele touristisch Ausgebildete mit 25 Jahren die Branche wieder verlassen – mangels Perspektiven oder weil der Lohn nicht stimmt.

Wie sieht die ideale Karriere im Tourismus aus?

Die startet mit der Lehre und setzt sich dann mit einer Höheren Fachschule fort, am besten berufsbegleitend. Wer eine Höhere Fachschule absolviert hat, der kommt schnell weiter. Dagegen sind für uns Personen mit Matura und anschliessendem Abschluss einer Fachhochschule schwierig zu vermitteln. Diesen Absolventen fehlt schlichtweg die Praxiserfahrung. Die Dossierschickt der potenzielle Arbeitgeber in der Regel postwendend zurück. Ich muss dazu allerdings sagen, dass wir primär im mittleren Kaderbereich Stellen vermitteln. gsg

Mit über 1000 Tagungsteilnehmenden war die dritte Ausgabe der **Konferenzarena** im Zürcher Kongresshaus ausverkauft.Hinten (v.l.): **Thomas Bohli**, Congress Hotel Seepark, Thun; **Martina Bühler** und **Carmen Fuchs**, beide Congress Centre Kursaal, Interlaken; **Karolin Glaue**, Lindner Grand Hotel Beau Rivage; **Andreas Kruppa**, Hotel Metropole, Interlaken; **Ursula Flück**, Hotel Freienhof, Thun (vorne).Als bestes Kongresshotel mit einem MICE-Award ausgezeichnet: Das Team vom «Seedamm Plaza» in Pfäffikon (v.l.): **Sandra Kolb**, **Thomas Engeler**, **Adrian Landtwing**, **Benjamin Kammer**, **Tanja Köppen**.

Erfolgreich mit MICE

Die ausverkaufte Konferenzarena im Kongresshaus Zürich stand ganz im Zeichen des starken Fränkens. Zu den Höhepunkten der Tagung gehörte die Verleihung des **Swiss-MICE-Awards**.

NATALIE-PASCALE ALIESCH

Der Zürcher Hotelier **Jörg Arnold** ermutigte die Branche.

Neben den geplanten Themen wie Sponsoring im MICE-Bereich und Früherkennung von Burn-out-Symptomen sowie einem Roundtable-Gespräch und Referaten dominierte die Situation der Frankenstärke die dritte Auflage der Konferenzarena.

Der als Überraschungsgast geladene Jörg Arnold, Präsident der Zürcher Hoteliers (ZHV) und Verbandsleitungsmittglied von hoteliersuisse, riet in seiner Einschätzung der Währungskrise, Ruhe zu bewahren und nicht sofort die Preise zu senken. Damit würde mittelfristig der eigene Markt zerstört. Arnold ermutigte die 1028 anwesenden Besucher: «Nicht

nachlassen, selbstkritisch sein – doch selbstbewusst auftreten und uns nicht unter Wert verkaufen.»

Im Anschluss an die Tagung wurden auf der grossen Arena-Bühne die Gewinner des 3. Swiss-MICE-Awards in vier Kategorien ausgezeichnet. Zu den diesjährigen Gewinnern gehörten das Trafo Baden (Kategorie Special Locations), KKL (Kongresszentren), Luzern (Destination) und das Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon (Kongresshotel).

Mit einem Networking-Apéro, an dem sich die Besucher über die gesammelten Inputs unterhielten, fand die Austauschplattform für die Schweizer MICE-Community einen geselligen Abschluss.

Das MICE-Gewinner-Team «Trafo» Baden (v.l.): **Heinz Schärer**, **Andreas Leemann**, **Sarah McMaster**, **Nadine Fiedler**, **Roberto Scheuer**, **Vanessa Buffel**, **Walter Sanchez**.Die Berner Fraktion (v.l.): **Pascal Erne**, Stade de Suisse, Bern; **Bernadine Rhy**, Bern Incoming GmbH; **Claudia Moreno**, Kursaal Bern; **Daniel Marti**, Hotel Hirschen, Eggwil; **Julia Allemann**, Hotel Kreuz, Bern.Janin Heukamp, Konferenzarena; **Cornelia Krenz**, MICE Service Group; **Reto Schlumpf**, **Katrin Lippik** und **Philipp Schmalfluss**, alle Swiss Sales Conferences (v.l.). Bilder Markus Senn / KonferenzarenaDie Sieger der MICE Awards (v.l.): **Roberto Scheuer**, Trafo Baden; **Oliver Vrieze**, KKL Luzern; **Lukas Hammer**, Luzern Tourismus; **Adrian Landtwing**, Hotel Seedamm Plaza Pfäffikon.

Sesselrücken

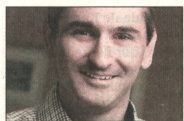
Neubesetzung bei Valais/Wallis Promotion



zvz

Marcelline Kuonen ist zur neuen Bereichsleiterin Tourismus bei Valais/Wallis Promotion bestimmt worden. Sie wird ihre Stelle Mitte Mai antreten und wird Nachfolgerin von **Bruno Huggler**, der ab 1. März Direktor von Crans-Montana Tourisme & Congrès wird. Kuonen war während 15 Jahren bei Schweiz Tourismus tätig, unter anderem in Zürich, Berlin und zuletzt in London als Direktorin UK/Ireland.

Obergoms Tourismus unter neuer Leitung



zvz

Roberto Imoberdorf wird am 1. April die Stelle als Geschäftsführer der Obergoms Tourismus AG antreten. Er übernimmt das Amt von **Mathias Fleischmann**, der die Obergoms Tourismus AG per Ende April verlässt. Die Generalversammlung wählt **Beat Husistein** aus Blitzingen als Nachfolger von Roberto Imoberdorf zum Verwaltungsrats-Präsidenten.

Interconti Davos erhält neuen General Manager



zvz

Stephan M. Post übernimmt per 18. Februar die Position des General Managers im Hotel Intercontinental in Davos. Er löst **Peter H. Pedersen** ab, der das Haus mit über 160 Mitarbeitenden seit der Eröffnungsphase geleitet hat. Post war zuletzt im Hotel Belmond auf Koh Samui in Thailand als General Manager tätig. Dies nach Stationen in der Schweiz, Spanien, Vietnam und Peru.

Gastronomische Neuausrichtung im Hotel Seehof



Bilder zvz

Martin Bieri (33, links) übernimmt ab der Sommersaison 2015 die Gesamtleitung der Küchen im Hotel Seehof in Davos. Nach drei erfolgreichen Jahren verlässt der Sternekoch **Armin Amrein** das Hotel Seehof. Dies aufgrund unterschiedlicher Vorstellungen zwischen ihm und der Eigentümerfamilie Götz über die zukünftige Ausrichtung des bisherigen «Amrein's Seehofstübli».

Groupe Pierre et Vacances mit neuem Sales Director



Darren Jacklin

Joachim Quandt (58) ist zum neuen Sales Director Germany & Switzerland der Groupe Pierre et Vacances/Center Parcs Germany GmbH ernannt worden. Er übernimmt neben den Verkaufstätigkeiten auch die Deutschland-Organisation in Köln. Einen grossen Teil seiner Karriere verbrachte Quandt im Vertrieb bei Fluggesellschaften. In den letzten zwei Jahren war er Geschäftsführer von NT-Reisen.

Neuer Gastgeber im Restaurant Meridiano in Bern



zvz

Giovanni Ferraris (35) hat am 1. Februar die Serviceleitung des Restaurants Meridiano der Kongress und Kursaal AG in Bern übernommen. Vor seinem Wechsel in das mit 17 Gault-Millau-Punkten und einem Michelin-Stern dotierte Restaurant war Ferraris als Maître d'Hôtel und Sommelier für die Gastronomiebetriebe des Hotels Eden Roc in Ascona verantwortlich.

Des compétitions surtout bonnes pour l'image

A l'instar des Mondiaux de ski-alpinisme qui débute demain à Verbier, les épreuves sportives garnissent les agendas des stations alpines. Le freeride a particulièrement la cote.

MIROSLAW HALABA

Riche en pentes escarpées, le Valais est un paradis pour les amateurs de compétitions de glisse. Si les courses de la Coupe du monde de ski alpin ne font que de rares passages dans les stations valaisannes – et encore pas partout – les épreuves sportives d'envergure de ski-alpinisme et surtout de freeride ne manquent pas, à la grande satisfaction des destinations.

Ainsi, grâce à un dossier de candidature «en béton», pour reprendre les termes de Vincent Riba, le responsable de la communication de Verbier Promotion, Verbier accueillera dès demain et jusqu'au 12 février les championnats du monde de ski-alpinisme. Trois cents compétiteurs et tout autant d'accompagnants séjourneront durant sept jours en moyenne dans la station, soit quelques centaines de nuitées assurées quel que soit le cours du franc suisse...

Toutefois, plus que les nuitées, c'est la promotion de la station

par l'image, générée par la manifestation, qui fait briller les yeux de ses responsables. «Verbier est à l'arrivée de la Patrouille des glaciers, la plus grande compétition de ski-alpinisme de Suisse. Les mondiaux permettent à la station d'asseoir sa notoriété dans la pratique de ce sport», note Vincent Riba.

Le freeride, carte de visite de Verbier grâce à l'Xtreme

Question image, le ski-alpinisme n'est pas tout. Comme plusieurs autres stations valaisannes, Verbier capitalise sur les retombées du freeride, discipline où elle s'est forgée une solide réputation avec l'Xtreme. Organisée cette année le 28 mars, cette épreuve spectaculaire, très médiatisée, servira de finale au Freeride World Tour, une tournée internationale qui pose aussi ses valises à Nendaz et à Morgins.

Directeur de Nendaz Tourisme, Sébastien Epiney ne manque pas de mots pour décrire les bénéfices en termes d'images qu'apporte à sa station le Nendaz Freeride. La 9e édition, prévue en mars, recevra des épreuves du Freeride World Qualifier et, pour la première fois, du Freeride Junior Tour.

«Grâce aux médias, aux participants et à leurs accompagnants, le freeride véhicule des images

spectaculaires. Celles-ci nous permettent de toucher des marchés qui sont difficiles d'accès pour nous», explique-t-il. Et il y a de quoi faire de belles images. «La région des 4 Vallées est l'une des plus prisées au monde pour la pratique du freeride», note encore Sébastien Epiney. Les organisateurs estiment à 150 millions le nombre de ménages qui, à travers le monde, verront cette année des images du Nendaz Freeride.

Zermatt joue aussi la carte du freeride, même si ce n'est pas un créneau prioritaire. Comme en 2013 et 2012, elle recevra la Swatch Skiers Cup (21 au 27 février), épreuve fréquentée par les meilleurs skieurs d'Europe et d'Amérique. «La crème de la crème», dit Marc Scheurer, vice-directeur et responsable du marketing de Zermatt Tourisme.

«Cette coupe, dit-il, augmente notre visibilité auprès d'un public-cible que nous avons de la peine à atteindre». Ambitieuse, la station souhaite cependant faire son retour dans le Grand cirque blanc de ski alpin. Une piste, partiellement ouverte cet hiver, est en préparation.

Une compétition qui présente un autre visage de Morgins

Plus à l'ouest, à l'entrée du domaine franco-suisse des Portes du Soleil, Morgins fêtera cette année (19 au 22 février) la 10e édition de la Freeride Session. Cette manifestation populaire est aussi destinée aux spécialistes qui, comme à Nendaz, disputeront des épreuves du Freeride World Qualifier.

Une aubaine qu'Emilie Bourcier, la directrice de Morgins Tourisme, apprécie à sa juste valeur. «Le freeride donne une image plus diversifiée de Morgins, considérée, un peu à tort, comme une petite station familiale. Or, notre domaine offre une grande diversité et de niveau de pratique de ski.»



«Le freeride permet de véhiculer des images spectaculaires.»

Sébastien Epiney
Directeur Nendaz Tourisme



L'Xtreme de Verbier, très médiatisé, consolide l'image de la destination sur ce créneau porteur. freerideworldtour.com/Tero Repo

Danger maîtrisé Programme de sensibilisation et itinéraires sécurisés

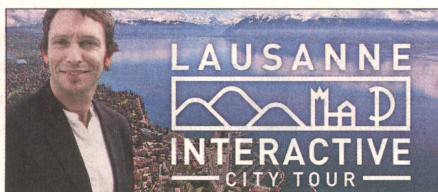
Le freeride fait rêver, mais comme le souligne Sébastien Epiney, directeur de Nendaz Tourisme, il faut tenir compte de la sécurité des pratiquants.

«On ne peut pas envoyer les gens au casse-pipe», lance-t-il. Aussi, la station a-t-elle mis en place un programme de sensibilisation aux dangers de la montagne. «Ainsi, nos itinéraires

ont été rebaptisés Free-tracks. Ce sont des pentes non damées, mais qui sont balisées et sécurisées. Elles sont fermées en cas de danger d'avalanche.» Depuis 2010, un responsable de la sécurité organise des cours de prévention, destinés en particulier aux jeunes de 13 à 17 ans. Une application sur le thème de la sécurité – White Risk – est également disponible. mh

L'hiver lausannois sur un ton décalé et interactif

Après le succès de son clip estival, Lausanne Tourisme sort la version d'hiver de sa vidéo de promotion «loisirs». Elle fait à nouveau appel à l'humour de Pierrick Destraz pour guider les internautes.



LAETITIA BONGARD

Pierrick Destraz, fils d'Henri Dès et membre du groupe Explosion de caca, guide les internautes dans l'offre lausannoise. lkd

«Je ne sais pas si vous avez déjà mangé une fondue en été, mais c'est mieux en hiver!» Attablé devant un caquelon, l'artiste local Pierrick Destraz s'adresse aux internautes susceptibles de choisir Lausanne comme prochaine des-

tination «loisirs». Du ski au Châlet-Gobet, du patin à glace au Flon, un vin chaud au marché de Noël, une dégustation dans un carnotzet, un détour par le Musée olympique. Après le succès de la version estivale, le clip promoti-

onnel s'enrichit du volet «hiver». Le guide conserve son ton décalé et ses mimiques sympathiques, tout en offrant aux visiteurs le choix de ses rubriques: vie nocturne ou culture, sport ou restaurant, intérieur ou extérieur.

«Je suis votre guide et vous allez faire de moi ce que vous voulez», invite Pierrick Destraz. En quelques minutes, sur un rythme vivant et soutenu, l'internaute navigue dans la diversité de l'offre lausannoise. On y voit passer les reptiles du Vivarium, l'émotion des supporters d'un match de hockey sur glace, la grâce des danseuses du Ballet Béjart, la cathédrale embrasée le soir du Réveillon et des coureurs déguisés en Père-Noël pour le Christmas Run – parmi eux notre guide essoufflé.

Conçue par la maison de production messieurs.ch, la vidéo version «été» a déjà été gratifiée du prix de la meilleure vidéo 2014, dans le cadre du concours «Le meilleur du web». En ligne depuis septembre 2014, elle a cumulé plus de 15 000 vues en moins de trois mois. «Un grand succès, notamment à travers les réseaux sociaux», indique Lausanne Tourisme dans un communiqué. L'office du tourisme propose aussi depuis fin octobre un clip à l'attention du tourisme d'affaires. Public cible oblige, l'approche se veut neutre, «clean» et professionnelle. Elle fait l'impasse sur le guide et les commentaires. Elle a été visionnée près de 2 500 fois. lb

lausanne-tourisme.ch/fr/videos

Pour le plaisir

Et si la blancheur n'avait pas le dernier mot...



Un week-end sous le signe du blanc. Samedi à l'Aubier, à Neuchâtel, une amie vous

tend une truffe de chocolat à la peau immaculée, du confiseur Schmid, pour contrebalancer un café à la cardamome. La conversation part sur Amélie Nothomb qui, enfant, aurait retrouvé la parole grâce à un morceau de chocolat blanc belge. Le troquet boisé prend la parole, dans ses escaliers une bibliothèque de biographies. On craque pour celle de Mishima, obsédé par une pureté d'archipel. Dimanche une traversée du paradis blanc, les Franches-Montagnes dans un train rouge, en quelques secondes, on se retrouve immergé dans une Suisse authentique, silencieuse. Afin d'atteindre le Paysan Horloger, découverte du guide GaultMillau 2015. Soudain, la ferme émerge de l'épais manteau, comme un jouet insolent. A l'intérieur, petit cocon familial, où l'on sert une raviole de foie gras dont seules quelques fleurs locales viennent troubler la sereine blancheur. Le repas se termine par une glace au chocolat... A la fin, envie d'une photographie de famille, une créature en orange de travail déclenche le clic. aca

En bref

Vaud

Les ballons ont dû se contenter d'un spectacle diurne



La 37e édition du Festival International de Ballons s'est soldée dimanche sur «un bilan final relativement satisfaisant, malgré une météo marquée par des vents tempétueux et d'abondantes chutes de neige», notent les organisateurs dans un communiqué. Prévu samedi soir, le spectacle Son et Lumières «Night Glow» a dû être annulé, il est reporté à l'an prochain. Durant les neuf jours de festivités, près de 12 000 spectateurs, plus de 254 décollages et 311 heures de vols ont été comptabilisés.

Valais

Timbre et pièce à l'effigie de l'Abbaye

Dans le cadre des 1500 ans de sa fondation, l'Abbaye de Saint-Maurice s'associe à La Poste pour émettre 4 timbres et à Swissmint pour frapper une pièce de monnaie. D'une valeur de 1 franc, les timbres représentent une chasse, un vitrail, un parchemin et le site archéologique du Martolet. La pièce en argent, d'une valeur nominale de 20 francs, a été tirée à 5000 exemplaires. Les festivités liées aux 1500 ans se poursuivent jusqu'au 22 septembre. lb

En bref

Suisse

Pas à pas vers
le prochain
Milestone

L'innovation comme remède pour réagir à la situation difficile qui affecte la branche. Dans ces conditions, le «Milestone. Prix du tourisme suisse» gagne en importance. Les candidatures pourront être déposées dès le 7 mai et jusqu'au 27 août. Les projets nommés seront connus le 24 septembre; la remise des prix se tiendra le 3 novembre, au Kursaal de Berne. Le Milestone récompense des projets dans les catégories Projet remarquable, Prix de l'environnement, Prix de la relève et Prix pour l'œuvre d'une vie. lb

International

En France, deux
nouveaux trois
étoiles Michelin

Le guide Michelin pour la France a dévoilé son édition 2015 lundi. Il octroie une troisième étoile à René et Maxime Meilleur, du restaurant La Bouitte à Saint-Martin de Belleville (Savoie) ainsi qu'à Yannick Alléno, du Pavillon Ledoyen à Paris. Ce dernier, également promu «Cuisinier de l'année 2015» par Gault & Millau, retrouve les trois macarons qu'il avait délaissés en quittant Le Meurice en 2013. Le guide recense 609 tables étoilées, parmi lesquelles 499 «1 étoile», 79 «2 étoiles» et 25 «3 étoiles».

Nouveau sommet norvégien



Menée par Ørjan Johannessen (à g.), l'équipe de Norvège a remporté le Bocuse d'Or 2015.

Une fois de plus, le meilleur cuisinier est norvégien: Ørjan Johannessen a remporté à Lyon le «Bocuse d'Or 2015». Le Suisse Christoph Hunziker occupe la 16e place.

FRANZISKA EGLI

La friteuse n'était pas tout à fait assez chaude et la pâte n'avait pas la bonne consistance à son premier essai. Christoph Hunziker ne cache pas son irritation: «Ces deux éléments m'ont coûté des points décisifs, peut-être même une ou deux places au classement». Avec Lucie Hostettler comme commis, le chef et propriétaire du «Schüpbärg-Beizli» près de Berne a représenté la Suisse la semaine dernière à Lyon à l'occasion du Bocuse d'Or. Il a terminé au 16e rang.

Une fois balayées les autocritiques, Christoph Hunziker souligne que le niveau des candidats au podium est extrêmement éle-

vé et qu'il avait déjà réalisé un rêve en se qualifiant pour la finale. Lucien Mosimann, coordinateur de l'équipe suisse, se félicite de la performance de son poulain: «Christoph Hunziker a présenté des assiettes et des plats irréprochables».

La finale de cette quinzième édition a opposé des chefs venus de 24 pays et de plusieurs continents. Comme à l'accoutumée, les maîtres queux scandinaves se sont hissés aux premiers rangs. Depuis de nombreuses années,

ils dominent par leur remarquable précision et leur art personnalisés les compétitions gastronomiques, de la haute cuisine à la pâtisserie.

Le «Bocuse d'Or 2015» est revenu à Ørjan Johannessen, chef du restaurant Bekkjarvik Gjestgiveri à Austevoll, dans le Hordaland norvégien. Avec son commis Jimmy Øien, ce jeune talent de 29 ans a suscité l'enthousiasme du jury avec sa pintade fermière des Landes et sa truite fario. La finale s'est étendue sur plus de cinq heures.

Poisson sur une tablette en bois,
flanqué d'un couteau norvégien

Ørjan Johannessen, qui figurait parmi les prétendants au titre depuis le début, s'est aussi autorisé une présentation d'une brillante originalité en servant le poisson sur une simple tablette en bois, flanqué d'un couteau norvégien. Le chef venu du froid avait déjà remporté le «Bocuse d'Or Europe 2012», terminé cinquième lors du «Bocuse d'Or 2013» et gagné la médaille de bronze l'an dernier au «Bocuse d'Or Europe».

«Christoph Hunziker a présenté
des assiettes
et des plats
irréprochables.»Lucien Mosimann
Coordinateur de l'équipe suisse

quis la deuxième place. Ce résultat a surpris de nombreux observateurs: c'est la première

fois que les Etats-Unis se hissent sur le podium lors d'une compétition internationale.

La troisième marche est revenue à l'équipe suédoise réunie autour de Tommy Myllymäki, qui n'est pas non plus un inconnu. Le chef du restaurant Sjöen à Jönköping a remporté la médaille d'argent en 2011 lors du «Bocuse d'Or Europe» où il s'est imposé en 2014. Avec la Finlande à la quatrième place et le Danemark à la sixième, les Scandinaves se sont taillé la part du lion.

Les équipes scandinaves se
préparent durant des mois

Selon Lucien Mosimann, ces nations se distinguent par la créativité, la modernité et la précision de leur cuisine: «Toutefois, ce sont aussi des pays dont les représentants se retirent de leurs activités habituelles plusieurs mois avant l'épreuve afin de se consacrer entièrement à sa préparation», remarque-t-il en précisant que Christoph Hunziker était encore aux fourneaux de la «Schüpbärg-Beizli» le samedi précédant le concours.

Le chef bernois de 32 ans est pourtant prêt à relever un nouveau défi. Il s'est qualifié pour la finale du «Cuisinier d'Or». Organisé par la maison Kadi, elle se tiendra le 2 mars prochain au Kursaal de Berne. «Ensuite, affirme-t-il, je vais oublier les compétitions pour un bon moment».

Traduction Jean Pierre Ammon
d'un texte en page 17

ANNONCE

Déjà membre?



Profitez des avantages d'une affiliation!

La classification par étoiles vous assure en tant qu'hôtelier un avantage décisif sur la concurrence. Synonyme de transparence, elle inspire confiance et sécurité et vous permet de marquer des points auprès de vos hôtes. L'éventail de prestations alléchantes dont bénéficient les membres affiliés comporte, entre autres, des offres exclusives de nos «preferred partners», sans oublier des cours de formation et de perfectionnement répondant aux besoins du marché.

Plus d'informations sur:

www.hotelleriesuisse.ch/affiliationhotelleriesuisse – compétence,
dynamisme, enthousiasme.hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

L'appétit d'Uber s'étend à Lausanne



L'application Uber, fondée sur le principe de géolocalisation, chamboule le monde des taxis traditionnels. Ses services tendent à migrer vers le low-cost. Comme Uber Pop qui emploie des chauffeurs non-professionnels et prône une mobilité revisitée. Images ldd/PIXELJO

La société de voiturage ajoute Lausanne à son portefeuille, quatrième ville en Suisse. Gourmande, elle affirme ses ambitions d'expansion. Un modèle qui ne fait pas que des heureux.

LAETITIA BONGARD

Présence locale, expansion globale. Le message de la page d'accueil Internet de la société de taxis Uber en dit long sur ses intentions. Après Genève, Zurich et Bâle, elle rajoute Lausanne à son fief helvétique. Et confirme la migration du modèle de la compagnie américaine: du service de luxe à l'économie de partage. Elle vise tous les segments: l'indigène, le touriste en vacances, l'homme d'affaires en déplacement. Des liens avec l'industrie de l'hospitalité existent déjà (lire ci-contre).

Depuis une semaine, des voitures Uber arpentent la capitale vaudoise. Elles proposent le service Uber Pop, ce qui s'assimile davantage à un service de co-voiturage que de taxi: les chauffeurs sont non-professionnels. «Ce service est celui qui engendre la plus forte croissance. Nous l'avons introduit en décembre à Bâle, en novembre à Zurich», indique Steve Salom, general manager pour la Suisse romande.

Même si la marche des affaires en Suisse est jugée «très positive», la société ne communique aucun chiffre: ni le nombre de véhicules actifs dans ses villes, ni le chiffre d'affaires. Nous nous contenterons d'estimations: «A Genève, nous comptabilisons plusieurs milliers de courses par semaine. Plusieurs milliers d'utilisateurs y recourent plus d'une fois par semaine», partage Steve Salom.



«A Genève, nous comptabilisons plusieurs milliers de courses par semaine.»

Steve Salom
Directeur Uber Suisse romande

Le directeur d'Uber pour la Suisse alémanique Rasoul Jalali parle quant à lui de dizaines de milliers d'utilisateurs et de plusieurs centaines de chauffeurs pour Zurich. Un nombre qui aurait quadruplé uniquement durant le second semestre 2014.

