

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2015)
Heft: 12

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: 06.07.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

Schon registriert?
Täglich Neues
aus der Branche
mit htr.news

www.htr.ch



Mehr Ruhe

Wie der neue Area General Manager Thomas Kleber Kontinuität in die Schweizer Steigenberger Hotels bringen will.

Seite 3

Mehr Besuch

Wie der 2. «Please-disturb»-Tag zu einem Vollerfolg wurde und über 15 000 Besucher in die Welt der Hotellerie eintauchten.

Seite 6

Mehr Migros

Wie der Detailhändler den Schweizer Gemeinschaftsverpflegungsmarkt aufmischt.

Seite 15

Mehr Lifestyle

Wie Carsten K. Raths neues «Kameha Grand Zürich» in der Schweiz punkto MICE neue Akzente setzen will.

Seite 20

Tourismuskraft im Wahljahr 2015

Ausgangslage nutzen

Die Politik entdeckt den Tourismus. Wieder im Fokus: die Mehrwertsteuer.

Theres Lagler

Was ist wünschbar? Und was ist politisch machbar? Diese Fragen sollten sich Touristiker und Politiker in diesen Tagen ernsthaft stellen. Denn es liegen verschiedene Vorschläge von Parlamentariern vor, die der Tourismusbranche bei der Bewältigung der Frankenstärke helfen wollen. SVP-Nationalrat Heinz Brand fordert bei-

spielsweise, dass der Bundesrat die Mehrwertsteuer fürs Gastgewerbe und für die Hotellerie auf 2,5 Prozent senkt. Das tönt verlockend. Doch die Stimmberechtigten haben erst vor Kurzem - im September - die fast identische Volksinitiative «Schluss mit der MWST-Diskriminierung» überaus deutlich verworfen.

Dominique de Buman, Präsident des Schweizer Tourismus-

Verbands, hat den Vorstoss von Brand denn auch bewusst nicht mitunterzeichnet. Der CVP-Nationalrat verlangt stattdessen mit einer parlamentarischen Initiative die definitive Verankerung des heute geltenden Sondersatzes für Beherbergungsleistungen in der Mehrwertsteuer-Gesetzgebung. Er setzt sich damit für den breiten Konsens der Branche ein.

Seite 4

Kommentar

Schöpferischer Rundblick auf dem Bürgenstock



Gery Nievergelt

Vergangene Woche lud Bruno H. Schöpfer, Managing Director der Katara Hospitality Switzerland, die Medien auf den Bürgenstock. Ein 500-Millionen-Franken-Projekt, die grösste Baustelle weit und breit, mit der Eröffnung im Jahr 2017 zweitgrösster Arbeitgeber der Zentralschweiz - das Bürgenstock Resort sprengt hierzulande touristisch alle Dimensionen. Es ist gerade unserer komplexen Gesetzgebungen wegen auch eine gewaltige Herausforderung - ein gewaltiges Ärgernis aus Sicht des arabischen Grossinvestors. Beeindruckend die Power und Cleverness, mit der Schöpfer und sein Team die herkulischen Aufgaben meistern.

Was mir an der Orientierung besonders gefiel: Der Bauherr belies es nicht bei der Präsentation des Resorts, sondern nutzte das beachtliche Medieninteresse, um über die Tourismusbranche im Allgemeinen zu informieren und im Speziellen auf die Herausforderungen hinzuweisen, denen sich das Gastgewerbe in Zeiten der Frankenstärke stellen muss. Der engagierte Vortrag stiess auf reges Interesse und schlug sich anschliessend in den Berichterstattungen nieder.

Es lohnt sich derzeit wirklich, über unsere Branche zu reden und mit Argumenten für unsere Anliegen zu werben. Ich stelle allgemein eine höhere Sensibilisierung fest als auch schon, und dies nicht nur bei Politikern, die sich im Wahlkampf befinden. Das Bürgenstock Resort mag einmalig sein - Bruno H. Schöpfers Engagement sollte es nicht bleiben.

Grandhotellerie in der Schweiz

Drei Jahrhunderte mit Grandeur gelebt

Sie sind als einzelne Betriebe kleiner und weltweit weniger bekannt als Patek Philippe, Cartier oder Louis Vuitton, und doch von gleichem Rang: Die Grandhotels der Schweiz haben es vermocht, über drei Jahrhunderte hinweg ein Luxusprodukt zu offerieren, das sich der Zeit anpasst, ohne angepasst zu sein, und deshalb für wahrhaft exklusiven Lebensstil steht. Zur Gründungszeit im 19. Jahrhundert hatten fast nur Europäer den Aufenthalt im Grandhotel zur sozialen Abgrenzung genutzt. Im 20. Jahrhundert kamen die Amerikaner hinzu. Heute stammt die Klientele aus der ganzen Welt.

Ein Vorzeigebispiel dieser beeindruckenden Lebenskraft ist das «Victoria-Jungfrau», dessen Geschichte vor 150 Jahren mit der Eröffnung der beiden Grandhotels Victoria und Jungfrau begann. Deshalb hat die htr hotel revue der grossen alten Dame der Schweizer Luxushotellerie auf dem «Bödeli» zwischen den Seen einen Besuch abgestattet. **agx**

«fokuss», Seite 11 bis 14



Die Luxus-Ikone vom «Bödeli»: das Grandhotel Victoria-Jungfrau im Jahr 1904.

Photographie Gabler

Vals

Bürger müssen Turm absegnen

Am 25. März wird der Schleier um den rund 380 Meter hohen in Vals geplanten Hotelurm gelüftet. Das letzte Wort bei diesem für die Bündner Berggemeinde spektakulären Projekt des amerikanischen Architekten Thom Mayne werden die Stimmbürger sowie die Bündner Regierung haben. **dst**

Seite 2

Hotelgruppe By Fassbind

Forsche Schweizer Expansion

An Motivation und Dynamik fehlt es Eric Fassbind, Direktor der Lausanner Hotelgruppe By Fassbind, beileibe nicht: Soeben hat er das «Swiss Night am Kunsthaus» in Zürich eröffnet, das «City» in Lausanne baut er momentan für 8 Millionen Franken in das «Swiss Wine Hotel & Bar» um, und nächstes Jahr soll sein zweites Zürcher Hotel, das

«Senator», ausgebaut werden. Doch trotz seiner insgesamt 5 Hotels mit bald 650 Zimmern und einem erzielten Umsatz von rund 30 Millionen Franken hat der Chef der grössten familiengeführten Hotelgruppe der Schweiz noch lange nicht genug. «Es ist wahr, an einem Hotel in Basel hätte ich sehr grosse Freude», zeigt er sich im Interview

weiter expansionsfreudig. Der 48-Jährige legt seit Jahresbeginn auch vermehrt Wert darauf, dass seine Hotelgruppe seit 2011 in einer eigenen Holding, wirtschaftlich getrennt von derjenigen seines Bruders Marc und dessen Frau Claudia Fassbind mit ihren fünf Hotels in Bern und Genf, geführt wird. **lb/bf**

Seite 7

Inhalt

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



9 771662 334000 12

ANZEIGE

Professionelle Beratung für die Schweizer Hotellerie

Planen Sie ein neues Projekt?

Hier finden Sie den passenden Berater:
www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

Gemeinsames Beraternetzwerk von:

CURAVIVA.CH hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

aktuell - wo Meinungen gemacht werden

10 Wochen lang für CHF 29.00

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

htr hotel revue

Jet-Cut

swiss made

blitzschnell glatte Folienabschnitte

economisiert die Profi-Arbeit

alustar **Dischinger Jet-Cut**

Ihr Grossist hat's

HOTELAMBIENTE

vom Komplettanbieter

BAUR

WOHNFAZINATION SEIT 1883

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

Aus der Region

Baselland

Kunsthhaus will an neuem Standort auffallen

Das Kunsthhaus Baselland verlegt seinen Standort von der St. Jakob-Strasse in Muttenz auf das Gelände der heutigen Dreispitzhalle. Für das Ausstellungsgebäude am neuen Standort war ein Projektwettbewerb lanciert worden. Laut «Basler Zeitung» hat das Projekt «Tangram» des Basler Architekturbüros Bucher Bründler gewonnen. Speziell sind drei rund 20 Meter hohe dreieckige Lichtkamine. Sie sollen Tageslicht in die dunkle Halle bringen. Nachts lassen sie Kunstlicht über die Dächer hinausstrahlen.

Zentralschweiz

Ja mit Vorbehalt zu Golfplatz in Meggen



Pvelio

Die Beschwerden gegen den Gestaltungsplan für den Golfplatz in Meggen wurden durch das Luzerner Kantonsgericht abgewiesen. Allerdings beauftragte es die zuständigen Behörden, gewisse Anliegen der Beschwerden umfassend zu prüfen. Dies betrifft die Grösse des Gebäudes, die Erschliessung über die Kreuzbuchstrasse und den Immissionschutz bezüglich Lärm und Beleuchtung.

Ostschweiz

Thurgau beklagt grossen Mangel an Hotels

Am 15. Tourismusforum Euregio Bodensee beklagten die Unternehmer unter den Referenten den Mangel an Hotels im Thurgau, wie dem «St. Galler Tagblatt» zu entnehmen ist. Das Angebot sei bescheiden und sollte bezüglich Auswahl und Qualität Fortschritte machen, sagte Peter Spuhler, Inhaber von Stadler Rail. Immobilienunternehmer Hermann Hess sprach gar von einem «krassen Mangel» an Hotels.

Graubünden

Verbindung ins Südtirol soll besser werden



swiss-image/Willy Hartmann

Graubünden und das Südtirol möchten die Verbindung der beiden Regionen mit öffentlichen Verkehrsmitteln verbessern. Beim jährlichen Treffen zwischen den Regierungen Graubündens und des Südtirols in Chur stand der Grenzverkehr im Zentrum der Gespräche. Diskutiert wurde der alte Traum einer durchgehenden Bahnverbindung Graubünden-Südtirol, zwischen dem Unterengadin und dem Obervinschgau. dst



Im Moment schwer vorstellbar: ein 380 Meter hoher Turm im Bündner Bergdorf Vals.

Graubünden Ferien/Stefan Schlumpf

Noch ein weiter Weg zum Valser Turmbau

Zu den Plänen des Architekten Thom Mayne, in Vals einen 380 Meter hohen Turm zu bauen, geben sich die Promotoren zugeknöpft. Bald wird das Geheimnis gelüftet.

DANIEL STAMPFLE

Gemäss aus mehreren Quellen stammenden Informationen soll im beschaulichen Vals ein Hotelurm riesigen Ausmasses zu stehen kommen. Mit einer Höhe von 380 Metern soll es das höchste Gebäude Europas sein, auf einer Grundfläche von 16 Metern Breite und 30 Metern Länge.

Investor Remo Stoffel will sich zu den genauen Plänen und der effektiv geplanten Höhe des Hotelurmes nicht äussern. «Weder bestätige ich, noch dementiere

ich die 380 Meter. Ich möchte das Projekt auch nicht weiter kommentieren», erklärt Stoffel gegenüber der htr. Er verweist dabei lediglich auf die geplante Medienkonferenz vom 25. März am Flughafen Zürich gleich bei der Ankunft aus New York nach der dortigen Präsentation.

Wahn einiger Leute darf nicht entscheidend sein

Stellung bezieht dafür der Bündner Architekt Gion A. Caminada: «Ob diese Idee nun absurd oder realistisch ist, steht für mich nicht in Vordergrund. Es geht hier um ganz andere Fragen als um Ja oder Nein zu einer solchen Idee.» Für Caminada ist entscheidend, wie sich das Dorf verändert, welches Lebensgefühl an diesem Ort entsteht und wie sich die Leute fühlen, die dort ständig leben. «Und: Was wird besser, was wird schlechter? Wie wollen wir leben – als Gemeinschaft? Es darf nicht sein, dass die Macht des Geldes oder der Wahn einiger Leute über diesen existenziell wichtigen Dingen steht», so Caminada.

Der Valser Gemeindepräsident Stefan Schmid hat keinen Wis-

sensvorsprung. Auch er hat die Details des geplanten Projekts aus den Medien entnehmen müssen. «Wir wissen aufgrund des Architekturwettbewerbs lediglich, dass etwas Hohes gebaut werden soll», so Schmid. Aufgrund des Grundstücks und des Bauvolumens könne nur in die Höhe gebaut werden. Für den Gemeinderat ist laut Schmid entscheidend, wie die Valser Bevölkerung zum Projekt Stellung bezieht. Dabei spielen neben der Höhe auch die Materialisierung und die Gestaltung des Baus eine Rolle. Im Moment gingen die Valser laut Gemeindepräsident im Moment «relativ ruhig» mit der Situation um und wollten erst mal die Präsentation abwarten.

Nötig sei zur Realisierung laut Schmid ein genereller Gestaltungsplan. Er geht im Moment davon aus, dass gemäss geltender Zonenordnung der Bau mit dem geplanten Volumen nicht möglich ist. Zurzeit sei bei der Gemeinde ein Planungsbüro damit beschäftigt, die Zonenplanrevision zu erarbeiten, einerseits für das Hotelprojekt, aber auch für den geplanten Park des japani-

schen Architekten Tadao Ando. Am Schluss müssen die Stimmberechtigten in Vals an der Urne zur Zonenplanänderung und somit zum Turmprojekt ihr Placet geben. Sagt die Gemeinde Ja, muss die Zonenplanänderung auch durch die Bündner Regierung genehmigt werden.

Sportbahnen Gemeinde Vals muss wegen Liquiditätsproblemen helfen

Die Sportbahnen Vals AG weist eine Unterbilanz auf. Im Geschäftsbericht 2013/14 musste das Unternehmen einen Verlust von einer halben Million Franken verkraften, wie der «Südostschweiz» zu entnehmen ist. Nun soll die Gemeinde Vals, die mit 48 Prozent am Bahnunternehmen beteiligt ist, einen Betriebskredit in der Höhe von 500'000 Franken gewähren. Diese Geldspritze ist für die kommende Gemeindeversammlung vom 27. März auf Antrag des Verwaltungsrats der Sportbahnen Vals AG traktandiert.

Laut Verwaltungsratspräsident Robert Berni habe das Unternehmen in den letzten zehn Jahren zu wenig verdient, Verluste geschrieben und Reserven aufgelöst. Die Probleme werden einerseits auf das Abgelegenheit des Valser Skigebiets sowie die fehlenden Frequenzen zurückgeführt. Hinzu komme der teure Unterhalt der vor zehn Jahren errichteten Gondelbahn. Sollte die Gemeinde die 500'000 Franken nicht genehmigen, müsste die Bahn sparen und Leistungen abbauen. Dazu gehört die Einstellung des Sommerbetriebs. dst

Russischer Heliopark will Alpentherme auffrischen

Die Alpentherme in Leukerbad ist seit Montag in russischen Betreiberhänden. Ob das 3-Sterne-Resort künftig wieder 4 oder sogar 5 Sterne tragen wird, ist unklar.

GUDRUIN SCHLENCEK

Die russische Hotelgruppe Heliopark Hotels & Resorts ist der neue Betreiber der bisherigen Lindner Hotels & Alpentherme in Leukerbad. Der offizielle Betreiberwechsel fand vom 15. auf den 16. März statt. Der Management-Vertrag zwischen dem neuen Besitzer und Heliopark wurde für die kommenden 15 Jahre unterzeichnet. Die

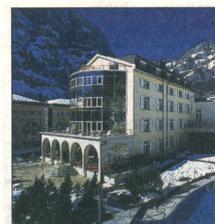
Mitarbeiter wurden gemäss General Manager Jürgen Marx alle zu den bestehenden Konditionen übernommen. Bisher war das Hotelresort im Besitz eines deutschen Fonds und wurde durch die deutsche Hotelkette Lindner Hotels & Resorts betrieben. Wer genau der neue Besitzer des nun «Heliopark Hotels & Alpentherme Leukerbad» heissenden Hotelkomplexes mit Thermalbad ist, kann selbst Jürgen Marx nicht sagen. Das genaue Konstrukt der Besitzerschaft sei auch ihm nicht bekannt, klar sei nur, dass auch Aleksandr Gusakov, Präsident der Heliopark Hotels & Resorts, dazugehört.

Heliopark plant gemäss der von Leukerbad Tourismus verschickten Medienmitteilung den Umbau des Resorts auf einen

4-Sterne-Superior-Standard. Die russische Gruppe sprach in ihrer selbst verschickten Medienmitteilung jedoch von Plänen für ein 5-Sterne-Hotel.

Investitionsbedarf dürfte das Vorhaben in beiden Fällen auslösen: Erst letzten Sommer wurde die Alpentherme von hotellerie-suisse von vier auf drei Sterne herunterklassifiziert. Lindner legte dagegen Rekurs ein, empfang die Unabhängige Rekursinstanz für eine Neubeurteilung aber nicht, sodass es bei den drei Sternen blieb.

Zudem möchte der neue Besitzer das Hotel von aktuell 135 Zimmer auf 160 bis 170 Zimmer erweitern. Gegen dieses Vorhaben nimmt sich die veranschlagte Investitionssumme von 8 Millionen Franken fast bescheiden aus.



Downgrade in 2014: Alpentherme trägt noch 3 Sterne. zvg

«Mit Heliopark erhält unsere Destination einen weiteren Türöffner zum Markt Russland», begrüsst Richard Hug, Direktor Leukerbad Tourismus, den neu-

en Betreiber. Von Bedeutung ist der Handwechsel für die Leukerbader Hotellerie aus zwei Gründen: Zum einen ist der russische Markt für diese der zweitwichtigste, zum anderen erweist er sich aufgrund des stark geschwächten Rubels aktuell als schwierig. In der Parahotellerie belegen russische Gäste bereits den fünften Platz.

Heliopark Hotels & Resorts mit Sitz in Moskau wurde im Jahr 2000 gegründet. Aktuell zählt das Unternehmen über zwölf Hotels. Die Stadthotels und Resorts sowie Hotels im Landhausstil befinden sich in Russland, Deutschland (Baden-Baden) sowie in der Schweiz. Sieben Projekte sind im Moment im Aus- oder Umbau, darunter Hotels in Lettland und Österreich.

Kommentar

Beschaulicher Ort sorgt für immer skurrilere Schlagzeilen

Als ist für die architektonisch puristische Thème, gestaltet vom berühmten Architekten Peter Zumthor, über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Nun macht der Ort Schlagzeilen mit Plänen des absoluten Gigantismus. Diese fussen auf den Ideen des ebenso umtriebigen wie umstrittenen Investors Remo Stoffel, der selbst aus Vals stammt. Sollten Stoffels Pläne Realität werden, käme zuhinterst im Valser Tal mit rund 380 Metern der höchste bewohnte Turm Europas zu stehen.

Dies ist nur ein weiterer Mosaikstein in der endlosen Saga um die geplante Grossinvestition Stoffels in Vals. Hier scheint sich die Weisheit «Geld regiert die Welt» zu bewahren. Zuerst hatte Stoffel einen unerbittlichen – teils juristischen – Kampf gegen die Gemeinde geführt, um dann die Thème erwerben zu können. Als Letztes hat Remo Stoffel die von ihm eingesetzte Jury für den Neubau des Hotels desavouiert. Die Wahl des amerikanischen Architekten Thom Mayne mit seinem Turmprojekt wollte die Mehrheit der Jury nicht mittragen.

Mit Remo Stoffels Vorgehen erhält Vals zwar immer wieder Publizität in den Medien. Ob dies aber für den Tourismus von Vorteil ist, ist mehr als fraglich. Zumal die Logiernächte in letzter Zeit kontinuierlich und überdurchschnittlich abgenommen haben. Eines ist sicher: Das letzte Kapitel der Geschichte Vals-Stoffel ist noch lange nicht geschrieben. Daniel Stampfle



In doppelter Mission für die Steigenberger Hotels der Schweiz tätig: Area General Manager und Belvédère-Direktor Thomas Kleber.

«Ich bin kein Job-Hopper»

Thomas Kleber soll nach wechsellvollen Jahren wieder Ruhe und Kontinuität in die Steigenberger Hotels der Schweiz bringen. Der neue Area GM bezieht erstmals Position.

GERY NIEVERGELT

Thomas Kleber, Sie haben die ersten 100 Tage bei Steigenberger Schweiz als Area General Manager und Direktor des Davoser Nobelhotels Belvédère hinter sich – und Sie sind immer noch dabei!

(lacht) Ja. Aber man hat mich in den ersten Tagen tatsächlich relativ oft gefragt: Herr Kleber, wie lange bleiben Sie denn?

Wie lange?

Ich bin definitiv kein Job-Hopper. Zudem fühlt sich die ganze Familie ausgesprochen wohl in der Schweiz. Wir leben ja alles in allem auch schon neun-ehnhalf Jahre hier.

Es gab Ihnen nicht zu denken, dass es in den letzten Jahren bei den Schweizer Steigenberger Hotels im Management ungewöhnlich viele Wechsel gab?

Ich habe das natürlich mitgekriegt, aber es wurde bei den Anstellungsgesprächen offen angesprochen. Man weiss auch bei Steigenberger, dass das nicht alles optimal lief, und eventuell war es einer der Gründe, weshalb man das Gespräch mit mir gesucht hat. Es gilt nun, Ruhe und Kontinuität in die Steigen-

berger Hotels der Schweiz hineinbringen. Darum ist es von Vorteil, wenn der GM über internationale Erfahrungen verfügt, aber auch die Schweizer Verhältnisse gut kennt.

Was sind die Besonderheiten des Schweizer Marktes?

Die Besonderheit ist, dass die Schweiz gerade in der 5- und 4-Sterne-Hotellerie sehr gut aufgestellt ist. Aber als Einzelner kann man heute nicht mehr reüssieren. Es geht nicht mehr ohne Zusammenarbeit sowohl mit den lokalen Tourismusorganisationen wie auch den Mitbewerbern vor Ort. Letztendlich müssen wir alle zusammen die Destination verkaufen.

Sind Sie der Typ des Hände schüttelnden Gastgebers?

Ich schüttle viele Hände, und ich tue es gerne. Wenn immer möglich begrüsse ich die Gäste beim Check-in und verabschiede sie beim Check-out. Wichtig ist mir auch, morgens wie abends eine Runde durch das Restaurant zu machen.

Wie viel Zeit können Sie in die Gastgeberrolle investieren?

Das hängt von der Saison ab. Über Weihnachten waren es bestimmt 60 bis 70 Prozent meines Arbeitspensums. Das haben die Gäste auch gespürt, die Rückmeldungen waren diesbezüglich sehr positiv. Derzeit sind es rund 40 bis 50 Prozent. Mit Tina Heide habe ich jedoch eine exzellente Stellvertreterin, die seit gut drei Jahren im Belvédère tätig ist. So ist die Gästebetreuung jederzeit gewährleistet.

In Ihrer Doppelfunktion müssen Sie besonders haushälterisch mit der Zeit

umgehen. Bis anhin gab es bei Steigenberger einen vollamtlichen Area General Manager Schweiz. Ist es eine Neuerung aus Spargründen?

Sie macht vor allem absolut Sinn. Ich stehe einem aufgeblähten Head-Office eher kritisch gegenüber und denke, es ist richtig, dass man den drei Hotels wieder mehr Freiheiten und Eigenverantwortung zugesteht. Was mich als GM von der Kollegin Claudia Egli im Bellerive au Lac in Zürich und von Kollege Guntram Weipert vom Alpenhotel and Spa in Gstaad unterscheidet, ist mein grösserer Erfahrungsschatz. Für beide ist es die erste Direktorenstelle, also unterstütze ich sie etwa in den Bereichen Strategie, Marketing oder Budgetierung.

Allerdings habe ich auch eine Kontrollfunktion inne; das gebündelte Reporting an die Steigenberger-Zentrale läuft über mich. Doch die Kommentierung der Ergebnisse macht wiederum der betreffende General Manager selbst.

Die Zentrale in Frankfurt hielt in der Vergangenheit auch den Area GM Schweiz an der kurzen Leine. Dazu kann ich mich nicht äussern. Es ist aber schon so, dass bei Steigenberger generell ein Umdenken in Richtung Dezentralisierung stattfindet.

Wie schnitten die Schweizer Steigenberger Hotels 2014 punkto Belegung und Umsatz ab?

Wir waren mit dem Jahr 2014 zufrieden.

Wie orten Sie Handlungsbedarf?

Dazu kann ich nach 100 Tagen noch nicht umfassend antworten.

Teilen Sie die Ansicht, dass Steigenberger in der Schweiz am Image arbeiten sollte?

Wir möchten den Bekanntheitsgrad der Marke Steigenberger in der Schweiz weiterhin verstärken und die Hotels gut positionieren. Imagepflege ist dabei natürlich ein wichtiger Bestandteil.

Wie wollen Sie das Image verbessern?

Durch Persönlichkeit, Servicequalität, Kontinuität und lokale Integration

werden wir ein noch verlässlicherer und vertrauensvollerer Partner.

Wie sieht es aus mit Ausbauplänen? CEO Puneet Chhatwal sagte im Sommer 2013 in der htr, er rechne für die Schweiz mit drei neuen Hotels und insgesamt 500 Zimmern. Seither hat man diesbezüglich nichts mehr gehört. In der Zwischenzeit hat Steigenberger seine Wachstumsstrategie neu definiert. Bis 2020 will das Unternehmen weltweit 150 Hotels betreiben. Davon ist die Schweiz also nicht ausgeschlossen. Wenn wir eine gute Möglichkeit erhalten, werden wir diese wahrnehmen. Aber es ist nicht einfach. Abschlüsse werden heute nicht mehr so leicht erzielt, auch wenn es an Angeboten nicht mangelt.

Also kein viertes Steigenberger?

Über die Marke Steigenberger sehe ich in der Schweiz derzeit eher kein Wachstum. Grösser sind die Chancen für eines unserer 3-Sterne-InterCity-hotels. Gut vorstellen könnte ich mir auch die Eröffnung eines «Jaz in the city hotels», unser neuer Brand. Es sind urbane Hotels, die von ihrer Anmutung und Einrichtung her eine jüngere Zielgruppe ansprechen und preislich zwischen InterCityhotels und den Steigenberger Hotels liegen. Das könnte Erfolg haben, in Bern, Basel oder Genf.

Hat diese Zurückhaltung, die Sie üben, mit den aktuellen Rahmenbedingungen wie Frankenstärke zu tun? Wir haben in den letzten Jahren im geplanten Rahmen neue Hotels akquiriert, aber es muss das richtige Objekt am richtigen Ort sein.

Hatten Sie im Belvédère schon Abbestellungen?

Abbestellungen nicht, aber es gab Anrufe von Gästen. Unsere Strategie ist klar: Wir gehen mit den Preisen nicht runter, versuchen aber, über Zusatzleistungen wie etwa dem Bezahlen der Vignette guten Willen zu zeigen. Ganz wichtig ist, mit dem Gast den Dialog zu suchen und ihm aufzuzeigen, dass für uns die Kosten genau gleich hoch sind wie vor dem Entscheid der Nationalbank. Wir müssen mit der neuen Situation möglichst gut umgehen, und das werden wir auch schaffen. Den Kopf in den Sand zu stecken, bringt nichts.

Standpunkt

Mit Qualitäts-Viren nachimpfen lohnt sich



THERESE LEHMANN FRIEDLI*

Unsere Lust am Verreisen und die Absicht der ausländischen Gäste am Bereisen unseres Landes haben in den letzten Jahren insgesamt zugenommen. Allerdings gehen europäische Gäste in Zeiten des stockenden Wirtschaftsmotors in Europa und starken Frankens vermehrt woanders hin. Um aus Betriebsicht wettbewerbsfähig zu bleiben, ist das Drehen an der Preisspirale eine verlockende, langfristig aber kaum erfolgreiche Strategie.

«Das Drehen an der Preisspirale ist verlockend, aber langfristig kaum erfolgreich.»

