

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2015)
Heft: 18

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: 21.07.2025

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

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

www.htr.ch



beeindruckt

Wie Philippe Alanou, neuer Geschäftsführer von Accor Schweiz, die Ibis-Familie vorantreiben und ausbauen will.

Seite 3

überzeugend

Wie ein neues Konzept und Traumwetter den «Ferientag» von Schweiz Tourismus in Zermatt zum Erfolg führten.

Seite 5 und 7

bewährt

Wie das familiengeführte Genfer Beau-Rivage sein 150-Jahr-Jubiläum und gleichzeitig die Übergabe an die 5. Generation feiert.

Seite 9

vielseitig

Wie die Zwiebel ein eher beiläufiges Dasein fristete und nun plötzlich Spitzenköche inspiriert.

Seite 20

KOPAS-Ausbildung

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in Hotellerie und Gastgewerbe

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

Gourmet

www.illycafe.ch

Es muss doch **nicht** alles so kompliziert sein.

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

hotelleriesuisse
 Swiss Hotel Association
 Protel

BRITA
 Professional

MIT BRITA MACHE ICH DEN BESTEN ESPRESSO DER STADT

BRITA ist Platin Sponsor der Swiss Coffee Championships

HOREGO

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

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Avec cahier français**

1102693
 Schweiz: Nationalbibliothek
 Periodikendienst
 Hallwilerstrasse 15
 3005 Bern

Erbschaftssteuer-Initiative

Latente Schuld lastet

Unabhängig vom Freibetrag würde die Erbschaftssteuer Hoteliers besonders schwer belasten.

ALEX GERTSCHEN

Die Hotellerie blickt sorgenvoll dem 14. Juni entgegen, an dem das Stimmvolk über die Einführung einer eidgenössischen Erbschaftssteuer befinden wird. Branchen mit einer relativ grossen Anlageintensität sowie einer geringen Rentabilität und Liquidität bekämen die Steuer besonders zu spüren. Auf viele Hotels treffen diese Merk-

male zu, zumal auf solche, die in Familienbesitz oder inhabergeführt sind. Laut hotelleriesuisse machen sie gegen 80 Prozent aller Betriebe in der Schweiz aus. Der Unternehmer Markus Wenger, der im Initiativkomitee sitzt, sagt im grossen Streitgespräch mit dem Hotelier René Maeder, dass die Initiative KMU-freundlich sei, weil sie für Betriebe, die zehn Jahre weitergeführt

würden, hohe Freibeträge vorsehe. Dem entgegen Maeder und Experten, dass die Steuerschuld während dieser Zeit latent vorhanden bleibe. Deshalb müssten dem Betrieb Mittel entzogen werden und würde die Bonität geschwächt. Eine vermeintlich wirtschaftsfreundliche gesetzliche Umsetzung änderte daran grundsätzlich nichts.
«fokus», Seiten 11 bis 15

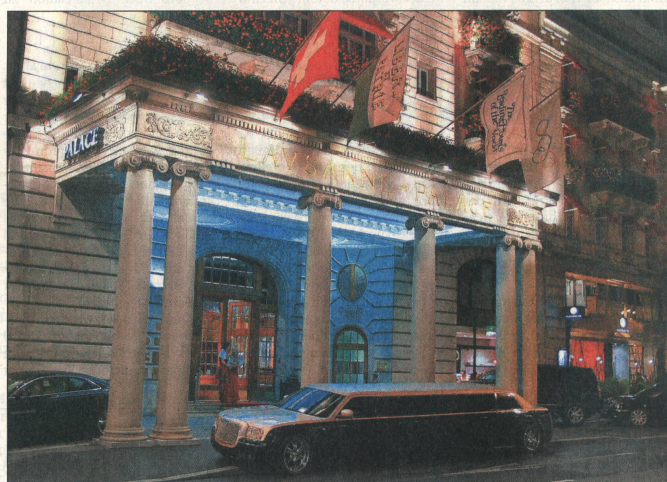
Luxushotellerie

Das Lausanne Palace in neuen Händen

In Lausanne werden die Karten in der Luxushotellerie neu gemischt: Wie die Fondation Sandoz am Montag mitteilte, hat sie das 5-Sterne-Superior-Hotel Lausanne Palace sowie das dazugehörige Hotel Château d'Ouchy übernommen. Der Stiftung gehört bereits das Lausanner Hotel Beau-Rivage Palace. Über den Kaufpreis gibt die Stiftung keine Auskunft.