Les 450 courses du chauffeur Erik

Erik, chauffeur originaire d'Equateur, ancien voiturier et chauffeur poids lourds, partage son expérience sur le blog genevois de Uber: «J'ai effectué plus de 450 courses avec Uber, cela représente beaucoup.» Il vit intégralement des revenus générés par Uber, dit-il. Ceci ne sera pas le cas pour les chauffeurs lausannois. Avec Uber Pop, les chauffeurs s'engagent à ce que leur activité auprès de la société soit accessoire. C'est-à-dire? «Ne pas générer de profit économique». Le general manager

demeure vague sur le nombre d'heures maximales de conduite que cela implique.

Uber Pop est la version low-cost de la société et la plus économique pour le consommateur. Le prix fluctue en fonction de l'offre et de la demande; Uber prélève toujours la même commission de 20%. Le chauffeur est sélectionné

sur la base d'un casier judiciaire vierge, trois ans de permis au minimum, une voiture de moins de dix ans. Uber prend en charge l'assurance de la personne véhiculée. En fin de course, l'utilisateur et le chauffeur s'auto-évaluent, garantissant de suivi et de qualité pour la firme américaine.

La version Pop empêche les autorités de s'y opposer

A Lausanne, les autorités ont finalement accepté l'arrivée de ce nouvel acteur sur le marché. A l'annonce de son implantation, ils avaient menacé d'amender les voitures qui rouleraient pour le compte d'Uber: la version de «co-voiturage» avec chauffeurs non-professionnels ne leur permet pas de s'y opposer, disent-ils. Les chauffeurs de taxi traditionnels (250 taxis officiels A et 83 taxis B) ont fait part de leur mécontentement, le système de co-voiturage payant est jugé ambigu.

Steve Salom ne s'étonne pas de ces réactions: «Des tensions sont attendues, c'est normal au début.» Il s'attend à moins de chicanes qu'à Genève où les chauffeurs professionnels ont porté plainte pour concurrence déloyale. Il faut dire qu'à Genève, Uber propose un service professionnel (UberX), exacerbant les tensions déjà vives dans le monde des taxis.

Le service d'Uber y fonctionnerait très bien; Steve Salom se dit «impressionné par la croissance» de la cité de Calvin en quatre mois de présence. Chez Uber, il se calcule en temps d'attente: «Nous l'avons réduit de dix-douze minutes à cinq minutes». Genève sem-

ble bénéficier de son statut de ville internationale: «On remarque que beaucoup d'utilisateurs ont téléchargé l'application ailleurs, des expatriés, des personnes en déplacements professionnels. En arrivant à l'aéroport, les utilisateurs réguliers ont le réflexe d'activer l'application.»

La clientèle hôtelière en fait partie; Uber se défend de la démarcher spécifiquement: «Il y a déjà une chasse gardée à Genève sur ce créneau-là par les taxis traditionnels. La démarche doit venir de l'utilisateur, nous n'allons pas inciter les concierges à recourir à notre plate-forme, nous sommes opposés à une centralisation du système.»

La société – qui tient à se définir comme une plate-forme technologique et non comme une compagnie de taxis – perçoit encore un potentiel de croissance en Suisse. «Qui nous voulons continuer à grandir en Suisse, mais n'avons pas encore déterminé précisément quelle sera la prochaine ville d'implantation», indique Rasoul Jalali. Il évoque le potentiel des villes comme Berne, Lucerne et le canton du Tessin. Steve Salom reste prudent pour la Suisse romande: «Lausanne est déjà l'une des plus petites villes où Uber est présent; nous attendons de voir comme cela se passe pour définir ensuite la stratégie à adopter.»

Au niveau mondial, Uber est présent dans 50 pays et plus de 270 villes. Le but? Doubler ce nombre d'ici la fin de l'année prochaine, annonce Steve Salom. Gargantuesque.

L'industrie de l'accueil intéresse spécifiquement la compagnie américaine. Les partenariats se multiplient.

Uber s'acquitte avec l'industrie de l'hospitalité. Si les exemples se multiplient aux Etats-Unis, ils sont encore rares en Suisse. Le directeur pour la Suisse allemande Rasoul Jalali affirme et travaille activement: «Nous avons des projets concrets, mais il est encore trop tôt pour les dévoiler. L'hôtellerie et le tourisme sont des domaines intéressants pour Uber.»

En août, Hyatt se présenterait comme la première chaîne hôtelière à intégrer les services d'Uber dans son application. TripAdvisor et United Airlines en font de même. Aux Etats-Unis,

Uber a conclu plusieurs partenariats avec l'application Hotel Tonight, spécialisée dans les réservations last minute. Partenariats combinés à un événement, où Uber crée le lien entre activité et nuitée, promotions à la clé.

A Genève, Uber a réalisé quelques actions de ce type, avec le chocolatier Martel pour la course de l'escalade ou Wiine.me pour le Salon du Champagne. Les prestataires hôteliers n'ont pas encore été approchés: «Nous sommes encore trop petits pour concrétiser ce genre de partenariats. Une fois que nous aurons réuni plus de liquidités, nous

pourrions nous tourner vers ce genre de services», estime Steve Salom, general manager pour la Suisse romande.

Ces partenariats, qui offrent des réductions aux nouveaux utilisateurs, sont un moyen de se faire connaître à Genève, explique Steve Salom. Cyril Bouquet, professeur de stratégie à l'IMD de Lausanne, les interprète comme «une façon d'améliorer l'image de la marque». Fasciné par le phénomène Uber, le professeur n'occulte pas la polémique qui entoure ce nouveau modèle, porteur selon lui, d'innovation, d'évolution. lb

Les gens

Un visage pour l'immobilier d'Accor

Arnaud Beaulieu (photo) devient le nouveau directeur Asset management groupe d'Accor. Il gèrera le portefeuille immobilier



ldd

d'Hotel Invest et supervise la relation avec les partenaires investisseurs. Il prend également la responsabilité de la revue stratégique relative aux cessions et cibles d'acquisitions immobilières. Diplômé de l'université Paris 1, Panthéon-Sorbonne et d'HEC, il était jusqu'ici directeur immobilier de PSA Peugeot Citroën. **Arnaud Patat** prendra quant à lui la direction de la filière technique au sein d'Hotel Invest. aca

Le designer «oscarisé» fête ses dix ans

Jorge Cañete fête les dix ans de son studio d'architecture d'intérieur, au Château de St-Saphorin-sur-Morges. Des événements sur le



ldd

thème des rencontres – littéraires, professionnelles, artistiques, engagées – ponctueront l'année 2015. Le Genevois aux origines catalanes et andalouses a reçu en 2014 le prix du meilleur designer international par Andrew Martin, considéré comme l'Oscar de l'architecture d'intérieur. Pour la sixième année consécutive, le designer fait partie de l'ouvrage «Interior Design Review», qui recense cent projets internationaux significatifs.

Elle incarnera le tourisme à Valais/Wallis Promotion

Marcelline Kuonen succèdera à **Bruno Huggler** à la mi-mai, en tant que responsable Tourisme de Valais/Wallis Promotion. La Valai-



ldd

sanne, originaire de Guttet au-dessus de Leuk, est au bénéfice d'une vaste expérience dans le tourisme et le marketing. Elle cumule 15 ans d'activités au sein de Suisse Tourisme, actuellement directrice du marché anglais et irlandais à Londres. Elle a également travaillé à Zurich et à Berlin. Valais/Wallis Promotion estime avoir trouvé «le profil idéal» pour relever les défis conjoncturels et structurels qui touchent le tourisme valaisan. lb

Une vallée pleine de mystères célèbre ses températures extrêmes

La quatrième Fête du froid de La Brévine va proposer un nouveau regard sur la vallée. Un site très attractif pour Tourisme Neuchâtelois.

Cette citation de Charlotte sur le site de Tourisme Neuchâtelois: «Qu'on s'entende bien: à -42 degrés, il n'y a plus rien de petit. Les 5 kilomètres en raquette, bonnet vissé sur le front et vin chaud dans le thermos étaient un bon challenge. A chaque pas, je me suis rappelé combien mon certificat j'ai survécu à La Brévine méritait de trôner en bonne place dans mon salon, juste au dessus de la cheminée.»

Sculpteur des neiges, chiens de traîneaux, vols captifs en montgolfière. Un village du froid prendra place pour la première fois au lac des Taillères avec une douzaine de chalets.



Les paysages polaires de La Brévine.

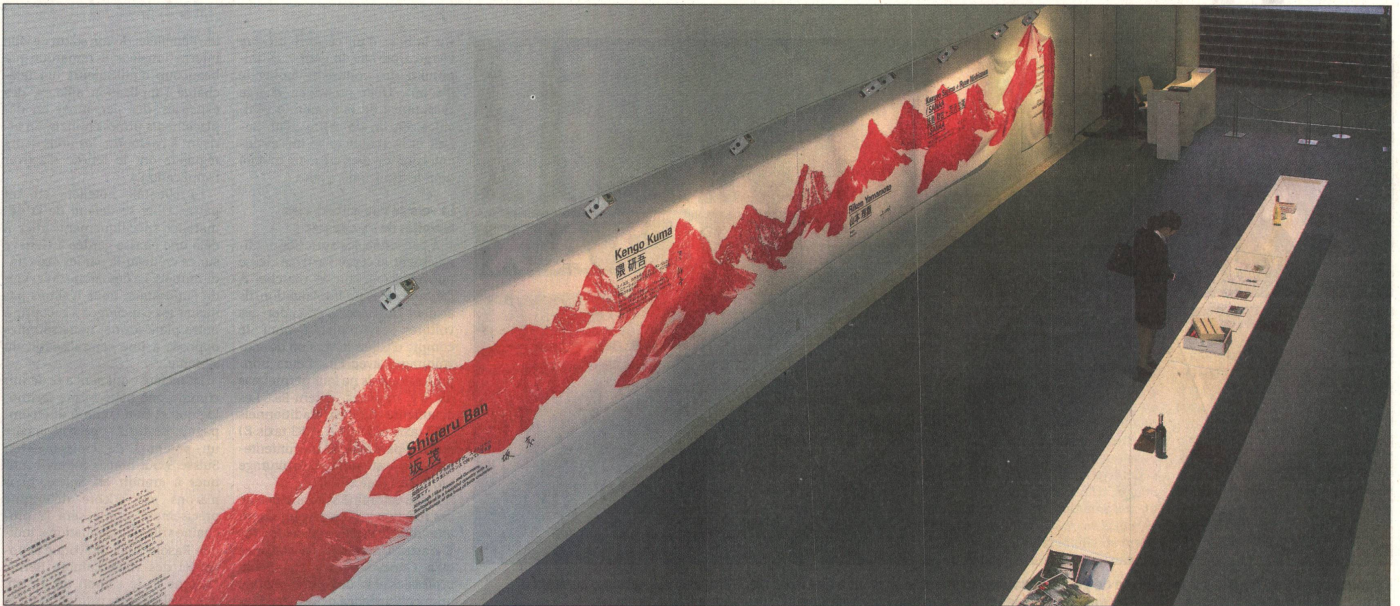
Vincent Bournot

Cette quatrième édition de la Fête du Froid de la Vallée de La Brévine (NE) se déroule le samedi 7 février à partir de 10 heures. Le soir un feu d'artifice sera tiré à 19 h 15.

Puis la soirée peut se poursuivre dans tous les restaurants de la vallée. Elle comprend aussi un snow-up. Cette fête a été lancée en 2012 pour marquer le ving-

cinquième anniversaire du record suisse de froid à -41,8 degrés. Une des valeurs de l'association «Vallée de La Brévine – Sibérie du Froid» reste l'utilisation des transports publics. Des horaires spéciaux et des voyages gratuits ont été mis en place avec Car postal. aca

www.vallee-brevine.ch



Dans l'exposition «Architecture contemporaine japonaise en Suisse» exposée à Tokyo l'an dernier, les architectes ont démontré par leur choix d'objets, leur attirance pour des plats simples et des valeurs suisses importantes comme la démocratie directe. Un exemple à suivre pour Jérôme Baratelli et le projet Suissco.

Aline Paley

La Suisse existe à travers eux

Quatorze mois et 100 000 francs pour réfléchir au marketing touristique des marchés lointains. Les promoteurs de «Bonding with Switzerland» veulent associer les hôtes.

ALEXANDRE CALDARA

Les campagnes touristiques suisses destinées aux marchés lointains ne se contentent-elles pas de véhiculer des valeurs établies? «Pour répondre aux défis structurels posés par le taux plancher du franc suisse ou l'acharnement du mauvais temps, peut-on toujours proposer des campagnes ethnocentriques basées sur le chocolat, les vaches et les montres?», questionnent Alain Pillet et Jacques Gobet, entrepreneurs de la société Suissco.

Avec «Bonding with Switzerland», un projet de co-création pour le développement de communication innovante, ils veulent employer le modèle économique peu usité de la triple hélice pour toucher le monde des entreprises, les recherches académiques et les institutions de gouvernance. Des contacts existent avec les entreprises Blancpain et Reuge, sur la notion de Swissness. Une collaboration est mise sur pied avec l'Institut de Tourisme de l'HES-SO de Sierre et la Haute école d'art et de design de Genève. Suisse Tourisme et Présence suisse ont été approchés.

Les spécificités de la destination suisse sur le marché mondial

Un projet qui a su convaincre la Commission scientifique du domaine économie et services qui a débloqué un fonds de 100 000 francs, en décembre dernier, pour la première étape d'un projet qui s'étendra sur 14 mois. «On doit impliquer les futurs touristes

dans l'imagerie qu'ils recherchent», explique Alain Pillet. Manu Brocard, professeur à l'Institut de tourisme, pense que l'implication de l'école se fera pour déterminer «l'état de la situation, nous voulons comprendre comment les destinations communiquent sur des marchés très différents. Comment peut-on parler de destination suisse sur des marchés aussi dissemblables que le Moyen-Orient ou la Chine? Comment remettre en question le «benchmark» de destinations actives sur tous les marchés?»

Alain Pillet apporte déjà un élément de réponse par les images, les anecdotes, les métaphores: «J'ai un chalet à Champéry, je suis surpris de constater les efforts de la station pour rester présente sur les réseaux sociaux. Une activité

médiatique importante, mais pas suffisante. Au lieu de pleurer sur les lits froids pourquoi ne pas tenter de créer une communauté réelle autour des habitants des résidences secondaires, leurs familles, leurs invités? Créer des événements avec eux.»

D'une histoire banale, on peut valider une expérience songe-t-il: «Ce car asiatique bloqué par un troupeau de chèvres pendant leur montée au Cervin, voilà une image marquante. Elle va être partagée.»

«Une vaste zone piétonne est un luxe suprême là-bas»

La société Suissco vient aussi de signer un contrat de coopération avec le Département du développement économique de Dubaï, afin de créer des nouveaux liens



«Pourquoi ne pas créer un esprit de communauté autour des lits froids?»

Alain Pillet
Co-fondateur de Suissco

économiques entre les deux pays. Jacques Gobet a été surpris par ce qui semblait rechercher ces personnes en Suisse: «Pour eux pouvoir se déplacer librement dans une vaste zone piétonne est un luxe suprême, là-bas le moindre déplacement s'effectue en voiture. Ils évoquent aussi la qualité de notre air.»

Plus surprenant encore, ils aiment la «shopping experience» helvétique: «Ils viennent d'un pays où toutes les marques sont présentes sur des surfaces commerciales énormes. Ils apprécient ici de pouvoir passer d'une porte à l'autre dans de petits espaces à l'accueil personnalisé.»

Enfin pour Jacques Gobet, il faut aussi que l'industrie de l'accueil comprenne en profondeur les coutumes culinaires des pays

du Golfe. Suissco veut créer un reportage photo en Suisse réalisé par des touristes du golf. A travers, la rencontre d'une ancienne journaliste de guerre de l'ITV, Suissco tient à lui permettre d'utiliser son sens du récit pour raconter la Suisse.

Cette phase de projet se concentrera sur cette clientèle, bien que le modèle brésilien intéresse aussi la société. «Nous découvrirons beaucoup d'histoires d'entrepreneurs brésiliens à succès dans le tourisme suisse. Ils attirent notre attention sur la force économique de ce pays. Il nous faut aussi tenir compte de l'incidence commerciale et de l'importance médiatique de la récente Coupe du monde football et des prochains Jeux olympiques.»

Marketing qui défie les genres.



Questions à

Jérôme Baratelli

Professeur de communication visuelle à la Haute école d'art et de design (HEAD) de Genève.

Comment vos étudiants vont-ils travailler pour proposer une nouvelle imagerie de la Suisse, dans le projet initié par Suissco?

Nous sommes obligés de partir de tout ce qui existe déjà. Donc nous allons répertorier, par un système de sélection informatisé, tous les archétypes véhiculés par les campagnes touristiques suisses. Nous voulons disposer de tous les costumes folkloriques, paysages, trains, codes couleurs. Nous allons réaliser des analyses sémantiques de tous les mots et concepts fréquemment utilisés. Tout ce que l'on s'est senti libre de droit de balancer sur la Suisse.

Et ensuite, à partir de là, comment pouvez-vous construire un regard oblique? Précisément en le confrontant très rapidement à des personnes étrangères qui pourront déterminer ce qui les touche et ce qui les choque.

Que pensez-vous découvrir dans ces images?
La même chose que dans l'ensemble des gravures des 18e et 19e siècles archivées par la

Bibliothèque nationale et réalisées par des touristes allemands ou anglais. Tous ces petits maîtres qui rehaussaient leur travail à l'aquarelle. Tous ces tableaux qui valent aujourd'hui des fortunes. On y voit des phénomènes atmosphériques nouveaux, des écoulements d'eau, de la roche, de la végétation. C'est merveilleux et impensable.

Donc ces images vous donneraient envie de visiter le pays...
Et non, pas forcément, c'est juste un postulat d'image. Nous on aime bien voir des caravanes et des vieux chameaux puis descendre dans des grands hôtels climatisés. Alors on peut aussi comprendre leurs désirs. Ils peuvent aimer une image de papet vaudois. Mais ensuite quand ils découvrent qu'il s'agit de poré et que l'on ne peut pas le manger avec les mains se retrouvent dégoûtés par cette bouillie verdâtre confectionnée avec de la crème. Alors que chez nous, il s'agit d'une habitude alimentaire.

On croit comprendre que vous appréciez les images touristiques officielles de la Suisse...

Je les trouve très positives, elles me font rire. Mais est-ce qu'un Français, un Italien ou un Allemand peut les comprendre comme moi? En nous présentant le paysage comme une organisation suisse maîtrisée, on se fait plaisir à soi-même. On connaît les petits nains qui poussent une pierre ou plient une couverture. Ce sont nos signes, ils fonctionnent en privé et pas pour un collectif.

Comment un étranger peut-il les percevoir?

Quand un Japonais visite la Suisse, il découvre un autre chez lui, plus propre, plus soigné. Il voit un tas de fumier, sera surpris qu'on le traite, que des géraniums poussent dessus. Il se retrouve dans une perfection qu'il n'arrive jamais à atteindre.

A vous entendre, notre communication est mal comprise...

Un Japonais n'aurait jamais reconstruit le pont de Lucerne avec patience et respect. Il aurait tout détruit et reconstruit le même à l'identique.

Donc la promotion touristique suisse ne montre pas les bons symboles?

Elle construit des anti-héros super sympas qui ressemblent à Guillaume Tell, font du pédalo et vont se faire tatouer à Genève. Alors que ce qui fascine réellement nos hôtes, c'est de pouvoir connecter leurs portables à un signal presque partout. Il faut construire du récit dans ce contraste entre roche préhistorique et wifi général.

Alors que préconisez-vous?

L'histoire de nos montagnes, c'est aussi que l'on peut les soulever. Nous sommes le plus petit pays avec le plus grand écartèlement de visibilité imaginable. Même la personne la plus réactionnaire comprend la diversité incroyable d'une ville comme Genève.

Vous proposez un changement de valeurs?

Oui, on ne parle plus de la valeur du paysage, mais de la valeur des fonctions. On vend la Suisse contemporaine, actuelle qui ne se préoccupe pas d'aimer ou pas la fondue, mais qui permet de déguster des plats du monde entier. Notre réseau routier fascine, nos chalets sont l'illustration d'un savoir-faire.

aca

Tourismusfinanzierung – das Beispiel Viamala

Durch die Viamala hallt es 29 Mal «Ja»

Sie bedurfte der Zeit, der Krise und der Bauern. Und sie durfte nicht viel kosten. Die neue Tourismusfinanzierung der Viamala: ein kleines helvetisches Lehrstück.

ALEX GERTSCHEN

Und plötzlich sagte Thuis: «So nicht!» Dabei hatten die ersten der 29 Gemeinden in der Viamala dem fein austarierten Gesetzesentwurf für die regionale Tourismusförderung bereits zugestimmt. Damals, im Frühsommer 2014, waren bloss anderthalb Jahre verstrichen, seitdem die Bündner mit ihrem Nein zu einem Tourismusabgabegesetz für ein mittleres politisches Beben gesorgt und die Branche der unangenehmen Frage ausgesetzt hatten, wie es um ihren Rückhalt im Kanton stehe. Es herrschte eine gewisse Verunsicherung, auch in der Viamala, wo nach dem Scheitern der kantonalen Lösung eine regionale angestrebt wurde.

Immerhin: Die Landwirtschaft macht mit

Eine 17-köpfige Kommission hatte dafür einen Kompromissvorschlag erarbeitet, der die Interessen der 29 Gemeinden berücksichtigte. Unter diesen waren traditionelle Destinationen wie Splügen oder Ander, die längst eine eigene Kurtaxe einzogen, aber auch eine Ortschaft wie Rothenbrunnen im Domleschg, das nicht einmal ein Restaurant, geschweige denn eine Tourismussteuer oder -abgabe hatte.

Auch das Gewerbe und andere Wirtschaftszweige hatten überzeugt werden müssen, allen voran die Bauern, die erstmals einen an ihrer Nutzfläche bemessenen Beitrag an den Tourismus leisten sollten. Die durchschnittlich 150 bis 250 Franken pro Jahr «tun nicht weh», wie Gian Michael sagt, der sich als Präsident der Bauerngemeinde Donat für das Tourismusgesetz ins Zeug gelegt hat und selber Landwirt ist.

Tatsächlich ist dies im Vergleich zu den gut 22 000 Franken, die der Hoteller Thomas Rüegg laut eigenen Angaben mit dem neuen Tourismusgesetz abliefern wird, nicht viel. «Aber», so Rüegg, der mit seiner Frau das «Weiss Kreuz» in Thuis führt, «wichtig war, dass wir die Landwirtschaft überhaupt für eine Beteiligung gewinnen

konnten». Als damaliges Mitglied der vorbereitenden Kommission weiss er bestens um die Schwierigkeit, dem Tourismus in der Gegend Anerkennung zu verschaffen – erst recht, wenn sie etwas kostet.

Und dann, als der Entwurf endlich in den Ratifizierungsprozess gelangte, sagte der Vorstand von Thuis eben: «So nicht!» Zum einen wollte er eine andere rechtliche Regelung, damit nicht bei jeder Tarifanpassung eine Urnenabstimmung nötig würde. Zum anderen, und hier lag Zündstoff, wollte er Thuis als Gemeinde mit «mittlerer» statt mit «sehr hoher» Tourismusintensität eingeteilt sehen. Die vierstufige Einteilung der Gemeinden entlang dieses Kriteriums war einer der Gründe gewesen, weshalb in der vielfältigen Region ein Kompromiss gelungen war. Je geringer die lokale Tourismusintensität, umso geringer sollten die Abgaben sein.

Die lavierende Kerngemeinde Thuis

Nun ist Thuis in der Viamala nicht eine beliebige Gemeinde. Mit gut 3000 Einwohnern zählt sie nahezu einen Viertel der Bevölkerung, und ihre 16 000 Hotellogiernächte im Jahr 2013 machten 16 Prozent des regionalen Volumens aus. Der Bahnhof Thuis ist der letzte in der Viamala, der ans Netz der Rhätischen Bahn angeschlossen ist – weiter nach Süden führen nur die A13 und das Postauto. Schliesslich ist Thuis die historische Gralslöhner der Viamala, bewirtschaftete ihr Verkehrsver-

ein doch seit Beginn des Tourismus die nahe Schlucht, die der Region den Namen gibt und politisch zur Gemeinde Zillis gehört.

Aus all diesen guten Gründen war Thuis neben Splügen und Ander eine von drei Kerngemeinden, die dem Tourismusabgabegesetz zustimmen mussten, andernfalls auch dieser Versuch scheiterte.

Der «Kampf», den Donats Gemeindepräsident Gian Michael führte, um seine Mitbürger vom Gesetz zu überzeugen, wurde durch die Vorbehalte der Thuisner noch schwieriger. «Wo bleibt die Solidarität der anderen? Wieso sollen ausgerechnet wir, die kaum Tourismus haben, zustimmen?», hätten ihn die Leute gefragt. Auch andernorts gewannen die Zweifler Oberwasser.

Doch der Kompromiss hielt. Eine Gemeinde nach der anderen stimmte in einer direktdemokratischen Parforceleistung dem Gesetz zu, im Dezember wurde das notwendige Quorum von 24 Gemeinden erreicht, und Mitte Januar sagten auch die Thuisner, als letzte, mehrheitlich Ja zur neuen Tourismusförderung.

Denise Dillier, die Direktorin von Viamala Tourismus, spricht

im Interview auf Seite 12 von einem «kleinen Wunder». Doch der erfolgreiche Abstimmungsreigen lässt sich durchaus erklären. Ja, er ist gar ein kleines Lehrstück dafür, unter welchen Umständen der Tourismus in alpinen und anderen Randregionen der Schweiz gemeinde- und branchenübergreifend eine politische Mehrheit erreichen kann.

Regionale Lösung bedeutend kostengünstiger als kantonale

Ein erster Erfolgsfaktor war, dass die Tourismusabgabe recht gering ist. Mit der kantonalen Lösung wäre das Budget von Viamala Tourismus von gut 1,4 Mio. Franken auf deutlich über 2 Mio. gestiegen. Stattdessen betragen die Mehreinnahmen nun 200 000 Franken. «Die teils wesentlich tiefere Belastung hat entscheidend zur Akzeptanz beigetragen», sagt Philipp Bühler, der im Vorstand von Viamala Tourismus für das Dossier zuständig war.