Die Wirkung gleicht dem Auspressen des eigenen Safts. An der Leistungsspirale dagegen kann individuell und gewinnbringend gedreht werden. Hier besteht zudem das Potenzial, mit eher kleinem Aufwand grosse Wirkungen zu erzielen. Das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus stellt eine solche Möglichkeit dar. Bekanntlich ist der Zusatznutzen des Q-Programms nicht direkt quantifizierbar. Wenn Prozesse optimiert und Fehler reduziert werden, senkt das die Kosten der Nicht-Qualität deutlich bzw. wirkt produktivitätssteigernd. Beides wirkt sich positiv auf Betriebskosten und Preise aus und wirkt im Endeffekt wettbewerbsstärkend. Es verbleibt mehr Atem, den Gästen konkurrenzfähige Produkte anzubieten. Mit der laufenden Programmüberarbeitung steht ein handlungsorientierter Ansatz zur Leistungssteigerung und damit zur Verbesserung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit im Zentrum. Mit Blick auf die Zukunft lohnt sich eine Nachimpfung mit Q-Viren.

* Therese Lehmann Friedli ist Stv. Leiterin der Forschungsstelle Tourismus an der Uni Bern.

Aufgefallen

Mit immer neuen «Innovationen» zum Höhepunkt



Die Frage stellt sich jeder Hotelier: Mit welchem Zusatzangebot überzeuge ich meinen Gast noch mehr? Eine neue Sauna, mehr Parkplätze oder doch lieber endlich ein Pianist? Jetzt wird dieser Entscheid noch schwieriger: Der Hotelkosmetikhersteller ADA Cosmetics bietet dem «innovativen Hotelier» intime Accessoires fürs Hotelzimmer – von Vibrator über Gleitgel, Vibrationsring bis zu Kondomen. Mit diesen prickelnden Extras kann er, so ADA, «gratis oder auch als zusätzliche Einnahmequelle, etwa für den Verkauf in der Minibar beziehungsweise neben dem Bett präsentiert», den Gast zu noch mehr Wohlbefinden verführen. bf

Schweiz

Kuoni mit leicht tieferem Gewinn

Wie Kuoni mitteilt, hat der Reisekonzern im vergangenen Jahr mit 67,4 Mio. Franken einen um 2,6 Prozent tieferen Gewinn als im Vorjahr erreicht, was vor allem auf hohe Sonderkosten zurückzuführen sei. Der Gewinn aus dem Betrieb (EBIT) schrumpfte um 44,4 Prozent auf 85,7 Mio. Franken, was insbesondere auf die zu verkaufenden Unternehmensteile zurückgeführt wird. So lieferte das Reiseveranstaltergeschäft mit 5,8 Mio. Franken nicht einmal mehr ein Zehntel des Betriebsgewinns vom Vorjahr.

Flughafen Zürich mit Gewinnsteigerung



Die Flughafen Zürich AG erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2014 einen Gewinn von 205,9 Mio. Franken. Unter Ausklammerung des letztjährigen Sondereffektes beträgt die Gewinnsteigerung damit 1,3 Prozent. Das Passagieraufkommen verzeichnete einen Rekord: Erstmals nutzten in einem Jahr mehr als 25 Millionen Passagiere den Flughafen. Die durchschnittliche Anzahl Passagiere pro Flug erhöhte sich von 109 auf 110.

Berghilfe Schweiz lanciert Prix Montagne 2015

Zum fünften Mal sucht die Schweizer Berghilfe dieses Jahr Projekte mit Modellcharakter, die im Berggebiet wirtschaftlichen Erfolg haben und somit Arbeitsplätze schaffen. Dem Gewinnerprojekt winkt der mit 40000 Franken dotierte Prix Montagne 2015. Nach Ablauf der Eingabefrist am 30. April wird die siebenköpfige Jury, präsiert vom ehemaligen Skirennfahrer Bernhard Russi, die eingereichten Projekte auswerten und am 1. September an der Preisverleihung in Bern das Gewinnerprojekt präsentieren.

www.berghilfe.ch/prixmontagne

Gezerre um den Sondersatz

Es ist Wahljahr: Das zeigt sich auch an den Vorstössen zur Mehrwertsteuer, die dem Tourismus und der Hotellerie helfen sollen. Nicht alle sind mit der Branche abgesprochen.

Theres Lagler

Immer wenn die Schweizer Tourismuswirtschaft in Bedrängnis gerät, wird die Mehrwertsteuer zum Thema. Das war schon bei der Finanzkrise 2011 der Fall. Damals forderte die Branche Bundesrat und Parlament auf, die Beherbergungsindustrie für ein Jahr von der Mehrwertsteuer zu befreien. Der sogenannte «Nullsatz» wurde dann aber knapp abgelehnt. Heute ist die Branche mit einem noch tieferen Euro-Franken-Kurs konfrontiert. Und diesmal liegt ein ganzer Strauss von Vorschlägen vor, wie die Mehrwertsteuer zugunsten der Branche angepasst werden könnte.

SVP fordert reduzierten Satz für Hotellerie und Gastgewerbe

Der Bündner SVP-Nationalrat Heinz Brand hat letzte Woche eine Motion eingereicht. Er fordert den Bundesrat darin auf, den Mehrwertsteuersatz für das Gastgewerbe von 8 Prozent (Normalsatz) auf den reduzierten Satz von 2,5 Prozent zu senken. Gleichzeitig soll auch der Mehrwertsteuersatz für die Hotellerie von 3,8 auf 2,5 Prozent gesenkt werden. Sein Vorgehen ist parteiintern abgestützt. SVP-Fraktionschef Adrian Amstutz fordert in einer dringlichen Interpellation zum Thema Frankenstärke, die gestern nach Redaktionsschluss im Parlament debattiert wurde, das Gleiche. Der Bundesrat erteilte dem Ansinnen aber bereits im Vorfeld eine Absage: Die Forderung sei fast identisch mit der Volksinitiative «Schluss mit der MWST-Diskriminierung», die im September mit über 70 Prozent der Stimmen abgelehnt worden sei. Der reduzierte Satz hätte Mindereinnahmen von über 760 Millionen Franken zur Folge.

BDP schlägt gezielte, temporäre Mehrwertsteuerbefreiung vor

Auch die BDP schlägt einen Gastro-Einheitssatz vor. Der Ber-



Im Nationalrat herrschen unterschiedliche Auffassungen, welche Mehrwertsteuer-Variante dem Tourismus am ehesten hilft. B. DeVénes

ner Nationalrat Hans Grunder setzt ihn aber höher an: bei 5,5 Prozent. Diese Variante könne gemäss den Berechnungen der eidgenössischen Steuerverwaltung haushaltneutral erfolgen, schreibt Grunder in seinem Vorstoss. Zudem fordert er den Bundesrat dazu auf, Voraussetzungen zu schaffen, damit Tourismus- und Gastronomiebetriebe auf begründetes Gesuch hin befristet von der Mehrwertsteuer befreit werden können. Diese temporäre Mehrwertsteuerbefreiung solle analog zur Kurzarbeit in der Ex-

«Die Beibehaltung des Sondersatzes bringt der Hotellerie Planungssicherheit.»

Dominique de Buman
Nationalrat, CVP, FR

portindustrie anhand eines klaren Kriterienkatalogs erfolgen. In einem dritten Vorstoss regt die BDP die Schaffung eines generellen Einheitssatzes an. Eine Linie, die auch die FDP verfolgt.

Branche fokussiert auf einen definitiven Hotellerie-Sondersatz

Die Branche selber hat sich im Rahmen des Massnahmenpakets zur Frankenstärke klar geäussert: Sie setzt sich dafür ein, dass der aktuell gültige Sondersatz für die Hotellerie nach 20-jährigem Provisorium definitiv im Mehrwert-

steuergesetz verankert wird. Dominique de Buman, Präsident des Schweizer Tourismusverbands und CVP-Nationalrat, hat letzte Woche eine entsprechende parlamentarische Initiative eingereicht. De Buman betont darin, dass die Beibehaltung des Sondersatzes dem Bund keine zusätzlichen Mindereinnahmen beschere. Die Hotellerie werde aber finanziell entlastet und erhalte damit Planungssicherheit.

Aktuelles aus dem Nationalrat:
www.htr.ch/frankenstaerke

Wahljahr 2015 Gewichtige Abgänge

Im Gegensatz zu den Bauern sind Hoteliers und Touristiker im National- und Ständerat nicht direkt vertreten. Umso wichtiger für die Branche sind Politiker mit einer gewissen Affinität zum Tourismus. Wohl nicht zuletzt deshalb kürt der Unternehmerverband hotellerie-suisse alljährlich den tourismusfreundlichsten Parlamentarier. Grundlage für das Rating ist eine Analyse des Abstimmungsverhaltens in den Räten.

Drei Sieger der letzten sechs Jahre treten nun aber bei den eidgenössischen Wahlen vom 18. Oktober 2015 nicht mehr an:

Es sind dies **Georges Theiler**, **Urs Schwaller** und **Christophe Darbellay**. FDP-Ständerat Theiler (LU) erhielt die Auszeichnung 2014 und kämpfte letzte Woche bei der Zweitwohnungsdebatte bis zuletzt für eine hundertprozentige Umnutzung von alten, unrentablen Hotels. CVP-Ständerat Schwaller (FR) wurde 2013 zum tourismusfreundlichsten Parlamentarier gewählt. Die Voten des Fast-Bundesrats haben Gewicht. CVP-Parteipräsident Darbellay (VS), Sieger 2010, darf wegen einer parteiinternen Amtszeitbeschränkung nicht mehr für den Nationalrat kandi-

dieren, es sei denn, es werde für ihn eine Ausnahme gemacht. Bereits auf Juli 2015 tritt **Alec von Grafenried** (BE) zurück. Der Präsident von Bern Tourismus hatte als Nationalrat der Grünen ein offenes Ohr für die Anliegen der Branche. Auch Nationalrat **Hansjörg Hassler** (GR) und Ständerat **Hans Hess** (OW) verzichten auf eine Wiederkandidatur. Landwirt Hassler, der die BDP-Fraktion im Bundeshaus führt, setzte sich stets für die Anliegen der Berggebiete ein. FDP-Politiker Hess machte sich einen Namen als unermüdlicher Kämpfer für die Mehr-

wertsteueranliegen der Branche. Zudem brachte er als Verwaltungsrat der Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG, der Frutt Lodge und des Hotels Langis in Sarnen viel Branchen-Know-how ein. **Wackeln könnten aber auch Sitze von Kandidaten**, die es nochmals wissen möchten. Beispielsweise im Kanton Bern: SP-Ständerat Hans Stöckli, Präsident der Tourismusdestination Jura und Dreiseen-Land, und BDP-Ständerat Werner Luginbühl, der ebenfalls touristische Mandate innehat, werden von SVP-Nationalrat Albert Rösti herausgefordert. tl.

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
Institut für Tourismus und Freizeit IITF
Pulvermühlestrasse 57
CH-7004 Chur

Telefon +41 (0)81 286 39 59
E-Mail tourismus-weiterbildung@htwchur.ch
www.htwchur.ch/embatourismus
FHO Fachhochschule Ostschweiz



Tourismus und Hospitality Management

Executive MBA mit sechs Modulen:

- Unternehmensführung
- Führung von Teams und Mitarbeitenden
- Management auf Executive-Ebene
- Marketing
- Tourismus & Hospitality auf Executive-Ebene
- Study Trip

Informationsanlässe

25.03.15, Zürich, Au Premier, ab 18.30 Uhr
30.03.15, Zürich, Clouds Prime Tower, 17.30 Uhr

Neuer Weiterbildungs-Master für Führungskräfte



Die erste Bilanz des Pilotbetriebs in Braunwald mit dem Coaching eines starrenden Tourismusdirektors fällt positiv aus. Jetzt wird in Obersaxen ein IST-Absolvent gecoach.

DANIEL STAMPFLI

Die bei Braunwald-Klausenpass Tourismus gewonnenen Erkenntnisse aus dem Coachingprozess sind positiver Natur: so die Bilanz des als Coach wirkenden Roland Huber, Tourismusdirektor der Surselva Tourismus AG. Die Einarbeitungszeit von Roger Zogg, Absolvent der Höheren Fachschule für Tourismus Graubünden in Samedan, als Tourismusdirektor in Braunwald habe durch die Konzentration auf das Wesentliche sowie eine strukturierte Planung und Hilfestellung bei der konkreten Umsetzung von Aktivitäten deutlich verkürzt werden können. «Ursprünglich hatten wir das Coaching auf ein Jahr ausgelegt», sagt Roland Huber. Es habe sich aber in der Praxis gezeigt, dass bei genügend Vorkenntnissen des Gecoachten sechs Monate reichen.

Relativ langwierig und zeitaufwendig sei das Studium der Akten gewesen, die Huber benötigte, um die Ausgangslage zu definieren. «Ich habe dies völlig unterschätzt», so der Coach. Sonst sei der ganze Prozess schlank und ohne grosse Überraschungen über die Bühne gegangen. «Ich habe Roger Zogg gefordert, indem ich ein hohes Tempo vorgelegt habe», so Huber. Zogg habe lernen müssen, wie man viel in kurzer Zeit erarbeitet. «Dies war frisch von der Schulbank weg sicher für ihn die grösste Herausforderung.»

Lernprozess für die gesamte Tourismusorganisation

Das Coaching habe auch einen wesentlichen Beitrag zum Aufbau von nachhaltigen Beziehungen zu relevanten Akteuren wie Einheimische, Partnern aus Wirtschaft und Politik sowie Medien geleistet. Zusammenfassend ermöglichte das Modell einen Lernprozess für die gesamte Tourismusorganisation, die nun für die Zukunft gerüstet ist.

Vor drei Wochen fand das Abschlussmeeting mit dem Coach, der Conim AG und dem Auftraggeber, dem Verwaltungsrat der Braunwald-Klausenpass AG, statt. Das Unternehmen Conim ist spezialisiert auf die Entwicklung und Umsetzung von innovativen Geschäftsideen und hat zu-



In Obersaxen in der Surselva wird ein weiterer Absolvent einer Tourismusfachschule für den Einstieg in die Praxis gecoach.

Tourismus-Coaching bewährt sich

sammen mit Roland Huber das Praxismodell des Coachings gemeinsam entwickelt.

Der neue Tourismusdirektor sei heute in der Lage, Braunwald-Klausenpass Tourismus selbstständig und kompetent in die Zukunft zu führen. «Jetzt ist Roger Zogg in der Rolle eines Berufskollegen, den ich noch aus der Ferne betreue, in dem wir sporadisch unsere Erfahrungen austauschen», so Huber. Der als Coach agierende Huber sieht es als Vorteil, dass er noch aktiv im Berufsleben steht. «So kann ich die Person aus einer anderen Flughöhe betreuen als etwa ein traditioneller Berater, der die Kenntnisse aus dem operativen Alltag nicht kennt.»

Für Roger Zogg war das Coaching eine wichtige und nützliche Erfahrung: «Dank der Begleitung



«Dank der Begleitung erhielt ich Unterstützung in herausfordernden Situationen.»

Roger Zogg
Braunwald Klausenpass Tourismus

durch Conim erhielt ich Unterstützung und Rückhalt in herausfordernden Situationen.»

Rückhalt durch Verwaltungsrat

Die daraus resultierenden Lerneffekte hätten ihm enorm geholfen. «Der persönliche Kontakt mit dem Coach, verbunden mit dem Rückhalt des Verwaltungsrates von Braunwald Tourismus, war dabei wohl das zentrale Element. Ich konnte jederzeit Fragen stellen und erhielt sofort wichtige Hinweise zu Handlungsoptionen in für mich neuen Situationen», sagt Zogg weiter.

Roland Huber hat das Modell nun auch in seiner eigenen Organisation, bei Surselva Tourismus, umgesetzt. Seit mehreren Jahren ist Huber an der Internationalen Schule für Touristik (IST) in Zü-

rich tätig und kennt somit die Bedürfnisse der Studenten 1:1. Mit Pascal Reinle konnte Roland Huber nun einen Absolventen der IST direkt von der Schulbank für eine Kaderfunktion in Obersaxen engagieren. Pascal Reinle durchläuft als Informationsstellenleiter Obersaxen der Surselva Tourismus AG noch bis im Juli das Coachingprogramm. Nach Abschluss des Coaching-Prozesses wird Reinle in Obersaxen als Infostellenleiter und Destinationsverantwortlicher tätig werden.

Andere Destinationen warten noch zu

Erstrebenswert wäre es für Roland Huber, wenn auch andere Destinationen die jungen Tourismusschulabgänger mit einem Coaching-Prozess begleiten wür-



«Ich kann aus einer anderen Flughöhe betreuen als ein traditioneller Berater.»

Roland Huber
Geschäftsführer Surselva Tourismus

den. Jährlich werden zahlreiche Studentinnen und Studenten als eidgenössisch diplomierte Tourismusexperten in das Berufsleben entlassen. Danach gelte es, die Theorie in die Praxis umzusetzen.

Der touristische Alltag zeigt dann aber laut Roland Huber oft, dass nach dem Studium das praktische Erfahrungswissen noch fehlt.

Diese Lücke könne durch das Coachingmodell geschlossen werden. «Eine klassische Win-Win-Situation für alle Beteiligten», so Roland Huber.

In andern Destinationen bestehe grundsätzlich Interesse am Coaching-Modell. Von der Unternehmung Conim wurde dies jedoch bewusst noch nicht breit kommuniziert, da man zuerst den Prozess in Braunwald abschliessen wollte.

Bern

Beitrag an Museum für Kommunikation



Die neue Dauerausstellung des Museums für Kommunikation soll öffentliche Mittel erhalten. Der Regierungsrat des Kantons Bern beantragt dazu beim Grossen Rat einen Beitrag von 400 000 Franken aus dem Kulturförderungs fonds sowie einen Beitrag von 867 000 Franken aus dem Lotteriefonds. Die Gesamtkosten der neuen Dauerausstellung, die im Herbst 2015 eröffnet werden soll, belaufen sich auf rund 11 Mio. Franken.

Stadtpläne sollen öffentlich zur Verfügung stehen

Bereits in dieser Tourismussaison sollen in der Berner Innenstadt wieder öffentliche Stadtpläne zur Verfügung stehen. Das Berner Stadtparlament hat einem dringlichen Vorstoss des grünen Stadtrats Luzius Theiler zugestimmt, der sich daran stört, dass die öffentlichen Stadtpläne kommerzieller Werbung in Leuchtkästen weichen mussten. Für Bern-Besucher seien aber öffentlich aushängende Stadtpläne wichtig. Die Kosten für die Rückkehr der Stadtpläne soll nach dem Willen des Stadtrats Bern Tourismus übernehmen.

Bärenpark-Mauer muss bereits saniert werden



Nach sechs Jahren muss die Mauer des Berner Bärenparks bereits saniert werden. An der oberen Mauerkrone und an der Mauer beim geplanten Lift sind Erosionsschäden aufgetreten. Geplant sind die Bauarbeiten für 2016. Ob die Bären während den Bauarbeiten im Park bleiben, ist noch nicht klar. Die Bärenpark-Verantwortlichen möchten die Anlage mittel- bis langfristig auch ausbauen. Die Gesamtplanung soll im Frühling 2016 den Behörden und dem Volk zur Diskussion vorgelegt werden.

Berner Oberland Weiterhin Kantongelder für Weltcup-Rennen

Die Veranstalter der Ski-Weltcuprennen in Adelboden und Wengen können weiterhin mit Kantongeldern rechnen. Mit 125 zu 2 Stimmen genehmigte der Grosse Rat des Kantons Bern einen Verpflichtungskredit von 750 000 Franken für die Jahre 2016 bis 2020. Damit stehen maximal 150 000 Franken pro Jahr für Zivilschutzbeiträge zur Verfügung. Effektiv ausbezahlt wurde in den letzten Jahren jeweils etwas weniger. dst

Hotel Gütsch ist schwer führbar

Der vorletzte Direktor des Hotel Château Gütsch blieb nur sieben Monate. Der Letzte gar nur 31 Tage. Jetzt wagt es ein Neuer.

Tim Moitzi versucht nun sein Glück als Resident Manager im Hotel Château Gütsch. Der 29-jährige Österreicher hat seine Stelle am Montag angetreten. Zuletzt war er während zwei Jahren Manager in den Cresta-Hotels in Davos. Die Neubesetzung im «Château Gütsch» wurde notwendig, nachdem Olaf Galaburda seinen Direktorenjob bereits nach 31 Tagen los war. Er begründet in einer Pressemitteilung seinen abrupten Abgang mit Meinungs-

verschiedenheiten bezüglich «Dienstleistungen und Standards in der gehobenen Hotellerie». Er habe sich im «Château Gütsch»



Tim Moitzi ist neuer Direktor im «Château Gütsch».

nicht so verwirklichen können, «wie es dem Hause gutgetan hätte», sagt Galaburda gegenüber der htr. Namentlich nennt er die Castle Holdings s.r.o. mit Sitz in Prag, die massgeblich entscheidend für seinen Rücktritt sei. Sie ist als Unternehmensberaterin für die Château Gütsch Management AG tätig und betreibt das «Gütsch» seit Januar.

Gemäss der «Neuen Luzerner Zeitung» hat per 10. März auch Verwaltungsrat Matthew Cooke die Château Gütsch Immobilien AG nach rund zwei Jahren verlassen. Gesa Eichler, Geschäftsführerin der Château Gütsch Immobilien AG, war für eine Stellungnahme zu den personellen Veränderungen nicht zu erreichen. dst

Bündner Pärke sollen ihre wirtschaftliche Bedeutung steigern

Kanton investiert jährlich ansehnlichen Betrag in Errichtung und Betrieb.

Zur Stärkung der Bündner Volkswirtschaft müssten die Naturpärke ihre regionalökonomische Bedeutung steigern, schreibt die Kantonsregierung in einer Antwort auf einen parlamentarischen Vorstoss aus dem Grossen Rat. Diese Steigerung erfordere einen konsequenten Aufbau von regionalen Wertschöpfungsketten, eine gezielte Angebots- und Produktentwicklung sowie eine gebündelte und gemeinsame Vermarktung über professionelle, bereits bestehende Kanäle. Die Pärke sollen auch vermehrt als Plattformen für Innovationen im ländlichen Raum genutzt werden. dst

Der Kanton Graubünden investiert derzeit – im Rahmen der Programmvereinbarungen Pärke von nationaler Bedeutung und Unesco-Welterbestätten – jährlich rund 1,06 Mio. Franken in Errichtung und Betrieb der Pärke. Die Regierung geht für die Programmperiode 2016 bis 2019 von den in der Budgetbotschaft 2015 enthaltenen Beträgen aus. Die Regionalen Naturpärke Beverin, Biosfera Val Müstair und Parc Ela sollen unverändert mit jährlich je 220 000 Franken unterstützt werden. Beim Nationalpark Adula ist eine Erhöhung von 350 000 auf 600 000 Franken pro Jahr vorgesehen. dst

Blick hinter die Hotel-Kulissen

Über 15 000 Besucher, darunter Politiker und zahlreiche Jugendliche, tauchten am «Please-disturb»-Tag in die Welt der Hotellerie ein.

NATALIE-PASCALE ALIESCH

Hereinspaziert – Sie stören nicht! Mit solchen und ähnlichen Parolen lockten am vergangenen Sonntag schweizweit 222 Hotels Tausende Besucher in ihre Betriebe, veranstalteten Parcours und Workshops, informierten über die vielfältigen Aus- und Weiterbildungsangebote sowie die attraktiven Karriere-möglichkeiten in der Schweizer Hotellerie.

Bereits zum zweiten Mal führte hotellerieuisse zusammen mit seinen 13 Regionalverbänden unter dem Motto «Please disturb» landesweit den Tag der offenen Zimmertüren durch. Und auch in diesem Jahr mit grossem Erfolg: Über 15 000 interessierte Gäste zog die grösste Hotelschau der Schweiz an. Allein in der Zentralschweiz tauchten rund 6500 Personen in die Welt der Hotellerie ein. Die Bündner Hoteliere zählen sogar 3500 Neugierige, im Berner Oberland waren es 2500.

Unter den Gästen fanden sich auch rund 35 Politiker und Politikerinnen, um sich ein Bild von der weitsichtigen Bildungspolitik der Schweizer Hotellerie zu machen. «Wir wollen die Bestrebungen des Verbandes hinsichtlich der Themen Berufsbildung und Arbeitsmarkt aufzeigen», sagt Christophe Hans, Leiter Wirtschaftspolitik von hotellerieuisse. Die Rückmeldungen der anwesenden Politiker fielen denn auch vorwiegend positiv aus.

Der besondere Info-Event rund um die Ausbildung in der Gastgewerbebranche weckte auch bei vielen jungen Gästen im Berufswahlalter grosses Interesse. In vielen Betrieben führten neben den Gastgebern nicht nur die Mitarbeitenden, sondern auch die Lernenden durch den Tag. Sie gaben Tipps, beantworteten Fragen zu ihrer Ausbildung, erzählten von ihren Erfahrungen, ihrer Motivation am Beruf und liessen die Besucher in der Küche, im Restaurant oder beim Zimmerservice selber Hand anlegen.



Im Eden Roc Ascona: **Daniel Schälli, Silvan Zimmermann.**



Im Hotel Schützen in Rheinfelden zeigte **Andreas Jorg**, Lernender Koch, unter aufmerksamer Beobachtung interessierter Kinder, General Manager **Martin Sonderegger** und **Ruth Humbel** (NR/CVP, AG) sein Können.



Bündner Politiker legen selber Hand an (v.l.): SVP-Nationalrat **Heinz Brand**, SVP-Parteisekretärin **Valérie Favre Accola**, **Brigitta Hitz**, FDP-Grossrätin, und **Christian Rathgeb**, FDP-Regierungsrat.



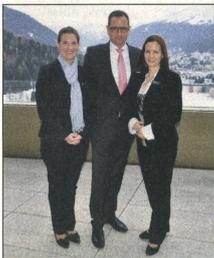
hotellerieuisse-Präsident **Andreas Züllig** informiert die Gäste auf einem Rundgang in seinem Hotel Schweizerhof in Lenzerheide über das Thema Nachhaltigkeit. Bilder zvg



Ursula (l) und **Beat Anneler** (r), Hotellerie-Verein Berner Oberland, mit Berner Politikern: **Werner Luginbühl** (SR/BDP) mit Gattin **Barbara**, **Madeleine Amstutz** (SVP-Grossrätin), **Albert Rösti** (NR/SVP).



Fragestunde mit der Hoteldirektorin: **Marianne Wanner**, Gastgeberin im Hotel Restaurant Linde in Baden im Austausch mit den Gästen auf der Dachterrasse.



Gastgeber im «Interconti» Davos (v.l.): **Isabelle Pap**, **Stephan M. Post**, **Mariann Tamásy.**



Der Nachwuchs im Zürich Marriott Hotel (v.l.): Die Lernenden **Nadja Ramseyer**, **Sinéad Huber**, **Pascal Jäger**, **Renata Cacioppo** mit **Franziska Burwitz** (HR Supervisor), **Veronika Maag** (HR Coordinator).



Im Hotel Basel (v.l.): **Gabriel Barel**, **Felix Hauser**, **Mimi Wyss** (Basler Hotellerie-Verein), **Daniel Stolz** (FDP-Nationalrat, BS), **Esther Brühwiler**, (Hotel Basel), **Sandra Schürmann** (Wirtschaftspolitik hotellerieuisse).

Sesselrücken

Neuer Leiter für das Restaurant Gustav in Zürich

Toni Albino (Bild) übernimmt die Leitung des Restaurants Gustav der gleichnamigen Residenz im neuen Zürcher Stadtteil Europaal-



lee. Zuvor war Albino Besitzer des Restaurants Triangel in Zumikon und führte dieses 20 Jahre lang. Seine mediterrane Gourmetküche ist mit 14 Gault-Millau-Punkten dotiert. Als Küchenchef konnte **Sebastian Rabe** vom Restaurant Pur des Hotels Seedamm Plaza in Pfäffikon gewonnen werden. Das Gourmetrestaurant öffnet in der neuen Residenz Gustav am 4. Mai seine Türen.