Der Übernahmezeitpunkt und die damit einhergehende Aufstockung des Portfolios der Familie Sandoz in der Lausanner Luxushotellerie scheint nicht ganz zufällig gewählt. Es stärkt deren Konkurrenzfähigkeit nur ein paar wenige Monate vor der Eröffnung des neuen 5-Sterne-Hauses Royal Palace zwischen Stadtzentrum und Ouchy, welches von der Bürgenstock Selection gemanagt wird. Die Besitzerin Katara Hospitality hat 100 Millionen Franken investiert: 200 neue Zimmer sollen 66 Prozent mehr Übernachtungen bringen. aca/bf

Seite 10



Altbewährter Glanz, neue Besitzerin: das 5-Sterne-Superior-Hotel Lausanne Palace.

ZVG

Ausbildung

«Motel One» mit eigenem Campus

Die Budget-Design-Hotelkette Motel One hat im Motel One München City-Süd einen eigenen Campus eröffnet und setzt damit einen neuen Akzent in der betrieblichen Personalentwicklung. Für «One Campus» wurde das Hotel um weitere 250 Zimmer auf insgesamt 500 aufgestockt. fee

Seite 19

Standortmarketing

Berner haben Grosses vor

Die touristischen Organisationen von Stadt und Region Bern prüfen eine Zusammenarbeit, die es in dieser Form in der Schweiz noch gar nicht gibt: «Wir peilen nicht nur ein integriertes Standortmarketing an, sondern wollen zusätzlich gezielt Events akquirieren, teilweise auch selber kreieren und dann in der neuen Struktur

durchführen», erläutert Alec von Graffenried, Präsident von Bern Tourismus. Moderiert wird der Prozess von Marcel Brühlhart, der sich als «Mister Euro 2008» von Stadt und Kanton Bern einen Namen machte. Erste Resultate sollen im Sommer vorliegen.

Das Ziel sei ambitioniert, so von Graffenried. «Wir erachten die Konstellation für einen sol-

chen Schritt aber gerade jetzt als günstig.» Der Zwist zwischen Bern Tourismus und Hotellerie Bern+ Mittelland wurde letzte Woche beigelegt. Zur Belastungsprobe könnte nun aber noch die geplante städtische Tourismusabgabe werden, da sie von den Wirtinnen und vom Gewerbe abgelehnt wird. tl

Seite 2

Kommentar

Investor ohne Bodenhaftung: Vogel friss oder stirb in Vals



GERY NIEVENGELT

Als Bruno H. Schöpfer im März auf den Bürgenstock lud, musste er die Medienvertreter warten lassen. Minutenlang versuchte er am Telefon, den Managern der Katara Hospitality in Doha begreiflich zu machen, dass Öffentlichkeitsarbeit hierzulande zur Realisierung von Grossprojekten gehört.

Investoren aus dem Ausland tun sich oft unendlich schwer mit den hiesigen politischen und gesellschaftlichen Realitäten. Föderalismus, Bauvorschriften oder Beschwerderecht sind ihnen komplett fremd. Ob Katara auch in Zukunft in Schweizer Projekte investiert, steht in den Sternen.

Remo Stoffel ist ein einheimischer Investor. Als Valser, der in Vals bauen will, kennt er die Realitäten gut. Er weiss also, dass Grossprojekte ohne Unterstützung der Bevölkerung hierzulande chancenlos sind. Oder täusche ich mich? Wenn er seinen 381 Meter hohen Hotelturn nicht bauen dürfe, investiere er nicht mehr, drohte er den Valser Stimmbürgern in einem diese Woche im «Tages-Anzeiger» erschienenen Interview. Im Klartext: Vogel friss oder stirb.

Will Remo Stoffel den Turm etwa gar nicht bauen? Wenn doch, sollte er sich rasch auf die politischen und gesetzlichen Spielregeln einlassen. Diese sind ja nicht einfach nur überflüssig und schikanös. Trotz oder vielleicht gerade wegen der hiesigen Realitäten, die in Doha auf Unverständnis stossen, entsteht auf dem Bürgenstock ein Resort, das letztendlich auch den Investor zufriedenstellen wird.