Sowohl das kantonale als auch das regionale Gesetz sahen für Betriebe des Gastgewerbes die Kapazität und nicht die Frequenz als Bemessungsgrundlage vor. Durch die Verringerung der Tarife rechnet zum Beispiel Thomas Rüegg, dessen Hotel Weiss Kreuz in Thuis 39 Zimmer zählt, mit einer künftigen Belastung von gut 22 000 Franken und nicht, wie bei der kantonalen Lösung, mit Abgaben von gegen 33 000 Franken.

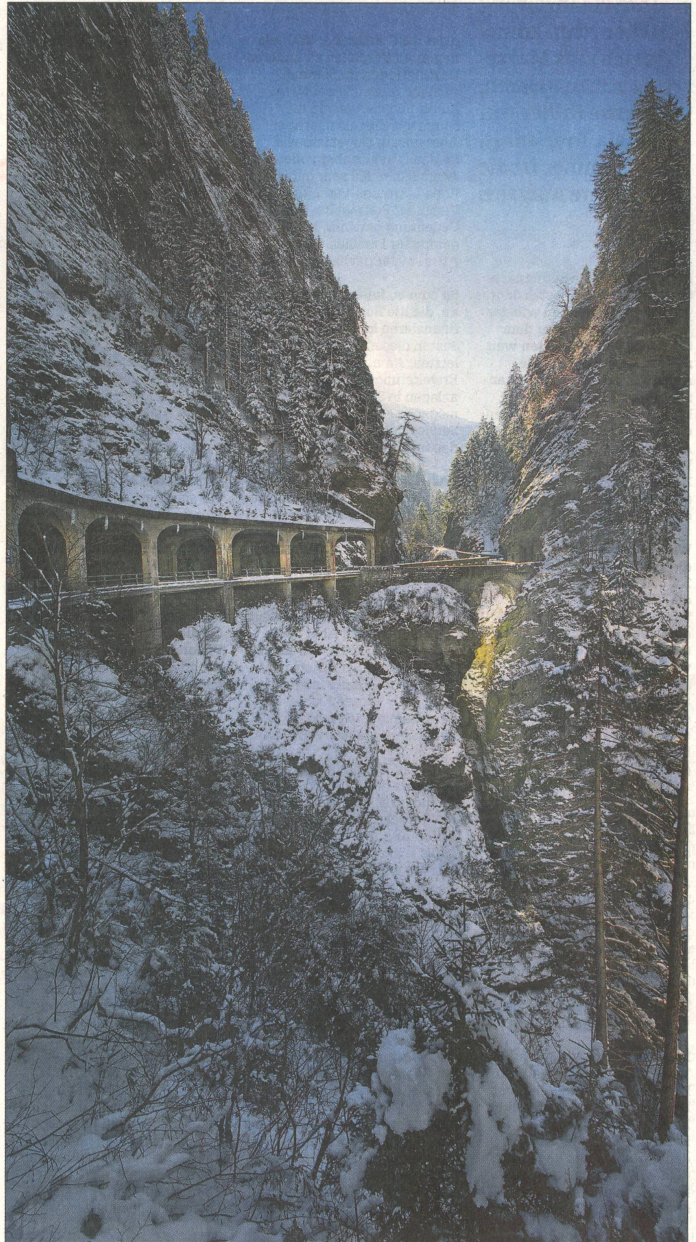
Einen weiteren Erfolgsfaktor sieht Philipp Bühler in der Einfachheit der Abgabe: Ein Steuersubjekt zahlt entweder die Gästeabgabe (Kurtaxe) oder die Tourismusförderabgabe, eine Mischform gibt es nicht; der Pauschalbetrag wird einmal pro Jahr eingezogen. «Diese Lösung haben wir Zuoz abgeschaut», sagt Bühler. Von der Ferienregion Lenzerheide habe man die je nach Tourismusintensität unterschiedliche Belastung der Gemeinden oder derer Fraktionen übernommen.

Schwindende Bedeutung der Gemeindegrenzen

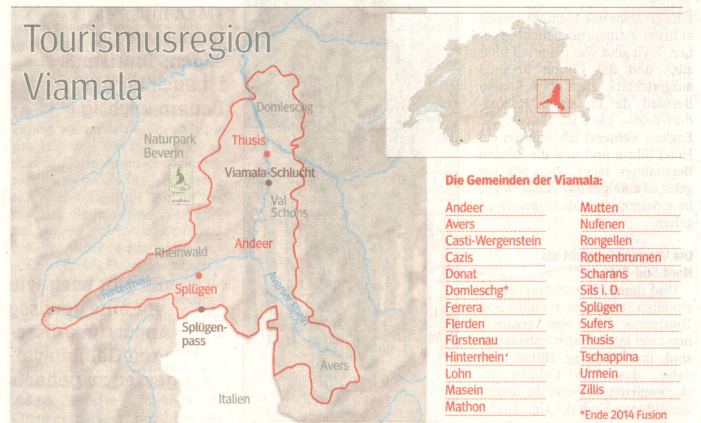
Die tiefere und differenziertere Belastung hat es einem tourismusfreundlichen Bauernvertreter wie Gian Michael erlaubt, auch den eigenen Stand von der Vorlage zu überzeugen, ohne den in der Region kein grösseres politisches Geschäft ins Trockene gebracht wird. «Man muss den Bauern immer wieder sagen, wie wichtig der Tourismus auch für uns ist – sei es für den Absatz der Produkte, den Zusatzverdienst als Skilehrer oder auch, weil unsere Landschaftspflege touristisch wichtig und damit eine Rechtfertigung für die Direktzahlungen ist», erklärt Michael.

Das Beispiel der Viamala zeigt überdies: Gerade die regionale Ebene zwischen den Gemeinden und den Kantonen kann für die touristische Interessenvertretung geeignet sein, weil sie überkommene und zugleich ausbrechende differenzierte politische Ansätze erlaubt.

Fortsetzung auf Seite 12



Einst trennendes, nun verbindendes Element einer Region: die Viamala-Schlucht. swiss-image/Renato Bagattini



Einheitliche Finanzierung für einheitliche Strukturen: Im Gebiet, das seit 2012 von Viamala Tourismus vermarktet wird, gab es 1999 noch acht lokale Verkehrsvereine.

Grafik Carla Barron

«Wir sind im Sommer einzigartiger»

Die Strukturen und ihre Finanzierung stehen. Nun könne sie sich aufs Marketing konzentrieren, so Denise Dillier von Viamala Tourismus. Der Sommer ist die leichtere Aufgabe.

ALEX GERTSCHEN

Denise Dillier, die Logiernächte sinken und die besten Jahre von Paradeangeboten wie der Viamala-Schlucht oder dem Skigebiet Splügen liegen weit zurück. Da erfreut Sie die Annahme der Tourismusfinanzierung wohl umso mehr. Wir kämpfen tatsächlich gegen eine negative Stimmung. Auch deshalb ist es ein kleines Wunder, dass sich alle 29 Gemeinden für das Gesetz ausgesprochen haben. Ich bin darüber sehr erfreut.

Wie wollen Sie die zusätzlichen 200 000 Franken, die Viamala Tourismus mit dem neuen Gesetz erhält, verwenden?

Jetzt, wo die Strukturen stimmen, können wir uns endlich voll auf das Produktmarketing konzentrieren. Und genau dort wollen wir die zusätzlichen Mittel einsetzen.

Zum Beispiel?

Ein wichtiges Projekt ist etwa die Kulturfachstelle Cultura Viamala, eine Kooperation mit verschiedenen Partnern wie der regio Viamala, dem Naturpark Beverin, der Lia Rumantscha, der Cuminanza Culturala Val Schons und dem Institut für Kulturforschung Graubünden. Ziel ist es, den kulturellen Reichtum in der Region vermehrt in Wert zu setzen.

Nicht zufällig ist dies, wie die Via Spuga oder der Naturpark Beverin, ein Sommerangebot. Der Winter macht mehr Mühe. Lässt er sich retten?

Es stimmt, dass der Sommer in den letzten Jahren gegenüber dem Winter eindeutig aufgehört hat. Aber natürlich wollen wir den Skitourismus behalten. Er

hat eine viel höhere Wertschöpfung und ist deshalb gerade für die Bergbahnen sehr wichtig.

Aber die Stärken der Viamala liegen im Vergleich zu anderen Destinationen im Sommer.

Wir sind dank unserer Natur, Kultur und Geschichte im Sommer sicher einzigartiger. Aber unsere Skigebiete wie Splügen, Heinzenberg oder Avers haben ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Wenn der Preis weiter an Bedeutung gewinnt, können sie gerade für Familien wieder an Attraktivität gewinnen.

So oder so fallen Investitionen an, die die Bergbahnen kaum finanzieren können.

Just in dieser Woche (der letzten, Anm. d. Red.) wird die Erweiterung der Beschneiungsanlagen in Splügen und deren mögliche Finanzierung als Service public von den Gemeinden im Rheinwald thematisiert.

Wieso im Winter mitmachen, statt ganz auf alternative Winterangebote zu setzen?

Die Nachfrage nach Winterwandern, Skitouren oder auch Langlaufen nimmt tatsächlich zu. Aber nochmals: Wir haben Skigebiete mit einer langfristigen Existenzberechtigung. Ich möchte nicht auf diese Angebote verzichten.

Denise Dillier
Direktorin Viamala Tourismus

Aber das Thema des Angebots verzichts drängt sich auf. Nachdem die Viamala eine einheitliche Tourismusorganisation und -finanzierung hat, stellt sich doch die Frage, wer künftig was anbieten wird.

Das sind unangenehme Fragen, denen wir uns werden stellen müssen. Zurzeit ist ein radikaler Umbau politisch nicht möglich. Aber wir werden das Thema in den Gesprächen mit den Gemeinden, mit denen wir im Rahmen der Tourismusfinanzierungsvereinbarungen abschliessen müssen, ansprechen. Unsere Aufgabe ist dabei, zur Koordination und zum Ideenaustausch beizutragen.

Wie steht es um die Akzeptanz von Viamala Tourismus?

Alles in allem gut. Ich denke, dass die Zustimmung aller Gemeinden zur Tourismusfinanzierung auch damit zu tun hat.

Aber zuletzt floss viel Energie in den Aufbau der neuen Strukturen, die interne Kommunikation mit den lokalen Leistungsträgern und den Gemeinden kam zu kurz. Das wollen wir ändern.

Trägt der politisch neutrale Name «Viamala» zur Akzeptanz in der Region bei?

Vielleicht politisch. Aber es ist kein Geheimnis, dass aus der Innensicht einzelner Orte der Wunsch nach Sichtbarkeit des eigenen Namens vorhanden ist. Für uns war jedoch immer klar, dass wir uns von der Logo-Diskussion verabschieden müssen und die Synergien der Dachmarke Graubünden nutzen wollen.

Wollen Sie in eine Marke Viamala investieren?

Das ist absolut nicht unser Ziel. Wichtig sind die touristischen Inhalte, sind konkrete, buchbare Angebote. Der Name Viamala ist die Klammer.

Wer soll die Angebote buchen?

Wir schätzen, dass rund 80 Prozent unserer Gäste aus der Schweiz sind, der Rest vor allem aus Deutschland und Italien. Das dürfte im Grossen und Ganzen so bleiben.

Italien und Deutschland sind für die Schweiz Krisenmärkte. Visieren Sie Neue an?

Grundsätzlich wollten wir einen Markteintritt in Polen und Tschechien prüfen. Nachdem Graubünden Ferien im Dezember entschieden hat, diese Märkte ab sofort nicht mehr zu bearbeiten, ist dies für uns kein Thema mehr. Wir werden uns vermehrt auf den Schweizer Markt konzentrieren.

Von Baselland über Siders zurück nach Splügen

Ihr Dialekt verrät auch nach fast 20 Jahren in Splügen, dass Denise Dillier in Baselland aufwuchs. Dank ihrer Mutter, einer Splügerin, ist die 44-jährige Direktorin von Viamala Tourismus aber mitnichten eine «Auswärtige». Bevor Dillier 2012 die Geschäftsführung der neuen Organisation übernahm, hatte sie während über zehn Jahren Splügen/Rheinwald Tourismus und anschliessend Viamala Ferien geleitet. Zur Touristikern hatte sie sich in Siders ausbilden lassen. axg



«Konzentration auf die Schweiz»: Denise Dillier, Direktorin von Viamala Tourismus.

Bilder Alex Gertschen

Fortsetzung von Seite 11

Eine gemeinsame Identität scheint es in der Viamala noch nicht zu geben. «Wir sind von jeher auf Rhäzüns und das Churer Rheintal ausgerichtet», sagt etwa Roman Bernard, der in seinem Heimatort Feldis, ganz im Norden der Region, während Jahrzehnten ein Hotel führte und nun die lokalen Bergbahnen leitet. Nach wie vor gebe es eine gewisse Angst davor, im grösseren Gebilde vergessen zu gehen.

Die Viamala-Schlucht als Nord-Süd-Graben

Und dennoch entfalten die regionalen Strukturen in Politik und Tourismus, die in den vergangenen zwei Jahrzehnten entstanden sind, ihre Wirkung. Hilfreich ist dabei, dass ihre Gebiete deckungsgleich sind und die identitätsstiftende Kraft der Gemeindegrenzen nachlässt – sei es durch das alltägliche Leben, sei es durch Fusionen. Auf dieses Jahr hin hat



Gian Michael, Landwirt und Politiker aus Donat (GR).

«Man muss es immer wieder sagen: Tourismus ist auch für uns Bauern wichtig.»

«Es gibt nach wie vor eine gewisse Angst, im grösseren Gebilde vergessen zu gehen.»



Roman Bernard, Geschäftsleiter der Bergbahnen Feldis (GR).

die jüngste Fusion stattgefunden, fünf Gemeinden verschmolzen zu «Domleschg».

Viamala Tourismus ist seinerseits das Resultat langjähriger, beharrlicher Integrationsarbeit, die von Rückschlägen nicht verschont blieb. Als sich die acht lokalen Verkehrsvereine, die bis zum Ende des 20. Jahrhunderts existierten, in einer Gruppe ober- und unterhalb der Viamala zusammenschlossen, um mit jeweils anderen Partnern zu kooperieren, wurde die Schlucht auch zum sinnbildlichen Graben zwischen Norden und Süden.

Touristische Probleme fördern Bereitschaft zur Zusammenarbeit

Erst mit der kantonalen Tourismusreform von 2007 gelang die Gründung einer einheitlichen Tourismusorganisation. Vor diesem Hintergrund ist die gemeinsame Tourismusfinanzierung ein weiterer Schritt in diesem langwierigen Integrationsprozess. Philipp Bühler ist sich bewusst,

dass die Integration in den Köpfen noch nicht abgeschlossen ist. «Nun müssen wir das Vertrauen, das wir in den einzelnen Gemeinden gewonnen haben, bestätigen», sagt er.

Die Mühen des regionalen Tourismus sind der Integration eher förderlich, weil sich unter den Leistungsträgern und in der Bevölkerung zusehends die Einsicht durchsetzt, dass die Zukunft nur gemeinsam gewonnen werden kann. Die Hotellogiernächte sinken seit Jahren (vgl. Grafik rechts), Paradeangebote wie die Viamala-Schlucht und das Skigebiet Splügen liegen weit hinter den Besucherzahlen der Neunzigerjahre zurück, und auch der Weitwanderweg Via Spuga kämpft darum, an die Erfolgszahlen der Jahre 2009 bis 2011 anzuknüpfen.

Die regionale Tourismusorganisation und die ganze Branche sind gefordert. Sie müssen zeigen, dass sie im Kerngeschäft genauso erfolgreich sein können wie in der Politik.

Die Hotellerie in der Viamala profitiert vom Transitverkehr. Aber sie leidet auch unter ihm. Selbst Vorzeigetrieben reicht der Ertrag nicht für die nötigen Investitionen.

ALEX GERTSCHEN



Dem einen oder anderen Hotelier ist Splügen in diesen Wochen ein allzu ruhiges Winteridyll.

Viamala Tourismus

Den flüchtigen Gast einfangen

In den Achtzigerjahren, als ich noch ein Mädchen war, wimmelte es an den Wochenenden von italienisch sprechenden Gästen. Auch die Neunzigerjahre waren noch gut, erinnert sich Silvia Simmen und schaut gedankenversunken zum Fenster raus, auf ihr Heimatdorf Splügen, das durch den kräftigen Schneefall hindurch ein märchenhaftes Winterbild gibt. Simmen leitet das Hotel Alte Herberge Weiss Kreuz, das hoch oben über dem Ort und der A13 liegt, die aus der Viamala noch immer eine wichtige Transitregion zwischen Nord und Süd macht. Längst ist die Fahrt schnell und komfortabel, an die widrigen Verhältnisse, denen die Säumer und andere Reisende während Jahrhunderten ausgesetzt waren, erinnert nur noch der Name der spektakulären Schlucht am Talaustritt, nach der seit einigen Jahren die ganze touristische Region benannt ist: Viamala bedeutet auf Rätoromanisch der «schlechte Weg».

Ruhige Tage in der alten Herberge, volles Haus im «Bodenhaus»

Im «Weiss Kreuz», das zu den Swiss Historic Hotels gehört, ist es an diesem Januar tag ruhig. Zu ruhig. «Wenn es so weitergeht, müssen wir bald in der Wintersaison geschlossen bleiben», sagt Simmen. Der Sommer laufe besser, aber auch nicht so wie gewünscht. Von den drei Ganzzahres- und den drei Saisonstellen werde sie im Sommer wohl eine streichen müssen. Zum Glück ist der Besitzer ein Liebhaber. Ihm ist der Erhalt der uralten Herberge, deren grossartige Bausubstanz vor knapp 15 Jahren sanft renoviert wurde, wichtiger als der Profit.

Die Hotellerie hat in der ganzen Region zu kämpfen. In den frühen Neunzigerjahren zählte sie letztmals mehr als 400 000 Übernachtungen, im vorletzten Jahr erstmals weniger als 300 000. Der Transitverkehr spült viele Reisende in die Viamala, aber eben zu meist auch wieder heraus.

«Das Tessin ist eine Stunde entfernt, hat viele Seen und ist im Schnitt fünfzehn Grad wärmer. Was wollen wir da als Ferienregion?» Willi Löschl stellt die rhetorische Frage nicht, um Trübsal zu



«Unsere Investitionen können wir nicht aus dem Betriebsertrag finanzieren.»

Thomas Rüegg, Gastgeber im «Weiss Kreuz» in Thusis.

«Wir können nur so viel arbeiten, weil wir mit Team und Gästen den Pausch haben.»

Willi und Angela Löschl, Gastgeber im «Bodenhaus» in Splügen.



verin und die lokale Verankerung als Erfolgsgründe. «Die Leute mögen das «Capricorns». Das bringt uns Gäste, und wir können dank zuverlässigen, motivierten Aushilfen aus der Region die Personalkosten tief halten», meint sie.

Der südlich der Viamala-Schlucht gelegene Teil der Region lebt im Sommer vom kultur- und naturaffinen Feriengast und im Winter vom Schneeschportler. Im nördlichen Teil ist auch der Geschäftstourismus von Bedeutung. Thomas Rüegg, der mit seiner Frau das Hotel Weiss Kreuz in Thusis führt, schätzt, dass gut die Hälfte der Übernachtungen auf dieses Segment entfällt. 25 bis 30 Prozent seien Durchreisende, 20 bis 25 Prozent Kurzurlauber.

Der Business- und Transitgast lässt keine Preiserhöhungen zu

Obwohl das Hotel ein regionales Aushängeschild der Branche ist, schreibt es laut Rüegg bloss eine «schwarze Null». «Seit 2003 haben wir das ganze Haus renoviert. Diese Investitionen hätten wir nicht aus dem Betriebsertrag finanzieren können», sagt er.

Ein Grund dafür sei, dass der Standort Thusis bei Business- und durchreisenden Gästen keine höheren Preise zulasse. «Wir hoffen deshalb, dass es uns zusammen mit Viamala Tourismus gelingt, mehr Kurzurlauber anzulocken. Die zentrale Lage von Thusis und unserem Haus bietet eine optimale Ausgangsbasis für Ausflüge in die Umgebung. In 15 bis 25 Minuten ist man in Flims und Laax, in Splügen oder auf der Lenzerheide», sagt Rüegg.

blasen. Er will erklären, was zu tun ist. Dazu ist er durchaus berufen, denn das 3-Sterne-Hotel Bodenhaus, das er und seine Frau in Splügen führen, läuft glänzend. Zwischen Weihnachten und Ostern sei das Haus fast immer



Barbara Gätzi, Leiterin des «Capricorns» in Wengenstein.

ausgebucht, sagt Löschl, ausser während zwei Januarwochen. «Vielleicht zwei Prozent sind Durchreisende, der Rest Stammgäste, die mehrere Nächte bleiben.» Im Sommer machten die Durchreisenden gut zwei Drittel

«Dank zuverlässigen Aushilfen aus der Region halten wir die Kosten tief.»

aus. Entsprechend schwankt die Herkunft der Gäste: Löschl schätzt den Schweizer Anteil im Winter auf 90, im Sommer auf 50 Prozent. «Man hat in der Schweiz zu lange auf die Gutbetuchten gesetzt; auf der ganzen Welt geht man sie suchen. Der Schweizer Mittelstand wurde vernachlässigt», kritisiert der Österreicher, der - mit Ausnahme eines vierjährigen Unterbruchs - seit 1985 in der hiesigen Hotellerie arbeitet und mit einer Bündnerin verheiratet ist.

Ein Grund, weshalb die Schweizer Kundschaft treu geblieben oder geworden ist, sind die Preise: «Als wir 1999 das Hotel übernahmen, kostete das Doppelzimmer

173 Franken, heute ist es 183 Franken», sagt Löschl. «Dennoch haben wir den Umsatz von 1,5 auf 2,5 Millionen steigern und Investitionen von rund 5 Millionen finanzieren können.»

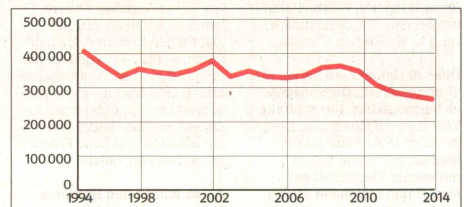
Neben den stetigen Investitionen und dem «fairen» Preis-Leistungs-Verhältnis nennt er die persönliche Präsenz als Erfolgsfaktor («Wir sind immer im Haus, entweder meine Frau oder ich»), wie auch die Freude am Beruf. «Wir können nur so viel arbeiten, weil wir mit unserem Team und den Gästen den Pausch haben», sagt Löschl. Seit der Übernahme des Hotels hätten seine Frau und er pro Jahr drei Wochen Ferien gemacht. Ohne einen einzigen zusätzlichen freien Tag. «Wir arbeiten sieben Tage die Woche und machen die Randzeiten fast alleine. Sonst fehlen rasch 150 000 Franken zum Investieren.»

Es ist dieses Engagement, diese Leidenschaft des Gastgebers, die Löschl in der Viamala oft vermisst - bei gewissen Leistungsträgern und in der Bevölkerung. «Wir müssen um jeden Gast kämpfen. Jeder, der nicht durchfährt, sondern sich bei uns für einen Kaffee auf die Terrasse setzt, stellt eine Chance dar», sagt Löschl. Splügen sei kein Ferienort, habe als Etappenort aber viel Potenzial.

Neben dem «Bodenhaus» in Splügen gelten in der Viamala auch das «Fravi» in Andeer (3-Sterne-Superior), das «Weiss Kreuz» in Thusis (3 Sterne) oder das «Capricorns» in Wengenstein als erfolgreiche Hotels. Letzteres hat sich seit der Eröffnung 2011 durch seine mit 12 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnete Küche einen Namen gemacht. Laut Betriebsleiterin Barbara Gätzi konnte das «Capricorns» zuletzt rund 11 Prozent des Umsatzes als Reingewinn an die Stiftung abführen, der es gehört.

Neben der Küche sieht Gätzi Synergien mit dem Naturpark Be-

Langfristiger Rückgang der Logiernächte



Die Region Viamala hat in den letzten 20 Jahren fast ein Drittel der Hotellogiernächte eingebüsst.

Quelle: BfS / Grafik: Biljana Mitrovic



«Was kantonal in einem Wurf möglich gewesen wäre, muss nun in mühsamer Kleinarbeit auf regionaler Ebene erfolgen», findet Adriano Marantelli.

Biljana Mitrovic

«Die neuen Modelle belohnen Hotels, die gut arbeiten»

Mit Tourismusabgaben kennt er sich aus wie kaum ein zweiter: ein Gespräch mit dem Steuerrechtler Adriano Marantelli über die aktuellen Entwicklungen in der Schweiz.

THERES LAGLER

Zwei Jahre nach Ablehnung der kantonalen Tourismusabgabe sind viele Gemeinden in Graubünden mit Tourismusfinanzierungsvorlagen beschäftigt. Wundert es Sie als damaligen Berater der Bündner Regierung noch immer, dass der grosse Wurf an der Urne scheiterte?

Natürlich. Aus persönlichen und sachlichen Gründen. Das fühlt sich an wie bei einer Fussballmannschaft, die gut spielt, am Schluss aber trotzdem verliert. Die Verwaltung hat während vier Jahren viel Herzblut in die Vorlage gesteckt. Inhaltlich war sie gut. Dass wir nicht so falsch lagen, zeigt sich auch daran, dass mehrere Punkte auf lokaler und regionaler Ebene aufgegriffen werden. Ein Beispiel hierfür ist die neue Tourismusfinanzierung in der Region Viamala.