Schweiz Tourismus ernannt neuen Marktleiter Indien

Claudio Zemp (41, Bild) ist von Schweiz Tourismus zum neuen Marktleiter Indien ernannt worden. Beim Switzerland Convention &



Incentive Bureau (SCIB) in London war Zemp zuletzt im Namen von ST für die Märkte Vereinigtes Königreich und Irland verantwortlich. Claudio Zemp beginnt in Mumbai am 1. Mai 2015 und tritt dort die Nachfolge von **Stephan Heuberger** an, der als Projektleiter im Content Management zu ST an den Hauptsitz wechselt.

Wechsel an Spitze des Arcona Living Schaffhausen

Ulf Naumann (44, Bild) übernimmt per 1. April die Führung des Hotels Arcona Living Schaffhausen



von Pre-Opening-Manager **Ferdinand Hoekstra**, der sich neuen Herausforderungen stellt. Zuletzt war der gebürtige Wiesbadener Naumann als Senior Partner der Eventagentur «on the way-events» in der Kundenberatung tätig, vorrangig für Corporate Events in der Schweiz. Ferdinand Hoekstra hat das Arcona Living Schaffhausen während der Bauphase seit Juli 2012 begleitet und zusammen mit seinem Team eröffnet. dst



Eine Frage des Stils

Die einzige Leinenweberei in der Schweiz für die Hotellerie- und Gastronomie-Branche stellt seit 1872 erstklassige Textilien her und pflegt diese professionell.

Schwob ist die richtige Adresse für sämtliche Textillösungen – wir garantieren Wirtschaftlichkeit und sorgen für Wohlbefinden bei Ihren Gästen.

Schwob AG, Leinenweberei und Textilpflege
3401 Burgdorf, schwob.ch

Schwob
textiles of Switzerland

Suisse Les produits du terroir distribués dans les gares



La fédération Pays romand - Pays gourmand fêtera demain ses dix ans. Pour l'occasion, elle distribuera des produits locaux aux voyageurs transitant par les gares de Sion, Lausanne, Fribourg, Neuchâtel, Genève et Bienne. Des jus de fruits, des produits de boulangerie, des pommes séchées et des yogourts contribueront à sensibiliser les usagers à la valeur des produits.

www.paysgourmand.ch

Appel aux projets de montagne viables

Les candidatures pour le Prix Montagne 2015 sont ouvertes. Les projets d'entreprises de montagne ayant prouvé leur viabilité économique et contribué à créer des places de travail peuvent déposer leur candidature jusqu'au 30 avril. Le vainqueur remportera la somme de 40 000 francs. Organisé pour la 5e année consécutive, ce concours est organisé par le Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB) et l'Aide Suisse aux Montagnards (ASM). L'an dernier, il est revenu à la coopérative La Cavagne dans le Val d'Illeze, en Valais.

Fribourg Professionnels du tourisme à la chasse au trésor



Mardi, le musée Gutenberg de Fribourg a servi de cadre à la 4e rencontre du Réseau PROtourisme, placée sous le thème de la formation. Les professionnels du tourisme fribourgeois ont pu tester leurs connaissances grâce à une chasse au trésor bilingue, alliant jeu, dégustation et énigmes. Cette rencontre semestrielle vise à rassembler les prestataires pour échanger leurs expériences et parfaire leurs connaissances des produits de la destination. lb

Vaud Le château de Prangins dessine l'histoire

Jusqu'au 13 septembre, le Musée national suisse le château de Prangins présente sa nouvelle exposition temporaire: «La Suisse redessinée. De Napoléon au congrès de Vienne». Elle envisage ces pages de façon originale en évoquant à travers des micro-trottoirs et des interviews inédites d'historiens. Elle tisse aussi des liens avec des thèmes actuels comme la neutralité. aka

www.nationalmuseum.ch

Les dix hôtels Fassbind en Suisse, répartis en deux holdings

Eric Fassbind - groupe By Fassbind
Lausanne



Hôtel Alpha Palmiers ****
215 chambres



Hôtel Agora Swiss Night ****
147 chambres



Hôtel City - futur Swiss Wine Hotel & Bar ***, 62 chambres (été 2015)

Zurich



Hotel Senator ***
123 chambres (169 ch. en 2016)



Hotel Swiss Night am Kunsthaus ***, 46 chambres (été 2015)

Marc et Claudia Fassbind - groupe Fassbind Hotels



Hôtel Cornavin ****
164 chambres



Hôtel Les Nations ***
72 chambres



Hôtel Cristal * design**
78 chambres

Berne



Hotel Ambassador & spa ****
99 chambres



Hotel City-am-Bahnhof ***
58 chambres

Eric Fassbind enchaîne les projets: il a ouvert son second hôtel à Zurich, transforme le City à Lausanne en Swiss Wine Hotel & Bar. Avec en prime une nouvelle identité visuelle.

LAETITIA BONGARD

Ambitieux artisan-hôtelier

Eric Fassbind, vous semblez mettre les bouchées doubles. Vous avez ouvert votre second hôtel à Zurich en début d'année, le Swiss Night am Kunsthaus, après le Senator en 2011. Vous possédez et dirigez cinq établissements à Lausanne et à Zurich, bientôt près de 650 chambres. Quelles sont vos ambitions?

J'aimerais continuer à grandir, mais l'hôtellerie est une industrie extrêmement lente. Les acquisitions à Zurich ont pris du temps. C'est une

ville que j'aime beaucoup et je suis très content des résultats; le Swiss Night qui vient d'ouvrir fonctionne très bien. Il sera rénové et agrandi cette année encore, le Senator augmentera sa capacité l'an prochain. Il est vrai qu'un hôtel à Bâle me ferait plaisir. Mais je refuse de me fixer un nombre d'hôtels comme objectif.

Vous menez en parallèle deux chantiers à Lausanne. Vous qui aimez construire, vous devez être aux anges... Je suis très heureux, oui, mais surbooké! Nous venons de terminer les aménagements du rez-de-chaussée à l'Alpha-

Palmiers, portant sur le restaurant, le bar et le jardin. Toujours à Lausanne, la transformation du City en Swiss Wine Hotel & Bar avance bien, deux étages sont terminés. Nous prévoyons finir les travaux cet été. Il s'agit d'un investissement de huit millions de francs, avec la thématique du vin suisse comme fil conducteur.

«J'aimerais continuer à grandir mais refuse de me fixer un nombre d'hôtels.»

Eric Fassbind
Directeur du groupe By Fassbind

Fassbind cumulent un chiffre d'affaires stable de 30 millions de francs. Nos prix moyens sont en baisse depuis plusieurs années, mais le taux d'occupation augmente. Il varie entre 65% et 79% selon les hôtels. Nos charges salariales sont



Eric Fassbind

bien étudiées, nous employons 200 personnes.

Quel est l'effet du franc fort sur vos activités? Il a été immédiat. Mais je refuse de m'en offusquer. Nous savions que le taux plancher était provisoire, nous sommes revenus à la normale. Nous avons profité de ces bonnes années pour amortir et rembourser nos dettes.

Vous êtes l'un des derniers groupes hôteliers en mains familiales en Suisse. Vous financez vous-mêmes vos investissements. Une espèce en voie de disparition? Je préfère dire que nous sommes le plus grand groupe hôtelier familial suisse, plutôt que l'un des derniers. Je crois que ce business model a encore sa place. L'avenir n'est pas au tout à la chaîne.

Depuis ce début d'année vous tenez à souligner la séparation de vos activités entre vous et votre frère Marc et son épouse Claudia. Pourquoi? Nos groupes sont divisés depuis 2011. Mais cette séparation n'était pas visible pour le public, l'image du groupe était restée unifiée.

Quel est le dénominateur commun à vos cinq hôtels? Urbain, milieu de gamme, décalé. Jamais je ne ferai dans le luxe, je n'aime pas cela. Il est important que le produit colle à son caractère. Je ne porte ni

cravate, ni boutons de manchette, je me déplace à vélo.

Le modèle de suissitude de l'Agora Swiss Night va s'étendre à deux autres hôtels. Future signature du groupe? Le but n'est pas de l'étendre à tous les hôtels. Il s'agit d'un concept, une interprétation décalée du Swissness. Il n'a pas valeur de label qui impliquerait de recourir qu'à des matériaux suisses par exemple.

www.byfassbind.com
www.fassbindhotels.ch

Parcours
Des hôtels en héritage

Eric Fassbind, diplômé de la HEC et de l'Ecole hôtelière de Lausanne, a rejoint le groupe familial en 2000. En 2011, il reprend la tête des trois hôtels de Lausanne et pose un premier pied à Zurich avec l'acquisition de l'Hôtel Senator. Auparavant, il a été directeur de l'Office du tourisme de Villars et de la promotion des Alpes vaudoises, consultant en ex-Yugoslavie, directeur administratif du WEF. Agé de 48 ans, il est marié à Pascale Fassbind, architecte, et père de deux enfants. lb

Existe-t-il des synergies entre les cinq hôtels de votre frère situés à Genève et à Berne? Je crois que l'on surestime les synergies possibles. Nous nous tenons au courant des bonnes nouvelles, nous regroupons parfois sur certaines commandes, recommandons les hôtels de l'autre à un tour-opérateur. Rien n'est formalisé.

Chronique



Jean-Michel Cuvellier
Hôtelier de formation et coach
Observateur de mutations

Des solutions personnalisées

Aujourd'hui le terme coaching est utilisé à toutes les sauces. Lors de mon entretien avec le directeur d'un palace suisse, ce terme fut utilisé pour décrire la formation reçue par leur personnel pour répondre aux critères de qualité de la chaîne à laquelle l'hôtel adhérerait. Pour clarifier les sauces: le coaching, c'est l'accompagnement d'une personne afin qu'elle trouve par elle-même ses solutions et les ressources nécessaires à l'atteinte de ses objectifs. Ce n'est pas du conseil (75% des conseils ne sont pas suivis). La Programmation Neuro Linguistique, dont le coaching utilise beaucoup «d'outils» part du postulat que nous avons toutes les ressources en nous pour atteindre nos objectifs.

La performance des formations en management pourrait être bien plus élevée si le processus commençait par une évaluation

360° accompagnée d'un coaching afin que le manager prenne conscience de ses pistes d'améliorations et soit réellement motivé à suivre une formation. Combien de personnes se voient imposer des formations qu'elles suivent sans enthousiasme et ont aussi vite fait de les oublier ou n'osent parfois pas appliquer ce qu'elles ont appris. Si le manager était, à la suite de la formation demandée par lui-même, accompagné par un coach pour mettre en place de manière durable les nouveaux comportements appris et s'il était également aidé afin de dépasser ses croyances limitantes et résistances qui l'empêchent d'être dans son plein potentiel, nous augmentons très nettement l'impact des formations. Cette démarche serait d'autant

plus bénéfique en hôtellerie, secteur où l'évolution de carrière peut être très rapide, basée sur une expertise mais pas toujours sur des compétences managériales et où les retours en arrière peuvent être tout aussi rapides pour la suite de la carrière. Une partie de cette approche est parfois utilisée dans l'hôtellerie de chaîne mais très rarement dans le reste de la branche pour une question de coût. Je suis convaincu qu'une démarche coaching-formation pourrait avoir un retour sur investissement surprenant si nous arrivions à le mesurer.

«Dépasser les croyances limitantes peut être d'autant plus bénéfique dans l'hôtellerie.»

En tout cas cette approche m'aurait bien aidé en tant que manager si j'avais pu en bénéficier bien avant de devenir directeur général.

En bref

Valais

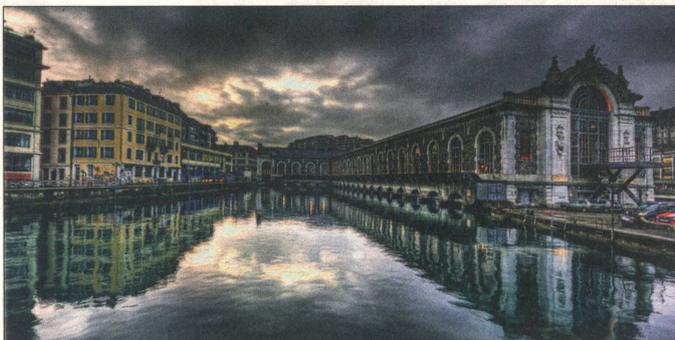
Des mesures à la suite de l'affaire Giroud

Le Conseil d'Etat Valaisan a pris des mesures après l'analyse du rapport de la Commission de gestion du grand conseil «sur le fonctionnement de l'Etat dans le cadre du dossier Giroud». Elle demande au gouvernement d'édicter des règles claires concernant: les informations à publier sur les potentiels liens d'intérêts économiques des conseillers d'Etat; les modalités liées à la récusation; le transfert de devoir de surveillance sans faille lors d'une récusation prolongée d'un conseiller d'Etat. Elle renonce à étendre le contrôle de l'inspection des finances au niveau cantonal. aca

Culte du touriste cultivé

Une convention vient d'être signée entre partenaires touristiques et culturels, à Genève. Afin de valoriser une offre variée notamment à travers des sentiers culturels.

ALEXANDRE CALDARA



Le Bâtiment des forces motrices, à Genève, présente des spectacles de qualité.

Genève Tourisme

ces nouvelles balises», estime Philippe Vignon. Un plan d'action et de financement sera mis sur pied en 2016: «Il s'agit d'utiliser le bras armé de GT&C en matière de promotion pour valoriser une offre culturelle riche et diversifiée», note le directeur.

Un groupe de soutien pour le projet de musée Jean Nouvel

Après l'ouverture du nouveau musée d'ethnographie, un des prochains enjeux capitaux pour Genève sera le projet de rénovation du Musée d'art et d'histoire, plus grand ensemble muséal du pays. Jean Nouvel a élaboré sa vision, sa réalisation s'élèverait à 129 millions, dont 85 millions à la charge de la collectivité publique. La fondation Jean-Claude Gandur pour l'art a promis un don de 40 à 50 millions. Invité par la Société des hôteliers de Genève en 2011, le mécène rêvait: «D'un musée qui donne envie de rester après l'extinction des lumières.» Un recours de la section genevoise de Patrimoine suisse contre l'autorisation définitive de construire court toujours devant le tribunal administratif. Un groupe de soutien de 300 personnes existe, GT&C en fait partie: «Nous soutenons pleinement ce projet. Vous imaginez l'impact d'une icône muséale conçue par Jean Nouvel sur l'ensemble de la région», déclare Philippe Vignon.

«Nos offres pourraient intégrer des balises culturelles.»

Philippe Vignon
Directeur de Genève Tourisme

Les mondes de la culture et du tourisme s'observent parfois en chien de faïence. Genève a voulu formaliser des liens historiques, en fin de semaine dernière, avec une convention signée entre la Ville de Genève et Genève Tourisme & Congrès (GT&C). «Une région qui dispose de quarante musées sur seize kilomètres ne peut qu'être consciente de cette richesse. Mais nous voulons aller encore plus loin dans nos processus d'échanges, notamment dans la valorisation des sentiers culturels ou l'implantation de balises sur le territoire municipal et le déploiement de l'offre muséale à l'étranger», explique Philippe Vignon, directeur de GT&C.

Plan de promotion et de financement à venir

Concrètement en 2016, la commémoration des 500 ans de la Réforme sera accompagnée par un sentier culturel. «Nos offres existantes comme le Geneva Watch Tour pourraient intégrer

Il s'agira aussi à terme de faire évoluer l'image traditionnelle de la ville. Même si elle n'est pas citée spontanément, la Nuit des bains pourra certainement y contribuer. Elle regroupe plusieurs fois par année des vernissages de douze galeries privées et de six institutions culturelles municipales, en un événement ludique et branché, qui déborde joyeusement dans les rues. Souvenons-nous que l'artiste Gianni Potti détourna un car de japonais vers une galerie d'art.

Les hôtels ont ouvert leurs portes aux curieux

Dimanche, 222 hôtels de toute la Suisse, dont 16 en Suisse romande, se sont dévoilés en coulisses à l'occasion de «Please Disturb». Deuxième édition au niveau national.

Ces hôteliers-ci avaient expressément demandé à être dérangés. Quelque 15000 personnes ont poussé les portes des 222 hôtels suisses participant à la journée «Please Disturb» dimanche. Mise sur pied par hotelleriesuisse, en collaboration avec les 13 associations régionales et avec le soutien d'Innotour, cette journée vise à donner un aperçu exclusif de l'activité de ces établissements. Plus

grande présentation de la branche, il s'agissait de la seconde édition au niveau national. Seize établissements romands se sont présentés à la population. Onze participaient pour la seconde fois.

Il s'agit pour hotelleriesuisse de réagir au recul des demandes de places d'apprentissage. «L'hôtellerie est la clé de voûte du tourisme suisse et doit pouvoir compter à l'avenir sur un personnel et des dirigeants motivés et au bénéfice d'une bonne formation», souligne le président de l'association Andreas Züllig dans un communiqué. Pour lui, formation rime avec innovation, qualité avec compétitivité. En espérant que la journée de dimanche ait fait naître des vocations. lb

Voir aussi en page 6



A l'Hôtel Continental de Lausanne, les collaborateurs ont mené les visiteurs dans les coulisses de la profession.

ANNONCE

KADI

Swiss Premium Quality



Filipe Fonseca Pinheiro, le vainqueur du Cuisinier d'Or 2015

TOUTES NOS FÉLICITATIONS
à Filipe Fonseca Pinheiro,
le vainqueur du Cuisinier d'Or 2015



Le 2 mars 2015, Filipe Fonseca Pinheiro a remporté la finale du Cuisinier d'Or et gagné le trophée culinaire le plus convoité de Suisse. Les créations originales du chef de partie du restaurant de l'Hôtel de Ville à Crissier ont convaincu le prestigieux jury du concours sur toute la ligne.

Pour en savoir plus sur la finale du Cuisinier d'Or au Kursaal de Berne : www.cuisinierdor.ch

Partenaires



Cheffe à fleur de peau de café

Anne-Sophie Pic dévoile ses nouvelles créations subtilement sublimes au café. Fruit d'une rencontre avec Hippolyte Courty qui est parvenu à séduire cette amatrice de thé.

LAETITIA BONGARD

Le café servi dans des verres à pied, infusé chaud ou froid, dans une tasse en porcelaine, en grain à croquer. Le café, tour à tour ingrédient, condiment, épice, qui stimule et dérouté les papilles, sans les brusquer. Le café, nouveau terrain de jeu et d'évasion d'Anne-Sophie Pic. Voilà deux ans que sa route a croisé celle d'Hippolyte Courty, torréfacteur-importateur à Paris, fondateur de l'Arbre à Café. «Une vraie révélation», confie-t-elle. La cheffe triplement étoilée se revendique buveuse de thé; elle a dû apprendre à apprivoiser l'amerume du café. «Il offre une palette aromatique incroyable, un monde s'est ouvert à moi.»

Guidée dans ses recherches par ce professionnel passionné, ses nouvelles créations aux effluves caféïnées s'invitent à la carte de ses restaurants au Beau-Rivage Palace de Lausanne, à la Maison Pic de

Valence et à la Dame de Pic à Paris. Elle pousse la réflexion jusqu'à la boisson et le service qui l'accompagne.

L'infusion de café pour adoucir la puissance de son caractère

Anne-Sophie Pic recourt à l'infusion pour le rendre moins agressif. Pour aromatiser ses beurres, ses sauces. Elle sert l'huile Tarbouriech des étangs de Thau comme un Irish coffee. Il fait appel au café Bourbon Pointu, variété rare de La Réunion qui obtient toutes ses faveurs. Elle le relève par des épices (badiane, réglisse, cardamome noire), le marie au whisky Nikka black du Japon. Le café est versé comme une sauce dans l'assiette.

Le café qu'elle associe, par inspiration, au monde végétal qu'elle affectionne. A un crêmeux de topinambours, sa betterave plurielle, le céleri rave, les premières



Hippolyte Courty, torréfacteur et importateur, a initié la cheffe étoilée Anne-Sophie Pic à la richesse gustative du café. Images ginko-photo.com



L'art du café en infusion appliqué à la gastronomie.

asperges blanches du printemps. Elle l'aime aussi marié à la framboise, sa confiture est devenue un best-seller.

Hippolyte Courty et Anne-Sophie Pic l'ont promis: «Il y a du café partout, mais le café n'a pas toujours le goût de café.» Dubitatif, on finit par les croire. Le café des Monts Amaro d'Éthiopie, travaillé en espuma avec la betterave, parvient à se faire oublier dès la seconde bouchée. Anne-Sophie Pic aime aussi le café sous des formes moins immédiates, le grain vert, les feuilles ou la cascara, la peau de la cerise de café. Infusée, la cascara noire du Brésil désarçonne, tant les arômes d'hibiscus avoisinent ceux du thé.

Toujours discret lorsqu'il accompagne le bœuf du Simmental, fumé à froid au café Liberica de Sao Tome, actuellement à la carte de son restaurant à Lausanne. Ou lorsqu'il se présente sous forme de tour à moulin à café, Red Honey du Costa Rica saupoudrant la Saint-Jacques et la truffe blanche d'Alba, cuite à basse température dans l'enveloppe de la noix de coco, à la façon d'une cocotte-minute.

L'univers du café décliné en variétés, terroirs et producteurs

Choix minutieux des accords gustatifs, échange de savoir-faire. Hippolyte Courty puise sa compréhension du monde du café

dans celui du vin. Univers qu'il connaît bien étant donné ses antécédents d'agent de vigneron, critique gastronomique, guide œnologique. Il traite le café dans sa globalité, prend en considération la variété, les terroirs et les producteurs.

De la culture à l'utilisation en cuisine. Il revendique la richesse d'un monde méconnu, 800 à 1000

«Le café offre une palette aromatique incroyable, un monde s'est ouvert à moi.»

Anne-Sophie Pic

Cheffe étoilée

variétés. Dans sa boutique parisienne, il en propose une trentaine. «Un produit très complexe, davantage encore que le vin.» La possibilité de jouer à de multiples étages, celui de la fermentation, de la torréfaction, du mode de préparation.

L'Australie, les États-Unis, la Scandinavie, la Corée et le Japon ont lancé le mouvement. Aux États-Unis, la redécouverte du filtre Chemex suscite l'engouement à une large échelle. Face au retard de l'Europe occidentale, Hippolyte Courty et Anne-Sophie Pic proposent «de l'ancrer dans

notre culture, d'imaginer une approche française du café.»

En fin de repas, les arômes s'intensifient. Les accords café-fromage, café-bière, séduisent Anne-Sophie Pic, justement parce qu'ils ont en commun la fermentation. Le choix de la cheffe pour le Vacherin fribourgeois a donné du fil à retordre à Hippolyte Courty, plus familier au comté ou à la fourme d'Ambert. Il propose de dynamiser le croustillon aux notes d'aneth, estragon, cerfeuil par une graine de Libérica.

Le café en dessert paraît comme une évidence. L'île flottante interprétée par Anne-Sophie Pic gagne en puissance, le café Leon Cortés du Costa Rica s'associe en finesse à la bière incorporée aux blancs d'œufs. Pour l'accompagner, le choix se porte sur un Saké Kikka, «pour révéler un autre type d'accord» explique Hippolyte Courty, moins attendu qu'un expresso.

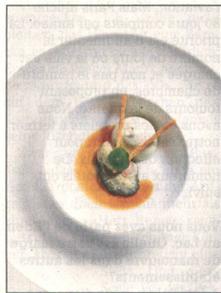
Dans sa nouvelle cuisine de Valence, son laboratoire gustatif, Anne-Sophie Pic poursuit ses explorations. Le cacao fait partie de ses champs de bataille culinaires. Le pain aussi. Elle tenterait même de le marier au café.

Les cafés d'Hippolyte Courty sont distribués au «Passer de vin» et chez «Gourmet Brothers», à Genève.

www.larbreaface.com
www.brp.ch



Betterave plurielle, café des Monts Amaro et épine vinette.



L'huile Tarbouriech comme un Irish coffee et topinambours.

Nommé à Mumbai pour favoriser le marché indien

Claudio Zemp sera responsable du marché indien de Suisse Tourisme (ST) dès le 1er mai, à Mumbai. Sa mission consistera à main-



Mara Truong

tenir le niveau de croissance des nuitées atteint ces années passées, soit +170% entre 2000 et 2014, écrit ST dans un communiqué. Claudio Zemp est actuellement responsable du Switzerland Convention & Incentive Bureau de ST à Londres. Il succède à Stephan Heuberger, nommé chef de projet management au siège ST à Zurich. lb

Les gens

Ski et gastronomie de printemps à Crans-Montana



Franck Raynaud chef (1 étoile Michelin, 17 points G & M) remet le couvert lors du deuxième Ski Safari Gourmet Experience de Crans-Montana. Le 4 avril prochain, il convie d'autres chefs de la station à cuisiner le long des pistes pour cet événement unique en son genre. Un nouveau venu au générique, Callum Tod, arrivé en fin d'année dernière, à Chetzeron, après un passage remarqué au C21 de Champéry. Les places disponibles restent limitées. aca

Voix sportives et officielles pour Lausanne 2020

Virginie Faivre, double championne du monde de half-pipe, faisait partie de la dizaine de personnes interrogées la semaine



dernière par le CIO en vue des Jeux olympiques de la jeunesse à Lausanne en 2020. Le ministre cantonal des sports Philippe Leuba, également présent lors de ce grand oral, a confié à «24 heures» avoir passé «une étape importante, avec le sentiment d'avoir réussi l'exercice». Le verdict tombera le 31 juillet à Kuala Lumpur. lb

Cours repos du guerrier pour l'étoilé

En quelques mois, David Sauvignet a pris du recul, quitté le Sapin, gagné sa première étoile et rejoint le Palafitte.

David Sauvignet, cuisinier timide et talentueux, n'arrête pas de faire parler de lui. L'Hôtel Palafitte de Neuchâtel vient d'annoncer qu'il sera son chef. En expliquant qu'il s'agit d'un retour aux sources puisqu'il officiait, il y a quelques années, au restaurant la Rotonde du Beau-Rivage Palace de Lausanne, les deux établissements étant propriétés de la fondation Sandoz. A cette époque-là, en 2008 il remporta à Paris, le prix Taittinger. Un communiqué du Palafitte précise aussi qu'il officiait au RoyAlp de Villars et au Sapin, de Charmey. Mais ne parle pas de son départ de l'hôtel grüerrien annoncé par l'établissement



Le restaurant «La table» de l'Hôtel Palafitte, à Neuchâtel. ldd

après l'obtention de l'étoile. Cela avait abouti à un changement d'orientation du restaurant gastronomique du Sapin reconverti en brasserie. Ni du départ du Palafitte de Frank Paget.

Au téléphone, Alessandra de Raemy, chargée de communication du Palafitte, confirme une

version de «La Gruyère»: le chef aurait donné sa démission avant l'obtention de l'étoile. «A ce moment, il avait envie d'autre chose, besoin de recul.» Il aurait par la suite rencontré Yves Chavaillaz, directeur du Palafitte, et débuté le 1er mars, jour de l'indépendance neuchâteloise. aca

Hôtellerie. Luxe. La Réserve exporte à Paris ses idées et ses clients suisses dans une bâtisse luxueuse et discrète voisine du palais de l'Élysée. Découverte d'une innovation axée sur le nombre élevé de suites et le service personnalisés à l'extrême.

Une Réserve pour attirer les Suisses

Depuis deux mois, le groupe de Michel Reybier, fondé à Genève, innove avec une résidence hors norme au cœur de Paris. Un modèle peut-être exportable, à Zurich.

ALEXANDRE CALDARA

Raouf Finan, vous êtes responsable des hôtels de Michel Reybier. Stratégiquement, pourquoi avez-vous ouvert l'Hôtel La Réserve Paris, à l'avenue Gabriel, il y a deux mois, vers quels marchés est-il orienté?