Inhalt

diese woche	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-15
caterer	17
dolce vita	18-20



9 771662 334000 18

ANZEIGE

Aus der Region

Graubünden

Lehnt Vals den Turm ab, investiert Stoffel nicht



Remo Stoffel (Bild) wird in Vals nicht weiter investieren, falls die Gemeinde dem Bau seines 300 Mio. Franken teuren Hotelturns und der dafür nötigen Zonenplanänderung eine Absage erteilt. Dies sagte der Investor in einem Interview mit dem «Tages Anzeiger». Wann genau die Vals zum Projekt Stellung beziehen können, ist unklar. Gemeindevorstand Stefan Schmid hält gemäss der Nachrichtenagentur sda eine Abstimmung noch in diesem Jahr für unrealistisch.

Baubewilligung für Resort in Scuol nicht erneuert

Ende März hat der italienische Investor und Bauherr Marcello Cerea für den Bau des «Wellness-Resort Scuol» eine Fristverlängerung der Baubewilligung um ein Jahr beantragt – bereits die dritte seit 2012. Gemäss der «Schweiz am Sonntag» hat nun aber der Gemeindevorstand von Scuol entschieden, die Baubewilligung für das 90-Mio.-Projekt nicht ein weiteres Mal zu verlängern. Wie es weiter geht, bleibt offen. Cerea hat noch die Möglichkeit, Rekurs gegen den Entscheid einzureichen.

Zentralschweiz Stadtführungen durch Luzern boomen



In Luzern gibt es immer mehr und originellere Stadtführungen. Gemäss der «Neuen Luzerner Zeitung» können einzelne Anbieter gar davon leben. Grössere Anbieter neben vielen Einzelpersonen ist Luzern Tourismus mit rund 1700 Gruppen und 3600 individuellen Gästen im 2014. Immer beliebter werden ausgefallene und thematische Führungen – von «Nachtwächter» über «Schiffahrt», «Marktwelt» bis hin zu «Kriegsgeschichte» oder «Leben im Mittelalter».

Wallis

Sommerkampagne von Valais/Promotion

VVP stellt in seiner neuen Sommerkampagne den fürs Wallis prioritären Schweizer Markt ins Zentrum. Dafür haben sich 19 Partner aus den Bereichen Tourismus, Landwirtschaft, Industrie und Handel vereinigt. An der aktuell stattfindenden BEA in Bern und auf der eigens dafür geschaffenen Website www.walliser-sommer.ch/de stellen sie ihre Angebote für das unbekannte Wallis in den Mittelpunkt. bf

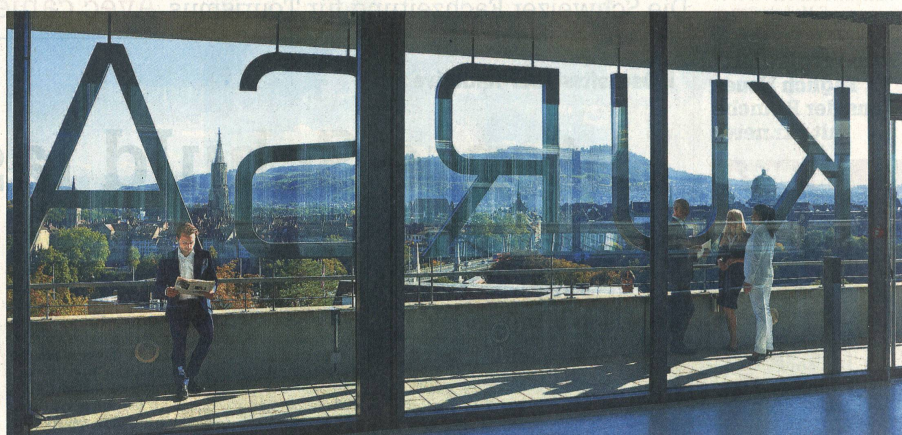
Bern prüft Standortagentur

Hotellerie und Bern Tourismus wollen die Standortförderung mit weiteren Partnern vorantreiben. Zur Belastungsprobe könnte aber die geplante Tourismusabgabe werden.