Über 20 Gemeinden haben ihre Tourismusfinanzierungsgesetze harmonisiert. Ein Kraftakt... Was man auf kantonaler Ebene in einem Wurf hätte machen können, muss nun halt in mühsamer Kleinarbeit auf lokaler und regionaler Ebene erfolgen. Die Bündner Tourismusreform brachte neue Strukturen hervor: DMOs und

regionale Tourismusorganisationen. Wird Tourismusförderung regional betrieben, muss die Finanzierung ebenfalls mindestens auf regionaler Ebene gelöst werden. Das heisst sich sonst.

Anfang Jahr haben auch Surselva Tourismus, Disentis und die Destination Flims Laax Falera neue Gesetzesgrundlagen eingeführt. Sie besteuern neu die Anzahl Hotelzimmer und die Fläche der Ferienwohnungen statt der Logiernächte. Passiert auch da im Kleinen, was kantonal angedacht war? Das ist ein weiteres Beispiel, das im kantonalen Gesetz vorgespurt wurde. Eines der Ziele der Vorlage war, nicht mehr die Frequenzen, sondern die Kapazitäten zu belasten. Die genannten Gemeinden haben nun ein ähnliches Modell gewählt, auch wenn die Detailausgestaltung nicht identisch ist.

Wo sehen Sie die Vorteile der Kapazitäts- gegenüber der Frequenzbesteuerung?

Die Erhebung ist einfacher. Es müssen nicht mehr einzelne Logiernächte aufgeschrieben und kontrolliert werden. Man kann stattdessen auf eine fixe Anzahl Hotelzimmer und auf fixe Quadratmeterzahlen in Ferienwohnungen zurückgreifen. Diese Angaben ändern kaum, es sei denn, ein Hotel plant einen Erweiterungsbau. Damit werden Erträge besser prognostizierbar. Logiernächtezahlen sind weitaus grösseren Schwankungen unterworfen. Zudem werden Betriebe, die gut arbeiten und hohe Frequenzen aufweisen, belohnt.

Arosa will es den Hoteliern freistellen, ob sie nach Kapazität oder Frequenz besteuert werden. Dies weil

die Kapazitätsbesteuerung im kantonalen Gesetz über die Gemeinde- und Kirchensteuern nicht explizit genannt ist. Wie beurteilen Sie die Rechtslage? Der Gesetzgeber hat einen relativ grossen Spielraum. Arosa ist mit seinem Modell der Wahlfreiheit auf der sicheren Seite, bei den Modellen in der Surselva, in Flims Laax Falera und Disentis ist man etwas aggressiver vorgegangen. Prima vista würden aber wohl beide Modelle einer Prüfung standhalten. Zudem ist Grossrat Marcus Caduff bereits mit der Frage an die Bündner Regierung gelangt, ob nicht eine neue Gesetzesgrundlage zu schaffen sei, um die kantonale Tourismusabgabe auf kommunaler Ebene zu ermöglichen.

Gemeinden haben ja nicht x Möglichkeiten der Tourismusfinanzierung. Einen speziellen

Weg hat Silvaplana mit einer Lenkungsabgabe auf Zweitwohnungen eingeschlagen. Verfolgen Sie den Fall? Ja. Das Bundesgericht hat die Abgabe als rechtmässig erklärt. Sie macht maximal zwei Promille auf dem Vermögenssteuerwert aus. Bei einer Wohnung mit einem Vermögenssteuerwert von einer Million beträgt die Abgabe somit höchstens 2000 Franken pro Jahr. Hier kann man wohl geteilter Meinung sein, ob eine Abgabe in dieser Höhe überhaupt einen Lenkungseffekt erzielt. Tut sie dies nicht, haben wir ein juristisches Problem. Vielleicht beabsichtigte man nicht nur die Lenkung des Zweitwohnungsbaus, sondern auch oder sogar primär die Erzielung von Einnahmen.

Silvaplana hat die Einführung der Lenkungsabgabe wegen

«Interessant wäre, ob die Zweckbindung der Kurtaxe vor Bundesgericht sakrosankt ist.»

Adriano Marantelli
Dir. Institut für Steuerrecht, Uni Bern

Bündner Mit neuen Gesetzen zu mehr Geld

Es ist zurzeit schwierig, sich einen Überblick zu verschaffen: Viele Gemeinden im Kanton Graubünden arbeiten an neuen gesetzlichen Grundlagen für ihre Tourismusfinanzierung. Bereits seit Anfang Jahr verfügen beispielsweise die sieben Gemeinden in der Surselva über ein einheitliches Tourismusgesetz. Die Tourismusförderungsabgabe wurde von einer Tourismustaxe abgelöst, die Kurtaxe von einer Gästetaxe. Die Höhe dieser Gästetaxe richtet sich bei den Hotels nach der Anzahl Zimmer und bei den Ferienwohnungen nach der Nettowohnfläche in Quadratmetern. Die Flächenberechnungen in den Ferienwohnungen müssen erst noch abgeschlossen werden.

Roland Huber, Direktor der Surselva Tourismus AG, bezeichnet 2015 deshalb als Testjahr. «Bei den Einnahmen können wir sicher den Status quo halten, wir hoffen aber auf mehr Gelder», betont Huber. Das tut auch die Destination Flims Laax Falera, die Anfang Jahr ebenfalls auf die Kapazitätsbesteuerung gewechselt hat. Die Flims Laax Falera Management AG rechnet damit, dass das Budget mit dem neuen Tourismusgesetz der drei Gemeinden von acht auf elf Millionen Franken erhöht werden kann. Sedrun Disentis Tourismus geht von Mehreinnahmen in der Höhe von 400'000 bis 500'000 Franken aus. Auch in dieser Destination gilt seit Januar die Kapazitätsbesteuerung. Mitte

Jahr folgt voraussichtlich die Region Viamala mit der Inkraftsetzung eines ähnlichen Modells. Noch keine neuen Gesetzesgrundlagen hat die Destination Engadin Scuol Samnau. Das hat seinen Grund: In Scuol fusionierten sechs Gemeinden zu einer, in Zernez drei Gemeinden zu einer. Das vereinfacht den anstehenden Prozess. Tourismusdirektor Urs Wohler will für die ganze Destination zwei Modelle vergleichen: das bisherige Modell, aber mit harmonisierten kommunalen Gesetzen, sowie eine Tourismusabgabe, welche analog zu Flims Laax Falera auf der Angebotsbesteuerung basiert und bei Handel und Gewerbe auf die AHV-pflichtige Lohnsumme abstützt. «Unser Ziel ist, mehr Geld

Zur Person Experte für Tourismustaxen aller Art

Adriano Marantelli ist seit Januar 2013 Direktor des Instituts für Steuerrecht an der Universität Bern. Vorher war er Partner bei Meyer & Lusterberger, Rechtsanwälte, Zürich. In dieser Funktion beriet er auch die Bündner Regierung bei der Ausarbeitung der kantonalen Tourismusabgabe, die letztlich an der Urne scheiterte. Bereits 1991 verfasste Marantelli mit seiner Dissertation «Grundprobleme des schweizerischen Tourismusabgaberechts» ein Standardwerk zum Thema. tl

Widerstands im Dorf sistiert. Darf die Gemeinde das?

Ein Gesetz, das von der Bündner Regierung und vom Bundesgericht abgesegnet wurde, einfach nicht anzuwenden, ist juristisch heikel. Ich bin gespannt, was da noch passiert.

Wagen auch wir einen Blick in die Zukunft. Wie sollte die Tourismusfinanzierung der Schweizer Destinationen in fünf bis zehn Jahren aussehen? Da können wir einen Bogen zum Anfang schlagen. Sachlich wies die Bündner Tourismusreform viel Gutes auf. Wahrscheinlich waren wir damit einfach etwas früh. Ich könnte mir durchaus vorstellen, dass die Postulate des Gesetzesentwurfs auch in fünf bis zehn Jahren noch aktuell sind. Aus juristischer Sicht interessant wäre noch ein anderer Punkt.

Welcher denn?

Es ist jetzt 41 Jahre her, seit das Bundesgericht im Fall Andersen entschied, dass die Kurtaxen nicht für Werbung eingesetzt werden dürfen. Der Grund: Die Werbung nutzt primär dem Tourismusgewerbe und nicht dem Gast. Es wäre spannend zu sehen, ob die Zweckbindung der Kurtaxe immer noch in Stein gemeisselt ist.

Weshalb gehen Sie von einer neuen Ausgangslage aus?

Die Abgrenzung ist schwierig geworden. Eine Website etwa hat einen Informationsgehalt und dient damit dem Gast. Sie kann aber auch eine Werbefunktion haben und dient so dem Beherberger. Könnten die Grenzen zwischen Kurtaxen und anderen Tourismusabgaben aufgehoben werden, würde das die gesetzgeberische Arbeit enorm erleichtern. Es wäre viel einfacher, wenn alle Tourismusabgaben in einen Topf fliessen, aus dem dann die Tourismusförderung finanziert wird. Auch Einheitstourismusabgaben hätten so grössere Chancen.

Matterhorn allein füllt Betten nicht

Auf 1600 Höhenmetern ein Pflegeheim zu führen, ist anders. Vor allem, wenn der Standort wie Zermatt autofrei ist. Das kulturelle Angebot zieht, die Personalfrage bleibt.

GUDRUN SCHLENCZEK

Das «St. Mauritius Haus für Betreuung und Pflege» ist das bestausgelastete Haus in Zermatt, meint Heimleiter Marcel Bellwald lachend. 97 Prozent Auslastung (2013) – davon kann so mancher Zermatter Hoteller nur träumen. Aber auch in das Alters- und Pflegeheim der Stiftung St. Mauritius kommen die Bewohner nicht von selbst. Marcel Bellwald hat ebenfalls mit Konkurrenz – nicht aus anderen Skidestinationen, sondern aus dem «Tal» – zu kämpfen. Auf dem Pflegeheimmarkt zieht Zermatt als international bekannte Tourismusdestination nur bedingt. Nicht (mehr) ortsansässige Angehörige wollten das pflegebedürftige Familienmitglied oft nicht im autofreien Zermatt unterbringen, da dies das Besuchen erschwert. Die Auslastung ist deshalb nicht jedes Jahr so rosig: Im 2012 lag diese nicht ganz so hoch – bei 92 Prozent. Leider entscheide meist der Angehörige und nicht der Betagte selbst. «Der Pflegebedürftige würde sich für uns entscheiden», gibt sich Marcel Bellwald selbstbewusst.

Bewohner nutzen touristisches Angebot rege

Als wichtigstes Argument führt er das umfassende Betreuungsangebot an. Im «St. Mauritius» wird Pflege und Betreuung personell strikt getrennt. Sieben Personen (rund 415 Stellenprozent) sind allein dafür engagiert, den 65 Bewohnern (davon 3 Kurzzeitaufenthalter) den Alltag im Heim lebendig und abwechslungsreich zu gestalten. «Wir behandeln unsere Bewohner wie Feriengäste. Das wird geschätzt», so Bellwald. Dabei ist der Zermatter weder gelernter Gastgeber noch hatte er beruflich einen sozialen Hintergrund: Bis 2011 war er beim Zermatter Ka-



Die Bewohner des «St. Mauritius» schätzen Zermatt. Doch den Angehörigen ist der Weg in den autofreien Ort zu weit.

Sebastian Magnani

tasteramt tätig. Doch in Zermatt wachse man mit dem Tourismus schlichtweg auf.

Der Erfindungsreichtum des Betreuungsteams kennt keine Grenzen. Da wird gewurstet, Tee und Badesalz produziert – die auf ihre Eigenproduktion stolzen Bewohner verkaufen das Selbstgemachte zweimal pro Jahr an Verkaufsevents im eigenen Haus.

Überhaupt wird Selbstbestimmung gross geschrieben, erwiesenermassen der Schlüssel für die Lebenszufriedenheit im Pflegeheim. Wer noch mobil und ausgangslustig ist, erhält einen Hausschlüssel. Schliesslich bietet Zermatt genug Abwechslung, das schätzen die Bewohner: Das Kulturprogramm ist breit, ebenso wie das Gastronomieangebot. «Hier profitieren wir davon, in so einem renommierten Tourismusort lokalisiert zu sein», meint Marcel Bellwald.

Das touristische Angebot wird rege genutzt: Vom Konzertabend im «Mont Cervin» oder «Zermatt» bis zum Auszug ins Skigebiet reichen die Aktivitäten. Das «St. Mauritius» befindet sich dabei mitten im Geschehen – unmittelbar beim Zermatter Bahnhof. Unterstüt-

zung genießt das Haus zudem von Zermatt Tourismus selbst: In den Sommermonaten lädt der Ferienort jede Woche eine andere Musikgruppe zur Unterhaltung der Touristen ein. Am Freitagabend spielen die Formationen jeweils im Pflegeheim vor – das sei fester Bestandteil des Programms.

Das hausinterne Angebot steht einem Hotel in vielem nicht nach: Seit Dezember letzten Jahres ergänzt ein «Aktivierungsraum» mit mehreren Fitnessgeräten das Angebot. Im Gegensatz zum Hotelgast benutzt der Bewohner das Fitnessangebot aus Sicherheitsgründen aber immer in Begleitung einer Betreuungsperson. Und es gehe nicht um Leistungssteigerung, wie in einem klassischen Fitnessraum, sondern schlicht um den Erhalt der körpereigenen Kräfte, betont Bellwald. Beliebt sind die Fitnessgeräte deswegen nicht weniger: «Das Angebot wird rege in Anspruch genommen.»

Für Mitarbeiter ist Zermatt zu teuer – oder zu weit weg

Während Heime urbaner Zentren gerne mit kulturellen Angeboten Externe ins Haus locken, gehen die Bewohner des «St. Mauritius» aufgrund des attraktiven Zermatter Angebots gern selbst in den Ausgang – mit und ohne Begleitung, organisiert oder individuell. Das vielfältige Angebot der Zermatter Gastronomie ist aber ebenso ein Grund dafür, dass die

Öffnung von Speisesaal und Cafeteria für externe Gäste nicht forciert wird. Ein zusätzlicher Konkurrent käme bei den umliegenden Wirten wohl nicht gut an, schätzt Bellwald. Obwohl sich die Küche des Hauses keineswegs verstecken muss: Am Herd steht

Albert Wyseier, der vorher als Küchenchef im 4-Sterne-Hotel Monte Rosa der Seilergruppe wirkte.

Nicht ganz einfach sei die Personalrekrutierung. Nicht für die Hotellerie oder Küche des Hauses. Auch hier profitiere man

von der Tourismusdestination. Das Housekeeping besorgen primär Mitarbeitende oft portugiesischer Herkunft – so wie auch sonst in der Zermatter Hotellerie.

Beim diplomierten Pflegepersonal hingegen präsentiert sich die Lage anders. Für junge Leute sei Zermatt als Wohnort aufgrund des breiten Sport- und Ausgehangebots äusserst attraktiv. Sobald es um die Familiengründung geht, werde Zermatt als Lebensort jedoch sehr teuer. Und vom Tal aus sei der Arbeitsweg zu weit.

Alterswohnungen mit Service – kein Thema in Zermatt

Marcel Bellwald versucht deshalb unter anderem, ansässige Portugiesen der zweiten Generation für eine Ausbildung zu Fachangestellten Gesundheit zu gewinnen, um so den Bedarf an Pflegekräften zu decken. «Die Einheimischen arbeiten im Tourismus oder im Gastgewerbe. An medizinischen Berufen besteht weniger Interesse.»

Die hohen Zermatter Wohn- und Bodenpreise vereiteln auch etwaige Expansionsbestrebungen. Eine Erweiterung durch Wohnungen mit Service ist schon allein aus diesem Grund kein Thema. Weiter wirtschaften muss Marcel Bellwald vorerst auch mit einem gewissen Bestand an Doppelzimmern, welche grundsätzlich schwieriger zu belegen sind. Denn der nötige Raum für einen Umbau sei nicht gegeben. «Uns fehlen hier in Zermatt die Landreserven», konstatiert der ehemalige Zermatter Registerhalter.

ANZEIGE

ACADEMY OF EXCELLENCE.

ZWEI STARKE PARTNER, EINE ZIELSETZUNG:
EIN GANZHEITLICHES AUSBILDUNGSANGEBOT
FÜR TOURISTIKER!

**JETZT PROFITIEREN!
10% EINFÜHRUNGSRABATT
AUF ALLE KURSE!**

In Zusammenarbeit mit dem SIB (Schweizerisches Institut für Betriebsökonomie) bieten wir zielgerichtete und praxisorientierte Kurse an:

- Cert. Online Marketing Expert IST/SIB
- Cert. Innovation Manager IST/SIB
- Cert. Product Design Expert IST/SIB
- Cert. Intercultural Competence Expert IST/SIB
- Leadership-Zertifikat IST/SIB: Basics
- Leadership-Zertifikat IST/SIB: Advanced

Für mehr Informationen besuchen Sie uns unter
www.ist-zurich.ch/excellence oder rufen Sie
uns an: 044 440 30 90.



Höhere Fachschule für Tourismus
Ecole supérieure de tourisme



SCHWEIZERISCHES
INSTITUT FÜR
BETRIEBSÖKONOMIE

impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

htr editrice
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Resortleitung:
diese woche: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldara/aca
fokus: Alex Gertschen/axg

dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag
Redaktionsmitarbeiter: Laetitia Bongard/tb,
Franziska Egli/fée, Theres Lagler Berger/tl,
Gudrun Schlenzcek/gsg
Grafik und Produktion: Carla Barron-Seco/cbs
(Leitung); Beat Felber/bf; Roland Gerber/rg;
Biljana Mitrovic/bmi
Korrektur: Paul Le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung, abw.);
Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
News-Team: Natalie-Pascalie Alesch/hpa;
Daniel Stampfli/dst
Praktikum: Ahmad Dascht/dad

Verlag

Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hänni
Stelleninsetzer: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Ahmad Dascht/dad
Geschäftsstellen: Nino Burchianti;
Michael Müller

hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren
Auflage: 10 301 (WEMF/SW-
Baugrubung 2014)
Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 175.–,
ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Online Redaktion: online@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76; Mail: abog@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: taglich.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

Immer krank nach Freitagen



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

Frage: Mein Mitarbeiter meldet sich regelmässig nach seinen Freitagen krank. Es scheint offensichtlich, dass er nach den Freitagen keine Lust zur Arbeit hat und deshalb mittels Kranktagen die freie Zeit verlängert. Dies erzählt er übrigens auch den anderen Mitarbeitern. In unserem Betrieb muss das Arztzeugnis erst ab dem 3. Abwesenheitstag ausgehändigt werden, weshalb er natürlich nie länger als 3 Tage der Arbeit fern bleibt. Was kann ich machen, denn der Arbeitnehmer ist ja anscheinend nicht wirklich krank?

Antwort: Gemäss L-GAV Art. 26 ist der Arbeitgeber berechtigt, auf seine Kosten ein Zeugnis eines Vertrauensarztes zu verlangen, sofern begründete Zweifel an der Abwesenheit des Mitarbeiters bestehen.

Im Rahmen der Treuepflicht ist der Arbeitnehmer verpflichtet, der Anordnung Folge zu leisten. Verweigert der Arbeitnehmer den Besuch beim Vertrauensarzt, obwohl die Aufforderung sachlich gerechtfertigt war, gilt er grundsätzlich als gesund und arbeitsfähig. Es besteht ab dem Datum der vertrauensärztlichen Untersuchung somit kein Lohnanspruch, sofern der Mitarbeitende weiterhin nicht zur Arbeit erscheint.

Der Arbeitgeber muss die vertrauensärztliche Untersuchung übrigens sofort anordnen. Je später sie vorgenommen wird, desto mehr sinkt der Wert des Beweises einer solchen Untersuchung.

Schummeln beim Vorstellen

Frage: Ich habe soeben erfahren, dass ein Kadermitarbeiter, welcher erst seit zwei



Fehlt ein Mitarbeiter regelmässig nach Freitagen, kann der Arbeitgeber den Besuch bei einem Vertrauensarzt verlangen.

Monaten bei uns arbeitet, beim Vorstellungsgespräch unwahre Angaben gemacht hat. Er verfügt nicht über die Grundbildung, welche er uns angegeben hat, sondern über eine branchenfremde. Dies ist auch unschwer an seinen Arbeitskenntnissen und seiner Arbeitsweise zu erkennen. Was kann ich machen?

Antwort: Bereits bei den Vertragsverhandlungen trifft den Arbeitnehmer eine Treuepflicht. Wenn der Arbeitnehmer bei der Stellensuche vertragswidrige Angaben macht, wie zum Beispiel über Ausbildung, besondere Fähigkeiten und Kenntnisse oder frühere Arbeitsstellen, kann dies

ein Grund für eine fristlose Kündigung sein.

Bei Kadermitarbeitenden ist aufgrund der hohen Verantwortung und des Vertrauens ein noch strengerer Massstab anzuwenden, sodass davon ausgegangen werden kann, dass im vorliegenden Fall eine fristlose Kündigung gerechtfertigt ist.

Unfall vor Stellenantritt

Frage: Mein Mitarbeiter hat zehn Tage vor Stellenantritt einen Unfall erlitten. Er fordert von mir nun den Lohn ab dem

im Arbeitsvertrag vereinbarten Stellenantritt, obwohl er wohl noch zwei weitere Wochen arbeitsunfähig sein wird. Muss ich den Lohn bezahlen, auch wenn er die Stelle bis heute gar nicht antreten konnte?

Antwort: Nein, der Mitarbeiter hat vom neuen Arbeitgeber keine Lohnfortzahlung zugut. Gemäss Art. 3 Abs. 1 UVG beginnt der Versicherungsschutz mit dem Antritt zur Arbeit, beziehungsweise mit dem Zeitpunkt, in welchem der Arbeitnehmer sich auf den Weg zur Arbeit begibt, nicht jedoch mit dem vertraglich vereinbarten Stellenantritt.

Bezieht der Arbeitnehmer ab dem ersten Arbeitstag beispielsweise Ferien oder andere Guthaben, ist er während dieser Zeit noch nicht unfallversichert. Die Versicherung beginnt erst nach den Ferien mit dem ersten Arbeitstag.

Im vorliegenden Fall ist der Arbeitnehmer allenfalls noch über die Versicherung des alten Arbeitgebers gedeckt (Nachdeckung von 30 Tagen ab Ende des Arbeitsverhältnisses). Andernfalls hat er eventuell eine private Unfallversicherung abgeschlossen, welche ihm den Ausfall deckt.

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



Swiss Hotel Association

Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotelleriesuisse.ch/Partner

Preferred Partner


Ihr globaler Zugang zu kaufkräftigen Kunden


Ihr Spezialist für einen effizienten Energieeinsatz


Ihr Partner im bargeldlosen Zahlungsverkehr


Der Partner rund ums Bett


Ihr Partner für die globale Risikoverwaltung


Backoffice Lösung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus


Wir machen Hotels erfolgreicher. Und dies beweisen wir täglich.


Blieben Sie Ihren Gästen in Erinnerung


Das Beste für Ihre Gäste


Innovative Wäsche aus traditionellem Haus


Ihr Partner für massgeschneiderte Kommunikationslösungen

Business Partner

HUBERT

HUBERT ist der zuverlässige Partner für die Gastronomie und Hotellerie. Wir halten ständig über 6000 Artikel in unserem hochmodernen Logistikzentrum für Sie bereit.

KLAFS

MY SAUNA AND SPA

Klafs ist Europas führender Hersteller von Sauna-, Bade- und Wellness-Anlagen. Seit Jahrzehnten setzen unsere Produkte Massstäbe in Qualität, Technik und Design, von der klassischen Sauna bis zum modernen Erlebnisbad.

MASERATI

Am 1. Dezember 1914 wurde das Unternehmen Officine Alfieri Maserati gegründet. Seitdem hat Maserati Sportwagen Geschichte geschrieben. Aus einem einst kleinen Unternehmen entwickelte sich Maserati zu einer bedeutenden internationalen Automobilmarke, die heute in über 60 Ländern präsent ist.

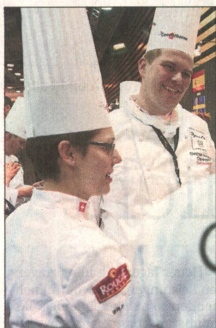
Nordländer kochen sich weiterhin aufs Podest

Einmal mehr kommt der beste Koch aus Norwegen: Ørjan Johannessen gewinnt in Lyon den «Bocuse d'Or 2015». Der Schweizer Christoph Hunziker rangiert auf Platz 16.

FRANZISKA EGLI

Die Sache mit der Pri-teuse, welche nicht heiss genug war, die ärgert ihn. Ebenso der Pastateig, der erst misslang. «Das hat mich entscheidende Punkte, wenn nicht gar Ränge gekostet», konstatiert Christoph Hunziker. Zusammen mit seinem Commis Lucie Hostettler hat der Küchenchef und Inhaber des «Schüpbärg-Beizli» die Schweiz vergangene Woche an dem nach Paul Bocuse benannten, renommierten Kochwettbewerb Bocuse d'Or in Lyon vertreten – und den 16. Platz erreicht. Doch bei aller Selbstkritik: Das Niveau der Erstplatzierten sei unermesslich hoch, so Hunziker, der sich nur schon mit der Qualifikation für das Finale einen Berufsraum erfüllt hat. Und auch der Koordinator des Schweizer Teams, Lucien Mosimann, ist sehr zufrieden mit der Leistung seines Schützlings. «Hunziker hat tadellose, schöne Platten und Teller präsentiert».

24 Länder aus aller Welt hatten sich für das Finale der 15. Ausgabe qualifiziert. Und auf den vordersten Plätzen rangieren wie ge-



Christoph Hunziker und sein Commis Lucie Hostettler.

wohnt die Skandinavien, die seit Jahren bereits mit viel Präzision und eigenwilliger Kochkunst Wettbewerbe von der Haute Cuisine bis in die Patisserie dominieren. Den Titel «Bocuse d'Or 2015» holte sich Ørjan Johannessen, Chefkoch des Restaurant Bekkjarvik Gjestgiveri in Auste-



Ein Pokal für Johannessen und sein Team. Silber ging an die USA, Bronze an Schweden.