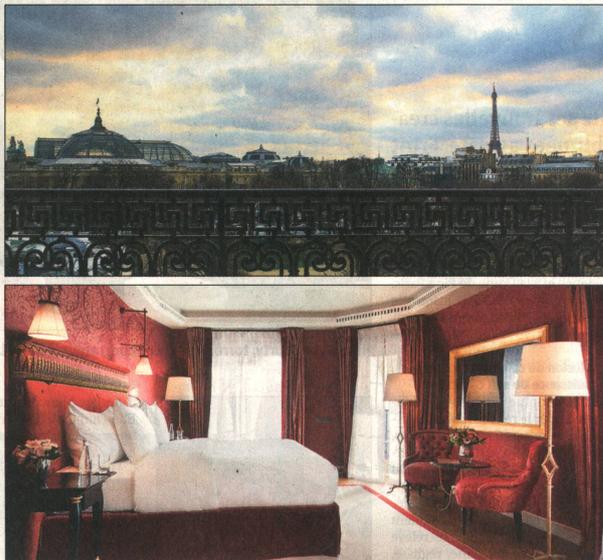
Nous sommes le premier groupe hôtelier suisse implanté en France. Notre établissement pionnier fut La Réserve Genève en 2003. Nous disposons d'une grande base de clientèle en Suisse, des membres du spa ou des clients de nos restaurants, mais pas forcément des résidents de La Réserve Genève Hotel and Spa. Nous sommes rendus compte que la clientèle suisse, à Paris, reste pour une grande part genevoise. Nous disposons aussi de la base de clientèle du groupe Victoria-Jungfrau que nous avons racheté au printemps 2014 et de ceux de Seiler AG, dont nous sommes un important actionnaire. Toutes ces synergies devraient nous permettre de développer le marché suisse dans la Ville lumière. Même si le marché du haut de gamme à Paris se profile clairement sur la clientèle nord-américaine, puis sud-américaine et moyen-orientale.

Comme à Ramatuelle, dans le Var, vous misez sur la complémentarité résidence et hôtel, dans quel but?

En effet, nous avons commencé avec ce modèle à Ramatuelle. A Paris, notre résidence d'appartements haut standing, à l'avenue du Trocadéro, se situe dans un immeuble trop petit pour envisager des développements. Nous avons cherché un nouvel immeuble pendant



L'entrée discrète, la vue imprenable sur la ville et une des suites de la Réserve Paris.



Images G. Gardette/La Réserve Paris

environ huit ans, nous sommes arrivés, à l'avenue Gabriel, il y a 4 ans. Il a fallu attendre une année et demi pour obtenir un permis de construire. Puis nous sommes passés à la réalisation des travaux, pendant deux ans. Aujourd'hui, à Paris, nous sommes les seuls sur le marché à pouvoir offrir une résidence haute de gamme complète.

Tous les établissements de La Réserve se caractérisent par leur singularité. Quelle est la spécificité de ce nouveau produit?

Il n'y a pas de cannibalisation entre le marché des appartements et celui de l'hôtel. Au contraire, il permet à la clientèle de nos appartements de bénéficier par exemple de la cuisine d'un grand chef à domicile. Notre établissement s'adresse principalement à une clientèle de suites en proposant 40% des surfaces pour les lieux de vie contre 60% dédiés uniquement pour notre clientèle: les chambres, la bibliothèque et un espace fumeur.

«A Paris, nous offrons en exclusivité une résidence haut de gamme complète.»

Raouf Finan
Resp. des hôtels Michel Reybier

Ce type de concept La Réserve Hôtel Paris peut-il se développer en Suisse?

Cela dépend des marchés. Cela ne peut se penser que dans des villes avec une grande capacité d'accueil, donc à Zurich, éventuellement à Genève. A travers Victoria-Jungfrau Collection, nous sommes propriétaires au travers d'Aevis, de l'Eden au Lac de Zurich. Cet hôtel a besoin d'être rénové, nous réfléchissons à la restructurer. Une des pistes envisagées serait d'augmenter le nombre de suites. Mais rien n'a été décidé.

Le conseiller national Carlo Sommaruga déclarait dans «Le Temps»: «La Genève internationale dépasse les frontières cantonales et il est bon que d'autres villes puissent en profiter. Je m'interroge toutefois sur les capacités hôtelières de Genève». Qu'en pensez-vous?

Nous sommes en surcapacité. Genève dispose de 16 cinq étoiles pour 35 000 habitants.

La ville affiche trois jours complets pendant les journées presse du Salon de l'Auto et réalise de très bons taux d'occupation durant le Salon de la haute horlogerie et celui de l'aviation. Mais Paris affiche 80 jours complets par année. La priorité est d'augmenter le nombre de jours où la ville est chargée et non pas le nombre de chambres, en proposant toujours de la qualité. Nous avons été les premiers à fermer notre établissement pour effectuer des travaux. De nombreux autres hôtels ont suivi.

Vous nous avez parlé de l'Eden au Lac. Quelle est votre marge de manœuvre dans les autres établissements?

A Interlaken, nous disposons aussi de la propriété en propre. Il s'agit d'un hôtel historique et d'un très grand objet, avec un marché qui se porte assez bien. A Interlaken, on assiste ces dernières années à un retour de la clientèle individuelle, mais le marché des congrès et des

conférences doit être relancé. On pourrait imaginer séparer l'hôtel, en deux bâtiments très distincts, avec la clientèle individuelle à gauche et les conférences, à droite. A Genève, nous avons commencé à développer un grand spa en partenariat avec Nescens, en collaboration avec le centre de prévention du vieillissement basé à la clinique Genolier, également avec nos produits. A Interlaken, nous pourrions aller encore beaucoup plus loin, avec un projet de spa de 5000 mètres carrés autour de cette philosophie better-aging.

La situation semble différente au Palace, à Lucerne et au Bellevue, à Berne ou vous n'êtes pas propriétaire...

Oui, à Lucerne nous discutons avec le Crédit Suisse, propriétaire de l'établissement. Nous sommes d'avis que son modèle économique n'est pas tenable, comme à Davos et à Montreux. A Berne, le dialogue avec la Confédération, propriétaire de l'hôtel se passe bien. Cet hôtel reste la carte de visite d'un Etat. Nous devons prendre tout cela en compte. Par exemple, nous travaillons avec Gregor Zimmermann, chef de cuisine de la Suisse, pour repenser une nouvelle offre de restauration.

Dans le secteur économique Michel Reybier a considérablement réduit ses parts dans Mama Shelter au profit du groupe Accor. Avez-vous d'autres projets dans ce secteur?

Absolument, nous voulons rester dans la course de cette jeune hôtellerie révolutionnaire, aux côtés d'Ace, de Citizen M ou de Mobile de Marriott. Nous développons la chaîne hôtelière MOB, en partenariat, comme au début de Mama Shelter, avec le philosophe et entrepreneur Cyril Aouizerate et Steve Case, ex-CEO d'AOL, pionnier dans l'industrie des mass medias aux Etats-Unis. Nous allons démarer deux projets, l'un à Saint-Ouen, Paris, l'autre à Lyon et restons en phase de projet à Washington.

Le groupe La Réserve ne souhaite pas mettre en avant les personnes. Raison pour laquelle nous ne publions pas la photographie et le bio de Raouf Finan.

Des tonnes de marbre en une «cachette secrète»

Le 42, rue Gabriel ou quand La Réserve se donne les moyens de tout vider pour inventer un lieu extravagant. Elle veut aussi donner au client un sentiment unique.

ALEXANDRE CALDARA



De nouveaux aménagements conçus par Jacques Garcia.

Une porte presque dérobée, dont seule la couleur carmin et les lettres «La Réserve», comme gravées, peuvent intriguer, à deux pas du palais de l'Élysée, rien d'ostentatoire à l'entrée. Au 42, rue Gabriel, dans le huitième arrondissement, on veut cultiver «une cachette secrète», tel que l'exprime dans des documents de présentation son nouveau propriétaire Michel Reybier. «Une maison bourgeoise très particulière. Où l'on n'éprouve plus le besoin d'être vu, mais plutôt le besoin de s'y retrouver», dira son directeur général Frédéric Picard. On y verra tout de même l'actrice exigeante et mondaine Arielle Dombasles. Dans un immeuble qui passa entre les mains

du duc de Morny, puis qui abrita les activités financières du couturier Pierre Cardin.

Le bâtiment fut entièrement vidé par le nouveau propriétaire pour y réaliser de nouveaux espaces avec la complicité du célèbre designer Parisien Jacques Garcia, complice notamment des frères Costes. Résultat des chiffres mirobolants: deux ans de travail pour 120 artisans de 38 entreprises; 250 tonnes de marbre; 600 mètres de tissus pour les tentures, rideaux et voilages, tout cela pour un établissement de 26 suites, dont deux présidentielles, et 14 chambres.

A notre arrivée, pas question d'un accueil à la réception, l'hôtel doit se sentir individu. Ornella

nous accompagne dans une suite où se fait le check-in. Elle explique avec calme et douceur les prouesses technologiques où à l'aide d'un écran tactile vous commandez une télévision dans un miroir et le bar se décline en de multiples tiroirs refermant nombre de boissons non alcoolisés, gracieusement mises à disposition. Les liqueurs rares elles languissent dans des jarres et n'échapperont pas à la douleur d'un règlement. Le lendemain matin, légèrement embué quand vous recherchez les 16 mètres de piscine de pierre dissimulés au rez-de-chaussée Ornella vous guidera au seul ascenseur qui y donne accès. C'est à elle encore, provoquant sa surprise,

que vous pourrez confier la délicatesse unique d'une tempura à la patate douce, confectionnée par Jérôme Banctel, au Restaurant Gabriel. Au spa, le massage d'As-trid considère même les oreilles. Donc le détail d'un service personnalisé à l'extrême fonctionne.

A l'inverse, la puissance tapisserie du cuir de Cordoue, les vins des domaines de Michel Reybier, la bibliothèque très privée, composée de livres pas si précieux que cela, pourraient signifier que la notion d'intimité et de goût personnel ne pourra jamais se vendre ou se négocier.

htr hotel revue a été invité à un voyage de presse, à Paris, par le groupe La Réserve.

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

hotelfocus2015
protel

Die Grandhotellerie in der Schweiz

Es steht wie kein zweites Haus für eine Luxushotellerie, die sich immer wieder angepasst hat, ohne angepasst zu sein. Das Grandhotel Victoria-Jungfrau wird 150 Jahre alt.

ALEX GERTSCHEN



Aus zwei Häusern ist eine Legende geworden: Im Jahr 1865 öffneten am Höheweg in Interlaken die Grandhotels Victoria (links) und Jungfrau ihre Türen.

ZVG

Besuch bei der alten Dame

Es bedarf keiner Aufforderung. Die Schritte werden gemessen, die Gesten zurückhaltender, die Worte gewählter, die Stimme gedämpfter. Unweigerlich. Die alte Dame gebietet es jedem, der sich ihr annähert. Und jeder, die auf ihren stillen Fluren wandelt, ihre grosszügigen Säle bestaunt oder im Salon Rouge Platz nimmt.

Es sei die Luft, sagt Raffaele Esposito. Eine gewisse Feierlichkeit und Erhabenheit liegt für wahr in der Luft. Woher dies wohl kommt? Sicher von der Schönheit der Dame. Sie ist «schön gealtert», darf man wohl sagen. Das heisst auch, dass ihr das Alter anzusehen ist. Aber im positiven Sinne. Sie wurde offensichtlich in einer früheren Zeit geboren und gehört doch ganz und gar auch in die heutige.

Zeitlos schön ist sie also nicht. Kann sie nicht sein. Schönheit ist zeitgebunden, wird stets auf Neue ent- und verworfen. Davon kann die Dame, die übrigens auf den Doppelnamen «Victoria-Jungfrau» hört, ein Lied singen!

Das Haus der schöne Körper, das Personal die Seele

In den Fünfzigerjahren des letzten Jahrhunderts verschwanden die Wandstuckaturen des Prachtsaals im Ostrakt hinter dunklem Täfer. Eine neue, tief eingezogene Decke sperrte die Bogen der hohen Fenster in dunkle Abgeschiedenheit. Aus dem märchenhaften Jungfrau-Festsaal wurde die biedere Jungfrau-Stube. Nachkriegschampf statt Belle-Epoque-Tanz. Erst in den Neunzigerjahren sollte der Festsaal von seinem braunen Holzkleid befreit und als Brasserie wachgeküsst werden.

Die alte Dame hatte eben nicht nur gute Zeiten. Raffaele Esposito erinnert sich lebhaft an die späten

Siebzigerjahre, als er sich in ihre Dienste stellte. «Die ersten Wochen weigerte ich mich, die Koffer auszupacken. Ich wollte nicht bleiben, das Haus war eine Baracke, es gefiel mir nicht!» Natürlich: Er war ein junger Mann, noch keine zwanzig, und das «VJ», wie es auf dem Bödeli zwischen den Seen gerufen wird, schon damals keine Jugendblüte mehr.

Zwar sagt man (stets auf Englisch) «das VJ». Es ist ja auch ein Hotel. Trotzdem irritiert der Artikel, ist es doch weitaus mehr als eine Sache. «Herr Berger sagte stets: Das VJ ist ein schöner Körper. Aber ein Körper braucht eine Seele. Und diese Seele ist das Personal.» Raffaele Esposito erwähnt oft den Namen des legendären Direktors, der mit seiner Frau während drei Jahrzehnten das Haus führte. Oder, um im Bild zu bleiben: es ein langes

«Ich wollte nicht bleiben, das Haus war eine Baracke, es gefiel mir nicht!»

Raffaele Esposito
Maitre d'Hotel, Rest. La Terrasse

Stück Lebensweg begleitete. Esposito ist mittlerweile selber ein ergrauter Herr. Er wirkt gepflegt, stolz, zufrieden. Auch wenn er, der gebürtige Südtalener, einst wegen einer anderen Dame aufs Bödeli gekommen war: Längst ist ihm (auch) das «VJ» eine grosse Liebe. Jeden Tag will er es sehen, auch an den freien. «Nur einmal draussen vorbeigehen, es anschauen, dann ist gut. Dann bin ich zufrieden.» Weit zurück liegt sie, die schwierige Anfangszeit.

Eine weitverzweigte Familie mit vielen rüstigen Senioren
Ohnehin: Wer ist schon sein Leben lang in Topform? Durchhänger sind menschlich. Und die alte Dame ist äusserst menschlich. Selbst Nachwuchs hat sie. «Es ist für mich wie ein Baby», sagt Esposito. Er meint das Restaurant La Terrasse, dessen Maitre d'Hotel er heute ist. Seit 1977 hat er in keiner anderen Ecke des Hauses gearbeitet. Geschweige denn ausserhalb. Mittlerweile ist das Kleine erwachsen geworden, zählt es 15 Gault-Millau-Punkte. «Viel Aufbauarbeit» sei nötig gewesen, sagt Esposito. Selbstverständlich treffe ich ihn im «La Terrasse» für das Gespräch. Am Tisch sitzt auch Direktor Urs Grimm, der durchs Haus führt.



Kein Tag ohne Blick aufs «VJ»: Raffaele Esposito. Bijana Mitrovic



Seit letztem Jahr auf den Chefesseln: Urs Grimm und Yasmin Cachemaille Grimm. Bijana Mitrovic

Denn die Familie der Grandhotels ist gross! Allein in der Schweiz zählte das «VJ» gegen 150 Geschwister, die wie es aus der zweiten Hälfte des 19. oder aus dem frühen 20. Jahrhundert stammten. Weit mehr als die Hälfte sind gestorben (vgl. dazu die Seite 13).

Eine besondere Schwester sieht Urs Grimm im «Montreux Palace». Beide Häuser seien punkto Grösse und Gästevielfalt wohl einmalig in der hiesigen Grandhotellerie. Das sei neben der Geschich-

«Anfangs wollten die Gäste sehen und gesehen werden. Heute ist es umgekehrt.»

Urs Grimm
Direktor

ken kam, hatte er im «Waldhaus» in Flims und im «Bellevue Palace» in Bern gearbeitet.

Auch eine Menge Cousins hat die alte Dame, in der Schweiz zum Beispiel Patek Philippe oder Tissot, im Ausland Louis Vuitton oder Cartier. Sie gehören derselben Generation von Unternehmern an, die um die Mitte des 19. Jahrhunderts geboren wurden, um das wachsende Bedürfnis nach Luxusgütern zu bedienen.

Wie später in Nordamerika und heute in China, Indien oder Brasilien bildete sich in Europa eine kapitalistische Gesellschaft aus, deren Aufstiegs- und Gewinnstreben ungeheure Kräfte freisetzte und einen nie dagewesenen Wohlstand schuf. Und dieser wollte konsumiert werden. Denn nicht zuletzt im Konsum zeigte sich, wer zu den Habenden und wer zu den Habenichtsen zählte.

Zwei, die dies erkannten, waren Friedrich Seiler-Schneider (1808-1883) und Eduard Ruchti (1834-1902). Beide stammten vom Bödeli, beide waren sie Vollblutunternehmer. Und beider Väter

Fortsetzung auf Seite 12

Jubiläum und Prachtsexemplar der Grandhotellerie

Das 150-jährige Jubiläum des «Victoria-Jungfrau» ist Anlass für diesen «fokus» über die Grandhotellerie in der Schweiz. Wer genau zu dieser gehört, ist **Ansichtssache** – «Grandhotel» ist weder ein geschützter noch eindeutig definierter Begriff.

Klar ist hingegen, dass das «VJ» ein exemplarisches Grandhotel ist – auch insofern, als es enormer Investitionen bedarf. Ein **Blick in seine Zukunft** erlaubt das Interview mit Raouf Finan, dem Vertreter der neuen Mehrheitsaktionäre, der Victoria-Jungfrau-Collection, im «cahier français» auf Seite 10. axg

Auch im Stillstand leicht hochtrabend: Gäste des «VJ» an der vorletzten Jahrhundertwende.



ZVG



Einstrennte, heute verbindet die Viktoriastrasse die Häuser Victoria und Jungfrau (oben). – Bewahrte und neu entdeckte Schönheiten: Jungfrau-Brasserie (oben rechts), Salon Rouge (rechts), Salon Rouge (rechts) und Lichthof (ganz rechts).

Die 1881/82 gebaute Salle de Versailles fasst bis zu 400 Personen. Bilder: Biljana Mitrovic/zvg



Fortsetzung von Seite 11

führten je eine eigene Fremdenpension.

Den Söhnen stand der Sinn nach Grösserem. Sie bauten 1864/65 am Höweg, einen Steinwurf voneinander entfernt, zwei Grandhotels. Den Anspruch bezuehten auch die Namen. Seiler wählte die «Jungfrau», die bereits damals ein bekannter und mythischer Berg war und deren majestätische Erscheinung von den Hotelbalkonen aus zu sehen war. Ruchti benannte sein Hotel nach jener Frau, deren Weltruhm im 19. Jahrhundert unangefochten war: Queen Victoria. Schliesslich stammte auch der grösste Teil der Klientele aus dem Vereinigten Königreich, dem Kraftwerk der sich formierenden Weltwirtschaft.

In jenen Jahrzehnten entstand die Alte Welt, wie wir sie heute noch in Urmissen kennen und erleben können, durch Zeitszeugen wie das «VJ». Natürlich weiss auch Direktor Urs Grimm: Als alte Dame bezeichnet zu werden, ist bei aller zugestandenen Eleganz und Würde nicht unproblematisch. «Sie ist zugleich jung!», betont er deshalb, und Raffaele Esposito nickt lächelnd. Tatsächlich ist auch dieses Sinnbild nicht ohne Widerspruch. Und dennoch: Die Gäste aus der Neuen Welt und die Asiaten, deren Volkswirtschaften gleichsam jugendliche Wachstumsschübe erleben, besuchen die alte Dame letztlich deshalb, weil sie für Geschichte, Kultur und Luxus des Alten Kontinents steht.

Und sie kommen zahlreicher denn je. Die USA und die arabischen Golfstaaten sind mit je gut 11 Prozent Gästeanteil nach der Schweiz die wichtigsten Quellmärkte. Der Anteil der Chinesen hat sich im letzten Jahrzehnt von 0,3 auf 6,1, jener der Inder von 1,0 auf 5,1 Prozent erhöht. Es ist dieselbe Kundschaft, die auch die Cousins aus der Uhren- und Modedesignindustrie im Seniorenalter bei bester Gesundheit hält. – So viel zur Familie der alten Dame.

In den Achtzigerjahren wurde die erste Zimmerheizung installiert

Hans-Rudolf Siegrist ist nicht der Mann, der das «VJ» als Dame auffassen würde. Spricht er von Körpern, dann von Heizkörpern. Siegrist ist der Leiter des hoteligen Technischen Dienstes. Wie Raffaele Esposito lernte er das Haus in den späten Siebzigerjahren kennen. «Unsere Firma führte oft Umbauarbeiten durch, HLKS.» Und wer sich damals im «VJ» mit Heizung, Lüftung, Klimatechnik



Bel-Air Junior Suite im Wellness- und Spa-Trakt.



Deluxe Junior Suite im Hauptgebäude.

und Sanitäranlagen auseinanderzusetzen, blieb der Mund nicht aus Ehrfurcht offen. Nur die öffentlichen Räume im Erdgeschoss konnten geheizt werden, mit Kohle. «Es war ein Sommerbetrieb. Im Herbst wurden die Fenster mit Brettern vernagelt», erinnert sich Siegrist. Ab den frühen Achtzigerjahren, als für die Zimmer im ersten Stock des «Victoria»-Gebäudes eine Ölheizung installiert wurde, führte das Hotel die Wintersonne ein, zehn Jahre später mit der Eröffnung des Wellness- und Spa-Bereichs den ununterbrochenen Ganzjahresbetrieb.

Das Team von Siegrist zählt eine Innendekorateurin, einen Kongresstechniker, zwei Elektriker, zwei Heizungs- und Sanitärspezialisten, zwei Schreiner, drei Maler und drei Gärtner. «Vor einigen Jahren hat man geprüft, ob diese Aufgaben ausgelagert werden sollten. Aber es hätte sich nicht gerechnet», sagt Urs Grimm. «Unsere Leute kennen das Haus in- und auswendig und brauchen nicht, wie Externe, vor jedem Problemfall eine Einführung.»

Als Luxus will er das stattliche Personalaufgebot deshalb nicht verstanden wissen. Der einzige

Luxus, den sich das Haus leisten, sei der Rolls-Royce. «Der ist sehr teuer.» Auch den Unterhalt der Nobelkarosse besorgen die Alleskönner vom Technischen Dienst.

Wortreich, aber ohne grosse Worte führt Siegrist durch seine Abteilung. Zum vornehmen Understatement, das sich eines Luxushotels geziemt, muss sich der bodenständige Berner Oberländer nicht zwingen. Nur zweimal bringt leichte Begeisterung sein grundruhiges Gemüt in Bewegung. «Feudal» sei die Lage der Werkstatt. «Andererseits arbeiten Kollegen irgendwo im Keller.» Der Technische Dienst ist im Erdgeschoss auf der Rückseite des Hotels untergebracht, grosse Fenster lassen nicht nur viel Licht herein, sondern auch die Blicke von Gästen und Passanten, die via Viktoriastrasse in den Garten oder zur nahen Aare gehen.

Tatsächlich trennt eine Strasse die zwei Hotels, die am Ende des 19. Jahrhunderts fusioniert, aber nur durch eine gedeckte Passerelle

verbunden wurden. Mit dem Umbau von 1992 wurde dieser Abschnitt der Viktoriastrasse fest ins Hotel integriert. Seither spazieren gerade ältere Einheimische auf dem Weg zum Fluss halt durch die Lobby, erzählt Bettina Zürcher, die Urs Grimm beim Rundgang assistiert.

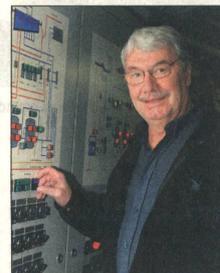
Wie jedes Grandhotel ist das «VJ» ein Mikrokosmos, in dem die Rollen vor und hinter den Kulissen klar definiert sind. Aber hier ist die Kulisse durchlässiger als andernorts, zumindest optisch. Das Hotelareal ist weder umzäunt noch sonst wie brachial von seiner Umwelt getrennt. Diskrete Grenzen stören weniger. Und sind deswegen vielleicht besonders wirkungsvoll.

Das zentrale Gebäudeleitsystem bringt Hans-Rudolf Siegrists Augen ein weiteres Mal zum Leuchten. Auf einem Computerbildschirm zeigt er, wie effizient die Energienutzung des Hauses geworden ist. Die Zeiten der Kohle sind längst und jene des Öls demnächst vorbei. «Den Ölkant haben wir nur noch zur Sicherheit. Wir heizen das ganze Haus mit Fernwärme aus Holzschneitlen, und seit drei Jahren heizen wir einen Grossteil des Wassers mittels Wärmerückgewinnung.» Damit würden pro Jahr gut 40 000 Franken gespart und pro Tag bis zu 3000 Liter Öl. Zur Energieeffizienz trage auch die massive Baustoffsubstanz bei: «Dank den dicken Grundmauern habe ich jeweils zwei Tage Zeit, bevor ich auf einen Temperaturumschwung reagieren muss. Wird es heiss, muss ich nicht sofort kühlen. Wird es kalt, muss ich nicht sofort heizen.»

Der historische Bau ist laut Siegrist auch ein Grund dafür, dass sein Team nicht noch mehr

Arbeit hat. «Heute wird ja gar nicht mehr richtig gebaut und gemauert. Die alten Wände hingegen sind so massiv, dass sie halten.» Das gelte übrigens auch für das Mobiliar.

Abschied von der Hinterbühne, Betreten der Hauptbühne: «Zu Beginn kamen die Leute ins Grandhotel, um zu se-



Der Chef vom (Technischen) Dienst: Hans-Rudolf Siegrist.

hen und gesehen zu werden. Die Männer schlossen hier ihre Geschäfte ab», sagt Urs Grimm.

Deswegen seien zahlreiche und grosszügige öffentliche Räume gebaut worden. Die Zimmer dagegen seien klein gewesen. Für heutige Verhältnisse viel zu klein. «Mittlerweile suchen die Gäste gerade das Gegenteil. Sie wollen sich zurückziehen, allein sein können.» 500 Zimmer zählte das Haus ursprünglich. Heute sind es noch 224, und auch unter diesen finden sich welche, die gerade Gästen aus Übersee eng erscheinen müssen. Die Kehrsseite der historischen Authentizität. Wer Geschichte ernst nimmt, ist bereit sich einzuschränken.

Oder er baut an. Ein Grund, weshalb das «VJ» seine Attraktivität über die Zeit gerettet hat, war das umliegende Bauland. Auf diesem wurde zu Beginn der Neunzigerjahre der international wegweisende Nass- und Spa-Bereich errichtet. Oder die Suiten für Wellnessgäste. Oder der grosse Kongressraum. Ohne diesen würde der riesige Versailles-Saal nur daran erinnern, dass ein denkmalgeschützter Raum aus dem 19. Jahrhundert fürs heutige Kongress- und Seminargeschäft gänzlich ungeeignet ist. So aber ist er laut Bettina Zürcher die perfekte Ergänzung: tagsüber erwartet die Gäste im nüchternen Kongressraum die Pflicht, abends im Prunksaal das Vergnügen, bei einem Abendessen oder gar einem Ball.

Die Dame ist so alt geworden, weil sie den gesellschaftlichen

Wandel nicht ignoriert hat. Jedenfalls nicht zu lange. «Vergiss die Krawatte, vergiss den Anzug. Wir brauchen Umsatz!» Das habe Direktor Emanuel Berger den Kadermitarbeitern gesagt, um sie von einer Lockerung des Dresscodes zu überzeugen, erinnert sich Raffaele Esposito.

Das war in den frühen Neunzigerjahren. Bis dahin mussten Buben ab elf Jahren Anzug und Papillon tragen, wollten sie das Restaurant La Terrasse betreten. «In einem Schrank haben wir heute noch einige Krawatten und Anzüge, die wir Gästen anbieten, die nicht richtig gekleidet waren.» Auch unter gewissen Gästen habe sich Unmut geregt. «Es war ein Kampf!», sagt Esposito. Erst mit jenen, die sich nicht an die Kleidungsregeln halten wollten. Dann mit jenen, die sich nach ihnen zurücksehnten.