THERES LAGLER

Sie ziehen wieder am selben Strick: Bern Tourismus und der Hotellerie-Regionalverband Bern+ Mittelland. Spitzenvertreter der beiden Organisationen haben letzte Woche an einer Aussprache die Differenzen begraben, die im Februar publik wurden (die htr berichtete). Damals drohte Beatrice Imboden, Präsidentin des Hotellerie-Regionalverbands, aus dem Vorstand der Tourismusorganisation auszutreten. Die Anliegen der Hotellerie würden zu wenig berücksichtigt, kritisierte sie. Nun erhält die Hotellerie einen zusätzlichen dritten Sitz im neunköpfigen Vorstand und kann einen Vizepräsidenten stellen. «Das verbessert natürlich unsere Identifikation mit Bern Tourismus, nimmt uns aber auch in die Verantwortung», betont Beatrice Imboden. Das neue Vorstandsmitglied wird an der Generalversammlung von Bern Tourismus im Mai gewählt. Nominiert ist Philippe Näpflin, Direktor des Hotels Bern und Präsident der Hotelfachschule Thun, wie Beatrice Imboden am Dienstag am Tag der Berner Hotellerie und Gastronomie bekannt gab.

Gemeinsame Standortförderung soll Entwicklungssprung bringen
Alec von Grafenried, Präsident von Bern Tourismus, ist froh, dass der Blick nun wieder nach vorne



Kursaal Bern mit Blick über die Berner Innenstadt: ein wichtiger Leistungsträger im Berner Geschäftstourismus.

gerichtet ist. Er ist überzeugt, dass sich nur ein geeintes touristisches Bern den aktuellen Herausforderungen stellen kann. «Wir müssen beispielsweise bei der Akquisition von Anlässen besser werden», betont von Grafenried. Eine Arbeitsgruppe prüft zurzeit Modelle und Instrumente zur Optimierung der Zusammenarbeit, bis hin zu einer integrierten Standort- und Eventagentur. «Erste Resultate sollten im Sommer vorliegen», stellt von Grafenried in Aussicht. In der Arbeitsgruppe vertreten sind Bern Tourismus, Berncity, Hotellerie Bern+ Mittelland, Gastro Stadt Bern und Umgebung sowie die Stadt Bern. Moderiert wird der Prozess von Marcel Brühlhart, der als «Mister Euro 2008» von Stadt und Kanton Bern erfolgreich mit der Uefa verhandelte. Beatrice Imboden erhofft sich einiges vom laufenden Strategieprojekt. «Wir müssen den Mut haben, auch bestehende Strukturen zu hinterfragen», hält sie fest. Der Hotellerie-Regionalverband habe beispielsweise verbandspolitische Aufgaben, kümmere sich aber auch um Marketingthemen. Sie könne sich vorstellen, den Marketingbereich abzutrennen und in eine neue Organisation zu überführen.

Wirte und Gewerbetreibende lehnen städtische Tourismusabgabe ab

Ein solches Vorgehen bedingt ein gutes Einvernehmen unter den Partnern. Dieses könnte aber schon bald wieder auf die Probe gestellt werden. Die Stadtregierung will eine Tourismusförderungsabgabe einführen. Sie verspricht sich davon jährliche Einnahmen von 1,5 Millionen Franken für Bern Tourismus. All jene Betriebe, die mehr als 5 Prozent ihres Umsatzes mit Touristen machen, sollen die Gebühr entrichten. Sie liegt je nach Quartier und Betrieb zwischen mindestens 50 und höchstens 18000 Franken. Die Vorlage muss vom Stadtparlament noch genehmigt

werden. Während der Hotellerie-Regionalverband das Vorhaben begrüsst, stellen sich Gastro Bern und die Detailhandels-Organisation

Berncity dagegen. «Die Positionen sind schon lange klar. Das müssen wir aushalten», hält Beatrice Imboden dazu fest.

Marke Bern Neues Label soll den Bekanntheitsgrad weiter steigern

Bern Tourismus lanciert heute Donnerstag das Label «typisch Bern» (siehe Logo). «Es ist ein Label für Produkte, Dienstleistungen und Events, die sich durch traditionelle und innovative Werte auszeichnen und für Bern stehen», erläutert Markus Lergier, Tourismusdirektor von Bern. «Das Label ist als Auszeichnung zu verstehen und an gewisse Voraussetzungen geknüpft, wie beispielsweise geografische Herkunft, Qualität und nachhaltige Aspekte», so Lergier. «Interessanten müssen sich für den Erhalt des Labels bewerben.» Das Label «typisch Bern» ist in-



tegrativer Bestandteil der Marke Bern und soll deren Bekanntheitsgrad weiter steigern. Bern Tourismus gründete die Marke Bern bereits 2011. Damals übernahm Bern Tourismus die touristische Vermarktung der Regionen Stadt und Umgebung, Emmental, Gantersch, Ob- und Nidwalden. Seither haben sich neben dem Wirtschaftsraum Bern auch die Innenstadtagentur Berncity und der Flughafen Bern der Marke Bern angeschlossen. tl