Bilder zvg

voll in der norwegischen Region Hordaland. Der 29-Jährige überzeugte zusammen mit seinem Commis Jimmy Øien die Jury im über fünfstündigen Finale mit seiner Interpretation eines Fleisch- und eines Fischgerichts mit Perlhuhn und Forelle als Hauptzutat. Johannessen erlaubt sich nicht nur eine ungewöhnliche Präsentation (er servierte sein Fischgericht auf einem schlichten Holztablett, flankiert

von einem norwegischen Messer), er galt schon im Vorfeld als einer der Favoriten: Der Norweger gewann den «Bocuse d'Or Europe 2012», belegte Platz fünf beim «Bocuse d'Or 2013» und holte 2014 Bronze am «Bocuse d'Or Europe». Mit Johannessens Sieg gehört Norwegen mit fünf Goldmedaillen hinter Frankreich nun zu den weltweit erfolgreichsten Kochnationen.

Europe». Mit Finnland auf dem vierten und Dänemark auf dem sechsten Platz rangieren die nordischen Länder einmal mehr an der Spitze. Punkto Kreativität, Modernität und Präzision seien diese Nationen einfach sehr stark, lobt Mosimann. «Aber es sind auch die Länder, deren Vertreter sich Monate zuvor aus dem Tagesgeschäft zurückziehen und sich nur noch auf

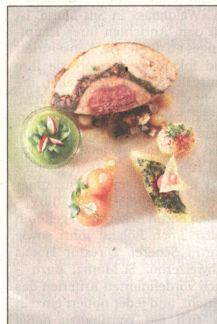
«Nur schon mit der Qualifikation für das Finale habe ich mir einen Traum erfüllt.»

Christoph Hunziker
Finalist am «Bocuse d'Or 2015»

den Wettbewerb konzentrieren können», präzisiert er. Dies im Gegensatz zu Hunziker, der noch bis am Samstag vor dem Wettbewerb am Herd seines «Schüpbärg-Beizli» stand.

Dort steht er auch heute wieder – und steckt bereits wieder in den Startlöchern für den nächsten Wettbewerb. Denn der 32-jährige Schüpfener hat es 2014 auch in den Final des «Goldenen Koch» geschafft. Der nationale Kochkunstwettbewerb der Firma Kadi geht am 2. März 2015 im Kursaal Bern über die Bühne. Danach aber, so Hunziker, «ist vorerst mal Schluss mit Wettbewerben».

www.bocusedorsuisse.ch



Hunzikers Fleischgericht: Perlhuhn auf Berner Art (im Butterzopf-Mantel).



Johannessens Fischgericht mit Messer.

Gibt es so etwas wirklich: Luxus auf dem Meer? Ja, den gibt es. Ich habe ihn auf der MS Europa 2 auf meiner ersten Kreuzfahrt erlebt. Das Setting: Nach drei Tagen intensiver Vorweihnachtszeit inklusive dem Entdecken zahlreicher gastronomischer Konzepte geht es in New York zum Pier 90. Und da liegt sie: die «Grande Dame» der Meere. Ganz ruhig am Anker wartet sie auf die neuen Passagiere, um diese von New York über die Karibik nach Miami zu fahren. Von der Ferne sieht das Schiff gar nicht so gross aus, was eigentlich auch kein Wunder ist bei maximal 500 Passagieren. Nach der Sicherheitskontrolle wird ein warmes Handtuch gereicht, und es gibt von den ersten Servicemitarbeitern, die für den Apéro eingeteilt sind, ein herzliches, nicht aufgesetztes Willkommen. Das tut gut. Zur Begrüssung wartet Champagner der Hausmarke, mit dem Nachschinken ist man sehr grosszügig.

Nach der persönlichen Begleitung auf die Kabine erfolgt eine sehr freundliche Begrüssung vom eigenen Butler, der einem in den kommenden zwei Wochen jeden Wunsch von den Augen ablesen wird. Die Einrichtung der Spa-Suite (es gibt nur Aussensuiten mit eigener Veranda und Meerblick) wird in Ruhe erklärt. Nebst einer Badewanne mit Whirlpool und einem eigenen Dampfbad staune ich über den sehr grossen Balkon. Danach kommt die Minibar dran – diese

Kolumne



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

Ein Lehrstück für perfekten Service auf hoher See

wird zweimal täglich aufgefüllt und nach den eigenen Wünschen bestückt. Daneben warten in einer separaten Schublade fünf verschiedene 1-Liter-Spirituosen-Flaschen, die natürlich kostenfrei im Suitenpreis enthalten sind. Der Butlerservice ist fünfmal am Tag (Obstteller, Amuse-Bouches, Aufdeckungsservice...), was mir aber am zweiten Tag schon zu viel wird. Wir verständigen uns, dass ich anrufe, wenn ich etwas benötige.

Gastronomisch bietet das Schiff so einiges. Ohne starre Tischzeiten, leger, aber gleichwohl mit eigenem Stil und Tradition wie ein Captain's Dinner. Sehr angenehm. Mit Kochkunst auf höchstem Niveau und viel Abwechslung. Von moderner gehobener Küche bis zu variationsreichen asiatischen Genüssen. Mal opulent, mal Cuisine légère, mal frisch vom Grill, mal rustikal inspiriert. Jedes Restaurant hat seine eigene Note.

Die Servicemitarbeitenden sind sehr gut geschult und Maitre d'hôtel Dennis Kunze legt hier sehr grossen Wert darauf. Man spürt es bei jeder Gelegenheit. Die Mitarbeiter tragen maximal einen Teller zum Gast, die Gerichte werden angesagt und erklärt. Der Pfefferservice gehört natürlich obligatorisch dazu. Die Weinempfehlungen sind hervorragend und nicht übertrieben – man fühlt sich einfach wohl. Da liegt zwischendurch auch ein kleiner Spass mit den Mitarbeitern drin, die mit selbigen

antworten. Herrlich. Warum klappt das in manchem 2- oder gar 3-Sterne-Restaurant auf diese Art und Weise nicht? Eine Frage, die ich mir öfters stellen sollte während der Kreuzfahrt.

Aber nicht nur in den Restaurants wird der Gast gastronomisch verwöhnt. Regelmässige Whisky-, Gin- oder Rum-Degustationen werden von Profis aus der Branche durchgeführt, und diese stehen auch während der gesamten Reise für Fragen und Antworten zur Verfügung. Zusätzlich werden Grill-Barbecues an den Stränden für die Gäste vorbereitet. Was für ein Aufwand! Aber er gehört für diesen Betrieb zwingend dazu. Dann treffe ich mich noch mit F&B-Manager Lutz Greffrath, der mir ganz stolz seine Lagerräume zeigt. Nur zwei Zahlen dazu: Da liegen 67 700 Flaschen Wein und Champagner, 32 verschiedene Sorten Gin. Ich könnte mich stundenlang mit ihm unterhalten... mein F&B-Herz schlägt höher!

Mein grösster Respekt gilt den ganzen Mitarbeitern an Bord. Sie müssen sieben Tage in der Woche während fünfzehn Monaten jeden Tag immer lächeln, immer freundlich sein.

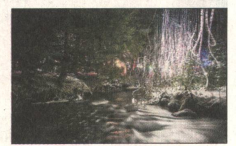
Die zwei Wochen vergehen wie im Flug – aber die nächste Kreuzfahrt ist bereits gebucht. Dann geht es mit der «Europa» von Dubai nach Singapur. Ich zähle schon die Tage.

News

Leichter Besucherzuwachs an der FBK-Messe in Bern

Die 32. Schweizer Fachmesse für Bäckerei-, Konditorei- und Confitseriebedarf (FBK), welche vom 25. bis zum 29. Januar 2015 in Bern stattfand, konnte insgesamt 26 766 Besucherinnen und Besucher verzeichnen. Das entspricht gegenüber der letzten Durchführung im Jahr 2013 einer leichten Zunahme von 0,5 Prozent. Rund 210 Aussteller waren heuer mit dabei; daneben fanden Symposien, Sonderausstellungen und Wettbewerbe (siehe Artikel zum «Tigel Ice Cup 2015» in der htr vom 29. Januar) statt. Die nächste FBK findet vom 22. bis zum 26. Januar 2017 auf dem Gelände der Bernexpo statt.

«Lenzerheider Zaubervald» findet auch 2015 statt



Johannes Fredheim

Über 15 000 Besucherinnen und Besucher liessen sich vom 12. bis 26. Dezember 2014 vom «Lenzerheider Zaubervald» (die htr berichtete) begeistern. Das OK rund um Präsident Giancarlo Pallioppi zeigt sich «sehr zufrieden» mit der diesjährigen Austragung und denkt bereits an die nächste Austragung: Auch im nächsten Advent soll der Event rund um originelle Lichtinstallationen, einen Weihnachtsmarkt im Eichhörnliwald und Live-Konzerten von Schweizer Singer/Songwritern stattfinden.

Saviva übernimmt die Lüchinger + Schmid-Gruppe

Im Rahmen einer Nachfolgeregelung übernimmt die zur Migros-Industrie gehörende Saviva rückwirkend per 1. Januar 2015 die Lüchinger + Schmid-Gruppe, wie aus einer gemeinsamen Medienmitteilung hervorgeht. Das Handels- und Produktionsunternehmen ist für Eier, Eiprodukte sowie gekühlte Frisch- und Tiefkühlprodukte bekannt. Mit der Übernahme baut Saviva ihre Marktposition im Belieferungsgrosshandel weiter aus. Die +Schmid Gruppe tritt weiterhin eigenständig am Markt auf; es gibt keinen Stellenabbau. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Spettacolo neu mit Bio- und Fairtrade-Kaffee

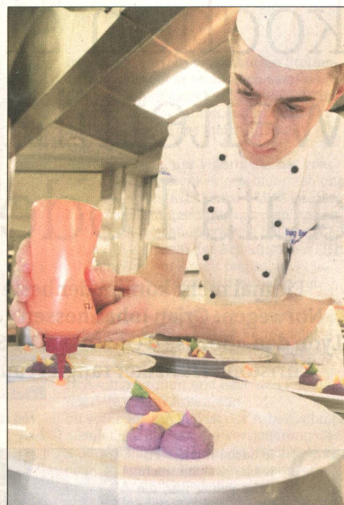
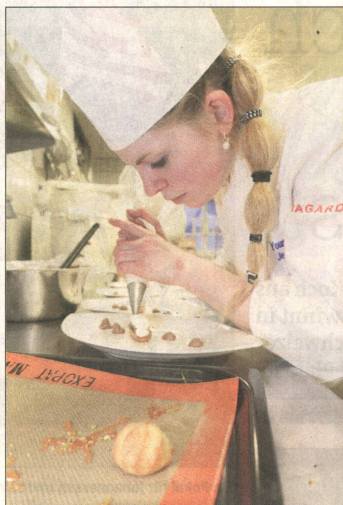
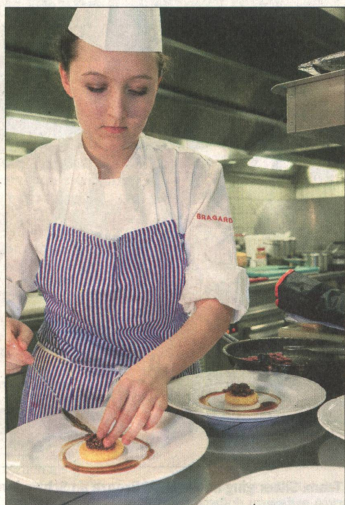


zvg

«Wir sind stolz, dass wir ab Februar in allen Spettacolo-Kaffeebars Kaffee anbieten, der Fairtrade- und Bio-zertifiziert ist», sagt Dominique Bertallo, Marketingleiterin von Spettacolo. Das Kaffeebar-Format der Valora führt neu zertifizierten Fairtrade/Bio Arabica-Bohnen in heller, mittlerer und dunkler Röstung, welche aus Kooperationen in Mittel- und Südamerika stammen. Die Robusta-Bohnen der dunklen Röstung werden in Indien angebaut.

www.spettacolo.ch

St. Moritz Gourmet Festival 2015. Nachwuchs. Beim Wettbewerb «Young Engadine Talents» messen sich Engadiner Kochlerner im dritten Jahr im Rahmen des Festivals. Dieses Jahr war es die letzte Austragung von Initiator Bernd Ackermann.



Die Gewinner der Podestplätze in Aktion (v.l.): Mit Dino Rosano (3. Platz), Paula Suhner (Platz 2) und Siegerin Jenifer Fabienne Sigg erreichten gleich drei Lernende aus dem Hotel Waldhaus in Sils-Maria Spitzenplätze. Kevin Schräml vom «Suvretta House» erkochte sich wie Paula Suhner den zweiten Rang.

Bilder Daniel Martinek

Junge Talente im Rampenlicht

Der Nachwuchswettbewerb «Young Engadine Talents» fand auch heuer im Vorfeld des St. Moritz Gourmet Festivals statt. Mit der vierten Ausgabe hat er sich endgültig etabliert.

SABRINA GLANZMANN

Fast mucksmäuschenstill braten vier junge Köche an Stationen nebeneinander Fleisch an, pochieren Fisch oder blanchieren Gemüse – dabei zirkeln sie beinahe flussend aneinander vorbei, als sei es eine akribisch einstudierte Theaterszene. Doch das, was an diesem Mittwoch Mitte Januar in der Küche des «Suvretta House» in St. Moritz vor sich geht, ist alles andere als eine Show: Es ist einer von drei «Young-Engadine-Talents»-

Nachmittagen, an denen Engadiner Kochlerner im dritten Ausbildungsjahr teilnehmen. Die Aufgabe: Sie müssen aus einem festgelegten Warenkorb (die Grundprodukte werden von Rageth Comestibles zur Verfügung gestellt) je ein Gourmet-Hauptgericht und -Dessert kreieren – bewusst sollen dabei der Fantasie und Kreativität keine Grenzen gesetzt sein. Als Gewinn winkt unter anderem jeweils ein attraktives Stages bei einem Spitzenkoch.

Die Leistungen der zwölf Teilnehmenden waren so nahe wie nie

Heuer fand der Nachwuchswettbewerb zum bereits vierten Mal statt, wiederum unter der Leitung von Initiator und «Suvretta House»-Executive-Chef Bernd Ackermann. «Es hat sich sehr bewährt, unseren jungen Talenten im Vor- und Umfeld des St. Moritz Gourmet Festivals damit eine eigene Plattform zu bieten. Und die Wettbewerbssituation ist eine gute Vorbereitung auf die Lehrabschlussprüfungen», so Ackermann (siehe auch Text unten). Der letztjährige Sieger Marcel



Die Siegerin Jenifer Fabienne Sigg. swiss-image.ch/Andy Mettler

Flatscher, ebenfalls vom «Suvretta House», hat an den kantonalen Prüfungen als Zweitbesten abgeschlossen und konnte als Wettbewerbssieger sein Traumstage bei Andreas Caminada absolvieren. «Die Gewinner dürfen jeweils auch selber mitreden, bei wem sie das machen möchten, das ist na-

türlich zusätzlich aufregend für die jungen Leute.»

Zurück am Schauplatz in der Küche. Paula Suhner, Lernende im «Waldhaus» in Sils-Maria, ist mit dem Anrichten ihres Hauptganges an der Reihe. Konzentriert und fokussiert drapiert sie ihre Maisgalletten auf den Teller, die leicht zitternden Hände verraten, dass dabei auch eine Portion Nervosität mitschwingt. «Ich bin froh, dass es durch ist, jetzt kann ich viel ruhiger als Dessert gehen», sagt sie. In einem Nebenzimmer kostet anschliessend die Jury – neben Bernd Ackermann gehören Spitzenkoch Roland Jöhri sowie Martin Scherer, Direktor Hotels Schweizerhof St. Moritz, dazu – nach vordefinierten Kriterien das Gericht, und jeder notiert einzeln für sich die Wertungen; dabei fliesst auch die Arbeit in der Küche mit ein, zum Beispiel punkto Wirtschaftlichkeit im Warenumgang. Hätte Paula Suhner zu diesem Zeitpunkt gewusst, dass sie später auf dem zweiten Schlussrang landen sollte – sie wäre bestimmt noch ruhiger an die Arbeit für das Dessert gegangen.

«Heuer lagen die hervorragenden Leistungen der zwölf Teilnehmenden so nah beieinander, dass wir uns entschlossen haben, zweimal einen zweiten Rang zu vergeben», sagt Martin Scherer zum Schlussresultat. Neben Paula Suhner erreichte Kevin Schräml vom «Suvretta House» Platz 2. Über den Gewinn konnte sich an der Siegerehrung am Great BMW

Gourmet Finale im Kulm Hotel St. Moritz Jenifer Fabienne Sigg freuen, auch sie lernt im «Waldhaus», ebenso wie der Drittplatzierte Dino Rosano. Die Siegerin kann jetzt eine Woche Ferien für zwei Personen im 5-Sterne-Kempinski Hotel Bahia in Marbella geniessen und wird ein Stage bei Sterekoch Christian Geisler im «Kunsthof» Uznach absolvieren.

Bilanz Gelungene britische Festivalwoche 2015 – 2016 wird es japanisch

Mit dem Great BMW Gourmet Finale im Kulm Hotel St. Moritz endete letzten Freitag die «British Edition» des St. Moritz Gourmet Festival 2015. Neun Spitzenköche aus Grossbritannien begeisterten insgesamt 4000 Gäste an 40 unterschiedlichen Events. Festivalpräsident Reto Mathis zeigt sich begeistert und spricht von sehr positiver Resonanz: «Mit jedem Festival erfährt unsere Gastronomie eine weitere inspirierende Aufwer-

tung. Das war und bleibt der Grundgedanke des Festivals.»

Gespannt sein darf man auf die nächste Ausgabe vom 25. bis 29. Januar 2016: Wie Reto Mathis am Finale bereits verriet, werden dann unter dem Motto «Yokoso Nippon» japanische Starköche im Oberengadin einheizen.

Die htr hotel revue hat das St. Moritz Gourmet Festival 2015 als offizieller Medienpartner redaktionell begleitet. sag

www.stmoritz-gourmetfestival.ch

«Das «Suvretta House» wird immer in meinem Herzen sein»

Der Engadiner Kochnachwuchs hat seine eigene Plattform Bernd Ackermann zu verdanken. Jetzt geht der «Suvretta House»-Küchenchef in Zürich bald neue berufliche Wege.

SABRINA GLANZMANN

«Ehrliche, ehrgeizige Arbeit setzt sich irgendwann immer durch» – das ist eine der vielen Motivations-spritzten in Spruchform, welche die Wände in der «Suvretta House»-Küche zieren. Chef Bernd Ackermann unterstützt und führt damit täglich seine 45-köpfige Brigade – bald wird er seine Sprüche an einer anderen Wand aufhängen. Nach 14 Jahren Executive Chef im St. Moritzer Luxushotel ist er ab 1. Juli 2015 neuer Küchenchef der

Schweizerischen Epilepsie-Stiftung (EPI) in Zürich (die htr berichtete).

Bekannt wurde der Weggang just am dritten Durchführungstag der «Young Engadine Talents». Während Ackermann also an jenem Mittwoch als Leiter des Wettbewerbes sicherstellen musste, dass am Herd alles gut lief, lief in seinem Büro das Telefon heiss mit Anrufen von Kollegen und Freunden. «Für mich selbst ist die Vorstellung, nach 14 wunderbaren Jahren hier wegzugehen, noch ungewohnt. Das «Suvretta House» wird immer in meinem Herzen sein und ich werde stets mit diesem unvergleichbaren Haus in Kontakt bleiben. Meine Frau Nadja und ich haben hier geheiratet, hier sind unsere beiden Kinder geboren. Klar werden das Engadin und St. Moritz auch künftig ein Teil unseres Zuhauses sein» sagt der gebürtige Deutsche, der seit

22 Jahren in der Schweiz lebt. Die Familie ist denn auch der Hauptgrund für den Wechsel: Zum einen spielt die in seiner Funktion zeitlich intensive Eingebundenheit eine Rolle, zum anderen will Nadja Ackermann wieder in ihren Beruf als Sonderschullehrerin einsteigen.

Freiwillige Zusatzausbildung zum Diätkoch

«Wir machen uns seit zwei Jahren Gedanken darüber, was nach der in Deutschland üblichen dreijährigen Elternzeit kommt.» Dass Ackermanns in der Schweiz bleiben wollten, war rasch klar, aber die Aussichten auf eine Anstellung in der Umgebung für seine Frau laut dem Küchenchef weniger. Auf dem Platz Zürich erhoffen sie sich nach einigen Abklärungen deshalb mehr, weshalb auch der Entscheid zur Bewerbung am EPI gefallen sei.

Bei aller Wehmut freue er sich aber sehr auf die neue, komplett andere Aufgabe. Vom 5-Sterne-Superior-Executive Chef mit 15 Gault-Millau-Punkten wird Ackermann im EPI neu Herr über das 300-plätzig öffentliche Restaurant EPI Park und muss sich stärker mit Diätküche und anderen

spezifischen Ernährungsweisen beschäftigen – abends und am Wochenende hat er frei. «Ich habe keine Ahnung, wie das ist. Seit ich 15 war, habe ich keine Weihnachtsmahl mehr gefeiert», sagt er mit verschmitztem Lächeln. Eine seiner ersten Handlungen wird sein, die Ausbildung zum Diätkoch nach-

zuziehen («Freiwillig – aber als Chef bin ich Vorbild und muss Bescheid wissen») und erste eigene Akzente zu setzen, beispielsweise beim Anrichten. Kulinarisch möchte er eine marktfreie, moderne und leichte Küche anschlagen. Dass 75 Prozent der Gäste zudem externe Besucher sind und in separaten Räumlichkeiten jährlich rund 1000 Seminarevents und private Hochzeits- und Familienfeiern stattfinden, ist ein zusätzlicher Aspekt, auf den sich der 15-Punkte-Koch freut.

Seine Initiative, dem Engadiner Kochnachwuchs mit dem Talentwettbewerb im Umfeld des St. Moritz Gourmet Festivals eine eigene Plattform zu geben, soll auch künftig in guten Händen sein. Bernd Ackermann verrät dazu, er habe sich bereits mit Kurt Röösli, der viel Erfahrung und Freude in der Lehrlingsausbildung mitbringt, dazu ausgetauscht.



Blickt in eine neue Zukunft: «Suvretta House»-Küchenchef Bernd Ackermann (M.) mit Direktor Peter Egli (L.) und Gastkoch Martin Burge am St. Moritz Gourmet Festival 2015. swiss-image.ch/Photo Andy Mettler

St. Moritz Gourmet Festival 2015. Gastköche. Bei Isaac McHale kommt Kiefern-Salz auf den Tisch, bei Angela Hartnett Gnocchi, die weit spektakulärer schmecken als der Name vermuten liesse. Treffen und Essen mit den beiden Spitzenköchen.

Ein Abend, zwei Genuss-Erlebnisse

Die Kochkünste einzelner Gastköche erlebt man am St. Moritz Gourmet Festival ausgiebig an den Gourmet Dinners. Die htr hat zwei ganz verschiedene besucht.



Sein Signature Dish figuriert seit 2009 auf den Speisekarten: McHale's «Buttermilk fried Chicken in Pine Salt». Bilder Per-Anders Jørgensen



Wenige Komponenten, viele Aromen ist das Credo von Spitzenköchin Angela Hartnett. Im Bild: Geröstete Taubenbrust und -bein, Pistazie, Ale-Kirschen. Bilder zvg

«The wild one» aus Schottland

In London sorgt Isaac McHale mit seinem Lokal The Clove Club für Aufsehen. Auch in St. Moritz begeisterte der Schotte mit seiner unverfälschten Kochkunst.

FRANZISKA EGLI

Als Amuse-Bouche gab's sein Signature Dish: «Buttermilk fried Chicken in Pine Salt». Also Poulet in Buttermilchmarinade mit Kiefern-Salz – serviert auf Tannenzweigen, von denen man sich erzählte, McHale's Teamkollegen hätten sie am Morgen vor den Toren des Kempinski Grand Hotel des Bains abgezackt. «Das stimmt!», bestätigt Isaac McHale und lacht.

Der 34-Jährige war Gastkoch bei «Kempinski»-Küchenchef Alex Rüdlin und avancierte am diesjährigen St. Moritz Gourmet Festival zum Geheimtipp. Man schwärmte von seinen leichten, unaufgeregten wie unkonventionellen Speisen. Im Gegensatz zu seinem Landsmann und Festival-Kollegen Jason Atherton, der – ganz «El-Bulli»-inspiriert – englische Gerichte wie «Fish 'n' Chips» neu interpretiert, orientiert sich McHale eher an der «Nordic Cuisine». Seine Kreationen sind pur und unverfälscht, reich an Gemüse von Grün- bis Rotkohl, mit Zutaten bevorzugt von lokalen Kleinerzeugern. Die rohen Orkney Jakobsmuscheln aromatisiert er lediglich mit Haselnüssen, Mandarine und Périgord-Trüffel-Julienne. Die Wildente-Ingwer-Consommé, verfeinert mit einem Schluck hundertjährigem Madeira, serviert er im Weinglas, «damit nicht einmal die Präsentation vom Genuss ablenkt». Dazwischen serviert er eine «Montgomery Cheddar Tart», denn «auch in dieser Hinsicht schielen wir immer weniger nach Frankreich und Italien. Auch wir Briten sind Erzeuger von wunderbarem Käse». Das alles ist Teil einer



Wildente mit Rotkohl, weissen Zwiebeln und Holunderbeeren.

«Mit den Young Turks: tobten wir uns kulinarisch aus und fanden unsere Identität.»

Isaac McHale
«The Clove Club», London



Isaac McHale

neuen britischen, kulinarischen Identität, erzählt der Schotte, der auf den Orkney-Inseln geboren und in Glasgow aufgewachsen ist.