Kein Pinot Noir, wenn der Tisch-nachbar einen Rothschild trinkt

Der Unwille zu Konventionen hat seither noch zugenommen. Und der Hotelaufenthalt als gemeinsames Erlebnis ist weiter erodiert. «Früher achteten die Gäste darauf, was am Nachbarstisch gegessen und getrunken wurde. Wenn die anderen einen Rothschild bestellten, konnte man selbst keinen Pinot Noir nehmen!» Das sei heute völlig anders, sagt Esposito. Er will es nicht bejahen, und stellt trotzdem fest, dass die Gäste im Durchschnitt weniger ausgeben als früher. Auch, weil sie weniger lange sitzen blieben. Das Apéro vor dem Abendessen, der Digestif und die Zigarre danach, dafür habe man sich einst häufiger die Zeit genommen.

Sind wir noch zeitgemäss? Diese schmerzliche Frage muss in jedem historischen Grandhotel gestellt werden. Dass Anna Lang sie bejaht, überrascht zunächst nicht. Die 20-jährige Stadtbernerin ist im «VJ» im dritten KV-Lehrjahr. Interessant ist ihre Begründung: «Ein Grandhotel hat einfach mehr, wofür man ein Herz entwickeln kann.» Das habe viel mit der Geschichte zu tun. Aber zum Beispiel auch mit gewissen Formen und Formlichkeiten. «Sie sind speziell, weil sie nicht alljährlich sind. Das gefällt mir.» Wo sie nach dem nahenden Ende ihrer Ausbildung arbeiten wird, weiss Lang noch nicht. Fest steht für sie aber, dass sie in der Grandhotellerie bleiben will. Wie Raffaele Esposito hat auch die Luft gemittelt, die aus dem «VJ» auch mit 150 Jahren eine verführerische alte Dame macht.

«Ein Grandhotel hat einfach mehr, wofür man ein Herz entwickeln kann.»

Anna Lang
KV-Lernende im 3. Lehrjahr



Anna Lang

Dolder, Kameha und Regina in Grindelwald wollen die Tradition der Grandhotellerie modern fortführen. Dafür spielen sie bewusst mit einem englischen «Grand».

GUDRUN SCHLENCEK

Das neue «Grand» verabschiedet sich von seinen französischen Wurzeln. Beim Schritt in die Moderne wandelt sich das Präfix Grand gern in ein Suffix, wird also dem Namen des Hauses nachgestellt – und englisch ausgesprochen. Nicht nur um so vielleicht leichter internationale Kundschaft zu erreichen. Beim The Dolder Grand in Zürich (bis 2004 Dolder Grand Hotel) repräsentiere der Anglizismus insbesondere eine moderne Positionierung, erläutert Managing Director Mark Jacob in Zürich. So könne man sich von der traditionellen Grandhotel-Kultur unterscheiden, welche von französischen Bezeichnungen durchdrungen ist. Jacob: «Den Namenswechsel haben wir ganz bewusst vollzogen.»



Wenn wie geplant Ende 2017 das «Grand Regina» in Grindelwald eröffnet, soll es noch mehr Grandezza versprühen als ursprünglich – inklusive Krone auf dem Dach. 2/3

Von Grandhotel-Klassikern muss man sich verabschieden

Der Tradition kehre man dabei mitnichten den Rücken, wolle diese aber neu interpretieren. «Von ein paar Grandhotel-Klassikern muss man sich verabschieden.» Kein Dresscode für Gäste im Restaurant, selbst die Mitarbeiter tragen keine Krawatte. Die Verbindung zur Moderne zeigt bereits der Bau eindrucksvoll – eine Symbiose aus klassischem Grandhotel und weitläufigem Erweiterungsbau. Und dass dieser aus der Hand eines englischen Architekten stammt, ist wohl kein Zufall. «Diese Dualität ist unsere Identität», betont Jacob.

Den Charme des «The Dolder Grand» mache aber klar das historische Haupthaus aus. «Die Geschichte, der Mythos eines Hauses wirkt auf Gäste sehr anziehend», meint Jacob und ist überzeugt: «Der Zusatz «Grand» unterstützt die Neupositionierung.» Der Zusatz stehe für die Grosszügigkeit, welches das «Dolder» als einziges Resort-Hotel der Stadt biete – und natürlich für den besonderen Service.

Ein «Grand» ganz ohne Historie ist das neue «Kameha Grand Zürich» (siehe Artikel auf Seite 20).

«Grand» neu interpretiert

Auch wenn «Grand» bei Kameha ganz klar englisch ausgesprochen werde, wie Carsten K. Rath, CEO des Betreibers Kameha Hotels & Resorts, betont, knüpfe man gleichwohl an den Mythos der Grandhotels an. Waren es Orte zum Leben und Sein, so will sich auch Rath mit Erlebnis positionieren. «Mit unserer Hotelgastronomie stehen wir in Konkurrenz zum Theater, zur Oper. Es geht nicht nur noch ums Essen, sondern vor allem darum, wie ich den Abend verbringe.»

Allerdings sei im neuen «Grand» Ungezwungenheit und nicht Etikette das Mass der Dinge.



«Der Zusatz «Grand» unterstützte die Neupositionierung.»

Mark Jacob
CEO The Dolder Grand Zürich

Während beim Grandhotel Stil gefragt ist, stehe das «englische» Grand für Grösse und Opulenz. Das Design des neuen Kameha spricht hier für sich. «Wir interpretieren das Grandhotel neu.» Die englische Bezeichnung verleihe den Freispaz, Neues ausprobieren zu können.

«Grand» gibt die Messlatte vor

Für die Positionierung erachtet Rath – so wie Mark Jacob – das «Grand» als essenziell: «Es stellt die Verhältnismässigkeit dar. Der Gast weiss, was er erwarten kann.»

Englisch spricht auch Andreas Binkert, CEO Regina Holding AG, das «Grand» des von seiner Hol-

ding in Grindelwald geplanten «Alpine Resort Grand Regina» aus. Vor allem, weil in den anvisierten Zielmärkten Nord-/Nordwesteuropa die englische Bezeichnung den Kunden geläufiger ist. Ansonsten soll mit dem neuen «Grand» aber klassische Grandhotel-Kultur im inzwischen geschlossenen, ehemaligen Grand Hotel Regina wieder aufleben. Bautlich will die operierende Nüesch Development AG aus Zürich sogar noch weiter gehen als zu Grandhotel-Zeiten. «Wir restaurieren das Hotel Regina nach alten Originalplänen im Fin-de-siècle-Stil.» Das Regina erhält eine – wie



«Das «Grand» transportiert die «Grandezza» besser als fünf Sterne.»

Andreas Binkert
CEO Regina Holding AG

in den Plänen ursprünglich vorgesehene aber nicht realisierte – Krone auf dem Dach sowie eine Luxussuite im Dachgeschoss mit einem Dachbalkon, der Rundumsicht bietet. Die Eröffnung ist für Ende 2017 geplant. In die gesamte Anlage aus Hotel, Private-Spa-Suiten, Wellness-Oase und Streusiedlung aus fünf Chalets mit Apartments zum Verkauf werden 150 Mio. Franken investiert.

Der neue Grandhotel-Gast logiert in der Ferienwohnung

Geführt werden soll das Resort wie ein typisches Grandhotel, Concierge inklusive. Nur, dass

sich dieser im neuen «Grand Regina» nicht ausschliesslich um Hotelgäste, sondern ebenso um jene in den 56 verkauften Apartments kümmert. Die Besitzer der Chaletwohnungen werden bei Ankunft wie ein Grandhotel-Gast vom Concierge in Empfang genommen und erhalten persönlichen Stammgast-Service. «Die Besitzer kaufen keine Wohnung, sondern ein Zuhause. So wie das Grand Hotel auch immer ein zweites Zuhause für seine Gäste war.»

Auf eine Sterneklassifizierung verzichten sowohl Binkert als auch Rath. Das «Grand» transportiere die «Grandezza» besser als fünf Sterne, ist der CEO der Regina Holding überzeugt: Die Bezeichnung sei noch nicht so abgenutzt wie eine Sternekategorie.

Falls das «Grand» sich als so treffender Zusatzbrand erweist, wie es «Dolder», «Kameha» und «Regina» erleben, könnte ein inflationärer Gebrauch jedoch nur noch eine Frage der Zeit sein.

«Natürlich spreche ich «grand» französisch aus!»

Corinna Kretschmar-Joehnk hat in Europa und Nordamerika Dutzende Hotels und Restaurants gestaltet. Die Mitinhaberin des Hamburger Ateliers «JOI-Design» über heutige Grandhotels und gestrige Luxusvorstellungen.

ALEX GERTSCHEN

Corinna Kretschmar-Joehnk, wie sprechen Sie «grand» aus: französisch oder englisch? Französisch natürlich! Das klassische Grandhotel ist europäisch, und auch wenn ich César Ritz nicht die Erfindung des Grandhotels im Allgemeinen zusprechen will, so steht er als frankophiler Schweizer mit seinem Namen doch für das,

was wir heute unter einem Grandhotel verstehen.

Ist das Grandhotel als Begriff und Konzept noch zeitgemäss, oder sind es etwa eher ein «Dolder Grand» und das neue «Kameha Grand» in Zürich?

Die Frage wäre eigentlich so zu verstehen, ob «Grandhotel» einen bestimmten Designstil beschreibt oder Hoteltyp. Auch wenn sich das «Dolder Grand» vom Designstil nicht mehr den alten Grandhotels zurechnen lässt, ist es für mich unbedingt eines, und zwar eines der Besten! Beim «Kameha Grand» bin ich noch etwas im Zweifel, ob es sich tatsächlich um ein Grandhotel handelt oder nur um ein luxuriöses Designhotel. Der Begriff des Grandhotels wird insofern überstrapaziert, als er als Marketingbegriff für Produkte benutzt wird, die dem

Anspruch aus meiner Sicht nicht immer genügen. Als Konzept finde ich das Grandhotel absolut zeitgemäss und sehr elitär und damit auch nur für eine kleine Gruppe von Menschen zugänglich.

Was verbinden Sie mit einem Grandhotel – zumal einem in der Schweiz?

Es kann sowohl ein grossartiges Stadthotel sein, wie das «Baur au Lac» in Zürich, als auch ein mondänes Resort wie das Kempinski Hotel des Bains in St. Moritz. Damit meine ich auch, dass für mich



«International gibt es riesige Unterschiede bei den Luxusvorstellungen.»

Corinna Kretschmar-Joehnk
Inhaberin JOI-Design, Hamburg

Setzen die Grandhotels aus dem 19. Jahrhundert heute noch Massstäbe? Die Massstäbe des Luxus haben sich seither verschoben, so kann man die ursprüngliche

Sanitätäre Einrichtung und technische Ausstattung alter Grandhotels heute kaum noch als luxuriös bezeichnen. Dagegen sind goldverzierte Stuckelemente in haushohen Hallen mit prächtigen Marmorsäulen nach wie vor ein Inbegriff von Luxus. Luxus ist ganz bestimmt der verschwenderische Umgang mit Platz, den die alten Grandhotels betrieben haben. Aber die funktionale Zuordnung der Räume entspringt natürlich auch dem Lebensgefühl der jeweiligen Zeit. Heute braucht man keinen getrennten Damen- und Herren-Salon mehr, dafür Wellness- und Fitness-Räume.

damit durchaus nah an dem Vorbild der klassischen Grandhotellerie. Auch in den USA ist es üblich, einen alten Stil zu kopieren, wenn er Luxus ausdrücken soll. Frankreich ist pastelliger und blumiger als die Schweiz, England tendenziell schwerer und viktorianischer, Skandinavien monochrom, mit kräftigen Farben und hoher handwerklicher Qualität. In Russland oder den USA haben die Herrschaften kein Problem, ihr Geld zu zeigen. In Deutschland dagegen möchte man Luxus «heimlich» geniessen, hier ist Luxus etwas für den Connoisseur, den man erst auf den zweiten Blick erkennt.

Stellen Sie wichtige internationale Unterschiede bei Luxusvorstellungen fest?

Ja, riesig! In Russland ist Luxus prächtig und laut – und

Was bedeutet Luxus für Sie persönlich?

Zeit, Raum und Ruhe!

Schriftlich geführtes Interview

Die Geschichte krönt das Produkt

Viele traditionelle Grandhotels setzen den Zusatz «Grand» und ihre Geschichte gezielt zur eigenen Positionierung ein. Das ermöglicht in den meisten Märkten höhere Preise.

GUDRUN SCHLENCZEK

Das Grand Hotel Les Trois Rois in Basel trägt das «Grand» mit Stolz. Das war nicht immer so: Als das 5-Sterne-Superior-Hotel noch «Drei Könige» hiess, verzichtete man auf den Zusatz und auch noch zu Beginn der Neupositionierung nach dem Kauf durch den Basler Unternehmer Thomas Straumann. «Mit dem Namen Grand Hotel vermitteln wir heute klar, dass wir Luxus auf höchstem Niveau bieten», erklärt Verwaltungsratspräsident Rudolph Schiesser. «Grand Hotel heisst, zu den Besten zu gehören.»

Natürlich werde das «Grand» französisch gesprochen, betont Schiesser: Schliesslich wird im «Trois Rois» klassische Grandhoteltkultur gepflegt, für ihn der Inbegriff für perfekten Service. «Wir wollen die Wünsche des Kunden erkennen, bevor er sich dieser selbst bewusst ist.» Dafür wird am Personal nicht gespart:



Grosszügigkeit und viel Historie strahlt die Lobby des Grand Hotel Kronenhof in Pontresina aus. Es ist genau diese Geschichte, welche das Haus so einmalig macht. zvg

Vier vollzeitlich angestellte Concierges kümmern sich rund um die Uhr um die Wünsche der Gäste, selbst beim Liftfahren wird der Kunde vom «Liftboy» begleitet.

Ein perfekter Service verlange auch nach einer perfekten Küche, so Schiesser, der für die Gastronomie den dritten Michelin-Stern in diesem Jahr anstrebt. Der gebote-

ne Luxus müsse seinen Preis haben: Auf Zimmerpreisdiskussionen lasse man sich im «Trois Rois» nicht ein, Yelden ist hier ein Fremdwort, auch in Zeiten von Währungsturbulenzen. «Trotz Euro-Baisse bewegen wir die Preise nicht nach unten – wir steigern lieber den Service weiter.» Das «Grand» im Namen helfe, höhere Preise durchzusetzen, ist Schiesser überzeugt. «Durch das Grand wird die Positionierung eines Hauses sehr klar.»

Napoléon, Queen Elisabeth II., Pablo Picasso und viele mehr haben die exklusive Gastfreundschaft des Basler Grandhotels genossen. Genau ihre Geschichte(n) und ihre Grosszügigkeit, baulich und im Service, mache die Grandhotels zu etwas Besonderem, betont Hans-Ueli Gubser, Club Grand Hôtel & Palace, auch gegenüber der Konkurrenz im Ausland: «In Deutschland und Österreich ist das Grandhotel viel weniger vertreten.»

Engliche und amerikanische Gäste lieben ihr Grandhotel

Dieses Differenzierungsmerkmal nützt Marc Eichenberger, Direktor des Grand Hotel Kronenhof in Pontresina, ganz bewusst bei Marketingauftritten im Ausland.

«Mit der Geschichte unseres Hauses und der Grandhotellerie können wir uns von der Konkurrenz in Deutschland und Österreich abheben.» Auch für englische Gäste und solche aus den USA sei das «Grandhotel» ein wichtiges Entscheidungskriterium. Auf diesen Märkten würden Präsentationen jeweils an der über 160-jährigen Geschichte des Hauses aufgehängt. «Das Grand Hotel» vor dem Namen erleichtert uns dabei die Kommunikation. Wenig mit der Historie könne das 5-Sterne-Superior-Hotel in neueren Märkten wie den arabischen punkten. «Für arabische Gäste ist primär wichtig, dass alles immer auf dem neuesten Stand ist.» Für Eichenberger selbstver-

ständig: Die traditionelle Ambiente werde mit neuester Technik kombiniert, und dafür werde laufend investiert.

Zermatterhof: Bewusst weiterhin ein Grand Hotel

Die Burggemeinde Zermatt, die zehn Hotel- und Restaurationsbetriebe führt, hat sich genau überlegt, ob sie ihren «Zermatterhof» nach der Restauration wieder als Grandhotel positionieren soll. Der Entscheid fiel dann letztes Jahr klar zugunsten der Tradition aus, wie Hoteldirektor Rafael Biner verrät. Wieder eröffnet wurde das 5-Sterne-Superior-Hotel zum Start der Wintersaison als «The Small Grand Hotel». «Small» weil es nur 77 Zimmer zählt. Aber bewusst nicht als Boutique-Hotel, weil das der «Mainstream» in Zermatt sei. «Als kleines Grand Hotel können wir eine Nische besetzen.» Als Grandhotel sei zudem die Positionierung einfacher. Biner: «Ob ein Haus nur Hotel oder Grand Hotel heisst: Das hat einen anderen psychologischen Effekt beim Kunden.»

Allerdings müsse das Produkt zwingend halten, was der Name auslöst. Auch im Grand Hotel Zermatterhof setzt man dafür auf überdurchschnittlichen Service. Dazu gehören zum Beispiel ein gepflegter und bedienter Skiraum und ein Abholen des Gastes per Doppelgespann am Bahnhof. Für die Betreuung der Pferde stehen zwei Mitarbeiter auf der Lohnliste. Bei der Leistung am Gast werde nicht gespart, betont Biner, aber im Hintergrund, damit die Rechnung aufgeht: Die Betriebswäsche wurde outgesourct, die Reservierung

mit den anderen Betrieben der Gruppe zentralisiert, die Buchhaltung ausgelagert.

Ein «Palace» hat nicht mehr die Strahlkraft wie anno dazumal

Die Steigerung von Grandhotel heisst Palace. Was sonst das Grandhotel, ist dann das Palace – das beste Haus am Platz. Ende des 19. Jahrhunderts sollten die schlossartigen Hotelgebäude die Oberschicht standesgemäss beherbergen, heute zählen vorab jene zu den Gästen, welche von Kindesbeinen auf in einem Palace logierten, sagt Andrea Scherz, General Manager im «Palace Gstaad». Die exklusive Strahlkraft von anno dazumal habe ein Palace einbüßen müssen, vielmehr gelte es, die richtige Balance zwischen Tradition und Moderne zu finden. Obwohl das Gstaader Palace 101 Jahre zählt: Mehr investieren als neuere Häuser müsse er nicht, ist Scherz überzeugt. «Auch ein neueres Hotel kostet, wenn's älter wird.»

«Das Grand im Namen hilft, höhere Preise durchzusetzen.» Rudolph Schiesser Grand Hotel Les Trois Rois Basel

Grandhotel & Palace Knapp 60 Hotels nennen sich so

Gemäss Swisshoteldata tragen 45 Hotels in der Schweiz den Zusatz «Grand» im Namen, 14 nennen sich «Palace». Der Club Grand Hôtel & Palace, 1984 gegründet von Hans-Ueli Gubser, vertritt diese Häuser mit viel Geschichte. Die Hotelgruppe zählt in der Schweiz 91 Hotels als Mitglieder, darunter sind auch solche, welche sich nicht mehr «Grand» nennen. Gemäss dem Club ist ein Grand- oder Palace-Hotel in der Regel in griechisch-römischer Architektur gebaut und verfügt über imposante Eingangshallen, Treppengänge und Aufenthaltsräume sowie einen grossen Umschwung bestehend aus Auffahrt, Park etc. gsg

ANZEIGE

«Ich bin Ihr Finanzchef»

Rainer Jöhl
Betriebsökonom FH
Executive MBA



Wenn es um korrekte, nachhaltige Treuhandleistungen für Ihr KMU geht, verstehen wir keinen Spass. Locker lassen wir erst, wenn Sie sich des garantierten Mehrwerts unserer Leistungen erfreuen.

Treuhand für Ihr KMU.
Perfekt auf Sie abgestimmt. Persönlich in der Betreuung. Spezialisiert in Fachbereichen.
Wir denken mit – seit 1948.



balmeretienne

Treuhand | Steuern | Wirtschaftsprüfung und -beratung | Recht
www.balmer-etienne.ch

«Mit der Historie können wir uns von der österreichischen Konkurrenz abheben.»

Marc Eichenberger
Grand Hotel Kronenhof Pontresina

zum Beispiel ein gepflegter und bedienter Skiraum und ein Abholen des Gastes per Doppelgespann am Bahnhof. Für die Betreuung der Pferde stehen zwei Mitarbeiter auf der Lohnliste. Bei der Leistung am Gast werde nicht gespart, betont Biner, aber im Hintergrund, damit die Rechnung aufgeht: Die Betriebswäsche wurde outgesourct, die Reservierung

Migros redet nicht über den Preis

Migros mischt den Schweizer Gemeinschaftsverpflegungsmarkt auf: Innert zwei Jahren konnte die Zahl der Betriebe verdoppelt werden. Und das Wachstum geht weiter.

GU DRUN SCHLENCZEK

Der grösste Schweizer Detailhändler meint es ernst mit seiner Expansion in der Gemeinschaftsverpflegung für Dritte. Das belegt zum einen die Zahl der Aufträge, welche hinzugewonnen werden konnte: Aktuell führt die Migros schweizweit 20 Personalrestaurants und Schulverpflegungsbetriebe, was mehr als einer Verdoppelung in den letzten zwei Jahren gleichkommt (2013: 8 Betriebe). Und das zeigt zum anderen den geschlossenen Auftritt auf www.betriebsrestaurants-migros.ch: Seit letzter Woche ist nun auch die Migros-Genossenschaft Luzern Teil der Online-Präsenz.



Das Restaurant-Konzept ist bei Migros immer das Gleiche: Ob fürs eigene Personal, für Dritte oder Endkonsumenten.

Migros Zürich

Migros Zürich: Zwölf Aufträge in zwei Jahren

Die Gemeinschaftsverpflegung für Externe liegt bei der Migros in den Händen der lokalen Genossenschaften. Besonders aktiv in der Deutschschweiz zeigen sich jene von Luzern, der Ostschweiz und Zürich. Letztere trägt mit inzwischen zwölf Gemeinschaftsverpflegungs-Aufträgen – alle in den letzten zwei Jahren akquiriert – am stärksten zu der jungen Geschäftssparte bei und legt mithin einen fulminanten Start hin. Treibende Kraft dahinter ist Marcel Ritter, seit knapp drei Jahren Leiter für die Sparte bei Migros Zürich. Und Ritter möchte dieses Wachstumstempo durchaus beibehalten. Sein erklärtes Ziel: «Wir wollen ein ernst zu nehmender Player auf dem Schweizer Markt für Gemeinschaftsverpflegung werden.»



«Sucht jemand das billigste Angebot, dann ist er bei uns nicht richtig.»

Marcel Ritter
Migros Zürich

Die günstigen Rahmenbedingungen, beispielsweise in der Beschaffung, erleichtern das Vorhaben. Der Auftraggeber profitiert bei der Migros von Netto-netto-

Preisen, wie es in den Gemeinschaftsverpflegungs-Flyern der Genossenschaften heisst. Dank Migros-Industrie und Direktkauf in der Landwirtschaft wird der Zwischenhandel ausgeschaltet. Die Logistik kommt ebenfalls aus der eigenen Hand. Und mit Rückvergütung, wie es andere Caterer praktizieren, kann im eigenen Unternehmen nicht gespielt werden: Der Verpflegungskunde habe dadurch die absolute Preistransparenz, wie Ritter betont.

Trotzdem: Gerade über den Preis will sich der orangene Riese in dem sehr preissensiblen Personal- und Schulverpflegungsmarkt nicht positionieren. «Sucht jemand das billigste Angebot, dann ist er bei uns nicht richtig», stellt Marcel Ritter klar. Obwohl die Warenkosten dank eigener Logistik tiefer liegen, wie er meint. Aber statt die Preise zu senken, will man für die gleichen Wareneinsatzkosten einfach mehr bieten. Der Leiter Expansion Gemeinschaftsverpflegung bei Mi-

gros Zürich führt aus, was das konkret heissen kann: Statt zum Beispiel Würstchen kann vermehrt Schnitzel oder Steak angeboten werden. Denn Qualität geniesse auch bei diesem Geschäft mit Dritten oberste Priorität: Schliesslich stehe immer die Reputation der Migros auf dem Spiel. Einen Fauxpas kann sich die Nummer eins im Schweizer Detailhandel nicht leisten, auch nicht in der Gemeinschaftsverpflegung.

Coop gibt sich in Sachen Gemeinschaftsverpflegung bedeckt

Die Konkurrenz des zweitgrössten Schweizer Detailisten Coop muss Migros hier aber nicht fürchten. Für Dritte führt Coop gerade mal ein Personalrestaurant. Bei Coop scheint dieser Markt auch kein Thema zu sein: Der neue Gastronomieleiter Kaspar Wittwer, der bereits bei SV Schweiz GV-Luft schnupperte, wollte gegenüber der htr hotelrevue dazu auf jeden Fall kein Statement abgeben.

Ansonsten wirbt die Migros mit den gleichen Argumenten wie die Caterer-Konkurrenz: Frische-Küche, regionale Produkte, Schweizer Fleisch, Klimaschutz. Frische-Küche? Ja, man pflege einen tiefen Convenience-Grad, unterstreicht Roland Wehrli von Migros Ostschweiz. Nein, die Nähe zu Mi-

gros-Industrie habe nichts damit zu tun, dass gerade im Nordosten des Landes die Expansion in der Gemeinschaftsverpflegung besonders ausgeprägt sei. Natürlich

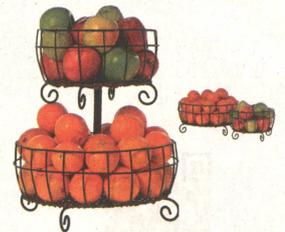
käme der Bratenfond aus der Eigenindustrie, so Ritter, aber ob Carbonara-Sauce oder Lasagne, dies alles werde vor Ort produziert. «Wir bieten auch das Modell

ANZEIGE

Das Profi-Sortiment für excellenten Service!



Praktische Lösungen für Buffet oder Theke.



Gebührenfreie Bestell-Hotline 0800 11 33 66

HUBERT

www.hubert-online.ch



Jetzt GRATIS Katalog anfordern!

HUBERT hat's!
Alles für die Gastronomie: Hotellerie, Catering & Lebensmittel-einzelhandel

Impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

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

dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag
Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb;
Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl;
Gudrun Schlenzcek/gsg
Grafik und Produktion: Carla Barron-Secchi/sbs
(Leitung); Beat Felber/bf; Roland Gerber/rg;
Biljana Mitrovic/bmi
Korrektur: Paul Le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
News-Team: Natalie-Pascale Allesch/npa;
Daniel Stampfli/dst
Praktikum: Ahmad Dashti/ad

Verlag

Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hämi
Stelleninserate: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Ahmad Dashti/ad
Geschäftsanzüge: Michael Müller
Simona Manoelli

hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren
Auflage: 10 301 (NEMF/SW-
Beglaubigung 2014)
Leser: 65 000 (Studie DenioScope 2013)
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: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch;
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

Energiecheck gefälltig?

Effizienter wirtschaften dank hotelpower

Die Plattform hotelpower unterstützt Hotel- und Gastronomiebetriebe den Energieverbrauch zu senken und Kosten zu reduzieren.

Mit Online-Tools wird das Sparpotential berechnet und konkrete Praxisbeispiele zeigen auf, wie die Ziele erreicht werden können.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.hotelpower.ch

Partner

 **BKW**



 **Energie-Agentur**
AN DER WIRTSCHAFTSKANZLEI

 **energieschweiz**



**hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.**


hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Der Kochlernende mit dem Gespür fürs Wettkochen

Lukas Kaufmann heisst der Gewinner des nationalen Lehrlings-Kochwettbewerbs «Gusto 15». Dem Kochtalent aus der Ostschweiz winkt eine Genuss-Reise nach Dubai.