«Fauler Kompromiss» zulasten der Hotellerie

Kartellbehörden in Frankreich, Schweden und Italien erlauben Booking.com Ratenparitätsklauseln gegenüber Hotels. Dies im Unterschied zu den deutschen Behörden. Die Untersuchung der Weko in der Schweiz läuft noch.

DANIEL STAMPFELI

In einer koordinierten Aktion haben die Kartellbehörden in Frankreich, Schweden und Italien ihre Untersuchungen der Ratenparitätsklauseln von Booking.com beendet und diese unter Auflagen genehmigt. Die Behörden akzeptieren dahingehende Selbstverpflichtungszusagen von Booking.com, Ratenparität nur noch gegenüber der Website des jeweiligen Hotels einzufordern. Auf konkurrierenden Portalen darf das Hotel demnach auch günstigere Zimmer anbieten. «Die Wettbewerbsbehörden sind vor dem mit Abstand grössten Buchungsportal

in Europa aus unerklärlichen Gründen eingeknickt und haben sich einen faulen Kompromiss zulasten des Wettbewerbs, der Verbraucher und der Hotellerie abgeben lassen», sagt Markus Luth, Hauptgeschäftsführer des Hotelverbandes Deutschland (IHA).

In Deutschland hatte Anfang April das Bundeskartellamt Booking.com wegen der Verwendung von Meistbegünstigungsklauseln gegenüber Hotelpartnern formell abgemahnt. Das Bundeskartellamt hatte bereits am 20. Dezember 2013 gegen das Buchungsportal HRS eine Abstellungs-

verfügung erlassen, die am 9. Januar 2015 auch einer rechtskräftigen Überprüfung durch das Oberlandesgericht Düsseldorf standhielt.

Im Herbst 2013 hatte das Bundeskartellamt aufgrund einer entsprechenden Eingabe des Hotelverbandes Deutschland (IHA) Ermittlungen gegen den in Amsterdam ansässigen Portalbetreiber Booking.com eingeleitet.

In Frankreich hatte Accor im Februar 2015 Beschwerde gegen die Buchungsplattform Booking.com eingereicht. Der französische Hotelkonzern unterstützt

damit als grösste europäische Hotelkette die nationalen Hotelverbände im Kampf gegen die rechtswidrigen Bestpreis-Klauseln der Portale.

Auch in der Schweiz ist ein ähnliches Verfahren vor der Wettbewerbskommission Weko im Gange, welches eine kartellrechtliche Untersuchung gegen die Online-Buchungsportale Booking.com, HRS und Expedia beinhaltet und vom Branchenverband hotellerieuisse initiiert wurde. Voraussichtlich wird das Verfahren noch in diesem Jahr abgeschlossen.

St. Moritz zieht positive Bilanz

«150 Jahre Wintertourismus»: Das stand diesen Winter in St. Moritz im Zentrum. Die Jubiläumsanlässe erzielten einen grossen Werbeeffekt.

Das Organisationskomitee von «150 Jahre Wintertourismus» in St. Moritz hat am Montag eindrückliche Zahlen präsentiert: Über 300 Medienberichte in der ganzen Welt befassten sich mit dem Jubiläum. 56 Millionen Kontakte konnten nachgewiesen werden.

Am Eröffnungswochenende nahmen 5000 Zuschauer teil. An den verschiedenen Veranstaltungen – ohne Gourmet Festival – wurden über 10000 Teilnehmer gezählt. Der Jubiläumsfilm auf Youtube verzeichnete seit September 24000 Views. Die Website zum Jubiläum wurde 18000-mal angeklickt.