Vom Pop-up auf dem Hausdach zum Lokal mit Stadtgespräch

«In unserer Gegend wohnen viele Inder und Pakistani. Ich liebe ihr «Chicken Pakora». Ich wollte unbedingt wissen, wie man das zubereitet». Was Inspiration für sein mittlerweile legendäres «Buttermilk fried Chicken» war, war auch der Beginn seiner Kochleidenschaft. Sie führte ihn mitunter ins «Noma» nach Kopenhagen oder zu Tom Aikens, Zwei-Michelin-Sterne-Koch aus London. 2011 gründete er mit Freunden die «Young Turks» in Anlehnung an eine politische Bewegung im Osmanischen Reich Ende 19. Jahrhundert, die auf liberale Reformen hinarbeitete. Das passte zu ihnen als «wild ones», die mit verrückten Ideen und hohen Qualitätsansprüchen ganz im Sinne der Terror-Küche auch international für Aufsehen sorgten. «Wir starteten eine Reihe kulinarischer Events an verschiedensten Orten: in Kellern, auf Hausdächern, in Büros, Hotels, Einstellhallen. Das machte Spass, war für uns aber auch Identitätsfindung. Mit jedem Event tobten wir uns kochtechnisch aus, feilten an neuen Ideen, machten uns einen Namen».

Vor zwei Jahren schliesslich eröffnete er gemeinsam mit seinen «Jungtürken» und Pop-up-Kollegen Johnny Smith und Daniel Willis in der über 150-jährigen Shoreditch Town Hall «The Clove Club». Das 40-plätzig Restaurant war über Monate hinweg Stadtgespräch in London, so angetan war man von der ungezwungenen Atmosphäre in Kombination mit McHale's unkonventioneller Kochkunst. Die Auszeichnungen folgten postwendend: Das Lokal figuriert bereits auf Platz 87 der «World's Best Restaurants», der Guide Michelin krönte es mit einem Stern. Damit ist McHale's Reise aber längst nicht zu Ende. Er könne sich gut ein weiteres Lokal vorstellen, meint er, auch im Ausland. Einzig seine Mission, die bleibt: «to make people happy».

www.thecloveclub.com

«Cucina Italiana» in London

Angela Hartnett setzt auf unkomplizierte, geschmacksintensive Küche und gehört zu den besten Köchen Englands. Es ist «Italian Fine Dining» par excellence.

SABRINA GLANZMANN

Angela Hartnett ist ein Kumpel-Typ – und das ist nicht negativ gemeint. Beim Eröffnungs-Abend am Gourmet Festival lacht sie herzlich mit jeder und jedem. Kostproben reicht sie gerne mit einer Hand am Teller und mit der anderen am Arm des Gastes. Beim Interview ist sie hoch professionell und zugänglich in einem, was beileibe nicht jeder Spitzenkoch von sich behaupten kann. Und als sie am Dienstagabend nach ihrem 5-Gang-Menü im Carlton Hotel, wo sie Gastkoch bei Küchenchef Gero Porstein war, an den Tisch kommt und fragt: «Hatten Sie alle auch wirklich genug?», ertappt man sich beim wohligen Gedanken an die soeben genossene Wachtel mit Haselnusspesto oder den Heilbutt mit Kräuterkruste und Gnocchi. Der Hunger ist gestillt aber ja, das liesse sich gerne wiederholen.

Die Karriere startete bei Gordon Ramsay

Im Grunde ist es eine simple Küche, eine «Cucina Italiana» mit je nur sehr wenigen Zutaten, aber auf allerhöchstem Niveau. Dass die heute 46-jährige nach ihrem Geschichts-Diplom zur Gastronomie fand und heute zu den wichtigsten und beliebtesten Köchen Grossbritanniens gehört, ist die «Schuld» ihrer italienischen Mutter- und Grossmutter. «Ich koche, seit ich zehn Jahr alt war, und nichts hat mich je mehr fasziniert. Viele Rezepte meiner Mutter sind heute Signature Dishes in meinen Restaurants. Es ist der Geschmack meiner Eltern und meiner Kindheit, den ich umsetze, etwas anderes kann ich ja nicht», sagt Angela Hartnett.

Italienisch mit britischen Zutaten – ein Erfolgskonzept, das sie nach Stationen in Gordon Ramsays Restaurants Aubergine, Zafferano, L'Oranger und Petrus (Letzterer verhalf sie nach nur

sieben Monaten als Küchenchefin zu einem Stern) und Eröffnungen von Ramsay-Lokalen in Schottland, Dubai oder Florida seit 2008 in ihrem eigenen Restaurant Murano in London-Mayfair konsequent verfolgt – unter anderem gekrönt mit einem Stern oder dem «Most Excellent Order of the British Empire» (MBE). Sie tritt auch gerne in Koch-TV-Shows auf, «aber nur, wenn es passt und ich genügend im Restaurant sein kann. Die lebendige



Ein schönes Teller Pasta fehlt nie auf Karte und Menü: Handgerollte Linguine, Muscheln, Artischocken, getoastete Brotbrösel.

«Ich setze den Geschmack meiner Kindheit um, etwas anderes kann ich nicht.»

Angela Hartnett
Restaurant Murano, London



Angela Hartnett

Stimmung in unserer Gastro-Szene gefällt mir», sagt Hartnett. Es ist ihre Umschreibung für den harten Londoner Markt: «Natürlich kämpfen alle um den Gast, aber man darf die anderen nicht zu sehr beobachten und die richtigen Schlüsse aus Veränderungen ziehen. Nach dem «big crash» 2008 assen die Banker mittags plötzlich nicht mehr stundenlang – die Lokale, die damals rasch mit Top-Qualität auf kürzeren Service und kompaktere Karte setzten, sind heute etabliert.»

Angela Hartnett's Imperium wächst weiter. Im September 2013 eröffnete sie mit Lebenspartner und Headchef Neil Borthwick die Merchants Tavern in London-Shoreditch, im selben Jahr auch das Café Murano, zu dem kommenden Mai in Covent Garden ein Zweites dazu kommt. Man wird davon hören.

www.angelahartnett.co.uk
www.muranolondon.com

Eine runde Sache für süsse und salzige Akzente

Vielleicht ist sie bisher etwas zu bescheiden aufgetreten und verwendet worden, die Muskatnuss. Aber die Köche entdecken allmählich ihr Starpotenzial in vielerlei Hinsicht.

RENATE DUBACH

Manchmal sucht man einfach zu weit. Die leicht exotische Note im Zwetschenkompott? Der überraschende Hauch eines Aromas in der Gemüsesuppe? Stammt vielleicht nicht von einer uns bis anhin unbekannten Frucht, die ein Foodscout soeben in Papua-Neuguinea entdeckt hat. Sondern von einem seit Langem bekannten Gewürz, der Muskatnuss nämlich, die natürlich bloss so tut, als wäre sie eine Nuss, in Bezug auf Aussehen und Härte.

Was wir als Muskatnuss bezeichnen, ist der innere Kern, der Samen einer Frucht, die wie ein hellgelber Pfirsich aussieht und an einem buschigen, immergrünen Baum wächst. Dieser kann bis zu 12 Metern hoch werden. Der warme, harzige, balsamische und gleichzeitig liebliche, dezent süssliche Geschmack von Muskat ist verantwortlich dafür, dass das Gewürz im süssen wie im salzigen Bereich Akzente setzen kann. Lebkuchen, Linzertorte, Glühwein ohne Muskat? Undenkbar. Ebenso wenig wie Kartoffelstock oder Béchamelsauce. Für den bayrischen Starkoch Alfons Schuhbeck ist Muskat jedenfalls «eines der edelsten Gewürze».

Finger weg von gemahlenem Muskat mit dem Hinweis «BWP»

Wichtig beim Umgang damit ist, dass man die Nuss frisch gerieben verwendet, und jeweils erst gegen Ende der Garzeit zugebt, weil ihr Aroma äusserst flüchtig ist. Man sollte die ganzen Nüsse luftdicht,

kühl, lichtgeschützt und trocken lagern, dann behalten sie ihre Frische länger. Mahlen und einfrieren funktioniert mit Muskat leider nicht: Wenn man Muskat im Tiefkühler aufbewahrt und den Behälter wiederholt öffnet, verliert sich das Aroma noch schneller.

Muskatnüsse brauchen keine Modelmasse: Je grösser und schwerer, desto besser. Die Qualität wird entweder als Zahl Nüsse pro britisches Pfund oder als Klasse A bis E angegeben. Muskatnüsse bester A-Qualität wiegen knapp acht Gramm, die Nüsse der E-Klasse noch knapp drei Gramm. Die weltweite Muskatnuss-Jahresproduktion liegt bei rund 11 000 Tonnen. Und falls man mal auf ein sehr «günstiges» Angebot von gemahlenem Muskat stossen sollte, das versteckt den Hinweis «BWP» trägt: Der Gesundheit zuliebe die Finger davon lassen. «BWP» heisst «broken», «wormy», «punky» und bezeichnet zerbrochene, von Insekten und Pilzen befallene Nüsse aus welchen legalerweise nur Muskatöl gewonnen werden darf. BWP-Nüsse könnten karzinogene Schimmelpilze aufweisen – kein angenehmer Zusatz.

Muskat historisch – Greuelthaten für ein Monopol

Man kann sich heute kaum mehr vorstellen, welche Greuelthaten wegen der harmlos aussehenden Kügelchen früher veranstaltet wurden. Seinen Ursprung hat der Muskatbaum ja auf den Banda-Inseln, einer indonesischen Inselgruppe, die zu den Gewürzinseln (Molukken) gehört. Die Araber importierten die ersten Nüsse schon im 11. Jahrhundert nach Europa, ab dem frühen 16. Jahrhundert übernahmen die Portugiesen, die von den Niederländern abgelöst wurden. Und weil es das Gewürz ausschliesslich auf den Banda-Inseln gab, war es äusserst rar – rarer als Gold, und teurer. Die Niederländer rotteten deswegen die ganze Inselbevölkerung aus – es sollen um die 15 000 Menschen gewesen sein – bloss,

um sich das Muskat-Monopol zu sichern. Erst gegen Ende des 18. Jahrhunderts gelang es, das Gewächs nach Mauritius zu schmuggeln. Heute wächst der Baum auch in der Karibik, vor allem auf Grenada und in Indien. Er braucht etwas Geduld: Erst nach etwa acht Jahren lassen sich erste Muskatnüsse ernten, nach etwa 20 Jahren hat ein Baum sein maximales Leistungspotenzial erreicht.

Muskat als Droge – vor Nebenwirkungen wird gewarnt

«Nimm lieber «gscheite» Drogen. Wäre Muskat als Droge brauchbar, hätte es sich längst durchgesetzt», antwortet jemand im Internet auf einer einschlägigen Seite auf die Frage, wie man Muskat als Droge einsetzen könne. Es werden allerlei Geschichten dazu angeboten und auch, mit welchen Reaktionen man rechnen dürfe oder müsse. Tatsächlich enthält Muskat ein ätherisches Öl, das in Erkältungsbalsamen und verdauungsfördernden Mitteln verwendet wird. Und es enthält darüber hinaus auch psychotrope Wirkstoffe, die bei einer Überdosis zu Halluzinationen führen können. Dabei ist unklar, wie hoch eine Überdosis ist; vier bis zehn Gramm werden genannt. Auch beim Wirkungsspektrum wird es diffus, es reicht von «absolut keine Wirkung» bis zu «Rauschzustand mit Seh- und Bewegungsstörungen». Falls eine Wirkung eintreten sollte, könne dies nach 30 Minuten oder erst nach mehreren Stunden sein und einige Stunden bis zu Tagen anhalten. Fazit: Muskat ist als Droge wohl eher nicht zu empfehlen.

Muskatnüsse brauchen keine Modelmasse: Je grösser und schwerer, desto besser.

Man kann sich heute kaum mehr vorstellen, welche Greuelthaten wegen der harmlos aussehenden Kügelchen früher veranstaltet wurden. Seinen Ursprung hat der Muskatbaum ja auf den Banda-Inseln, einer indonesischen Inselgruppe, die zu den Gewürzinseln (Molukken) gehört. Die Araber importierten die ersten Nüsse schon im 11. Jahrhundert nach Europa, ab dem frühen 16. Jahrhundert übernahmen die Portugiesen, die von den Niederländern abgelöst wurden. Und weil es das Gewürz ausschliesslich auf den Banda-Inseln gab, war es äusserst rar – rarer als Gold, und teurer. Die Niederländer rotteten deswegen die ganze Inselbevölkerung aus – es sollen um die 15 000 Menschen gewesen sein – bloss,

Die Blüte Delikater «Mantel» mit feinem und mildem Aroma

Immmer öfter tauchen in Rezepten und auf Menükarten die Begriffe «Muskatblüte», «Macis» oder «Mace» auf. Und wie die Muskatnuss keine Nuss ist, hat die Muskatblüte nichts mit einer Blüte zu tun. Die drei Begriffe bezeichnen den dünnen, ledrigen Samenmantel, der die Muskatnuss umhüllt.

Keine original bayrische Weisswurst ohne Macis

Macis wurde anfänglich irrtümlich für die getrocknete Blüte des Muskatnussbaumes gehalten. Er ist bei der Ernte leuchtend hellrot oder purpurfarben, nach dem Trocknen nimmt er eine braungelbe Farbe an. Macis wird wie Muskat gemahlen verwendet. Es gibt Köche, die sagen, die Muskatblüte habe ein etwas feineres, milderes Aroma als die Nuss, der Unterschied ist allerdings gering. In der niederländischen Küche spielt Macis eine unverändert wichtige Rolle, ebenso wie in der bayrischen. Eine echte Weisswurst kommt nämlich



Muskat vereint ganz unterschiedliche Geschmackskomponenten – er ist warm, harzig, balsamisch und gleichzeitig lieblich und dezent süss.

Bilder iStock

In der Profiküche Zum Abschmecken, Verfeinern oder prominent eingesetzt

Zu Muskat oder zu Macis

greifen Köche, um das Gesamtaroma einer Speise abzurunden oder einem Fruchtkompott oder einem Dessert einen unerwarteten Kick zu verpassen. Der Schweizer 3-Sterne-Koch Andreas Caminada beispielsweise schmeckt seine Kürbissuppe mit Speck, Ingwer und Zitronengras mit Muskat ab.



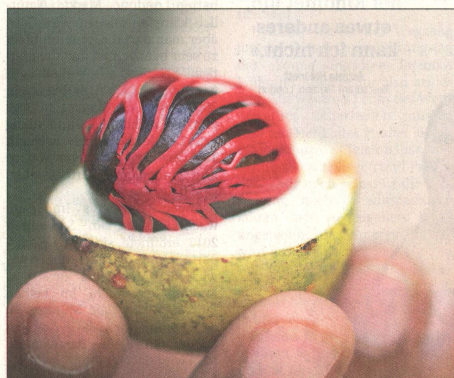
«Muskatnuss harmoniert unter anderem gut mit Fenchel, Ingwer oder Senfsaat.»

Alfons Schuhbeck
Münchner Star- und Fernsehkoch

Kardamom-Muskatnuss-Mousse à la Schuhbeck

Natürlich verfeinert Muskatnuss auch Kartoffelgerichte, Saucen und Wurstwaren, Eierspeisen, gefüllte Teigwaren und Gemüse – insbesondere Spinat und Blumenkohl. Das Gewürz

ist zudem ein wichtiger Bestandteil unzähliger Gewürzmischungen der orientalischen und indischen Küche. «Muskatnuss harmoniert besonders gut mit Fenchel, Ingwer, Knoblauch, Kümmel, Kurkuma, Paprika, Senfsaat und Schwarzem Pfeffer», sagt der Münchner Star- und TV-Koch Alfons Schuhbeck zum salzigen Einflussbereich der Nuss. Schuhbeck ist so begeistert von der Muskatnuss, dass er sie in einigen Rezepten prominent einsetzt. Etwa in seiner Kardamom-Muskatnuss-Mousse, die auf Quark, Rahm und etwas Zitronen- und Orangensaft basiert. Oder in der würzigen Holunder-Pflaume-Apfelmarmelade mit Muskat. rd



Das, was wir als Muskatnuss bezeichnen, ist der innere Kern einer Frucht, die wie ein hellgelber Pfirsich aussieht.



Die «Blüte» (im Bild links rot) ist getrocknet braungelb.

PROFIL

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

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

Nr. 6 · 5. Februar 2015

htr hotel revue

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



WEIL SIE ES UNS WERT SIND

Wertschätzung ist heute in unserer meist technologischen und anonymisierten Welt wichtiger denn je. Wir freuen uns alle darüber, und sie zu verschenken, kostet meist wenig bis nichts und kann gleichzeitig viel erreichen: Wir erfreuen die Herzen unserer Gäste, erhöhen die Kundenbindung, bleiben im Gespräch und steigern im Idealfall auch die Mund-Werbung.

Nutzen Sie die Gelegenheiten

Sie überlegen sich gerade, wo in Ihrem Unternehmen Potenzial besteht, Wertschätzung auszudrücken? Denken Sie an all die Chancen Ihres schriftlichen Kundenkontakts, eine kurze, berührende Zusatz-Botschaft zu hinterlassen: Web-Auftritt – Speisekarte/Schiefertafel vor der Eingangstüre – Visitenkarten – (Speise-)Karten auf dem Tisch – Serviette/Tischset – Rechnung – Give-aways usw. Natürlich werden Zeichen der Wertschätzung, sei es zum Geburtstag, Jubiläum oder zu Weihnachten, auch von Mitarbeitenden sehr geschätzt. Auch hier gibt es zahlreiche Möglichkeiten, ihnen Wertschätzung und damit Respekt und Anerkennung für ihr tägliches Engagement entgegenzubringen. Und es braucht meist gar nicht viel.

Wer schreibt, bleibt

Nutzen Sie die Leuchtkraft Ihrer Worte und vermitteln Sie dem Empfänger: «Du bist mir wichtig, ich schenke dir meine Aufmerksamkeit und Wertschätzung». Verblüffen Sie ihn mit einem unerwarteten Spruch oder Zitat und er-

reichen Sie damit Ihr gewünschtes Ziel: Freude und Dankbarkeit auszudrücken und in Erinnerung zu bleiben. Während die einen bereits mit Lust und Fantasie loslegen können, sind für andere Methoden aus dem «Creative Writing» hilfreich, welche Schreibhemmungen abbauen und die Kompetenz im Ausdruck erhöhen. Kennen Sie das ABC-Darum oder das Akrostikon? Oder wie wäre es z. B. einmal mit einem Elfchen in der Speisekarte?

Das Elfchen

Dieses Kurzgedicht, bestehend aus 11 Worten, ist wie folgt aufgebaut:

1. Zeile: 1 Wort (Farbe, Gedanke, Name)
 2. Zeile: 2 Wörter (Sache, Eigenschaft)
 3. Zeile: 3 Wörter (wie, was, wo Obiges ist)
 4. Zeile: 4 Wörter (Präzisierung oder Frage)
 5. Zeile: Abschluss, Fazit, Pointe
- Beispiel:
Danke
für's Hiersein
sich verwöhnen lassen
mit uns Essen zelebrieren
Freude

Wir wünschen Ihnen, dass Sie viele kreative Ideen auf's Papier bringen!



Angela Föllmi
Schreibcoach
Verein CARDNIGHTS.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Beginne mit dem
Notwendigen, dann tue das
Mögliche und plötzlich wirst
du das Unmögliche tun»

Franz von Assisi

AGENDA

12. FEBRUAR

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

16./17. FEBRUAR

«Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus, Stufe 2, Qualitäts-Trainer», von hotellerieuisse, im Seminarhotel Ador, in Bern
www.hotelbildung.ch/agenda

20. FEBRUAR

«Infotag Kauffrau/-mann HGT und Hotel- und Gastrofachfrau/-mann», von hotellerieuisse, an der Swiss School of Tourism and Hospitality, in Passugg
www.hotelgastrounion.ch/agenda

25. FEBRUAR

«Getränkeausschank für Hotelfachleute», vom Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft, bei Hotel & Gastro formation Zürich, in Wädenswil
www.hotelgastrounion.ch

2. MÄRZ

«Lernende trimmen sich fit», vom Berufsverband Restauration, bei Hotel & Gastro formation Aargau, in Unterentfelden
www.hotelgastrounion.ch

3. MÄRZ

«Train me Day», vom Berufsverband Hotel-Administration · Management, im Campus Sursee, in Sursee
www.hotelgastrounion.ch

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotellerieuisse.ch/beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

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

Reinigungs- und Desinfektionsmittel Gefährdung:

- Verätzung der Atemwege durch Einatmen von Sprühnebel/Dämpfen
- Verätzungen der Haut und Allergien
- Gefährdung von Drittpersonen und/oder der Umwelt

Mögliche Sicherung:

- Sicherheitsdatenblätter: Mitarbeitende instruieren bezüglich Gefahren, Schutzvorkehrungen und 1. Hilfe
- Stark ätzende Reinigungsmittel nicht auf heisse Oberflächen sprühen
- Sprühnebel nicht einatmen
- Schutzmaske tragen
- Persönliche Schutzeinrichtung bereitstellen
- Nur korrekt beschriftete Gebinde verwenden, die mit Gefahrensymbolen gekennzeichnet sind; Mittel nie in Getränkeflaschen umfüllen
- Reinigungsmittel getrennt von Lebensmitteln aufbewahren

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

TRENNUNGSMANAGEMENT: DIE KÜNDIGUNG

Manchmal ist es einfach Zeit, getrennte Wege zu gehen. Manchmal jedoch muss man auch ganz klar einen Schlussstrich unter eine Arbeitsbeziehung setzen, weil der Arbeitnehmer für den Betrieb nicht mehr tragbar ist.

Eine Kündigung auszusprechen, ist eine der unangenehmsten Aufgaben, die es im Personalmanagement gibt. Leider ist sie manchmal unumgänglich. Zum Beispiel, weil Angestellte in ihren Leistungen stark nachgelassen haben, sie eine strafbare Handlung begangen oder durch ihr Verhalten den Betrieb schädigen. Ein professionelles Trennungsmanagement macht den Vorgang für alle Beteiligten leichter. Hier eine kleine Gedankenstütze, um eine Trennung möglichst reibungslos über die Bühne zu bringen:

- **Abklären:** Ist die Kündigung wirklich notwendig? Ist sie arbeitsrechtlich korrekt?
- **Kündigung aussprechen/Kündigungsschreiben überreichen:** Wann, wie und wo wird die Kündigung ausgesprochen? Wer führt das Kündigungsgespräch? Wer führt nach Ablauf der Kündigungsfrist das Trennungsgespräch (direkter Vorgesetzter, HR-Verantwortlicher, Direktor, Verwaltungsratspräsident)?
- **Kündigungs-Kommunikation:** Nach welchen Kriterien erfolgt die Kündigung? Wie wird die Kündigung dem Angestellten begründet? Musste er mit der Kündigung rechnen oder wird er überrumpelt? Sollen Kündigungs- und Trennungsgespräch zum selben Termin abgehalten werden (z. B. bei Freistellung, fristloser Kündigung)?
- **Inner- und ausserbetriebliche Informationen:** Wie, wann und mit welchen Hintergrundinformationen werden die verbleibenden Mitarbeitenden über die Kündigung

informiert? Wie wird die Info intern verbreitet (Infomeeting für die ganze Firma, Team-sitzung, Intranet, schwarzes Brett)? Wie und wer wird extern über den Abgang informiert (Kooperationspartner, Lieferanten, Kunden)? Gibt es Geschäftsbeziehungen, die durch den Weggang des Mitarbeitenden gestört oder unterbrochen werden könnten und sind hier persönliche Informationen angebracht?

- **Verhalten gegenüber dem Gekündigten:** Die Kündigung sachlich und inhaltlich korrekt begründen. Sich nicht auf Diskussionen einlassen. Verständnis zeigen für die emotionale Reaktion des gekündigten Mitarbeitenden, ihn im Alltag aber im Rahmen des Möglichen gleich behandeln wie vor der Kündigung.
- **Hilfestellungen und Unterstützungen:** Hilfe beim Finden neuer Berufsperspektiven anbieten. Das kann einen positiven Einfluss auf das innerbetriebliche Klima und das Ansehen der Firma haben. Wo möglich auf Wünsche in Bezug aufs Arbeitszeugnis eingehen.
- **Übergabe von Arbeiten und Administratives:** Wer übernimmt die Aufgaben des entlassenen Mitarbeiters? Ist die Übergabe von Wissen sichergestellt (Einarbeiten des Nachfolgers, Übergabe laufender Projekte/Abmachungen mit Lieferanten/weitere Informationen)? Welche Aufgaben und Ziele hat der Angestellte bis zum Austrittsdatum noch? Wie wird die Abgabe von Arbeitsutensilien geregelt (Schlüssel, Garderobe, Berufskleidung, Firmen-Handy/iPad, IT-Zugangs-codes, E-Mail-Adressen usw.)?

Riccarda Frei

BUCHTIPP

IPHONE TIPPS UND TRICKS FÜR DUMMIES

Es gibt «Digital Immigrants» und «Digital Natives». Während für die Letzteren der Umgang mit Smartphone und Tablet so normal, alltäglich und einfach ist wie das Zähneputzen, müssen die Ersteren den richtigen Umgang mit den digitalen Geräten erlernen. Eine Möglichkeit, sich «digital fit» zu machen, bietet das Pocketbuch «iPhone Tipps und Tricks für Dummies». Geschrieben hat es Sebastian Schroer, iPhone-Nutzer der ersten Generation und Dozent für digitale Kommunikation. Auf klar verständliche und übersichtliche Weise zeigt der Autor, wie man mehr Spass mit seinem iPhone 6 haben und all dessen Möglichkeiten nutzen kann. Neben allen Grundfunktionen stellt Sebastian Schroer viele Tricks vor, wie man den Akku schonen, Klingeltöne selber erstellen und das Gerät schneller und effektiver nutzen kann. Zum Beispiel, indem man sein iPhone zur Unterwasserkamera umrüstet. Ausserdem verrät er, wie man Videos im Zeitraffer dreht, das iPhone als Organspendeausweis nutzt, welche Apps man unbedingt haben sollte und wie man seine Privatsphäre und Daten am besten schützt.