FRANZISKA EGLI

Vergangenes Jahr, damals Kochlernender im zweiten Lehrjahr, hat er es nicht ins «Gusto»-Final geschafft – worauf er für seine Lehrabschlussarbeit kurzerhand das Thema «Was braucht es, um den «Gusto 15» zu gewinnen?» wählte. «Nun habe ich die Antworten», lacht Lukas Kaufmann, 18-jährig, mittlerweile Kochlernender im dritten Lehrjahr im Waldhaus Flims Mountain Resort und nichts Ge-ringeres als frischgebackener Gewinner des nationalen Lehrlings-kochwettbewerbs Gusto 15.

Mit deutlichem Abstand zu der Zweit- beziehungsweise Drittplatzierten (siehe Kasten) habe er die elfte «Gusto»-Ausgabe für sich entschieden, heisst es bei Prode-

ga/Crowa/Howeg, Transgourmet Schweiz AG, die unter dem Patronat des Schweizer Kochverbandes den Kochwettbewerb für Kochlernende im zweiten und dritten Lehrjahr jeweils organisiert. Das Wettkochen stand heuer unter dem Motto «Inspirationen aus Wiesen, Garten und Gewässern». Die neun jungen Kochtalente hatten sich zuvor mit ihren Einsendungen für den Final qualifiziert – in der Schulküche der Berufsschule BBB in Baden hatten sie nun die Aufgabe, ihre eingereichten Arbeiten innert drei Stunden vor einer Jury zuzubereiten und schön anzurichten. Dabei galt es, eine Vorspeise mit kalten und warmen Komponenten zu kreieren, wobei Kaninchenrückenfilet, Apfel und Karotten vorgeschrieben waren. Für das Hauptgericht mussten sie einen Hauptgang mit Bio-Lachs kreieren, der aus zwei verschiedenen Garmethoden besteht, serviert mit einer Stärkebeilage und passendem Gemüse. Eine Jury bewertete die Arbeitsweise, Kochtechniken, den Wareneinsatz sowie die Hygiene am Arbeitsplatz, eine zweite degustierte die zubereiteten Gerichte und beurteilte diese nach Ge-

schmack, Präsentation sowie Kreativität.

Der kreative Jungkoch bringt auch den nötigen Ehrgeiz mit

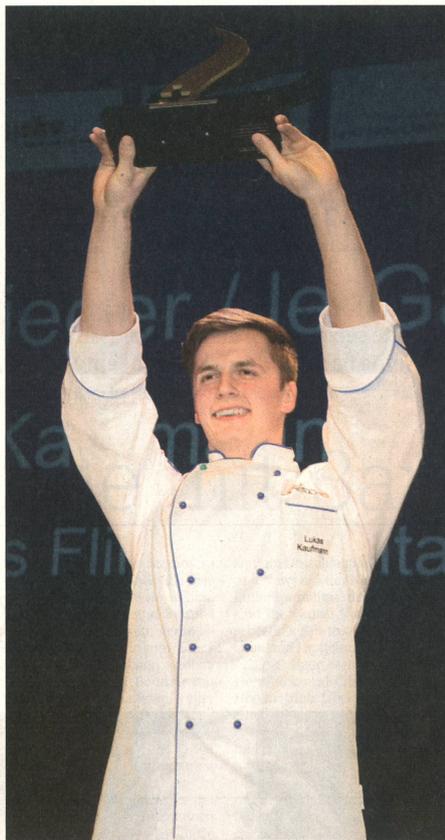
Und Kaufmann? Rezeptierte und servierte zwei Gänge, die von grossem Können und viel handwerklichem Geschick zeugten: Gefülltes Kaninchenrückenfilet mit Estragon und Bündner Rohessspeck, süss-sauren Karotten und karamellisiertem Apfel sowie kalt geräuchertes, konfiertes Lachsfilet und Lachs-

«Ich wollte mit meiner Teilnahme herausfinden, was es zum Sieg braucht.»

Lukas Kaufmann
Sieger «Gusto 15»

roulade gefüllt mit Sauerampferpesto, Kartoffelpüree mit einem warmen Sauerampfer-Mayonnaise-Espuma.

«Extrem stolz» auf des jungen Ostschweizers Leistung und Sieg ist vor allem einer: Bruno Hurter, Executive Chef im «Waldhaus Flims», der seinem Schützling ein grosses Talent attestiert. «Er ist nicht nur sehr kreativ und mit viel Herzblut dabei, er bringt auch den für Kochwettbewerbe nötigen Ehrgeiz mit.» Tatsächlich hat Kaufmann, erzählt er, bereits ein nächstes Ziel vor Augen: das Junioren-Kochnationalteam. Zuvor aber löst er noch seinen Gewinn ein: einen Aufenthalt in Dubai mit Einblicken in die Küchen des



Ist der beste Kochlernende 2015: Lukas Kaufmann vom Waldhotel Flims Mountain Resort & Spa.

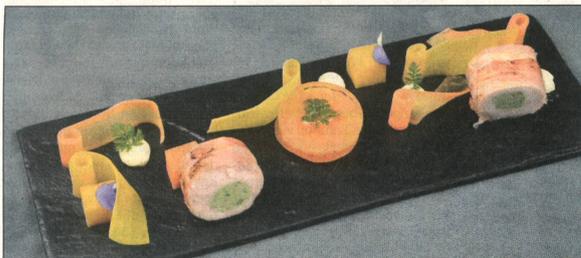
Bilder: zvg

«Radisson Blu Dubai Deira Creek», dem Intercontinental Hotel sowie dem «Burj Al Arab».

Fakten Alle Finalisten des «Gusto 15».

Silber gewann Sara Grusso (Inselspital Bern), Bronze Corinne Heussi (Gasthof Löwen, Bubikon). Alle übrigen Finalisten sind auf Platz vier: Yannic Aebersold («aarReha», Schinznach), Corinne Bösch (Gasthof Löwen, Bubikon), Michaela Frank («Psi Oase», Villigen), Michaela Kammermann (Kantonsspital Luzern), Timmy Pilia (Brasserie Lipp, Genf), Fabian Schärer («Victoria-Jungfrau», Interlaken). fee

www.gustoevent.ch



Der 18-jährige Jungkoch überzeugte die Jury mit seinem Können und handwerklichen Geschick. Er servierte gefülltes Kaninchenfilet mit Estragon und süss-sauren Karotten (links) sowie Zweierlei vom Lachs mit Kartoffelpüree, Cipolotti und Sauerampfer.



Man kann zwar nicht behaupten, die Bürgersteige seien hochgeklappt gewesen, wie der Deutsche das so schön formuliert. Aber viel war nicht los Anfang Februar in Travemünde, dem Seebad in Schleswig-Holstein. Ein paar versprengte Spaziergänger auf der Promenade, Fähren, die in Richtung Schweden ausliefen, halb leere Cafés und eingemottete Strandkörbe.

Nur im «A-Rosa» herrschte Betrieb. Nebensaison? Kennt man hier nicht. Vor allem an den Wochenenden ist das 2005 eröffnete Luxushotel, das einmal ein verstaubtes Kurhaus war, fast immer ausgebucht. Unabhängig von der Jahreszeit, während zwölf Monaten. Warum in aller Welt fahren Gäste durch den norddeutschen Winternebel nach Travemünde?

Ich fand bei meiner Kurzvisite die Antwort: weil das «A-Rosa» für sich eine Destination ist. Sport, dezente Animation, eine beeindruckende Wellnessanlage – das sind die «A-Rosa»-Ingredienzen. Das Hotel verfügt über 26 Behandlungsräume, man hat sich auf Thalasso spezialisiert und spielt diese Kompetenz aus.

Der Gast kann unter drei Restaurants auswählen: Buffets mit Kochstationen,

Kolumne



Christoph Ammann
Ist Leiter der Redaktion
Sonntagszeitung,
Tages-Anzeiger und Der Bund.

Für immer Hochsaison

rustikale Weinstube oder Gourmetküche. Der hauseigene Edelgastroном Seiger hat sogar ein Einsteigerprogramm für angehende Feinschmecker kreiert. Matchentscheidend: Das Preis-Leistungs-Verhältnis im «A-Rosa» ist prima, und das nicht nur aus Schweizer Optik.

In unseren Bergen bricht jetzt die Zeit an, in der die Hotels den Betrieb runterfahren und dichtmachen, im besten Fall bis Ende Mai, im ungünstigsten bis Anfang Dezember. Das Personal zerstreut sich in alle Winde. Das Management vergeudet Energie, die Crew für Sommer und Winter zusammensuchen. Ich denke, der liebe Gott hat die Hotels nicht erschaffen, damit sie sechs Monate oder mehr pro Jahr kalt bleiben. Das «A-Rosa» in Travemünde, einem Ort, wo zwischen Oktober und April auch nicht grad der Bär los ist, zeigt: Dauerbetrieb kann sich durchaus lohnen.

«Nachdem wir auf Ganzjahresbetrieb umgestellt hatten», erinnert sich Laurence Schmid, langjähriger Co-Chef und Spiritus rector im «Ermitage» in Schönried BE, «konnten wir sogar die Rendite steigern.» Schmid und sein Kompagnon Heiner Lutz bauten das «Ermitage» und das Schwesterhotel «Beatus» in Merligen am Thunersee mit Ausdauer zu Wohlfüh-

oasen aus. Die gebürtigen Basler scheuten sich auch nicht, über den Tellerrand zu blicken und gute Ideen aus Österreich zu importieren. «Ermitage» und «Beatus» sind gesunde Betriebe, die 365-Tage-Saison gehört zu ihrem Profil. Im Saanenland haben andere Hotels nachgezogen, das «Hornberg» in Saanenmöser und das «Spitzenhorn» in Saanen ticken ebenfalls nicht im üblichen Winter-Sommer-Takt.

«Wenn im April und Mai der Schnee schmilzt und die Wiesen erst mal braun werden, will doch niemand in Davos Ferien verbringen», wendet Thomas Kleber ein. Der neue Statthalter von «Steigenberger» in der Schweiz führt seit ein paar Monaten das «Belvedere» in Davos. Immerhin, Kleber schreibt im Gegensatz zu einigen Konkurrenten im Bündnerland die Sommersaison nicht vorzeitig ab, sondern will sie neu beleben. «Es muss doch gelingen, das Geschäft einigermaßen in Schwung zu bringen.»

Kleber sucht Kooperationen, will Events – auch im Fahrwasser des 140. Geburtstags des «Steigenberger Belvedere» – aufgleisen und attraktive Packages schnüren. Aber ein 365-Tage-Betrieb bleibt keine Option. Davos ist halt nicht «A-Rosa».

Tourismus

Drei Destinationen und die «Settimana Gottardo»

Noch bis am 22. März heisst es in den Kantonen Uri, Graubünden und Tessin «Settimana Gottardo». Mit einer Partnerschaftswoche wollen die drei Tourismusdestinationen Andermatt, Sedrun und die Leventina die Zusammenarbeit in der Destination St. Gotthard weiter fördern und ausbauen. In den Ski-gebieten gibt es Ermässigungen, kulinarische Spezialitäten sowie ein abwechslungsreiches Kulturprogramm. Damit soll die Vielfalt und Attraktivität dreier Kantone, dreier Regionen und dreier Skigebiete aufgezeigt werden.

www.skiarena.ch

UNO-Weltwasser-Woche im Unterengadin

Die Ferienregion Engadin Scuol steht vom 21. bis 27. März ganz im Zeichen des Wassers. Die 3. UNO-Weltwasser-Woche widmet sich dem Thema «Nichts verbindet (und trennt?) uns mehr als das Wasser». Damit sollen Gäste wie auch Einheimische mobilisiert werden. Eine Reihe von Referaten, Konzerten und Diskussionen lenkt die Aufmerksamkeit in der wasserreichen Ferienregion auf dieses Thema. Gäste sind unter anderem Anja Klug vom UNHCR und Alt-Bundesrat Moritz Leuenberger.

www.uno-weltwasserwoche.ch

Tourismusjubiläum Gästival startet Vorverkauf



gaestival.ch

Tagsüber ein einzigartiger Begegnungsort mit Museum und haus-eigener Gastronomie, abends eine Konzert- und Theaterbühne mit reichhaltigem Programm, dessen Vorverkauf per sofort läuft: Die Zentralschweiz feiert heuer mit «Gästival» ihre 200-jährige Tourismusgeschichte und bietet vom 29. Mai bis 4. Oktober auf der Seerose, einer schwimmenden Plattform, während hundert Tagen zahlreiche Veranstaltungen. Ein wichtiges Thema ist dabei die Gastfreundschaft, welcher sich auch prominente Entertainer widmen.

www.gaestival.ch

Genuss

Zürichberg Wein-Dinner im Sorell Hotel



Schweiz Tourismus

Am Donnerstag, 9. April lädt das Restaurant R21 im Sorell Hotel Zürichberg zum Wein-Dinner. Zusammen mit dem Winzermeister Nik Zelkovic von Landolt Weine präsentiert Marc Brunner sechs Weine aus der Stadt Zürich. Begleitet werden die Weine von einem 5-Gang-Menü, kreiert von Küchenchef Stefan Mayer. fee

www.zuerichberg.ch

Messe

61 000 Besucher an der diesjährigen «Giardina»

Die 17. Ausgabe der «Giardina», die letztes Wochenende in der Messe Zürich stattgefunden hat, konnte insgesamt 61 000 Besucherinnen und Besucher verzeichnen. Das entspricht 3000 mehr als 2014. 275 Aussteller (davon über 50 Erstaussteller) aus acht europäischen Ländern haben sich heuer an der grössten Schweizer Indoor-Veranstaltung zum Thema Garten präsentiert und neue Produkte, kreative Lösungen und Trends der Gartengestaltung gezeigt. «Mit unserem neu lancierten Themenbereich «Balkongärten und Kleinterrassen» haben wir den Nerv der Zeit getroffen», bilanziert Exhibition Director Sebastian Morlock. Die nächste «Giardina» findet vom 16. bis 20. März 2016 statt. sag

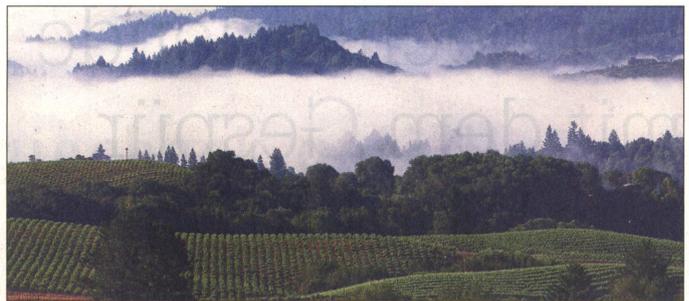
www.giardina.ch

ANZEIGE

Neue Weinqualität aus Kalifornien

Man sollte Chardonnay wieder auf die Weinkarte setzen, auch den kalifornischen. Die Weine haben sich wirklich gut entwickelt.

RENATE DULBACH



An der kalifornischen Küste wechseln sich Nebel und kühlende Winde mit viel Sonnenschein ab: perfektes Klima für Chardonnay.

California Wine Institute

Es geht wieder aufwärts mit den kalifornischen Chardonnays – und wie! Es ist an der Zeit, den Slogan «ABC – Anything but Chardonnay» (alles, nur nicht

Chardonnay), und ganz besonders nicht kalifornischer, zu begeben. Was die Winzer im amerikanischen Küstenstaat heute in die Flaschen bringen, ist vielfach elegant, leicht und ausbalanciert. Also ziemlich genau das Gegenteil von dem früheren schweren, fetten und stereotypen Profil.

Aber auch im Bereich Bordeaux-Blends und Pinot Noir gibt es erfreuliche Entwicklungen. In zwei Seminaren am California Wine Festival von letzter Woche in Zürich konnte man sich unter fachkundiger Anleitung von der aktuellen kalifornischen Weinqualität überzeugen. Der britische Master of Wine Mark De Vere, der 1997 nach Kalifornien gereist war, um bei Robert Mondavi ein Praktikum zu machen und immer noch dort arbeitet, führte durch das Thema «Kalifornische Klassiker damals und heute». Dazu hatte De Vere vier Chardonnays und vier Cabernet Sauvignons aus dem gehobenen Segment mitgebracht. Vom 1957 gegründeten Weingut Hanzell in Sonoma kam der Vineyards Chardonnay 2012, der von über 30-jährigen Reben gekeltert wird. Drei Viertel der Trauben vergären im Stahltank, der Rest in kleinen Fässern, wiederum ein Viertel von Letzteren geht durch eine malolaktische Gärung. Dann kommt alles für ein Jahr in grosse französische Eichenfässer und für ein halbes Jahr in den Stahltank. «Hanzell ist seit den 1960er-Jahren berühmt für erstklassige Chardonnays, sie haben nie für die Masse produziert und sind etwas schwierig zu finden», erklärte Mark De Vere. Hanzell wolle fruchtige, langlebige Weine erzeugen, meinte der Master of Wine – was mit diesem Chardonnay, dem man seine 14,5 Volumenprozent Alkohol absolut nicht anmerkt, bestimmt gelungen ist. Mit einem Konsumentenpreis von rund 70 Franken war er aber der teuerste der Reihe, die von einem Robert Mondavi Chardonnay Reserve 2012, einem Copain Brosseau Vineyard Chardonnay 2012 und einem Bell Chardonnay 2013 komplettiert wurde. Die Konsumentenpreise für diese drei Weine bewegen sich im Bereich 35 bis 50 Franken.



«Heute sind kühleren Regionen für den Anbau von Chardonnay-Reben interessant.»

Claudia Schug Schütz
Botschafterin Kaliforn. Weininstitut

Und bei den Bordeaux-Blends käme man bei dem einen oder anderen ganz bestimmt nicht darauf, dass er aus dem fernen Kalifornien stammt, man könnte genauso gut auch auf Frankreich tippen. Ein schönes Beispiel dafür: «Viader 2012, Proprietary Red Blend» aus einem Drittel Cabernet Franc und zwei Dritteln Cabernet Sauvignon. «Flüssiges Cashmere» nennt ihn die Produzentin Delia Viader. Dem kann man nur zustimmen.

Fakten Kalifornien mit jährlich 3 Mrd. Flaschen Wein

Sie gehen kräftig auf und ab, die Zahlen der US-Weinexporte in die Schweiz. Aktuell sieht es danach aus, als ob die Schweizer Weinkonsumenten nach 2012, als satte 42 Prozent weniger amerikanische Weine eingekauft wurden, wieder mehr an den Tropfen aus Übersee interessiert wären. 2013 waren es zwar mit 4,3 Millionen Liter noch etwas weniger Flaschen als im Vorjahr, dafür aber teurere: Sie kosteten 17 Millionen Dollar (12 Millionen im 2012). Die Zahlen für 2014 sollten demnächst publiziert werden. 90 Prozent der amerikanischen Weinproduktion stammen aus Kalifornien. Rund 4000 kalifornische Winzer produzieren auf insgesamt 231 000 Hektaren etwa 3 Milliarden Flaschen Wein jährlich. 20 Prozent davon werden exportiert.

Kühleres Klima bekommt den kalifornischen Weinen

Etwas günstigere Chardonnays stellte Claudia Schug Schütz in ihrem Seminar «Cool Climate: Chardonnay und Pinot Noir aus Kalifornien» vor. «Damit man nicht mehr diese überreifen, buttrigen, holzigen und langweiligen Weine bekommt, suchen die Winzer seit ein paar Jahren kühlere Regionen aus, um ihre Chardonnay-Reben anzupflanzen. Zudem ernten sie früher, brechen die malolaktische Gärung ab oder lassen sie gar nicht



Filipe Fonseca Pinheiro, Gewinner des Goldenen Kochs 2015

HERZLICHE GRATULATION
an Filipe Fonseca Pinheiro,
Gewinner des Goldenen Kochs 2015



Am 2. März 2015 konnte Filipe Fonseca Pinheiro das Finale des Goldenen Kochs für sich entscheiden und gewann die begehrteste Schweizer Kochtrophäe. Die originellen Kreationen des Chef de Partie des Restaurants de l'Hôtel de Ville in Crissier überzeugten die hochkarätige Wettbewerbsjury auf der ganzen Linie.

Erfahren Sie mehr über das Finale des Goldenen Kochs im Kursaal Bern:
www.goldenerkoch.ch

Partner



Blick ins Ausland Ein neues Design-Konzept will München erobern: Das «The Flushing Meadows» setzt auf viel Individualität und auf eine Bar als Cashcow für den Hotelbetrieb.

NATHALIE KOPSA

Ein ganz normaler Vormittag in Münchens Glockenbachviertel. Beim Bäcker duftet es nach frischen Croissants, Passanten führen ihre Hunde aus und im Secondhand-Plattenladen gehen gerade die Lichter an. Münchens Partyquartier blinzelt noch müde in die Morgensonne. Seit letztem Sommer residiert hinter einer unauffälligen Metalltür in der Fraunhoferstrasse 32 eines der ungewöhnlichsten Hotels der Stadt: Das Design-Hotel The Flushing Meadows. Schon der Eingang hat Guerilla-Charme – man könnte ihn auch für die Tür zu einem Club halten. Erst die Fahrt mit dem Lift in den vierten Stock bringt einen zum Ziel.

Zimmer mit metallenen Skeletten an Keyboard und E-Gitarre
Das «Flushing Meadows» ist ein sogenanntes Pop-up-Hotel, der Mietvertrag ist auf sieben Jahre begrenzt. Was danach kommt, weiss man nicht, sagt Niels Jäger, der am Tresen in der Rooftop Bar sitzt und an seinem Cappuccino nippt. «Das hängt davon ab, was demnächst noch in den ersten zwei Stockwerken passiert», sagt er. Der Immobilienentwickler hat Jäger und den beiden Geschäftspartnern Sascha Arnold und Steffen Werner die beiden oberen Hoteltagen in dem ehemaligen Servergebäude der Deutschen Telekom erst einmal zur vorübergehenden Nutzung überlassen. Das Betreiber-Trio hat sich vor allem mit einigen beliebten Münchner Bars und Clubs wie dem «Bob Beaman» und «James T. Hunt» einen Namen gemacht. Mit der Eröffnung des «Flushing Meadows» erfüllten sie sich einen lange gehegten Wunsch. «Wir wollten schon immer ein Hotel machen. Zugleich



Aussen unscheinbar, innen durchdesignt: das «The Flushing Meadows Hotel & Bar» im Münchner Glockenbachviertel.

August CC

Guerilla-Charme mit Bar



Die Gründer und Betreiber von «The Flushing Meadows»: Sascha Arnold, Niels Jäger und Steffen Werner (v.l.).

ZVG



Metal-Skelette über dem Bett: DJ Hell stand Pate. Sittig Fahr-Becker

war uns aber auch die Einbindung von einer starken Bar wichtig», sagt Niels Jäger. Der Name The Flushing Meadows soll die Nähe zur Isar widerspiegeln.

Die Betreiber taptten bei Konzept und Ausstattung nicht einfach in die nächste Design-Falle, sondern fragten zuerst Freunde und Bekannte – darunter einige lokale Grössen wie der Barkeeper Charles Schumann und der Münchner DJ Hell – nach ihrer persönlichen Wunschausstattung. Auch international bekannte Künstler wie die Wiener Schauspielerin Birgit Minichmayr oder der in der Schweiz lebende Künstler Albert Oehlen waren mit an Bord. Ihre Anregungen nahm das Münchner Architekturbüro Arnold/Werner als Basis für die Einrichtung der elf individuellen, zehn bis 30 Quadratmeter grossen Studios im dritten Stock. Eine Etage höher befinden sich noch weitere fünf Penthouse-Studios, drei von ihnen mit eigenem Zugang zur Südtterasse.

Herausgekommen ist ein originelles Boutique-Hotel mit Ecken und Kanten, wobei die Einrich-

tungswünsche für die Studios so unterschiedlich sind wie die Persönlichkeiten, für die sie stehen. Charles Schumann zum Beispiel wollte sich mit seinem zentimeterdicken Studio ein Stück Tokio nach München holen. Birgit Minichmayrs Boudoir mit barocken Mustertapeten, alter Hutschenreuther-Lampe und Beamer, mit dem man sich einige ihrer Lieblingsfilme anschauen kann, ist das Kontrastprogramm. Am radikalsten bricht ein in Schwarz gehaltenes Zimmer mit Plattenspieler und metallenen Skeletten an Keyboard, E-Gitarre und Stroboskop über dem Bett, für das DJ Hell Pate stand. Insgesamt gibt es acht verschiedene Zimmerkategorien. Vier Meter hohe Decken und teilweise Sichtbänke geben den Räumen noch einen Hauch Unterfütigkeit.

An den Wochenenden geht nichts ohne Türsteher

Die Erfahrungen der Macher in der Clubszene haben auch ihre Spuren in manchen Details hinterlassen. So stammt die Innenverkleidung des Hotel-Lifts von der alten Tresenoberfläche aus einer ihrer Bars und ein mit Bluetooth ansteuerbares Soundsystem, «Boombbox» genannt, sorgt dafür, dass sich Gäste ihre Lieblingsmusik auf dem Zimmer in anständiger Qualität anhören können. Die Übernachtungspreise beginnen für das Doppelzimmer bei 120 Euro ohne Frühstück.

Das, was das Trio richtig gut kann, nämlich Nightlife und Szene, zeigt sich an der Rooftop Bar. Sie bietet von ihrer Aussenterrasse aus einen schönen Ausblick über die benachbarten Dächer bis hin zu den Alpen, tagsüber fungiert sie als Frühstücksraum und Tagesbar und abends wird

sie zum Umschlagplatz für Drinks und News aus der Nachbarschaft. Eine Spezialität des Bar-Teams sind die «Local Darlings», zubereitet aus Spirituosen aus München und Umgebung.

Niels Jäger sleht die Bar als Herzstück und Cashcow für den Hotelbetrieb. Über die Investitionen und einen möglichen Break-even hält er sich bedeckt. «Wir machen das Hotel nicht aus finanziellen Gründen, es ist ein Herzensprojekt. Aber die Bar muss funktionieren.» Dieses Ziel ist bereits erreicht: An den Wochenenden geht nichts mehr ohne Türsteher, die den Andrang in geordnete Bahnen lenken. Und welches Hotel kann das schon von sich sagen.

www.flushingmeadowshotel.com

Service «Total subjektiver» Wegweiser für den Gast

Wo kann man mittags gut essen gehen? Wo einkaufen? Und wo gibt es den besten Sundowner? Normalerweise würde man so etwas den Concierge fragen oder bei Google suchen – mit mehr oder weniger Erfolg. Das Flushing Meadows Hotel hat einen «total subjektiven» Wegweiser aufs Papier gebracht, schön und doch authentisch bebildert. Ideen und Texte dazu stammen von den Gästen persönlich, die ausgewählten Tipps sind also wirklich aus erster Hand, geprüft und für gut befunden. Vom Sterne-Restaurant bis zum improvisierten Fussballfeld im Englischen Garten – viele der aufgeführten Orte bewegen sich abseits der ausgetretenen Touristenpfade. Natürlich sind auch alle Clubs und Lokale des Gastgeber-Trios mit dabei. nk



Die Rooftop Bar: Frühstücksraum, Tagesbar und nachts Treffpunkt, um Cocktails aus Münchner Spirituosen zu geniessen. ZVG

Sterne-Regen über aufstrebenden Metropolen

Diverse Neuzugänge in Budapest, Prag und Warschau, zwei neue Städteziele mit Aarhus und Malmö: Der neue Guide Michelin «Main Cities of Europe 2015» wartet mit einer Zunahme von 26 Häusern auf.

Nun ist er im Handel erhältlich, der neue Guide Michelin «Main Cities of Europe 2015». Er empfiehlt 471 Sterne-Restaurants in 46 Grossstädten in 20 Ländern. Darunter befinden sich 26 neue Häuser, die für die anhaltende dynamische Entwicklung der Gastronomie auch ausserhalb der klassischen europäischen Städte- und Länderzeile stehen. So zeichnen die Tester etwa in der ungarischen Hauptstadt Budapest das Restaurant Tanti erstmals mit einem Michelin-Stern aus und loben Küchenchef István Pesti für

seine «grosse Kochkunst und das künstlerische Talent».