Doch es geht nicht nur um Zahlen: Das Jubiläum bot die Gelegenheit, Produkte und Programmpunkte zu entwickeln, die auch in Zukunft bestehen bleiben. Dazu gehören beispielsweise der Nostalgie-Skitag in Sils,

das Skirennen «Sie und Er» bis ins Dorf St. Moritz und der Patrouillenlauf Davos-St. Moritz. Für OK-Präsident Hansruedi Schaffner ist klar, dass das Jubiläum die Ferienregion St. Moritz in den Kernmärkten wieder stärker ins Bewusstsein gebracht hat. «Der Anlass bot aber auch ein hochwillkommenes Übungsfeld zur Zusammenarbeit in der Region», führt Schaffner weiter aus. Diesen Schwung gelte es nun für die Ski-WM 2017 in St. Moritz mitzunehmen. Bereits in Planung ist ein Film zum Thema «Skimythos St. Moritz». tl

Schweizer gehen erneut weniger auswärts essen und trinken

Der Branchenverband Gastrosuisse sorgt sich aber auch wegen des zunehmenden Gastronomietourismus.

Das Gastgewerbe kämpft mit sinkenden Umsätzen: Die Schweizer Bevölkerung hat im letzten Jahr 22,7 Milliarden Franken für Essen und Trinken ausser Haus ausgegeben. Das sind 1,9 Prozent weniger als 2013, wie der Branchenverband Gastrosuisse an seiner Jahresmedienkonferenz bekannt gab.

Eingetrübt hätten sich wegen der Aufhebung des Euro-Mindestkurses auch die Aussichten, hielt Gastrosuisse-Präsident Ca-

simir Platzer fest. «Es gibt nicht nur den Einkaufstourismus, sondern auch den Gastronomietourismus.» Gemäss einer vom Verband in Auftrag gegebenen Studie gaben 36 Prozent von über 1000 Befragten an, während der vergangenen drei Monate im benachbarten Ausland gegessen zu haben. Dadurch gehen der Schweizer Gastronomie jährlich rund 4 Milliarden Franken verloren, so die Hochrechnung des Verbandes. tl

Ein Schweiz liebender Europäer

Philippe Alanou ist der neue leitende Geschäftsführer von Accor Schweiz, wo er mit sieben neuen Hotels bis 2017 die Expansion der Ibis-Familie vorantreiben will.

ALEXANDRE CALDARA

Philippe Alanou, warum haben Sie sich nach dem Weggang von Benoît-Etienne Domengat als Generaldirektor von Accor Schweiz beworben?

In den 17 Jahren bei Accor haben mich Herausforderungen immer gereizt. Mit meinem Doppelprofil als Finanzspezialist und operativer Direktor bin ich gut dafür gewappnet. Als ich 2010 nach Deutschland kam, sprach ich kein Wort Deutsch, doch dann gefiel mir das soziale Leben in München. Später übernahm ich die Leitung des Marktes Österreich. Die typisch französische Sichtweise ist mir eher fremd, ich fühle mich als Europäer. Ich war beeindruckt vom sehr guten Zustand des Schweizer Hotelnetzes, von den ausgezeichneten Beziehungen zu den Partnern. Die Schweiz bleibt ein Symbol für Servicequalität.

Wie beurteilen Sie die Stellung der Hotelketten im Schweizer Markt?

Sehr fragmentiert, und natürlich wird der Markt von unabhängigen Hoteliers beherrscht. Die Accor-Kette hat 6000 Zimmer, etwa gleich viele wie unsere Konkurrenten. Mit 23 Ibis, 3 Styles und 11 Budgets halten wir im Economy-Segment 68%. Das scheint mir gut so, unsere Marken sind sehr bekannt und unsere Franchisenehmer gefallen sie. Die Gebirgshotellerie ist eindeutig nicht unser Kerngeschäft.

Wächst Ibis auch weltweit?

Ja, die Entwicklung ist kohärent. 2014 hat sich die Ibis-Familie um 31 Häuser vergrößert, das sind 50 Prozent unserer Eröffnungen. Das Image dieser Art Economy-Hotelserie verändert sich. Das sind keine tristen, unbequemen Häuser mehr. Wir führten da im Gegenteil gutes Design und unerwarteten Service und Komfort ein. Auch haben wir eine witzige, schräge Werbekampagne gestartet, in der gar Reiche und Celebritys in Hotels der Ibis-Marken übernachten.

In der Schweiz ändern Sie Ihre Kommunikationsstrategie. Das Mandat von Jürg Siegrist, der seit 20 Jahren für die Gruppe arbeitet, wurde nicht verlängert. Warum?