«iPhone Tipps und Tricks für Dummies» von Sebastian Schroer
Wiley-VCH Verlag
ISBN 978-3-527-71097-3
CHF 7.90

«Gemeinsam zum Erfolg – mit den durch den L-GAV unterstützten Aus- und Weiterbildungen!»

Ralph Treuthardt, Gastgeber im Hotel Seehof, Davos

www.l-gav.ch



Der Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Gastgewerbe: Gut für alle

Erstklassig geführtes Resorthotel

Der gut im Markt etablierte Betrieb – Mitglied einer auch im Ausland tätigen CH-Hotelgruppe – umfasst ca. 250 Betten, je ein Restaurant für à la carte und Halbpensionsgäste, Bar, Seminarräume und Wellness/Spa inkl. Indoor-Pool auf ca. 1000 m². Alles in **Top-Zustand**! Lage: Beliebte Deutschschweizer Premium Resort-Destination, wo sich Ambiente, atemberaubende Naturschönheit, weltberühmte Sportanlagen und Life-Style optimal ergänzen.

Ziel der Stelle: **Gastfreundschaft** auf hohem Niveau zelebrieren, Führung der 16 Servicemitarbeitenden, Mitarbeiterrekrutierung & -einsatzplanung, Reservations-/Offerwesen, Überwachung/Einhaltung der Qualitätsstandards sowie Mithilfe beim Wareneinkauf und die Verantwortung für alle gastronomischen Aspekte im Rahmen von Meetings, Special Events und des Frühstücksservice. Langfristige Entwicklungsmöglichkeiten sind gewährleistet.

Teamleiter/in Service von 2 Restaurants und F & B Operation
Mitglied des Management-Teams – der Hoteldirektion direkt unterstellt

Kundenwünsche analysieren, systematisch erfassen und **professionell** umsetzen sind Ihre Stärken. Als ambitionierte Frontpersönlichkeit, ab ca. 30 – mit der Schweizer Gastronomie/Hotellerie bestens vertraut – wollen Sie Ihre Karriere auf Stufe Restaurantleitung/F & B-Operation konsolidieren. Wir bieten Ihnen dazu die geeignete Plattform – trotz saisonalen Charakters ganzjährig engagiert. Entsprechende Berufspraxis und Führungserfahrung bringen Sie mit.

Wenn **„Ärmel hochkrempeln“** für Sie selbstverständlich ist, Sie ein langfristig angelegtes Engagement suchen und gute Fremdsprachenkenntnisse (D/E Muss, F von Vorteil) mitbringen, dann sollten wir uns unbedingt kennenlernen! Der Eintrittstermin wird flexibel gehandhabt: Per sofort oder später nach Vereinbarung. Möchten Sie mehr erfahren? Dann CV/Foto via Mail senden oder anrufen. Wir sind gespannt auf Sie und das Gespräch mit Ihnen!

Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

36248-11757

Führendes, bekanntes Ferien-Hotel · Top CH-Resort Destination

Anspruchsvolle internationale Kundschaft von A-Z verwöhnen, betriebswirtschaftliche Aspekte im Auge behalten, umsichtig und vorausschauend Angebote planen, **hohe Qualität** sicherstellen sowie attraktives Präsentieren kulinarischer Köstlichkeiten sind die Schwerpunkte! Spannend für Sie ist der lebendige Mix aus à la carte- & Halbpensionsangebot sowie speziell im Sommer das Gruppengeschäft, Meetings/Seminare und Special Events!

In einem anerkannten First Class-Grossbetrieb haben Sie bereits einige Jahre Führungspraxis gesammelt. Diese wertvollen Erfahrungen in einem namhaften Hotelbetrieb – Mitglied einer auch im Ausland tätigen **CH-Hotelgruppe** – umzusetzen, sehen Sie gleichermassen als Chance und Herausforderung. Im Gegenzug dürfen Sie eine unternehmerisch geprägte Aufgabe und entsprechende Wertschätzung erwarten.

Küchenchef/in

zur Führung der 10-köpfigen Brigade

Weitere Highlights der attraktiven Stelle: **Direktkontakt** an die Direktion, Mitglied des Kaders, selbstverständlich permanente, ganzjährige Anstellung trotz saisonalen Charakters und kurze Entscheidungswege. Küchenrendite, Organisation, Hygiene und Technik sind auf exzellentem Niveau. Ideale Ausgangslage für Chefs de Cuisine oder erfahrene starke Sous-chefs mit entsprechenden Leistungsausweisen auf dem Sprung zum Executive Chef.

Der Eintrittstermin, idealerweise Mitte/Ende Mai, kann flexibel gehandhabt werden. – Interessierte und fachlich versierte, mental starke Head-Chefs mit dem **Auge fürs Detail** informieren wir gerne in einem persönlichen und absolut vertraulichen Gespräch! Für den Erstkontakt am besten vorab CV/Foto online senden oder ganz einfach anrufen. Wir freuen uns auf den Kontakt und das Gespräch mit Ihnen!

Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

36248-11756

HOTEL-RESTAURANT

BRISTOL
hotel-bristol-saas-fee.ch

Wir suchen für unser familiäres Hotel, in bester Lage, in Saas-Fee eine/n

HOTEL-MANAGER/IN

Auf Ihre Bewerbung per E-Mail freuen wir uns.
info@hotel-bristol-saas-fee.ch
www.hotel-bristol-saas-fee.ch
Telefon 027 958 12 12

36212-11744

Erfolgreiches Gästehaus mit kleiner Restauration und Aussenbestuhlung im Zürcher Stadtkreis 4 sucht neue/n

Pächter/in

infolge Austritts des bisherigen, langjährigen Pächterpaares, welches in den Ruhestand geht.

Zusammen mit der Neuverpachtung ist der Eigentümer bereit, in die Ausstattung des Betriebes zu investieren.

Kontaktaufnahme unter blagomanz@bluewin.ch zum Kennenlernen und Kreieren von Ideen.

CROWNE PLAZA
ZÜRICH

Unser 4-Sterne-Businesshotel im modernen Stadtteil Zürich-West ist mit seinen 365 renovierten Zimmern **das grösste Hotel in Zürich**. Das Hotel verfügt über 11 Seminar- und Veranstaltungsräume und ist seit April 1999 das grösste ISO-zertifizierte Hotel der Schweiz.

Per sofort oder nach Vereinbarung haben wir zur Verstärkung unseres jungen, dynamischen und professionellen Teams folgende unbefristete Vollzeitstellen zu besetzen:

Sales & Marketing Director**Sales Executive****Meeting Director****Commis de Cuisine****Front Office Manager****Front Office Supervisor****Freelancer**

(WEB- & GRAPHIC-Design)

Wir bieten Ihnen eine spannende und anspruchsvolle Tätigkeit sowie gute Möglichkeiten, sich weiterzubilden und in einer der weltgrössten, internationalen Hotelketten aufzusteigen. Sie erwarten interessante Trainings on the job und bei Bedarf Unterbringung im Personalhaus. Werden Sie Teil der Intercontinental Hotel Group und profitieren Sie von zahlreichen Vorteilen wie zum Beispiel attraktiven Konditionen beim Aufenthalt in über 4700 Hotels der Kette.

Wir freuen uns über Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto per E-Mail an:

Crowne Plaza Zürich / Frau Nadine Bättig /
Badenerstrasse 420 / 8040 Zürich / Tel. 044 404 42 02 /
nadine.baettig@cpzurich.ch / www.cpzurich.ch



36147-11753

Das Berghotel Engstligenalp liegt auf einer wunderschönen Hochebene in Adelboden im Berner Oberland.

Engstligenalp

Per 1. Juli oder nach Vereinbarung suchen wir eine(n) engagierte(n)

Leiter(in) Hotellerie/Gastronomie

oder ein Leiterpaar
(m/w, 80% - bis 100%-Pensum)

Zu Ihrem Aufgabengebiet gehört die Leitung der Betriebe Berghotel, Fondue-Iglu, Après-Ski-Bar, Raclettehütte sowie die Durchführung von Gruppenanlässen und Events. Sie führen je nach Saison zwischen 10 und 25 Mitarbeitende. Spricht Sie diese anspruchsvolle Tätigkeit an? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Unterlagen per E-Mail an roger.steiner@engstligenalp.ch.

Bergbahnen Engstligenalp AG, Roger Steiner
Unter dem Birg, 3715 Adelboden
roger.steiner@engstligenalp.ch, 033 673 32 70
www.engstligenalp.ch | www.fondue-iglu.ch | www.raclettehutte.ch

36334-11777

Sie hatten schon immer aussergewöhnliche Fähigkeiten? Dann werden Sie Teil unserer Erfolgsgeschichte!

Die Sonnentherme Betriebs GmbH ist die operative Gesellschaft der Sonnentherme Lutzmannsburg-Frankenau sowie dem direkt angrenzenden Hotel Sonnenpark mit dem Fokus auf Babys, Kleinkinder und Familien. Das Resort in Lutzmannsburg zeichnet sich durch einen sehr hohen Qualitätsstandard und vor allem durch freundliche und qualifizierte MitarbeiterInnen aus. Dementsprechend erfolgreich ist dieser touristische Leuchtturm am Markt positioniert.

Wir suchen per 1. Juli 2015 oder nach Vereinbarung für das Hotel Sonnenpark mit rund 100 Mitarbeitern eine erfahrene und dynamische Führungspersönlichkeit:

HoteldirektorIn als GeschäftsführerIn**Ihr Profil**

- Studium der Fachrichtung BWL oder höhere touristische Ausbildung
- Mehrjährige Erfahrung als HoteldirektorIn, idealerweise als verantwortliche/r GeschäftsführerIn
- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit mit internen und externen Partnern
- Lösungsorientierung und analytisches und strukturiertes Denkvermögen
- Begeisterte/r GastgeberIn
- Volle Identifikation mit der Zielgruppe
- Umfassende Marktkenntnisse

Ihre Aufgaben

- Gesamtleitung des Hotels Sonnenpark und der Sonnentherme Lutzmannsburg-Frankenau
- Betriebsführung des Hotels Sonnenpark
- Kaufmännische Gesamtverantwortung für die Sonnentherme Betriebs GmbH
- Erkennen von Optimierungs- und Wachstumspotenzialen und deren konsequente Verfolgung und Umsetzung
- Weiterentwicklung von Marktleistungen und Prozessen
- Führung, Koordination, Motivation, Einarbeitung und Entwicklung der MitarbeiterInnen
- Weiterentwicklung und Festigung der Organisations- und Führungskultur
- Laufende Schärfung der Positionierung und Anpassung an die Marktbefürnisse
- Permanente Attraktivierung und Erneuerung des Angebotes und deren bauliche Umsetzung

Wir offerieren Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Stelle und ein lebendiges und vielseitiges Wirkungsfeld. Hier führen Sie ein verantwortungsvoll arbeitendes Team in einem renommierten und gleichzeitig innovativen Unternehmen. Es handelt sich um eine herausfordernde Aufgabe mit Entwicklungsmöglichkeiten und angemessener Bezahlung.

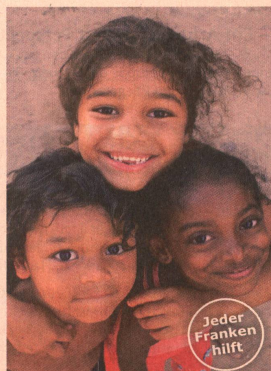
Fühlen Sie sich angesprochen? Dann erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis spätestens **25. Februar 2015** unter Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins per E-Mail bzw. Post.

Wirtschaftsservice Burgenland AG – WIBAG

z. Hd. Herrn Dir. Franz Kast
Technologiezentrum, Marktstrasse 3
A-7000 Eisenstadt
E-Mail: office@wibag.at



36308-11764



Weltweit erblindet jede Minute ein Kind. Schenken Sie Augenlicht!

Senden Sie eine SMS an 339 mit CBM10 und spenden Sie 10 Franken an eine Graue-Star-Operation.

Online-Spende auf
www.cbmswiss.ch



Besser unterwegs.



hpmisteli

Der beliebte und erfolgreiche Gastronomiebetrieb im Bahnhof Spiez startet im Frühling/Sommer 2015 in neuem Gesicht in die Zukunft.

Mit der neuen Positionierung, in einem lebhaften Umfeld, soll sich das Restaurant durch innovative Angebote, überraschenden Dienstleistungen und einem speziellen Ambiente zu einem nachgefragten und beliebten Treffpunkt im Bahnhof Spiez etablieren.

Für diese neue Erfolgsstory suchen wir im Auftrag der BLS engagierte, kommunikative und prägnante Gastgebende als

Mieter/in
Restaurant Bahnhof Spiez

Sie prägen einen lebendigen Betrieb und geben ihm mit Ihren kreativen Ideen ein unverwechselbares Gesicht. Sie führen ihn mit unternehmerischem Flair und nutzen gekonnt die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten. Sie überzeugen durch Ihre offene Art und Ihre Freude am Umgang mit unterschiedlichsten Menschen. Das stark vorhandene Potenzial und die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten sind für Sie eine Herausforderung, die Sie aktiv nutzen.

Sind Sie Profis, verfügen über einen entsprechenden Leistungsausweis und sind an diesem spannenden Objekt interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung per E-Mail bis 8. Februar 2015. Unsere detaillierten Informationen lassen wir Ihnen gerne nach einer ersten Vorselektion zukommen.

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

36281-11760



Haben auch Sie Interesse daran, Teil unserer dynamischen Equipe zu werden? Dann werfen Sie einen Blick in unser aktuelles Stellenangebot. Vielleicht treffen wir uns schon bald im Grand Casino Baden!

Für unser qualitativ hochwertiges A-la-carte-Restaurant mit 100 Innen- und 120 Aussenplätzen, den Eventsaal Au Premier mit 140 Plätzen sowie die Verpflegung unserer Casinogäste im Spielsaal suchen wir **per sofort oder nach Vereinbarung** eine/n belastbare/n, innovative/n und erfahrene/n

Executive Küchenchef/in 100%



Ihr Spiel

- Verantwortung für den reibungslosen Ablauf in der Küche unter Gewährleistung eines hohen Qualitätsanspruchs.
- Professionelle und moderne Führung des ca. 15-köpfigen Küchenteams auf Basis der Führungsleitlinien.
- Erstellen von verschiedenen Speiseangeboten für unser A-la-carte-Restaurant sowie für Bankette, Events und den Casinobetrieb.
- Verantwortung für die fachgerechte Ausbildung der Lernenden und Praktikanten.
- Verantwortung für den gesamten Foodbereich, für die Angebotsplanung und deren professionelle Umsetzung.
- Preiskalkulation im Sinne des Unternehmensbildes.
- Verantwortung über die Einhaltung der Leitlinien und gesetzlichen Hygienevorschriften.



Ihr Einsatz

- Alter zwischen 30 und 40 Jahre.
- Langjährige Berufs- und Führungserfahrung mit breitem und positivem Leistungsausweis.
- Sehr gute mündliche und schriftliche Deutschkenntnisse und weitere Sprachkenntnisse von Vorteil.
- Moderne Führungsqualitäten, strukturiertes Arbeiten.
- Weiterbildungen im Bereich F&B und Teamführung.
- Positive Grundeinstellung – Vorbildfunktion stark ausgeprägt.



Ihr Gewinn

- Vielseitige Tätigkeit in einer motivierten und leistungsfördernden Arbeitsatmosphäre.
- Begeistertes und kompetentes Küchenteam.
- Übernahme einer proaktiven Führungsrolle.
- Zeitgerechte Entlohnung.

Bringen Sie die Kugel ins Rollen! Gerne erwartet unser Stv. Bereichsleiter HRM, Christian Schaffner, Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen (inkl. Foto) per E-Mail. Wir freuen uns auf Sie!

Spielbank Baden AG
Abteilung Human Resources Management
Tel +41 (0)56 204 07 32
bewerbung@grandcasinobaden.ch

Spielbank, Restaurant, Kongresse, Catering, Events
Haseistrasse 2, CH-5400 Baden, info@grandcasinobaden.ch, www.grandcasinobaden.ch Spielbank: T +41 (0)56 204 07 07, F +41 (0)56 204 07 08
Gastronomie: +41 (0)56 204 08 08, F +41 (0)56 204 08 07



MARKTGASSE HOTEL ZÜRICH

Mitten in der Zürcher Altstadt entsteht ein einzigartiges Boutique-Hotel mit 39 stilbewusst eingerichteten Zimmern. Charaktervoll, charmant und persönlich. Tradition trifft auf Moderne, Lokales auf Internationales. Das Marktgasse-Hotel wird im Herbst 2015 zusammen mit zwei Gastro-Konzepten eröffnet.

BALTHO KÜCHE & BAR

Baltho Küche & Bar ist zugleich Bar und Restaurant und bietet mit seiner bewusst klein gehaltenen Speisekarte beliebte Klassiker, überraschend und neu interpretiert. Ungezwungene Atmosphäre, saisonale Gerichte mit regionalen Zutaten, perfekt gemixte Cocktails und ausgewählte Weine. Zum raschen Geniessen oder ausgiebigen Schlemmen.

delish

Urban und aufgeschlossen steht im delish Café & Take-out von früh bis spät das leichte, unkomplizierte Essen im Mittelpunkt. Mit viel Frische und spannenden Kombinationen ist es der Ort für ein schnelles Frühstück, einen leichten Lunch oder einen spontanen Apéro.

Für unser Kader suchen wir, ab sofort oder nach Vereinbarung, Sie als:

Executive Küchenchef (m/w) 80–100%

Küchenchef Baltho / Stv. Executive Küchenchef (m/w) 80–100%

Leiter Restaurants (m/w) 80–100%

Leiter delish Café & Take-out (m/w) 80–100%

Leiter Rooms Division (m/w) 80–100%

Nehmen Sie diese einmalige und spannende Herausforderung an und werden Sie Teil eines engagierten, unkomplizierten und jungen Projekt- und Gründungsteams, prägen und gestalten Sie mit und schreiben Sie gemeinsam mit uns Erfolgsgeschichte.

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen!

Haben Sie noch Fragen? Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung.

Olivier Gerber
Direktor Marktgasse-Hotel / Baltho / delish
olivier.gerber@ospena.ch
+41 (0) 44 315 80 99

Marcel Brader
Leiter Human Resources
jobs@ospena.ch
+41 (0) 44 315 80 97

Ospena Group AG
Nansenstrasse 5
8050 Zürich
www.ospena.ch



Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung Sie als

Mitglied der Geschäftsleitung (m/w)

LEITUNG GASTRONOMIE ZU LAND, 100%

Tavolago – Gastronomie zu Wasser & Land

Als Tochtergesellschaft der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV) betreibt die Tavolago die Gastronomie auf allen 21 Dampf- und Motorschiffen der SGV. Auch an Land verwöhnen wir unsere Kunden in mehreren Betrieben sowie bei Caterings und Grossanlässen bis zu 5000 Gästen mit kulinarischen Genüssen. Zu unseren Landbetrieben gehören das Hotel & Restaurant STERN Luzern, das LUZ Seebistro, die Chärmsmatt sowie diverse Kleinbetriebe. Zudem sind wir exklusiver Gastro-Partner des Regionalen Eisentrums und der Messe Luzern.

Ihr Aufgaben- und Verantwortungsgebiet

Selbstständig verantworten Sie den Geschäftsbereich Gastronomie zu Land mit 10 Betrieben und einer Cateringabteilung und stehen den Betriebsleitern in der operativen Führung der Betriebe unterstützend und beratend zur Seite. Ihr Aufgabenbereich umfasst die betriebswirtschaftliche Führung aller Betriebe zu Land unter Einhaltung der Zielvorgaben und der Budgeterstellung und -einhaltung. Neben der Qualitätsüberwachung stellen Sie die Einhaltung der Standards sicher und bestimmen mit dem Betriebsleiter das Angebot. Sie vertreten sowohl intern wie auch extern die Interessen Ihres Geschäftsbereichs und sorgen für einen professionellen Austausch mit den Partnern und Key Accounts. Als Mitglied der Geschäftsleitung repräsentieren Sie die Unternehmung nach aussen und zusammen mit dem Führungsgremium entwickeln und setzen Sie die Strategie der Tavolago um.

Wollen Sie sich gemeinsam mit uns weiterentwickeln? Dann freuen wir uns auf Ihre komplette und aussagekräftige Bewerbung mit Foto per Post oder E-Mail.

Tavolago AG, Reto Fries, Leiter Corporate Services
Werftstrasse 5, Postfach, 6002 Luzern, personal@tavolago.ch, www.tavolago.ch

TAVOLAGO

Ein Unternehmen der SGV Gruppe

Ihr Profil

Sie haben erfolgreich eine Hotelfachschule abgeschlossen und bringen gleichzeitig Erfahrung in der Führung von mehreren Betrieben mit. Die Organisation und Durchführung von Grossanlässen und Caterings kennen Sie bestens aus der Praxis. Dabei nutzen Sie Ihre fundierten F&B Kenntnisse und Ihr betriebswirtschaftliches Know-how, welches Ihnen erlaubt, Kennzahlen zu interpretieren und entsprechende Massnahmen in die Wege zu leiten. Als dynamische und verantwortungsbewusste Persönlichkeit sind Sie es sich gewohnt mitanzupacken, Ihre Betriebsleiter operativ zu unterstützen und nehmen dabei auch unregelmässige Arbeitszeiten in Kauf. Sie bringen Erfahrung in der Projektleitung mit, sind verhandlungssicher und verfügen über sehr gute PC-Anwenderkenntnisse. Dank Ihrer Innovationskraft und Ihrem Bestreben nach Neuem legen Sie den Grundstein für das kontinuierliche Wachstum der Tavolago und nutzen dabei Ihr Durchsetzungsvermögen und Ihre lösungsorientierte Arbeitsweise.

Unser Angebot

Es erwartet Sie eine spannende, herausfordernde Aufgabe, die in ihrer Ausübung viel Freiheit und Selbstständigkeit bietet. In dieser Position prägen Sie die Tavolago entsprechend mit und entwickeln die Unternehmung weiter. Wir bieten eine interessante Entlohnung mit leistungsbezogenen Komponenten und Sie profitieren von attraktiven Lohnnebenleistungen.



SENIOcare®
Wohn- und Pflegeheime



Salmenpark
Wohn- und Pflegezentrum · Rheinfelden

«Ein Herz für Menschen mit Geschichte – Ein Arbeitsplatz mit Perspektive!»

Die SENIOcare-Gruppe mit Sitz in Wattwil ist die führende private Heimgruppe der Schweiz. Sie betreibt in sieben Kantonen 21 Wohn- und Pflegeheime sowie sechs Wohn- und Pflegezentren.

Wir suchen per 1. Mai 2015 Sie als

Geschäftsleiterin / Geschäftsleiter (100%)

Sie übernehmen im neuen Wohn- und Pflegezentrum «Salmenpark» in Rheinfelden (Eröffnung am 1. November 2015) die operative Gesamtverantwortung für den Aufbau und den Betrieb von 101 kantonal bewilligten Pflegeplätzen und 26 Seniorenwohnungen mit Service, sowie einem für ältere Menschen ausgerichteten Restaurationsbetrieb. In dieser Organisations- und Führungsaufgabe tun Sie alles dafür, dass sich die Bewohnerinnen und Bewohner im Wohn- und Pflegezentrum «Salmenpark» zu Hause fühlen.

Als flexible und kommunikative Persönlichkeit bringen Sie Erfahrung aus dem Bereich Gesundheitswesen, idealerweise aus dem Langzeitbereich mit. Sie sind in der Ausbildung zum/zur Institutionsleiter/in mit höherer Fachprüfung oder haben diese bereits erfolgreich abgeschlossen. Zudem verfügen Sie über eine betriebswirtschaftliche Weiterbildung sowie ausgewiesene Führungserfahrung. Ihr gestalterisches Flair und Ihre Kreativität können Sie insbesondere in der Aufbauphase einsetzen.

Wir bieten Ihnen eine eigenverantwortliche, spannende Tätigkeit mit entsprechenden Kompetenzen. Zeitgemässe Anstellungsbedingungen wie 5 Wochen Ferien runden das attraktive Stellenangebot ab.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Für Fragen steht Ihnen Herr Peider Nicolai, Regionalleiter West unter Telefon +41 79 383 81 58 oder E-Mail peider.nicolai@seniocare.ch gerne zur Verfügung.

Ihre Bewerbung senden Sie bitte an untenstehende Adresse z.H. Frau Liliane Niederer, Leiterin Personalwesen oder elektronisch an liliane.niederer@seniocare.ch.

«Wir bieten Menschen mit ihrer Geschichte ein Zuhause.»

SENIOcare® AG
Ebnaterstrasse 45 · 9630 Wattwil
Tel. +41 71 987 30 00 · Fax +41 71 987 30 01
www.seniocare.ch

Das Hallenstadion Zürich sucht zur Verstärkung seiner Sales-Abteilung per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Junior Sales Manager MICE (100%)

Details zum Stellenangebot finden Sie auf:
www.hoteljob.ch

36296-11762

per sofort oder nach Vereinbarung

Commis de Cuisine 100%, m/w

Jobcode hoteljob.ch: J92512

Restaurant Landhaus Liebefeld AG
Schwarzenburgstrasse 134, 3097 Liebefeld
031 971 07 58, info@landhaus-liebefeld.ch

36323-11769

Ind. / Pakistanisches Restaurant

Restaurantmitarbeiter

Jobcode hoteljob.ch: J32649

Restaurant Shalimar
Höheweg 94
3800 Interlaken

36340-11775

Toggenburg
KLINGT GUT

TOGGENBURG TOURISMUS

CH-9658 Wildhaus
Tel. +41 (0)71 999 99 11
kontakt@toggenburg.ch
www.toggenburg.ch

PARTNER GESUCHT FÜR KOMPLETTE BETREUUNG VON FERIENWOHNUNGEN ...