Insgesamt finden sich fünf Budapest-Restaurants neu im Guide «Main Cities of Europe». Hinzu kommen vier Neuzugänge in Prag und drei in Warschau. «Ich freue mich sehr, dass unsere Inspektoren in diesen aufstrebenden Metropolen auf eine so grosse Restaurantvielfalt gestossen sind», erklärt hierzu Chefredakteurin Rebecca Burr. «Diese reicht von ehemaligen Metzgereien bis hin zu schicken Weinbars.» Im Zuge des kulinarischen Auf-



Neu mit Stern: das Restaurant Tanti in Budapest. ZVG

schwung in Nordeuropa wartet der Guide mit zwei neuen skandinavischen Zielen auf: Aarhus in Dänemark und Malmö in Schweden mit je drei ausgezeichneten Restaurants. Österreich ist im Guide mit Wien und Salzburg vertreten. Deutsche Städteziele sind Berlin, Hamburg, München, Köln, Frankfurt und Stuttgart. Die Schweiz ist mit Bern, Genf und Zürich präsent. fee

Guide Michelin, Main Cities of Europe 2015, Travel House Media, 1079 Seiten, ISBN 978-2-06719-701-5, ca. 37 Franken

Hotellerie

Neue Zimmer für das «Bellevue» in Adelsboden



ZVG

Das Parkhotel Bellevue & Spa in Adelsboden baut 21 seiner insgesamt 53 Zimmer um. Dabei erhalten alle nach Süden gerichteten Zimmer mit Bergblick ab April eine Komplettanierung. Sie bekommen grosszügigere Grundrisse und Fenster, Eichenparkett sowie ein zeitgemässes, komfortables Interieur mit einem Hauch Vintage. Die Wiedereröffnung des Hotels erfolgt am 26. Juni.

www.parkhotel-bellevue.ch

Mövenpick Hotels neu am Goldenen Horn in Istanbul



ZVG

Jahrhundertlang hat das berühmte Goldene Horn von Istanbul Händler, Eroberer und Reisende fasziniert. Mit dem Mövenpick Hotel Istanbul Golden Horn, das am 31. März eröffnet, soll nun diese glorreiche Vergangenheit hautnah spürbar werden. Das Hotel hat 136 Zimmer, durch seine günstige Lage auf der historischen Halbinsel liegt es nahe vieler touristischer Highlights der Altstadt.

www.moevenpick-hotels.com

News

Lehrer schlafen gratis in den Jugendherbergen

Ab sofort offerieren die Schweizer Jugendherbergen in 46 ihrer Häuser kostenlose Logis und Frühstück für Lehr- und Begleitpersonen, die mit ihren Schülern oder Studenten bei ihnen übernachten. Es sei ihnen ein «Anliegen, Schulen und Universitäten Lager- und Projektwochen zu ermöglichen», sagt CEO Fredi Gmür; «Schülerinnen und Schüler lernen so unser Land besser kennen und können ausserhalb des klassischen Unterrichts wertvolle soziale Erfahrungen sammeln.»

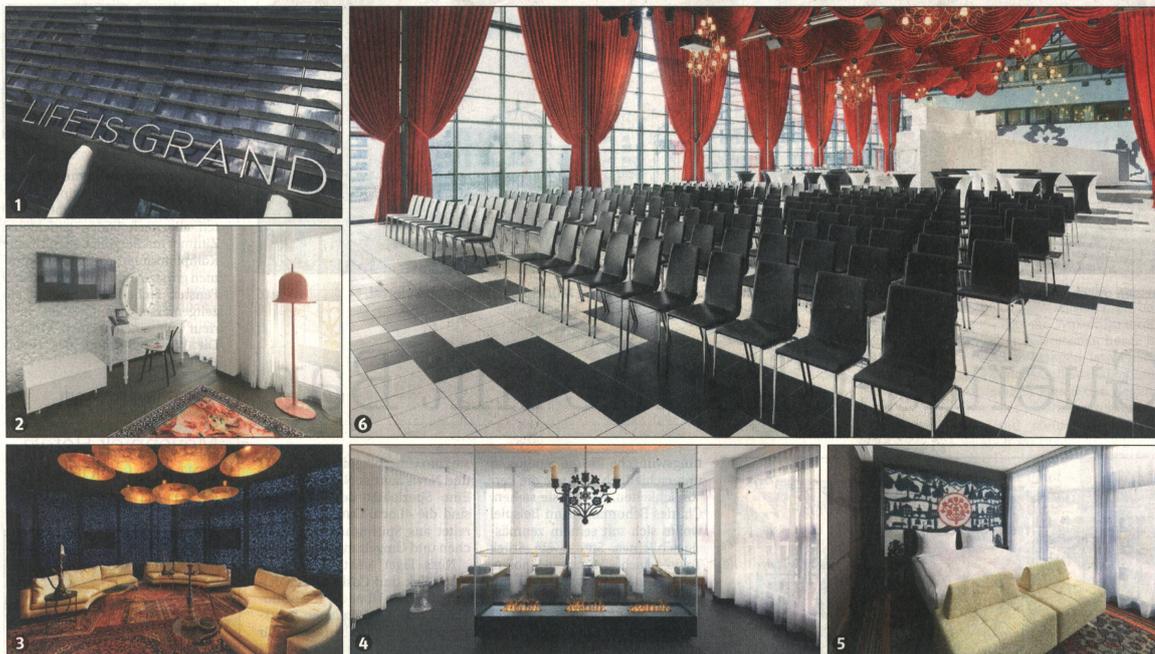
www.youthhostel.ch/gruppen

Umsatz- und Gewinnsteigerung für Arytza

Der schweizerisch-irische Tiefkühlbackwaren-Hersteller Arytza hat im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2014/15 den Umsatz auf 2,39 Milliarden Euro (+14 Prozent) gesteigert. Im Bereich Food legte er um 17 Prozent auf 1,86 Milliarden Euro zu, wobei der Grossteil auf Akquisitionen (+14,1 Prozent) und Wechselkurse (+4,0 Prozent) zurückzuführen sei, heisst es in einer Medienmitteilung. Auch beim Gewinn legte der Konzern um fast 7 Prozent auf 144,5 Millionen Euro zu. Auf die beiden Quartale verteilt, ergibt sich organisch ein Plus von 0,5 Prozent im ersten und ein Minus von 2,4 Prozent im zweiten Quartal. fee

dolce vita

htr hotelrevue Nr. 12 / 19. März 2015



- 1 «Life is Grand» ist schon beim Hoteleingang Programm.
- 2 Die «Diva Suite» mit Make-up-Tisch und rosa Elementen.
- 3 Treffpunkt zum Wasserpfeifen-Rauchen: Die Shisha Lounge.
- 4 Der Ruheraum mit Feuer-Elementen im Kameha Spa..
- 5 Deluxe Zimmer mit Aussicht – und Landschaft.
- 6 Herzstück und USP: Der «Kameha Dome».

Zürichs neue Lifestyle-Destination

Das soeben eröffnete Kameha Grand Zürich setzt vor allem punkto MICE neue Akzente: In seinem 701 Quadratmeter grossen «Dome» hat es Platz für bis zu 1000 Gäste.

SABRINA GLANZMANN

Mit Spannung wurde in der Branche erwartet, wie das Haus und dessen Opening-Konzept aussieht, mit welchem Kameha-Gründer und CEO Carsten K. Rath den Schweizer Markt betritt. Seit knapp drei Wochen ist das «internationale Lifestyle-Hotel», wie die Betreibergesellschaft LH&E Group das 120 Millionen schwere Kameha Grand Zürich selbst nennt und Sterne-frei positioniert, nun eröffnet; es macht die Zürcher Hotel-Landschaft und -Konkurrenz um ganze 245 Zimmer und Suiten reicher.

Von aussen fügt sich der kubisch-moderne Bau der Architekten Sebastian Knorr und Heiko Ostmann (tecArchitecture, Los Angeles und Ermatingen) fließend in das industrielle Glattpark-Gebiet zwischen Flughafen und Stadtzentrum ein; innerer setzt das Interieur des niederländischen Star-Designers Marcel Wanders auf ein stylisches, stimmiges Farbkonzept und auf den Einsatz von Materialien und Motiven, die signalisieren sollen: Dieses «Kameha» hier steht in der Schweiz. Wandvertäfelungen erinnern an Schokoladen-Tafeln, Uhren- und Kuhglockenmotive zieren die Hallen, die Mini-Bar in den Zimmern steckt in einem Safe, und in der «Puregold Bar» – nomen est omen – hängen goldumfasste Wandelemente. Neben dem «Swissness»-Thema hat sich Marcel Wanders besonders in den

Themen-Suiten ausgetobt: von «Poker Face Suite» mit Roulette-Tisch bis zur «Workout Suite» mit Laufband und Hantelbank werden hier die verschiedensten Bedürfnisse bedient. Spektakulär ist neben diversen weiteren Suiten (siehe Box rechts) die «Space Suite», entworfen von Fotokünstler Michael Najjar, inklusive schwebendem Bett, Galaxisaufnahmen und thematisch passender Literatur, Musik und Filmen. Weniger «upgespiced» die weitere Infrastruktur des Hauses: ein Spa auf 1100 Quadratmetern, zwei Restaurants (siehe Text unten), eine Smokers Lounge und – in dieser exklusiven Form sicherlich ein Novum in der Schweizer Hotellerie – eine eigene Shisha Lounge.

Opening-Special: Premium-Doppelzimmer für 199 Franken

Wo das Kameha Grand Zürich aber besonders mitmischen und sein Geld verdienen will, ist das Corporate- und MICE-Segment –



«Welche Gäste wir für Sonntag gewinnen, ist die grösste Herausforderung.»

Carsten K. Rath
Kameha-Gründer und CEO

insgesamt hat es in 13 Räumen auf 1400 Quadratmetern Platz dafür, 701 Quadratmeter davon alleine im eigentlichen Herzstück und USP des Hauses, dem «Kameha Dome» mit über sieben Meter Höhe und Platz für knapp 1000 Gäste. «In unserem Segment haben wir damit den grössten Ballsaal in der Schweiz», sagt Carsten K. Rath, «natürlich ist er deshalb wesentlicher Bestandteil unseres Produktes.» Besondere Konditionen für MICE-Kunden sind fester Punkt in der Opening-Phase: Bis Ende Mai sind Tagespauschalen, die alles beinhalten, von 120 Franken pro Gast und Tag programmiert. Dies entspricht 20 Franken Ersparnis pro Gast/Tag sowie eine Zusatzleistung nach Wahl: Jeder zehnte gebuchte Gast tagt kostenfrei, jedes 30. gebuchte Zimmer ist umsonst, oder alternativ auf eine Folgebuchung im gleichen Jahr gibt es zehn Prozent Rabatt.

Neben den Geschäftsfeldern Corporate von Montag bis Don-

nerstag und MICE im Dome für Konferenzen bis zu Hochzeiten will im Zürcher Kameha Grand auch das Wochenende bespielt werden. «Welche Gäste wir für Sonntag gewinnen, darüber mache ich mir schon lange Gedanken, und ich bin noch zu keinem endgültigen Schluss gekommen», so Rath. Es sei dasselbe Problem, mit dem sich alle Stadthotels konfrontiert sehen. Kennenlern- und Eröffnungsangebote sollen hier erste Lösungen bieten: So ist etwa bis Mitte August nach Verfügbarkeit das Opening-Special «Sleep with me» aufgelegt: Einmalig pro Gast gibt es dafür das Premium-Doppelzimmer für bemerkenswert tiefe 199 Franken pro Nacht, inklusive «Frühstück to go», buchbar für bis zu fünf Nächte.

Was Carsten K. Rath zur ersten Nachfrage kurz nach Eröffnung sagen kann: «Wir haben viele und unterschiedliche Buchungsanfragen, sehr viele davon kommen von Gästen aus der Schweiz.»

Fakten Das Kameha Grand Zürich in Kürze

Management: Kameha Grand Glattpark Betriebs GmbH (LH&E Group)
Investitionsvolumen: 120 Mio. Franken

Resident Manager: Jan-Philipp Langhammer

Zimmerzahl: 245
Zimmerkategorien: 224 Premium- und Deluxe-Zimmer, 2 Executive-Suiten, 6 Business-Suiten, 11 Themen-Suiten, King Kameha Suite und Space Suite

Zimmerpreis: ab 290 Franken pro Nacht

MICE-Kapazität: 13 Räume mit total 1400 Quadratmetern inklusive dem «Kameha Dome» (701 Quadratmeter)

sag www.bleiblingsplatz.com

Kulinarik Italienische Klassiker und trendiges Japan

Bei den F&B-Konzepten setzt das Kameha Grand Zürich auf die smarte Mischung «bewährter Klassiker und Trend der Stunde»: Authentische italienische Küche «à la Mamma» gibt es im Restaurant L'Unico, angesagtes japanisches Fine-Dining bietet das «Yu Nijyo». Dabei zeichnen ziemlich Topshots für die Lokale verantwortlich. Das «L'Unico» leitet Igino Bruni – der 36-jährige gebürtige Italiener hat Stationen in Ascona bei der Seven Group und dem «Eden Roc» im Gepäck und arbeitet im Carlton Hotel St. Moritz und im Kulm Hotel Arosa, bevor er zuletzt als Souschef bei Armin Amrein in das «Seehofstübeli» mit 17 Gault-Millau-Punkten in Davos amtierte. Der charismatische Bruni wird bei einer ersten Begegnung an seinem neuen Zürcher Arbeitsplatz

hinter der offenen Kochstation nicht müde, stolz von den täglich 30 Kilogramm hausgemachter Frisch-Pasta zu erzählen und vom «Dolce-vita-Gefühl, das wir hier ganz klar verströmen möchten» – vom Frühstück für Hotel-

und externe Gäste am Morgen über den Quick-Business-Lunch am Mittag bis zum Dinner am Abend.

Mit Norman Fischer geht das «Yu Nijyo» von Anfang an auf Sternekurs: Der aus Hamburg

stammende Koch hat unter anderem in Deutschland bei 3-Sterne-Chef Christian Bau (Victor's Gourmet-Restaurant Schloss Berg in Perl-Nennig) und als Souschef bei Dirk Luther im Restaurant Meierei Dirk Luther (2

Sterne) gearbeitet; anschliessend hat er bei seiner ersten Station als Küchenchef (Gourmet-Lokal La Terrasse im Parkhotel Bremen) innert kürzester Zeit 17 Punkte und einen Stern erköcht. «Wir wollen hier eine erstklassige Kombination von traditionellen und modern interpretierten japanischen Gerichten zeigen», so Fischer – dazu gehören auch die von Sushi-Meistern vor dem Gast hergestellten Sushi-Variationen.

Executive Chef der Gesamtgastronomie, des Veranstaltungsbereichs und des gesamten Hotels ist Raoul Mühlen, der in dieser Position bereits im Kameha Grand Bonn amtierte. Davor war Mühlen langjährig in der internationalen Spitzengastronomie tätig; er eröffnete als Souschef etwa das Ritz Carlton Powerscourt Dublin mit der Gordon Ramsay Corporation. sag



Die beiden Restaurants im Kameha Grand Zürich: Das «Yu Nijyo» mit puristischem Interieur (l.) und das italienische «L'Unico», dessen Decken überdimensionierte Pasta-Teller zieren.

PROFIL

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

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

Nr. 12 · 19. März 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



GRAFILU

ZITAT
DER WOCHE

«Ein guter Ruf ist
mehr wert als Geld»

Publilius Syrus, römischer Autor (1. Jahrhundert v. Chr.)

AUS DER NOT EINE TUGEND MACHEN

Die Hotel-Tourismus-Handelsschulen sind seit 1978 ein fester Bestandteil der Bildungslandschaft der Schweizer Hotellerie. Damals wie heute ist die Raison d'être dieser Partnerschulen das fehlende Angebot an KV-Lehrstellen in der Branche. Deshalb hat sich hotellerieuisse als Verband vor rund 35 Jahren entschieden, diese Ausbildung selber anzubieten. Die angehenden Berufsleute werden in den von Partnern geführten acht Hotel-Tourismus-Handelsschulen im so genannten schulisch orientierten Grundbildungsmodell ausgebildet: Die Lernenden erarbeiten zuerst während eines Jahres die theoretischen Grundlagen und setzen ihr Wissen anschliessend während eines einjährigen Praktikums in einem Hotel oder einer touristischen Organisation um. Zurück in der Schule, wird das letzte Jahr den Prüfungsvorbereitungen gewidmet. Die jahrelange Erfahrung zeigt, dass diese Aufteilung einer idealen Abfolge von Theorie, Praxis und Reflexion des Erlernten entspricht.

Beste Berufsaussichten

Während einige Schülerinnen und Schüler ihre Ausbildung nach zwei Jahren mit dem Verbandsdiplom von hotellerieuisse abschliessen, absolviert eine Mehrheit das dritte Jahr, das mit dem Qualifikationsverfahren zum Eidgenössischen Fähigkeitszeugnis EFZ führt. Die frisch gebackenen Berufsleute sind heute gefragter denn je. Viele Hotels bekunden Mühe, gut ausgebildete Fachkräfte für die Tätigkeit an der Front zu finden und sind deshalb auf die Absolventen der Hotel-Tourismus-Handelsschulen angewiesen. Kaum eine andere Branche

kann im kaufmännischen Bereich eine solch vielfältige und abwechslungsreiche Ausbildung anbieten wie die Hotellerie. Die Tätigkeit an der Front und der Kontakt mit internationalen Gästen stellen sowohl Sozialkompetenzen als auch Sprachkenntnisse der Jugendlichen auf die Probe. Für das weitere (Berufs-)Leben unverzichtbare Menschenkenntnis, konsequente Dienstleistungsorientierung und Organisationsfähigkeit sind weitere Eigenschaften, die man sich während des Praktikums im Hotel aneignet. Wer ehrgeizig ist, hat die Möglichkeit, an einer der acht Partnerschulen die Ausbildung zweisprachig auf Englisch und Deutsch zu absolvieren oder die integrierte Berufsmaturität anzustreben.

Roter Teppich auf dem Karriereweg

Mit der schulisch organisierten Grundbildung an einer Hotel-Tourismus-Handelsschule wird den Absolventen der rote Teppich für den weiteren Karriereweg in der Hotellerie oder dem Tourismus ausgelegt: die höheren Fachschulen stehen den KV-Absolventen ohne Zugangshürden offen. Wer eine Berufsmaturität abgeschlossen hat, kann sich gar an der renommierten Fachhochschule Ecole hôtelière de Lausanne einschreiben.



Dr. Ueli Schneider
Leiter Bildung, hotellerieuisse
www.hotelbildung.ch/hhs

AGENDA

13. APRIL

«Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus, Stufe 1, Qualitäts-Coach», von hotellerieuisse, im Arte Konferenzzentrum, Olten
www.hotelbildung.ch/agenda

14. APRIL

«Information Session EHL», von hotellerieuisse, an der Fachhochschule, Lausanne
www.hotelbildung.ch/agenda

16. APRIL

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

14. APRIL

«KOPAS-Kurs», von hotellerieuisse, im Hotel Cascada, Luzern
www.hotelbildung.ch/agenda

14. UND 16. APRIL

«Dekokurs Dessert-Sommerträume», von Agrano AG, bei Agrano AG, Allschwil
www.hotelgastrounion.ch

17. UND 18. APRIL

«Moderne Garmethoden», vom Schweizer Kochverband, an der Berufsfachschule BBB, Baden
www.hotelgastrounion.ch

Professionelle Beratung für die Schweizer Hotellerie

Planen Sie ein neues Projekt?

Hier finden Sie den passenden Berater:
www.hotellerieuisse.ch/beraternetzwerk

Gemeinsames Beraternetzwerk von:

CURAVIVA.CH hotellerieuisse Swiss Hotel Association

Für Gesundheit in Afrika.

SOLIDAR MED

www.solidarmed.ch

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

JETZT BUCHEN

ARBEITSSICHERHEIT

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

Sicherheit und Schutz am Arbeitsplatz basieren nicht auf Freiwilligkeit, sie sind vom Gesetzgeber vorgeschrieben.

Pflichten des Arbeitgebers
(Art. 6 ArG)

«Der Arbeitgeber ist verpflichtet, zum Schutze der Gesundheit der Arbeitnehmer alle Massnahmen zu treffen, die nach der Erfahrung notwendig, nach dem Stand der Technik anwendbar und den Verhältnissen des Betriebes angemessen sind.»

Nicht nur der Arbeitgeber hat Pflichten, die ihm das Gesetz vorschreibt, sondern auch der Arbeitnehmer. Mehr dazu in der nächsten Ausgabe des «Profil».

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

IN DER MEHRZAHL, ABER NICHT AN DER MACHT

Der 8. März ist der internationale Tag der Frauenrechte und -gleichstellung. In der Schweizer Gastronomie und Hotellerie sind Berufsfrauen zahlenmässig gut vertreten. Allerdings findet man sie selten in hohen Positionen.

Der internationale Frauentag entstand um 1910. Zu einer Zeit, als Frauen noch kein politisches Wahlrecht hatten und auch sonst kaum selbstbestimmt entscheiden konnten. Entweder verfügte ihr Vater über sie und ihr Schicksal oder ihr Ehemann. Mit der Einführung des Frauentags wurde der Kampf um Gleichberechtigung und das Erlangen des Wahlrechts für Frauen offiziell eingeläutet.

Am 7. Februar 1971 haben die Schweizerinnen mit der Einführung des Frauenwahlrechts ein Ziel erreicht; auch wenn die regelmässig tiefen Wahlbeteiligungen zeigen, dass nur ein kleiner Teil der Damen dieses hart erkämpfte Recht zu schätzen weiss und es wahrnimmt. Beim Thema Gleichstellung hingegen besteht definitiv noch Handlungsbedarf. So verdienen Frauen in vielen Branchen und Berufen noch immer bis zu 25 Prozent weniger als ihre männlichen Berufskollegen. Auch gibt es zahlreiche Berufsgruppen, in denen weibliche Fachkräfte stark in der Unterzahl sind. Handkehrum sind Männer oft benachteiligt, wenn es um die Möglichkeit zur qualifizierten Teilzeitarbeit geht.

In der Branche Hotellerie und Gastronomie sind weibliche Berufsleute sehr gut vertreten. Gemäss Jahrbuch der Schweizer Hotellerie 2014 sind 55,5 Prozent der in dieser Branche beschäftigten Menschen weiblichen Geschlechts. Zum Vergleich: Der Frauenanteil bei den Beschäftigten aller Wirtschaftsbranchen liegt bei 44,4 Prozent. Nun aber anzunehmen, dass Hotellerie und Gastronomie eine von Frauen massgeblich dominierte Branche sei, wäre

falsch. Denn die Positionen, an denen die strategischen, betriebswirtschaftlichen oder branchenrelevanten Entscheidungen getroffen werden, sind fast nur von Männern besetzt. So ist beispielsweise in den Verwaltungsräten und Vorstandsgremien von hotellerie-suisse (sieben Sitze) und GastroSuisse (neun Sitze) jeweils nur eine Frau zu finden. Im Zentralvorstand (fünfzehn Sitze) der Hotel & Gastro Union sind es immerhin deren drei.

Gründe, warum verhältnismässig wenige Frauen die Herausforderung eines Chefpostens, eines Verwaltungsratsmandates oder Präsidiums annehmen, gibt es viele – vom Kinderwunsch bis zu mangelndem Selbstvertrauen, von Doppel- und Dreifachbelastung bis zu fehlender Motivation oder Unterstützung. Dabei gäbe es gerade in der Branche Hotellerie und Gastronomie mit ihrem durchlässigen und vielseitigen Weiterbildungsangebot sowie den verschiedenen Organisationen, Verbänden und Institutionen gute Aufstiegsmöglichkeiten für Frauen. Es ist eben ein bisschen wie mit dem Wählgehen – die Möglichkeit ist da, ergreifen muss man/frau sie selber.

In einem Bereich, nämlich bei den Mindestlöhnen, herrscht in Hotellerie und Gastronomie bereits absolute Gleichstellung der Geschlechter. Die nach Ausbildungsgrad abgestuften Mindestlöhne gelten gleichermassen für Mann und Frau; auch wenn im Landes-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV) jeweils nur von Mitarbeiter und nicht auch von Mitarbeiterin gesprochen wird.

Riccarda Frei

BUCHTIPP

DIE GENERATION Z

Alle reden von der Generation Y, deren Vertreterinnen und Vertreter im Umfeld von Internet und mobiler Kommunikation aufgewachsen sind. Doch bereits ist die Generation Z im Anrollen. Mit dieser Generation steht der Gesellschaft eine Zeit des Wandels bevor. Nicht bloss, weil sich die demographischen Verhältnisse stark verändern, sondern weil diese Generation auch andere Werte hat als die Generationen Y, X und Babyboomer vor ihr. In seinem Buch «Die Generation Z – wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt» sagt der Autor Christian Scholz, mit welchen gesellschaftlichen Veränderungen wir in naher Zukunft rechnen müssen. Der Unternehmensberater und Trendforscher erklärt, was diese Veränderungen für das private, berufliche und wirtschaftliche Leben bedeuten und wo die Unterschiede zu früheren Generationen, besonders zur Social-Media-affinen Generation Y, liegen. Zum Beispiel wollen die Mitglieder der Generation Z Arbeit und Privatleben nicht ineinander fliessen lassen. Konstante, klare Arbeitszeiten sind ihnen wichtig. Diese Generation will nicht gemanagt, sondern situativ und differenziert geführt werden.



«Generation Z – wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt»
Christian Scholz
ISBN 978-3-527-50807-5
CHF 28.90

AUS- UND WEITERBILDUNG

ITALIENISCH IN FLORENZ

Spezialangebot
2 Wochen Italienischkurs,
4 Std./Tag
in kleiner Gruppe, Unterkunft
in Einzelzimmer
nur Euro 529.-

- Italienisch für Tourismus, Euro 589.-
 - Italienisch-Kochkurs, Euro 589.-
- Scuola Toscana - Via de' Benci 23
50122 Firenze - Italia
Tel./Fax 0039055244583
www.scuola-toscana.ch

59946-11670

Durchblick
Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

www.hotellerie-suisse.ch/nds
Infos/Anmeldung: Tel. +41 (0)31 370 43 01
weiterbildung@hotellerie-suisse.ch

hotellerie-suisse
Swiss Hotel Association

DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte

Schenken Sie Ferien.

Die Stiftung Denk an mich ermöglicht Ferien und Erholungsaufenthalte für Menschen mit Behinderung. Möglich wird das durch Menschen, die weiterdenken. Und mit einer Spende Ferien schenken.

PC 40-1855-4
www.denkanmich.ch





Betriebsleiter/in

Cafébar & Kiosk am Flughafen Bern-Belp
Flugplatzstrasse, 3123 Belp

per 1. Juni 2015

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



(zfv) Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch

36834-11902



Unsere gepflegte Residenz Vivo liegt im Herzen von Köniz und besteht aus 48 Eigentums- und Mietwohnungen, 28 Residenzwohnungen und einem Bereich für betreutes Wohnen für 15 Bewohner. Ebenfalls dazu gehören das öffentliche Restaurant Sinfonie sowie Veranstaltungsräumlichkeiten.

Zur Ergänzung unseres Hotelerteams suchen wir ab **1. Juli 2015** aufgeschlossenen, teamorientierten, selbständigen und engagierten Mitarbeitenden

Leitung Küche 100%

Für diese verantwortungsvolle Position bringen Sie mehrjährige Praxis- und Führungserfahrung mit. In unserem hotelähnlichen Betrieb sind Sie zuständig für den Produkteinkauf und machen Preis- und Qualitätsüberwachungen auf dem Markt. Sie entwickeln das Speiseangebot für die Residenzbewohner und das Restaurant Sinfonie und sind zuständig für die Vorbereitung bis zur Vollendung der Speisen. Sie verfügen über ein hohes Qualitätsbewusstsein und haben Freude am Umgang mit älteren Menschen. Die Richtlinien für Arbeitssicherheit, gute PC-Anwenderkenntnisse und Hygiene haben Sie im Griff und setzen diese konsequent um.