Wir haben eine PR-Agentur gesucht, die mit den Medien arbeiten und auch unsere Kommunikation organisieren kann. Von zwölf Agenturen, die uns Projekte präsentiert haben, hat uns Jung von Matt besonders wegen ihrer Fähigkeit überzeugt, mit Ideen die sozialen Netzwerke zu mobilisieren.

Zur Person Profunder Kenner verschiedenster Sparten

Philippe Alanou ist als Generaldirektor der Accor Hotel Services Mitglied des Direktionskomitees «Northern Europe & Russia». Für die Accor-Gruppe war er nacheinander in der Unternehmensrevision, im Controlling und während viereinhalb Jahren als CFO (Chief Financial Officer) bei Accor Niederlande tätig. Seine operative Laufbahn begann 2010 in Deutschland. 2011 wurde er Projektleiter des «Ibis Megabrand Project». 2012 wurde er Geschäftsführer von Accor Österreich und 2013 zusätzlich Senior Vice President Operations Novotel und Suite Novotel für die Region Mitteleuropa. Seit 2014 ist er darüber hinaus Generaldirektor der Sparte «Economy & Budget» für Mitteleuropa.



Philippe Alanou: «Sobald sich eine schöne Lage für eine Sofitel bietet, werden wir die Chance nutzen.»

zvg/Montage htr

Ist für Sie die Verteilung zwischen eigenen Häusern und Franchisenehmern ausgewogen?

Ja, wir haben 50 Prozent eigene und fünfzig Prozent mit Partnern, wobei unsere eigenen Häuser in den städtischen Zentren konzentriert sind, mit Zürich als Wirtschaftshauptstadt an erster Stelle, dann Basel und Genf sowie unsere Franchisenehmer in den sekundären Städten.

Sind die verschiedenen Marken der Gruppe ausreichend vertreten?

Wir sind mit neun Marken vertreten. Was klar fehlt ist ein Sofitel, davon reden wir schon seit einiger Zeit. Natürlich bleiben wir offen, wenn sich Gelegenheiten für andere Marken aus anderen Segmenten der Gruppe ergeben. Und natürlich möchten wir mit der Marke Sofitel präsent sein. Sobald sich eine schöne Lage für die Einrichtung eines Sofitels bietet, werden wir die Chance nutzen.

Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Gruppe in den letzten Jahren in der Schweiz?

Hinter dem rasanten Wachstum steht sehr viel Arbeit: Von 35 Hotels in 2008 sind wir auf heute 58 hochgeschneilt. Ich habe höchste Anerkennung für Benoît-Etienne Domengat, der sich hier seit Sommer 2011 enorm engagiert hat. 2014 war mit der Eröffnung von vier Hotels mit insgesamt 629 Zimmern ein Ausnahmejahr. Ich bin glücklich, in der Schweiz wieder Persönlichkeiten zu begegnen, mit denen ich früher schon gearbeitet habe.

Wollen Sie diese Entwicklung fortsetzen?

Ja, ich kann verraten, dass wir für sieben Hotels unterzeichnet haben, alle in der Ibis-Familie. Sie werden bis Ende 2017 gestaffelt eröffnet. Wir wollen auch unsere Renovationszyklen verkürzen. Im MG Gallery Rotary in Genf sind seit Mitte März umfangreiche Arbeiten an den Zimmern und der Hotelhalle im Gang, deshalb bleibt es bis August geschlossen. Im Novotel Bern Expo setzen wir im F&B mit einem neuen Food-Sharing-Angebot, einer Art

Tavolata, neue Impulse. Wir wollen die Renovationszyklen so beschleunigen, dass der gesamte Bestand innert fünf bis sieben Jahren renoviert wird.

Wie hoch ist Ihr Umsatz in der Schweiz?

Unsere Gruppe kommuniziert ihre Umsätze nicht nach Ländern, sondern nach geographischen Gebieten.

In Genf ist Ihre neue Marke Ibis Styles mit einer Neueröffnung in 2014 und einer weiteren in 2015 auf rasantem Wachstumskurs. In welcher Kategorie spielt diese Marke?