Sie sind serviceorientiert, sind Gastgeber mit Freude, sympathisch, freundlich, haben eine «Gast ist König»-Mentalität, verfügen über beratendes Geschick, sind verhandlungssicher, qualitätsbewusst und möchten ein eigenes Business aufbauen ...

DANN NEHMEN SIE MIT UNS KONTAKT AUF!

In der Gemeinde Wildhaus-Alte St. Johann hat es ca. 1300 Zweitwohnungen, wovon auf der Plattform von Toggenburg Tourismus zurzeit zirka 120 weitervermietet werden. Das Projekt «Parahotellerie» soll dies ändern. Toggenburg Tourismus möchte in der Region mehr Zweitwohnungen vermieten können und so mehr Gäste im Toggenburg willkommen heissen.

Dafür suchen wir einen geeigneten Partner. Das Ziel von Toggenburg Tourismus ist es, eine Komplettlösung (Vermietungszentrale, Schlüsselübergabe, Reinigungs- und Wäscheservice) zu etablieren. Haben Sie Interesse, sich dieser Aufgabe anzunehmen? Oder können Sie sich vorstellen, in einem der Teilbereiche tätig zu werden? Dann nehmen Sie bis zum 22. Februar 2015 mit uns Kontakt auf!

Alle Informationen rund um das Projekt erhalten Sie nach Kontaktaufnahme.

Klingt gut? – Dann lassen Sie es bei uns klingeln:
+41 (0) 71 999 99 11
oder Sie schreiben eine E-Mail an:
raphael.eugster@toggenburg.ch

36294-11761



wir suchen neue mitarbeiter

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

Wir suchen in Jahresanstellung (ab sofort bzw. nach Vereinbarung):

Executive Housekeeper (m/w)
Direktionsassistent (m/w)
Assistant Reservation Manager (m/w)
Assistant Front Office Manager (m/w)
Réceptionist (m/w)

Genaue Stellenbeschreibungen unter:
www.kulm.com/jobs

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

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

36316-11766



MONT CERVIN PALACE

Seit über 150 Jahren beherbergt das Mont Cervin Palace anspruchsvolle Gäste aus aller Welt. Beste Schweizer Hoteltradition, verbunden mit herzlicher Gastfreundschaft, macht uns zu einer der ersten Adressen in Zermatt. Wir suchen auf Sommer 2015 oder nach Vereinbarung eine

frontorientierte Persönlichkeit als Vizedirektor (m/w)

In dieser vielseitigen Position unterstützen Sie die Direktion in der operativen Führung des Hotels.

Ihre Aufgaben

- administrative und operative Verantwortung für den gesamten F&B-, Event- und Incentive-Bereich
- operatives Tagesgeschäft
- Stellvertretung der Direktion
- professionelle und herzliche Gästebetreuung
- projektbezogene Aufgaben

Ihr Profil

- Ausbildung in der Hotellerie, Abschluss einer Hotelfachschule oder Management-Ausbildung
- gute Fachkenntnisse im F&B- und MICE-Bereich
- Kenntnis hotelspezifischer Kennzahlen und deren Anwendung
- fundierte EDV-Kenntnisse und technisches Flair
- Führungserfahrung und hohe Sozialkompetenz gegenüber Mitarbeitenden und Gästen
- Erfahrung in der Luxushotellerie und Begeisterung für die Gastronomie
- Deutsch, Englisch, Französisch in Wort und Schrift
- gewinnende Persönlichkeit mit einer gesunden Portion Humor

Wir bieten Ihnen

- interessante und verantwortungsvolle Funktion in einem internationalen und lebhaften Hotelbetrieb in einer Topdestination
- genügend Freiraum für persönliche Initiative und eigenverantwortliches Arbeiten
- Mitarbeit in einem motivierten Führungsteam
- Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie zeitgemässe Anstellungsbedingungen
- beste Referenz für Ihre weitere Karriere

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen!

Mont Cervin Palace

Barbara Lauber, HR Manager
Bahnhofstrasse 38, 3920 Zermatt
Tel +41 27 966 87 51, Fax +41 27 966 87 57
hr@seilerhotels.ch / www.seilerhotels.ch

SEILER



THE LEADING HOTELS OF THE WORLD



SWISS DELUXE HOTELS

36341-11772

Rhätische Bahn
Ferrovia retica Viafiera retica

Tag für Tag begeistern wir unsere Kunden! Die Rhätische Bahn ist eine Erfolgsgeschichte. Seit über 125 Jahren ist sie unterwegs als grösste Alpenbahn in einer einzigartigen Gebirgslandschaft. Ihre Top-Marken Glacier- oder Bernina Express sind weltweit bekannt. Rund 1'400 Mitarbeitende sorgen täglich dafür, dass die Züge rechtzeitig rollen.

Wir suchen in Chur eine(n)

Marktverantwortliche(n) für Graubünden

Ihre Hauptaufgaben

- Vertreten der Interessen der Rhätischen Bahn und ihren Spitzenprodukten sowie Dienstleistungen innerhalb Graubündens
- Planung und Umsetzung der operativen Marketing- und Verkaufsaktivitäten
- Akquisition und Pflege von Key Accounts aus Tourismus und Wirtschaft sowie Ansprechstelle von Eventveranstaltern
- Koordination der Verkaufsprozesse in enger Zusammenarbeit mit den Bahnhöfen
- Kommerzielle Verantwortung für die Erreichung der definierten Ertrags- und Frequenzziele

Ihre Qualifikationen

- Ausbildung im Marketing- und Verkaufsbereich mit mehrjähriger Erfahrung im Tourismus
- Erfahrung in der Gewinnung von Marktanteilen sowie in der Akquisition
- Authentische Kommunikationsfähigkeit und sicheres Auftreten
- Stilsichere mündliche und schriftliche Ausdrucksweise in Deutsch, sehr gute Italienischkenntnisse (verhandlungssicher)
- Gefestigte Persönlichkeit mit hoher Reisebereitschaft und Wohnsitz in Graubünden

Bauen Sie gerne mit uns an der Zukunft? Dann packen Sie die Chance für diese neue Herausforderung! Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Pascal Rechsteiner, Leiter Marktbearbeitung Schweiz/International, Tel. +41 81 288 65 76, pascal.rechsteiner@rhb.ch.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte bis am 20.02.2015 an:

Rhätische Bahn AG
Geschäftsbereich Vertrieb
Bahnhofstrasse 25
CH-7002 Chur

Rico Wenk
Bereichspersonalleiter
Tel. +41 81 288 63 42
rico.wenk@rhb.ch



36347-11776



Hotel-Restaurant Eierhals am Ägerisee
6315 Oberägeri
www.hotel-eierhals.ch

Als einzigartiges 3*-Hotel mit eigener Berufsfischerei am Ägerisee suchen wir auf den 1. März oder nach Vereinbarung eine/n

Restaurationsfachfrau/-mann 100%

für unser A-la-carte-Restaurant.

Wenn Sie selbständig eine Servicestation führen möchten, Deutsch sprechen, bei Banketten mithelfen wollen und Freude an den Gästen haben, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung: per Post an Hanspeter Merz oder Mail: eierhals@bluewin.ch.

36328-11741

GASTHOF
Zum weissen Rössli

Als moderner und gepflegter (Land-) Gasthof am Fusse des Passwang suchen wir per 1. März 2015 oder nach Vereinbarung eine(n) junge(n)

Koch / Köchin 100%

Sind Sie eine motivierte, belastbare und aufgestellte Persönlichkeit? Wollen Sie Ihr Wissen und Können im à la carte- und Bankett-Bereich einbringen? Ein herzliches und familiäres Arbeitsklima und Spass bei der Arbeit liegen Ihnen am Herzen? Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung per Post an Renate Straumann oder per Mail an info@roessli-erschwil.ch

Gasthof zum weissen Rössli
Familie P. Straumann – Spaar
Passwangstrasse 1 – 4228 Erschwil
www.roessli-erschwil.ch



36329-11748

BEATUS & ERMITAGE
Mögen am Thunersee & Schindler & Grottel
Willhaus & Spa-Haus
PERFEKT VERWÖHNT
AN ZWEI GANZ BESONDEREN ORTEN.

Für die führenden Wellness-Hotels der Schweiz suchen wir eine Persönlichkeit als

SALES- UND MARKETING-ASSISTENT/IN

Eine kleine, feine Hotelgruppe, seit 37 Jahren im Familienbesitz mit grosser Wellness-Kompetenz und hohen Qualitätsansprüchen, wo der Nutzen des Gastes im Vordergrund steht, vollzieht den Generationswechsel zu einer jungen dynamischen Crew. Als Sales- und Marketing-Assistent/in sind Sie direkt der Leiterin Marketing verantwortlich.

Diese anspruchsvolle Aufgabe erfordert folgende Voraussetzungen:

- Sie sind bereit, Marketingstrategien im Dienstleistungsbereich aktiv umzusetzen
- Sie sind ein guter Kommunikator in Wort und Schrift
- Sie wissen um die grosse Bedeutung des Aufbaus von persönlichen Beziehungen mit den Kunden.
- Verkauf ist Ihre Stärke und Sie wissen diese zur erfolgreichen Akquisition von Geschäft für die Hotels im Seminar- und Individual-Bereich einzusetzen.
- Ihre Muttersprache ist deutsch und Sie verfügen über gute französische und englische Sprach-Kenntnisse.
- Sie begeistern sich für die «neuen» Medien und erkennen deren nutzbare Potenziale, insbesondere im Bereich E-Commerce.
- Sie nutzen System-Vorteile im Bereich Kundensegmente
- Sie haben Marketing- und Sales-Erfahrung im Tourismusbereich

Wenn Sie zwischen 25 und 45 Jahre alt sind, über eine fundierte Ausbildung verfügen, bereit sind, eine grosse Herausforderung anzunehmen, Ihnen das Saanenland (Region Gstaad) als Basis-Arbeitsort zusagt, so lassen Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Jasmin Helwig, Leiterin Marketing (jasmin.helwig@ermitage.ch) zugehen.

BEATUS & ERMITAGE
Mögen am Thunersee & Schindler & Grottel
Willhaus & Spa-Haus
PERFEKT VERWÖHNT
AN ZWEI GANZ BESONDEREN ORTEN.

36332-11763

DIE GRÖSSTE STELLENBÖRSE IN DER SCHWEIZER HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND DEM TOURISMUS!

htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

**HOTELLERIE⁺
GASTRONOMIE ZEITUNG**

**AUFLAGE
40.000**

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

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

htr **hotelrevue** **HOTELLERIE⁺
GASTRONOMIE ZEITUNG**

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



LEHRT GOOGLE DIE OTAS DAS FÜRCHTEN?

Nicht alle Hotelbetreiber in der Schweiz ergehen über die Idee, dass Google die Suchmaschine der Zukunft sein könnte. Erst seit der Einführung von Google Maps und Google Earth haben sich viele Hotelbetreiber für die Suchmaschine interessiert. Google Maps ist in der Schweiz seit 2005 im Einsatz und hat sich in der Zwischenzeit zu einer der wichtigsten Suchmaschinen für Hotels entwickelt. Google Earth ist ebenfalls eine wichtige Suchmaschine für Hotels, da es den Besuchern ermöglicht, die Hotelumgebung aus der Luft zu sehen. Google Maps und Google Earth sind also wichtige Suchmaschinen für Hotels, die ihre Gäste informieren und ihnen die Hotelumgebung näher bringen wollen.

Gesucht: Salztreuer
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch

marktplatz.ch

PROFIL

SO MUSS EIN LEBENS-LAUF AUSSEHEN

11. Juni
17. August
31. August
1. September
15. September
20. September

LEBENS-LAUF

11. Juni
17. August
31. August
1. September
15. September
20. September

LEBENS-LAUF

11. Juni
17. August
31. August
1. September
15. September
20. September

PROFIL

HÖRSE FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS
BOUSSE POUR LA RESTAURATION, L'HOTELLERIE ET LE TOURISME

HUNDE IM HOTEL - EIN THEMA FÜR SICH

Das Thema "Hunde im Hotel" ist ein Thema, das in der Schweiz immer mehr an Bedeutung gewinnt. Viele Hotelbetreiber sind sich bewusst, dass Hunde für viele Gäste ein wichtiger Bestandteil der Reise sind. Daher bieten viele Hotels Hundefreie Zimmern an. Dies ist eine gute Möglichkeit, die Gäste zu gewinnen, die mit ihren Hunden reisen. Hotelbetreiber sollten sich also bewusst sein, dass Hunde im Hotel ein Thema sind, das sie angeht.

GASTROJOB.ch

JETZT FÜRCHTEN

**BUCHEN
SIE JETZT!**
Und erreichen Sie
Woche für Woche
200.000 Leserinnen
und Leser aus dem
Schweizer
Gastgewerbe!

www.stellenPROFIL.ch

**ALBERGO SAN GOTTARDO
GOTTTHARDPASSHÖHE****RECEPTIONISTIN
PER 15. MAI 2015 (SAISONSTELLE)**

Sie haben Erfahrung an der Hotélreception, sind belastbar und verantwortungsbewusst, sprechen Deutsch (Wort und Schrift), haben Italienischkenntnisse, sind freundlich und gästerorientiert, dann erwartet Sie bei uns eine interessante Aufgabe.

Der Stellenantritt erfolgt per 15. Mai 2015 oder nach Vereinbarung.

Haben Sie Interesse, in unserem Team zu arbeiten, dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Albergo San Gottardo
z. Hd. Herrn Eusebio
6780 Airola

oder per E-Mail an: info@areacityquinto.ch

Gastro Express

Die führende
Stellenbörse für
das Schweizer
Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

INTERNATIONAL

**Kanada - Ontario gesucht für Sommer 2015
2 Köche/Köchinnen sowie 2 Hotelfachassistentinnen**

Juni – September 2015

in abgelegenes Buschresort unter CH-Führung, Schweizer Jugendaustausch, bist Du Allrounder/in unter 30 Jahren und **selbstständiges Arbeiten gewöhnt**, flexibel, kreativ, mit abgeschlossener Berufslehre, offen für Neues und bereit, überall anzupacken? Englischkenntnis von Vorteil
Wir freuen uns auf Deine Bewerbung inkl. Handschriftprobe:
Barbara & Martin Seelhofer, Gasterweg 1, 8730 Uznach

INTERLAKEN



Wir suchen per März oder
nach Vereinbarung

Servicemitarbeiter/in
mit Erfahrung
(Sprachen: D, E und evtl. F)

Wir freuen uns auf Ihre
Bewerbung mit Foto und
den üblichen Unterlagen.

Café de Paris, 3800 Interlaken
Alex Auderset, Marktplatz 14
info@cafe-de-paris-interlaken.ch
tel 033 821 69 10



Canadian
Rocky Mountains



Boutique Luxus Hotel im Banff National Park sucht auf
1. Mai und Mitte November
Mithilfe in den folgenden Positionen:

Chef de Partie
Jungkoch
Service
Réception
Etagengouvernante

Eine spezifische Ausbildung mit anschliessender Berufserfahrung sind
Voraussetzung für ein einjähriges Arbeitsvisum, erhältlich über

International Experience Canada - Young Professionals
Wir werden Ihnen damit gerne behilflich sein.

Information und Bewerbungen

Post Hotel & Spa
jobs@posthotel.com

Bitte besuchen Sie unsere Website: www.posthotel.com

GASTHOF
Zum weissen Rössli

Als moderner und gepflegter (Land-) Gasthof am
Fusse des Passwang suchen wir per
1. März 2015 oder nach Vereinbarung eine
junge, freundliche

Restaurationsfachfrau 100%

Wenn Sie selbständig eine Servicestation führen
möchten, Deutsch sprechen, bei Banketten
mithelfen wollen und Freude am Umgang mit
den Gästen haben, freuen wir uns über Ihre
Bewerbung per Post an Renate Straumann oder
per Mail an info@roessli-erschwil.ch

Gasthof zum weissen Rössli
Familie P. Straumann – Spaar
Passwangstrasse 1 – 4228 Erschwil
www.roessli-erschwil.ch

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

ANZEIGEN

Kauf:**HOTELSILBER – BESTECK
UND VERSILBERTES**

Wird abgeholt und bar bezahlt.
F. De Lorenzo, 079 341 25 86 oder
061 222 23 60

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für
Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

**HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG**

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

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

Hotellerie Gastronomie Verlag

Adligenswilerstrasse 27
6006 Luzern
www.hotellerie-gastronomie.ch

LEITUNG

Barbara König
Mario Gsell

REDAKTION

Barbara König
Tel. 031 370 42 39
Riccarda Frei
Tel. 041 418 24 50

ADMINISTRATION

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

Nicole Kälin

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

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

VERKAUF

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

inserate@stellenprofil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE**Stellenanzeigen**

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

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

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

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

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

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

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:
Hotellerie Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG,
6043 Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

40.000 Exemplare

An folgenden Daten erscheint kein
PROFIL: 15.1.2015, 29.1.2015, 12.2.2015,
9.4.2015, 14.5.2015, 2.7.2015, 16.7.2015,
30.7.2015, 13.8.2015, 27.8.2015, 26.11.2015,
10.12.2015.

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

Stelle suchen – Stelle finden
www.hoteljob.ch

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



THEMENBILD: KEYSTONE

DIE HINRICHTUNG DER EINRICHTUNG

Manchmal wäre es viel einfacher, wenn es nicht so kompliziert wäre. Das gilt auch für Designprojekte und Innenarchitektur von Hotels oder Restaurants. Dass es manchmal so komplex ist, liegt selten an der Aufgabenstellung, sondern meistens an den beteiligten Menschen.

Das Projekt «Redesign Hotel-Lobby» ist kaum spruchreif, schon kommen sie von überall her: aus den Teppichetagen des Verwaltungsrats, aus der Entourage des Investors, von der operativen Front des Betriebs, aus den Büros von Marketing und Sales. Sie wollen alle dasselbe: Sich einklinken und einbringen. Wer schon mal ein Bild aufgehängt hat, hat das nötige Flair, wer ein Billy-Regal zusammenschrauben kann, ist eigentlich schon fast ein Profi. Bereits die Aufträge bekommt man heute nicht mehr einfach so nach einem lockeren Telefonat mit einem entscheidungsfreudigen Patron. Nein, auch hier möchte ein ganzes Gremium von Anfang an «mitkochen». Also wird ein Pitch veranstaltet. Am besten in mehreren Stufen, wie eine Talentshow im Fernsehen. Und obwohl man eine Referenzliste hat, die sich liest wie das

Who's Who der Schweizer Hotellerie, muss man anfragen wie ein Schulbus fürs Vorsingen. Mit einem gebügelten Hemd, einer modernen Brille auf der Nase und einer abendfüllenden Präsentation auf dem Laptop. Und nach den üblichen Freundlichkeitsfloskeln darf man dem Plenum die eigene Firma vorstellen, wie wenn es noch kein Internet gäbe. Schliesslich präsentiert man die geforderten Konzeptentwürfe, Skizzen und Ideen. Aha, soso, sehr interessant, vielen Dank! – Nach ein paar Tagen kommt der Bescheid: Zuerst die gute Nachricht: Ja, man hat gegen 15 Mitbewerber gewonnen! Und dann die schlechte Nachricht: Ja, man muss noch einmal anfragen mit konkretisierteren Ideen, erweiterten Entwürfen und detaillierteren Plänen. Wenigstens sind diesmal auch die Entscheider dabei. Und sie beginnen, fast ohne Umschweife, mit der systematischen Hinrichtung der Einrichtung: Alle finden den Entwurf «wirklich super», haben dann aber doch noch ein paar Vorbehalte: Der Frau des Direktors sind die Vorhänge zu dunkel, dem Investor gefiele Wurzelholz besser und die Assistentin vom Marketing sagt ungefragt, dass Kupfer das

neue Schwarz sei. Dann sitzt man da und fragt sich, wozu man eigentlich da sitzt.

Zum Glück gibt es auch noch Kunden, die einem vertrauen und einfach machen lassen. Und zwar ganz ohne «Vorsingen», Showtime und Imponiergehabe. Statt wenig effizienter Präsentationen reichen ein paar pragmatische Überlegungen zu Positionierung und Markenstrategie. Man weiss, wovon man spricht, man versteht sich, man vertraut sich. Man sitzt gemeinsam am Tisch. Ein gutes Gefühl – die besten Voraussetzungen für ein herausragendes Resultat.



Leo Krucker
Geschäftsführender Partner
Krucker Partner AG
www.krucker-partner.ch

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

36307-11058

Solvente Investorengruppe kauft HOTELS

schweizweit

Unterlagen mit Kaufpreisvorstellungen an:
Chiffre CD-001/01831, Mengis Medien AG,
Postfach, 3930 Visp

36319-11707

Staatlich geprüfter Gastronom sowie
Restaurantleiter mit eidgenössischem
Fähigkeitsausweis sucht

Hotel Garni zur Pacht.

Gerne Raum Zentralschweiz. Inventar wird gerne übernommen. Weiterbildung an der Hotelfachschule Heidelberg.
Bitte nur seriöse Angebote.
Nationalität: Deutscher/Schweizer.

Angebote unter Chiffre 35998-11692 an
htr hotel revue, Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.

36308-11692

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Wir suchen für ein

Spezialitätenrestaurant in Flims

einen Nachfolger/In. Der Betrieb kann ab 1. Juni 2015 in Miete, Miete-Kauf übernommen werden – auf Wunsch mit Wohnung.
Das Restaurant ist sehr bekannt, weitere Angaben erteilen wir Ihnen gerne persönlich.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit Lebenslauf (ohne Zeugnisse)

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

36350-11758

Kleine Nische gesucht?

Gut positioniertes, geschichtsträchtiges Hotel mit kleiner Wellness-Oase, gemütlichem Restaurant mit grosser Ausstrahlung, Gartenterrasse und 5½-Zimmer-Wohnung sucht neuen Besitzer. In authentischem Walliser Seitental gelegen, sehr gut erschlossen, genügend eigene und öffentliche Parkplätze, gute Bausubstanz.

30 Betten in 17 Hotelzimmern, 66 Restaurantsitzplätze, 46 Terrassensitzplätze inkl. Lounge, 34 Sitzplätze in Nebensaal.

Ideale Immobilie für ein innovatives Hotelierpaar, das auf der Suche nach etwas Speziellem ist. Interesse bitte unter Chiffre 36332-11770 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

36332-11770

Bergschaft Wärgistal Bergrestaurant/ Hotel des Alpes Alpigen

am Fusse der weltbekannten Eigernordwand,
3818 Grindelwald

Das Bergrestaurant Hotel des Alpes Alpigen (1600 m ü. M.) ist auf die Wintersaison 2015/16 neu zu verpachten. Der Sommer- und Wintersaisonbetrieb mit gut eingerichteter Küche wurde im Jahr 2012 erneuert.

Bedientes Restaurant mit 80 Sitzplätzen, Säl ideal für Gruppenanlässe bis 40 Personen, Sonnenterrasse mit 150 bis 200 Plätzen und ein Kinderspielfeld warten darauf, mit viel Engagement und Freude genutzt zu werden.

Das Pachtobjekt liegt im Sommer an vielbegangenen Wanderwegen (z. B. Eigertail) und im Winter am Winterwanderweg Kleine Scheidegg-Alpigen. Zudem ist Alpigen Ausgangspunkt des Schüttelweges Eigerrun.

Im Sommer ist der Restaurationsbetrieb samt Touristenlager (3x 10 Pers.) und Zimmern (6x 2 Betten) ab Ende Mai bis Mitte Oktober 7 Tage die Woche offen zu halten. Im Winter ist ein auf die Betriebszeiten des Schüttelweges ausgerichtetes Angebot bereitzustellen.

Die Wahl der neuen Pächterin bzw. des neuen Pächters erfolgt an der Bergschaftsversammlung vom 21. April 2015. Weitere Informationen zum Betrieb finden Sie auch unter www.alpigen.ch

Interessenten melden sich mit den üblichen Bewerbungsunterlagen bis Ende Februar 2015 schriftlich bei folgender Adresse:

Bergschaft Wärgistal
Präsidentin Marianne Bomio
Kirchbodenstrasse 19
3818 Grindelwald
Telefon 033 853 28 46 / Natel 079 482 32 19

Bergschaft Wärgistal
Der Vorstand

36344-11774

Die Pfarrei Wünnwil-Flamatt vermietet per 1. August
2015 oder nach Vereinbarung den Traditionsbetrieb

Gasthof St. Jakob

Wünnwil

Standort

- Gut frequentierter Standort ► Nähe Bern und Fribourg
- Dienstleistungs-, Industrie- und Gewerbebetriebe in unmittelbarer Nähe
- Sehr viele Parkplätze vorhanden

Raumkonzept

- 430 Innenplätze (Restaurant 30, Jakobsstübli 30, Saal EG 300, Saal 1. OG 70)
- 40 Aussenplätze, schöne Gartenterrasse
- 3 Gästezimmer/Personalzimmer
- 4-Zimmer-Wirtswohnung

Bedienungskonzept

- Traditionelles, gutbürgerliches Gastronomiekonzept
- Starke Mittagsfrequenzen sowie Znüni- und Zvierigäste
- Treffpunkt von einheimischen Gästen
- Anlässe aller Art bis 300 Personen

Eröffnung | Mietbeginn

- 1. August 2015 oder nach Vereinbarung

Wir stehen zu Ihrer Verfügung für

- Die Versendung der Mietdokumentation mit allen notwendigen Informationen
- Telefonische Auskünfte oder Anfragen per E-Mail
- Koordination und Organisation Vermieter ◀ ► Mieter

Bitte melden Sie sich bei:
Pfarrei Wünnwil-Flamatt
Firmen Scherwey, Pfarreipräsident
Eiswil 22, 3184 Wünnwil
Telefon 079 227 73 08
E-Mail: firmen.scherwey@bluewin.ch

36158-11717