Für Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:
Rahel Kunz, Residenz Vivo, Schlossstrasse 30, 3098 Köniz
Telefon 031 978 46 76, www.residenz-vivo.ch

36816-11908



Betriebsleitung (w/m)

Restaurant im Zentrum Mobicity
Wölflistrasse 5, 3006 Bern

per sofort

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



(zfv) Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch

36836-11904



Wir suchen Sie noch als wertvolle/n Mitarbeiter/in. Das Golfclub-Restaurant Heidental in Stüsslingen an zentraler Lage im Kantonsdreieck AG/SO/BL.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die Saison 2015 oder nach Vereinbarung deutschsprachige/n

• Restaurationsfachmann/frau 60-100%

Gastgeber Peter Oesch freut sich sehr auf Ihren Anruf: Telefon 062 298 07 50 oder per Mail: oesch.peter@bluewin.ch

36841-11908

Regionaler Verkaufsprofi gesucht!

Sales Manager (w/m)

Jobcode hoteljob.ch: J94410

PALACE LUZERN
Haldenstrasse 10, 6002 Luzern
041 416 10 04, d.schuermann@palace-luzern.ch

36854-11911



Das Matterhorn Glacier Paradies ist die höchstgelegene Bergstation Europas und zugleich der Gipfel des internationalen Skigebiets. Das neue Restaurant in der Station auf fast 4000 m ü. M. bietet neben traditionellen und asiatischen Köstlichkeiten ein atemberaubendes Panorama auf italienische, französische und Schweizer Alpenriesen. Zu seinen Füßen liegt das grösste Sommerskigebiet Europas und ein hipper Snowpark für Snowboarder und Freeskier, offen an 365 Tagen im Jahr, ebenso der Welt höchstgelegene Gletscher-Palast.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab **Mai 2015** eine selbstständige und motivierte Person als

Koch/Köchin (100%, befristet)

Ihre Aufgaben

- Sie kreieren mit Ihrem Team kulinarisch attraktive Angebote.
- Sie schaffen originelle, abwechslungsreiche Kompositionen für unsere Spezialanlässe.
- Sie sind verantwortlich für den Einkauf, die Kalkulation und das Inventar.
- Sie sorgen für ein hohes Qualitätsniveau und setzen das Hygienekonzept konsequent um.

Ihr Profil

- Sie sind gelernter Koch EFZ und können mehrjährige Berufserfahrung vorweisen.
- Kochen ist Ihre Passion, und Sie haben ein Flair für die asiatische Küche.
- Sie agieren als teamfähiger Motivator und sind ein Organisationstalent mit lösungsorientierter, kostenbewusster Arbeitsweise.
- Sie sind bereit, in hochalpinem Gelände in guten und hektischen Zeiten zu arbeiten.
- Gute körperliche Fitness und Belastbarkeit sind ein Muss.
- Sehr gute Deutschkenntnisse sind Voraussetzung, alle weiteren Sprachkenntnisse sind von Vorteil.

Über uns

Neben einer vielseitigen und anspruchsvollen Aufgabe in einem kleinen und motivierten Team bieten wir einen leistungsgerechten Lohn, gute Sozialleistungen und die einzigartige Kulisse der Zermatter Bergwelt!

Bischt parat fer Zermatt? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse und Foto) bis zum **25. März** per E-Mail an fernanda.switalia@zbag.ch oder per Post an Zermatt Bergbahnen AG, Postfach 378, 3920 Zermatt. Bei fachspezifischen Fragen hilft Ihnen Sandra Stockinger, Leiterin Marketing und Verkauf, gern weiter.

36815-11922

Gastro Express



Die führende
Stellenbörse für
das Schweizer
Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

36195-11732

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform
für Hotellerie, Gastronomie
und Tourismus



**JETZT
BUCHEN**



www.pilatus.ch

Leiter Marketing und Verkauf (w/m) Mitglied der GL

Hier sind Sie als Strategie und Macher gefragt. Sie positionieren und vermarkten zusammen mit Ihrem Team den Luzerner Hausberg und sorgen für eine wirkungsvolle nationale und internationale Ausstrahlung.

Die Pilatus-Bahnen AG ist ein dynamisches Unternehmen, das sich proaktiv auf der Angebotsseite weiterentwickelt – aktuell zum Beispiel mit dem Bau der neuen Luftseilbahn «Dragon Ride». Diese Vielseitigkeit widerspiegelt der Slogan «2132 Möglichkeiten über Meer». Touristen und Tagesausflügler, Gruppen und Seminare, Familien und Individualisten – alle finden hier das Richtige vom Businessevent bis zum Abenteuerplatz - für Fun & Action, sagenhafte Erlebnisse und einmalige Aussichten. Als

Leiter Marketing und Verkauf (w/m)

ist Ihre wichtigste Aufgabe, den Pilatus über den Fokus «Bahnen» hinaus in den unterschiedlichen Märkten zielgruppengerecht als Ganzjahresdestination zu positionieren. Sie denken und agieren auf drei Ebenen: Sie stärken die Dachmarke, definieren die Angebote und entwickeln diese weiter. Erwartet werden innovative und kreative Lösungen, die in den hart umkämpften Märkten überraschen. Ihr zweiter Fokus gilt dem Verkauf: Sie wissen, wie man Ideen in Produkte umwandelt und wie

man Produkte im Wettbewerb verkauft. Und drittens bearbeiten Sie mit passenden Kommunikationsmassnahmen die Märkte im In- und Ausland. In all diesen Bereichen arbeiten Sie intensiv mit Ihrem eigenen Spezialistenteam und mit externen Agenturen und Partnern zusammen.

Sie sind durch und durch ein Marketing- und Verkaufsprofi, der weiss, wie Botschaften und Angebote die Zielgruppen und Märkte erreichen. Sie sind führungserfahren, dynamisch und umsetzungsstark. Idealerweise verfügen Sie über Erfahrungen im internationalen Tourismusbusiness. Sie sind neugierig und setzen gezielte Impulse, die die Marke Pilatus in allen Facetten erfasst und lebendig hält. Sie arbeiten strukturiert, sind teamfähig und kennen die ganze Klaviatur des Marketings – insbesondere auch jene der Social Medias. Mit Gespür und Geschick repräsentieren Sie «Ihren» Pilatus und strahlen ansteckenden Enthusiasmus aus. Kurz und gut: Ihr Herz schlägt für den Pilatus. Und das begeistert, wirkungsvoll – und erfolgreich.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns über Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto auf elektronischem Weg.

Kontakt: Corinne Häggi
René Barmettler

Jörg Lienert AG
Neugasse 14, Postfach 430
CH-6301 Zug
Telefon 041 766 20 50
zug@joerg-lienert.ch

JÖRG LIENERT
SELEKTION VON FACH-
UND FÜHRUNGSKRÄFTEN

36812-11894



Das freiburger spital (HFR) engagiert sich tagtäglich für die Gesundheit der Bevölkerung. Das HFR ist an mehreren Standorten tätig und bietet eine breite Palette an qualitativ hochwertigen Dienstleistungen im stationären und ambulanten Bereich. Das Wohlergehen der Patientinnen und Patienten steht dabei stets im Mittelpunkt. Engagement, Solidarität und Respekt: An diesen Werten orientieren sich unsere rund 3000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Um ihr Team zu ergänzen, sucht die Direktion für Logistik des freiburger spitals eine/n

Leiter/in Restauration, Einkauf und Warenversorgung 100%

Ihre Aufgaben:

- Sie sind Gastgeber für unsere Patienten und unsere Mitarbeiter/innen und bieten eine gesunde Ernährung
- Sie sind verantwortlich für die Abteilung «Supply Services – Restauration, Einkauf und Warenversorgung» (200 Mitarbeitende), sind Mitglied des Führungsgremiums der Direktion für Logistik und unterstehen direkt dem Direktor für Logistik
- Sie sind verantwortlich für die operative und betriebswirtschaftliche Führung und Sicherstellung der Bereiche dieser Abteilung
- Sie führen kundenorientierte diese Bereiche und entwickeln ein zukunftsgerichtetes Angebots- und Ressourcenmanagement
- Sie setzen die aktuellen Projekte in den drei Bereichen zielgerichtet um

Ihr Profil:

- Hotelfachschule mit betriebswirtschaftlicher Erfahrung oder Betriebsökonom mit Führungserfahrung (Hotellerie, Detailhandel, Einkauf usw.)
- Einige Jahre Erfahrung in einer vergleichbaren Funktion (Hotel, Spital usw.)
- Analytisches Denken, Freude an neuen Herausforderungen, Innovationsgeist
- Beherrschen der deutschen oder der französischen Sprache mit sehr guten Kenntnissen der anderen Sprache
- Flexibilität, Kommunikations- und Verhandlungsgeschick

Stellenantritt: 1. August 2015 oder nach Vereinbarung

Auskunft: Herr R. Overney, Direktor für Logistik, Tel. +41 26 426 88 45

Besuchen Sie unsere Website www.h-fr.ch unter der Rubrik Stellen, und bewerben Sie sich vorzugsweise online.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung bis zum **12. April 2015 (letztes Eingangsdatum)** an: freiburger spital, Direktion für Personalwesen, Postfach, 1708 Freiburg.

Ref.: HFR-IN-151201

36810-11892

hoteljob.ch ist mehr als nur eine Stellenplattform!



SERVICE / RESTAURATION

Alle Jobangebote

258

Lehrstellen/
Praktikum

920

Bewerber-
profile

Kursagenda

Aus- und
Weiterbildungsprofile

Jobangebote

News

Ratgeber

Weiterbildung

Lehrstellen

Karrietipps

Kurse

Berufsportraits

Veranstaltungen

Praktikumsstellen

Bewerberdossiers

hoteljob.ch



Zwischen Bahnhof und Bielersee steht die Residenz Au Lac. Unsere Gastronomie überzeugt mit ihrem Angebot die vielen Gäste und verwöhnt sie mit hoher Servicequalität in den drei Restaurants „Côté Lac“ (60 Plätze), „à la CARTE“ (60 Plätze) und „Arc-en-ciel“ (90 Plätze). Es finden regelmässig Seminare, Kongresse, Bankette und andere Events statt. **Planen Sie Ihre Karriere als Restaurationsleiter/in? Suchen Sie eine passende Stelle für Ihre Weiterbildung als Restaurationsleiter/in?** Wir unterstützen Sie auf dem Weg zum eidgenössischen Fachausweis und Diplom im Gastgewerbe und bieten Ihnen eine Stelle als ambitionierte/n

Dipl. Servicefachangestellte/n (80%)

Ihre Aufgaben

- Sie verwöhnen die Gäste unserer verschiedenen Kundengruppen mit einer hohen Servicequalität.
- Sie arbeiten im Tagesdienst inklusive Samstag/Sonntag/Feiertage.
- Sie leisten Abendessätze an Events und Banketten.
- Sie zeichnen sich durch eine selbstständige, verantwortungsbewusste Arbeitsweise aus und erbringen einen wesentlichen Beitrag zum Wohle unserer Kunden.

Ihr Anforderungsprofil

- Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung als Servicefachangestellte/r und/oder mehrjährige Berufserfahrung.
- Sie mögen Ihre Kunden, Ihre Kunden stehen für Sie immer im Zentrum.
- Sie zeichnen sich als freundliche, flexible und speditive Service-Persönlichkeit aus.
- Ihre Sprachgewandtheit in Deutsch und Französisch sowie die Bereitschaft zu unregelmässigen Einsätzen runden Ihr Profil ab.

Wir bieten Ihnen

Mitarbeit in einer Residenz mit gehobener Gastronomie in einem interessanten und abwechslungsreichen Arbeitsumfeld. Fortschrittliche Arbeitsbedingungen, 5 Wochen Ferien sowie gute Sozialleistungen.

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre **vollständigen, schriftlichen Bewerbungsunterlagen** (Lebenslauf, Foto, Zeugnisse, Diplome) an:

Residenz Au Lac, Direktion, Aarbergstrasse 54, Postfach, 2501 Biel/Bienne

Residenz Au Lac

Aarbergstrasse 54 | Postfach | 2501 Biel-Bienne
Tel. 032 328 29 30 | Fax 032 328 29 31

www.residenz-au-lac.ch
info@residenz-au-lac.ch

CHALET-RESORT IN ALPINE GRANDEZZA.



DIE CHANCE FÜR BEGEISTERTE PROFIS
Sie mögen Menschen und sind bereit, das Gewöhnliche ungewöhnlich zu machen und mit Leidenschaft in Ihrem Aufgabensfeld aufzugehen?
Ihr Können ist uns etwas wert, lernen Sie uns kennen!

ASSISTENT SALES & MARKETING

m/w (d/f/e)

RESERVATIONSMITARBEITER/IN

(d/f/e)

Hotel ERMITAGE
CH-3778 Schönried-Gstaad
Berner Oberland / Schweiz
www.ermitage.ch
☎ +41 33 748 80 80
Wellness- & Spa Hotel karin.ramsayer@ermitage.ch

Wir freuen uns auf Ihren ersten Kontakt.



36830-11907



Réceptionist/in

Sorrell Hotel Ador
Laupenstrasse 15, 3001 Bern

Ab sofort

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



36819-11909

SUISSE ROMANDE

L'Hôtel de Gruyères et l'Hostellerie Saint Georges
(Gruyères – canton de Fribourg)
Hôtels Wellness et conférences recherche de suite

Réceptionnistes (H/F)

Sous les ordres du responsable des hôtels, vous êtes en charge d'accueillir et de renseigner la clientèle et de répondre à des offres individuelles et groupes. Vous êtes sensible à l'accueil et au sens du service, vous maîtrisez la langue française, allemande et anglaise.

Vous êtes au bénéfice d'une expérience de quelques années en tant que réceptionniste au sein d'établissements traditionnels ou similaires. Vous maîtrisez les techniques de base de la réception, le système FIDELIO, vous êtes dynamique, sérieux et prêt à vous investir dans un nouveau challenge.

Nous vous offrons l'opportunité d'étoffer votre parcours avec une nouvelle expérience professionnelle au sein d'un établissement de taille familiale. Pour ce poste, les horaires peuvent être continus ou coupés. La date d'entrée est à convenir avec possibilité de logement.

Merci de nous faire parvenir votre dossier complet (CV, certificat de travail et lettre de motivation) par courriel à direction@gruyreshotels.ch

36840-11907

ANZEIGEN

Kauf:
HOTELSILBER – BESTECK UND VERSILBERTES
Wird abgeholt und bar bezahlt.
F. De Lorenzo, 079 341 25 86 oder
061 222 23 60

36806-11735

Hotel & Gastro formation by
Hotel & Gastro Union
GastroVaud
Hôtellerie Romande

1 commissaire professionnel(le) à 20%

pour la région de l'Est vaudois (districts Aigle et Riviera-Pays-d'Enhaut)

avec pour tâche principale, au sens de l'article 90 de la loi vaudoise sur la formation professionnelle du 9 juin 2009, le contrôle de la qualité de la formation à la pratique professionnelle en entreprise.

Profil du poste:

- titulaire d'un CFC ou d'un diplôme de l'hôtellerie-restauration
- disposant d'une solide expérience professionnelle dans les métiers de service et/ou hébergement
- âge minimum: 30 ans
- casier judiciaire vierge
- autonome, souple d'esprit et doué du sens de l'initiative
- titulaire du permis de conduire et disposé à se déplacer dans le secteur de l'Est vaudois
- capable de s'adapter à des horaires de travail variables
- maîtrisant les outils informatiques courants

Nous vous offrons un poste intéressant et varié, riche en échanges et en expériences humaines, une grande autonomie dans la gestion de votre temps de travail, un salaire en rapport avec le poste.

Délai de postulation: 10 avril 2015

Date d'entrée en fonction: rentrée scolaire 2015/2016 (fin août 2015)

En cas d'intérêt, merci de faire parvenir votre dossier à:

Hôtel & Gastro Formation VAUD
Secrétariat
Avenue Général-Guisan 42 A
1009 Pully

36879-11909



Le Service de la Restauration du CHUV regroupe 7 cuisines d'importance qui servent près de 2 millions de repas par année. Plus de 280 personnes y travaillent chaque jour afin de garantir une qualité des prestations irréprochable à nos patients, collaborateurs et visiteurs.

Pour faire face à l'augmentation de notre activité et au développement de nos nouvelles infrastructures culinaires, nous recherchons deux cadres pour les fonctions suivantes:

Un-e Responsable de l'Unité de Production Froide (UCP) à 100% & Un-e Chef-fe de cuisine à 100%

Nous attendons de nos futurs collaborateurs-trices membres de la Direction du service qu'ils assurent la mise en œuvre et l'exploitation de leur secteur. Pour relever ce défi majeur et répondre aux objectifs fixés par la Direction du service, nous cherchons deux professionnels disposant d'une grande expérience de la cuisine collective et plus particulièrement dans le monde hospitalier. Leur capacité d'organisation, de management et de maîtrise des processus de production leur permettent d'être les garants d'une exploitation efficiente de leur secteur tout en maintenant un niveau de prestation très élevé. Par leur rigueur et leur compréhension des besoins, ils assurent un approvisionnement sans faille des points de ventes et unités de production.

Exigences du poste:

- CFC de cuisinier, complété par le brevet fédéral de cuisinier en hôtellerie et restauration ou titre jugé équivalent.
- Pratique professionnelle de plusieurs années en qualité de responsable d'unité de production alimentaire.
- Expérience dans la gestion d'équipes de production de plusieurs dizaines de personnes.
- Maîtrise des processus de gestion par le biais d'outils modernes de pilotage.
- Expérience dans la gestion de projets d'envergures touchant le domaine de la restauration.
- Connaissance du milieu hospitalier.
- Sens des responsabilités élevé, détermination, écoute et implication personnelle dans la coordination entre tous les acteurs touchant le processus alimentaire du CHUV.

Entrée en fonction: De suite ou date à convenir.

Renseignements: M. J.-F. Siegler, Chef du Service restauration,
☎ 021 314 58 40

Délai de postulation: 22 mars 2015

Si vous êtes intéressé-e par un nouveau défi professionnel, n'hésitez pas à nous faire parvenir votre dossier complet à l'adresse figurant ci-dessous:

Département logistique hospitalière du CHUV, RH, réf. 3259,
Mont-Paisible 18 - 1011 Lausanne

36803-11880



L'hôpital fribourgeois (HFR) s'engage au quotidien pour la santé de la population. Actif sur plusieurs sites, il offre une gamme complète de soins stationnaires et ambulatoires de haute qualité, en plaçant le bien-être des patients au cœur de ses préoccupations. Engagement, solidarité et respect constituent les valeurs essentielles de ses 3000 collaboratrices et collaborateurs.

Pour compléter son équipe, la direction Logistique de l'hôpital fribourgeois recherche un-e

Responsable Restauration, achat et approvisionnement 100%

Votre mission:

- en votre qualité d'hôte pour nos patients et collaborateurs, vous veillez à leur offrir une alimentation saine
- vous êtes responsable du service «Supply Services – Restauration, achat et approvisionnement» (200 collaborateurs), êtes membre du comité de conduite de la direction Logistique et êtes directement subordonné-e au directeur Logistique
- il vous incombe d'assurer la conduite opérationnelle et le bon fonctionnement des secteurs de ce service dans le respect des principes de gestion d'entreprise
- vous dirigez ces secteurs avec un esprit orienté client et développez une gestion de l'offre et des ressources tournée vers l'avenir
- vous mettez en œuvre les projets en cours dans ces trois secteurs de manière ciblée

Votre profil:

- diplôme d'une haute école hôtelière avec expérience dans la gestion d'entreprise ou économiste d'entreprise avec expérience dans le leadership (hôtellerie, commerce de détail, achats, etc.)
- quelques années d'expérience dans une fonction similaire (hôtel, hôpital, etc.)
- pensée analytique, esprit d'innovation, volonté de relever des défis
- maîtrise de la langue française ou allemande avec d'excellentes connaissances de l'autre langue
- flexibilité, sens de la communication et de la négociation

Entrée en fonction: 1^{er} août 2015 ou à convenir

Renseignements: M. R. Overney, Directeur Logistique, Tél. +41 26 426 88 45

Retrouvez cette annonce sur notre site www.h-fr.ch sous la rubrique emploi et postulez de préférence online.

Vous pouvez également envoyer votre dossier à: hôpital fribourgeois, direction des ressources humaines, case postale, 1708 Fribourg, jusqu'au 12 avril 2015 (date limite de réception des dossiers)

Réf: HFR-IN-151201

36811-11885

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



THEMENBILD: KEYSTONE

KONTAKTLOSE ZAHLUNGEN

Das Erfolgsrezept für die Hotelbranche? Ein möglichst vollkommener Service von der Begrüssung bis zum Check-out. Hoteliers wissen längst, dass zu diesem Rundum-Service auch eine komfortable Zahlung gehört. Das gilt nicht nur für die Zimmerrechnung am Abreisetag. Auch beim Essen im hoteleigenen Restaurant oder beim Drink an der Bar sorgen praktische Payment-Lösungen stets für zufriedene Gäste.

Besonders vielversprechend ist Near Field Communication, kurz NFC. Die Funktechnologie ermöglicht den schnellen und kontaktlosen Datenaustausch auf kurze Distanz. Das macht NFC zum idealen Baustein der bargeldlosen Zahlungsabwicklung – und zu einem wichtigen Wegbereiter für MobilePayment. NFC ermöglicht die verschlüsselte Übertragung der Zahlungsdaten auf eine Entfernung von wenigen Zentimetern. Auf der einen Seite ein Chip, der keine eigene Energiequelle braucht. Auf der anderen Seite das Lesegerät. Das System ist einfach und das

Prinzip erprobt. Vorläufer und artverwandte Lösungen kommen seit Jahrzehnten bei der Identifizierung von Gegenständen sowie bei der Positionsbestimmung zum Einsatz. Funkchips finden sich in Türöffnern genauso wie auf Personalausweisen und Reisepässen.

Kontaktlos erst nur mit Karte, dann mit Smartphone
Zahlungen mit NFC sind besonders schnell, komfortabel und sicher. Kein Wunder also, dass auch die grossen Kartenanbieter ihre Kredit- und Debitkarten seit Jahren immer häufiger mit entsprechenden Funkchips ausstatten. Bei Beträgen bis zu 40 Schweizer Franken ist in der Regel weder die Eingabe einer PIN noch eine Unterschrift nötig. Die bequeme Technologie wird vermehrt auch in Mobiltelefone integriert. Heute ersetzt der Fingerabdruck bei einem der bekanntesten Smartphonehersteller die Eingabe der PIN oder die Unterschrift auf dem Kassenzettel, so dass die Abwicklung für den Gast noch schneller und bequemer als bisher funktioniert.

Neben der Verbreitung auf Verbraucherseite wächst die Zahl entsprechender Lesegeräte: Nach Angaben des EHI Retail Institute sind heute schon rund ein Viertel aller Kassensysteme auf Mobile Payment via NFC vorbereitet – und vier von fünf Händlern ohne eine solche Kassenfunktion planen, diese nachzurüsten. Für Einzelhandelskunden wird es in Zukunft selbstverständlich sein, Einkäufe kontaktlos per NFC zahlen zu können. Spätestens dann werden sie diese Möglichkeit auch als Gäste in Hotels erwarten. Jeder Hotelier ist demnach gut beraten, bei der Anschaffung neuer Terminals solche mit NFC-Funktion zu bevorzugen und bestehende Kartenlesegeräte entsprechend nachzurüsten.



Rainer Sureth
Präsident des Verwaltungsrates
ConCardis Schweiz AG
www.concardis.ch

Zu verkaufen in Belgien, Brüssel
Schönes Luxus - Boutique -
Hotel 160 Zimmer 4/5*
Email : info@virtuecap.com

36845-11909

Zu verkaufen
Restaurant Spycher in Niederwil
Gemütliches Restaurant direkt im Dorf kern mit 75 Sitzplätze und 35 Aussenplätze. Sämtliches Grossinventar ist im Preis inbegriffen.
Verkaufspreis: Fr. 570'000.-

056 649 99 66
079 630 19 57

immovendo
Erika Mahrer erika.mahrer@immovendo.ch

36629-11827

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
Wir verkaufen/vermieten Hotels und Restaurants und sind die Spezialisten für Gewinnoptimierung...
Wir beraten Sie gerne, erfahren Sie mehr darüber auf unserer Website
www.hesser-consulting.ch

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

36901-11658

SEILER
SINCE 1855



Zu vermieten ab
1. November 2015:
Bergrestaurant Alphita
auf 2220 m ob Zermatt:
70 Innenplätze
110 Terrassenplätze
Apéro-Lounge
sowie
Zu vermieten ab sofort:
In Zermatt Zentrum
in repräsentativer Liegenschaft
Büroräumlichkeiten mit Oberlicht,
1. UG, 151 m², abtrennbar,
Wasser und Abwasser vorhanden
Preis Fr. 2800.-/Monat netto
zuzüglich Nebenkosten
Interessenten melden sich unter:
buchhaltung@seilerhotels.ch
SEILER HOTELS ZERMATT AG
Bahnhofstrasse 38
3920 Zermatt

36823-11905

Engagiert, professionell, innovativ und erfahren, Unternehmer und Gastgeber aus Passion, so stellen Sie sich die Hoteliers vor, denen Sie Ihr
Hotel zur Pacht
anvertrauen möchten. Wenn Sie über ein Hotel mit ca. 30 - 50 Zimmern und einem Restaurant in einer deutschsprachigen Stadt- oder Feriendestination besitzen, und wenn Sie eigentlich schon lange mit dem Gedanken spielen dieses Haus in vertrauenswürdig Hände zu geben, dann sollten Sie unbedingt mit uns in Verbindung treten.
Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme. Vertraulichkeit ist selbstverständlich.
Via E-Mail an: das.hotel@gmx.ch oder 078 966 79 68

36832-11920

Nachfolger gesucht?

Engagiertes, junges, innovatives und erfahrenes Schweizer Hotelierpaar, beides Hotelfachschulabsolventen, sucht per November oder Dezember 2015 eine neue Herausforderung als Pächter eines Hotels ab 30 Zimmern, in einer deutschsprachigen Stadt- oder Feriendestination in der Schweiz.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme unter Chiffre 00000-00000 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Diskretion ist selbstverständlich.

36809-11891

Guter Grund für Ihren Besitz.



Ein Unternehmen
der G&P Gruppe Luzern

Wir verkaufen eine gastronomische Oase
in der Region Nordwestschweiz:

Restaurant an absolut einzigartiger Lage

Mit traditioneller, hochstehender Gastronomie, einigen Hotelzimmer und weiteren absolut einmaligen Attraktivitäten, welche ihresgleichen suchen.

Für Fragen steht Ihnen Thomas Rieben gerne zur Verfügung.

G&P IMMOBILIEN GMBH
Brünigstrasse 20 :: CH-6005 Luzern :: Telefon +41 (0)41 220 20 00
thomas.riegen@gsellundpartner.ch :: www.gsellundpartner.ch

36801-11885

Auf und davon ... nach Québec, Canada

- Spezialitätenrestaurant (Franz. Küche - Schweiz. Spez.)
- 110 Plätze - zahlreiche Möglichkeiten
- an bester Lage (ca. 60 km östl. von Montreal)
- Preis auf Anfrage
- Weitere Infos: 044 836 80 07, abends

36800-11887

A vendre ou à louer pour le 1^{er} octobre 2015 dans importante ville du Canton du Jura

Magnifique Hôtel-Restaurant

Opportunité unique pour un couple du métier.

L'établissement se compose de 10 chambres doubles, d'une brasserie, d'une salle à manger, d'une salle de conférence et d'une terrasse.

Grand Parking à disposition.

Possibilité de réaliser des chambres supplémentaires ou plusieurs appartements.

Pour de plus amples renseignements, veuillez écrire sous chiffre 36795-11885 à htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

36795-11885