Ja, es gab davor nur ein einziges Ibis Styles, in Luzern. In Deutschland haben wir viele, und unsere Partner mögen die Marke. In Genf haben wir am Bahnhof Cornavin 52 Zimmer eröffnet, und nicht weit davon entfernt kommen demnächst 30 weitere hinzu. Wir haben auch das Astoria in Bern übernommen. Es wird ein Ibis Style mit 76 Zimmern. Wir warten noch auf die Baugenehmigung. Gutes Design sollte nicht der

«Wir wollen nicht ins Preisdumping einsteigen. Die Schweiz muss Symbol für Qualität bleiben.»

Philippe Alanou
Geschäftsführer Accor Schweiz

Luxusklasse vorbehalten sein. In Bern liefert uns die Nähe zum Zentrum Paul Klee den Anlass, aus dem Kubismus ein grosses Thema zu machen, das vom Rubik's Cube bis zum Universum des Videospiele Space Invaders gehen kann.

Ihr Aufstieg an die Spitze von Accor fiel mit der Aufhebung des Franken-Mindestkurses zusammen. Wie sind Sie mit dieser Situation umgegangen?
Ich war wie alle Welt verblüfft, wie urplötzlich die Entscheidung gefallen ist. Ein merkwürdiges Begrüssungsgeschenk war das. Aber wir wollen nicht ins Preisdumping einsteigen. Die Schweiz muss das Symbol für Qualität bleiben. Seit März machen wir eine Art «More-for-less»-Angebot, mit Frühstück, WLAN-Zugang und Check-out um 16 Uhr für einen Franken mehr.

Wie würden Sie Ihren Management-Stil beschreiben?

Ich mag die Menschen. Wir wären nichts ohne unsere Teams. In diesem Moment ist es mein Hauptziel, alle unsere Hotels im Land zu besuchen.

Wer arrogant ist, wird in unserer Gruppe nicht alt. Und sonst bin ich ein Zahlenmensch, ich mag es gern exakt. Und ich spüre die Atmosphäre in einem Hotel sehr schnell.

Was sieht man, wenn man Ihr Büro in Crissier betritt?

Ein rotes Velo und Ski, ich habe noch keine Wohnung. Ich habe schon Bekanntschaft mit Morgins und Gstaad, den Rebbergen im Lavaux und dem Jazzfestival Cully gemacht.

Was erwarten Sie von der Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusbüros?

Unsere Verbindungen zu unseren Partnern sind gut. Das Wichtigste für uns bleibt, dass wir rund um die Kongresse Diskussionsgruppen bilden können. Das pragmatische Vorgehen einer Destination wie Wien muss Schule machen. Wir müssen uns alle mit unseren Hotelier-Kollegen zu Erfolgsmodellen wie der Basel World oder dem Autosalon austauschen und uns abstimmen.

Dieses Gespräch wurde auf Französisch geführt. Die Originalversion finden Sie auf www.htr.ch/Alanou. Übersetzung: Christina Miller

Digitale Kanäle Die neueste Akquisition: Fastbooking

Auf Initiative von Generaldirektor Sébastien Bazin führt Accor seit Ende 2014 digitale Strukturen ein und investiert innert 5 Jahren 225 Millionen Euro. Die Übernahme der französischen Gesellschaft Fastbooking im vergangenen Jahr geht in dieselbe Richtung. Die Spezialistin für die Kreation von Websites bedient weltweit täglich rund 4000 Hotels. Accor hatte Ende letzten Jahres schon das französische Start-up Wipolo erworben, das die App «Compagnon de voyage» entwickelt. Die Gruppe möchte ihre Reservationen auf ihrem Vertriebskanal erhöhen. Dieser wird gegenwärtig von 160 000 Usern weltweit und 6000 in der Schweiz genutzt.

Standpunkt

Konzentration auf das Wesentliche rentiert



JÜRGEN DOMENIG

Günstiger, innovativer und kooperativer müssen sie werden, die Schweizer Touristiker. So der Ruf, der seit dem 15. Januar noch lauter ertönt als sonst. Wenn das so einfach wäre! Von heute auf morgen lassen sich weder die Preise dauerhaft senken, Innovationen erfolgreich lancieren noch Kooperationen abschliessen. So entscheidend diese Schritte sind – Sofortmassnahmen sind das keine. Aber es gibt sie, die schnell wirksamen Massnahmen. Dazu gehört an erster

«Viele Prozesse können einfacher und damit kostengünstiger gestaltet werden.»

Stelle die Optimierung betrieblicher Abläufe. Viele Prozesse können einfacher und damit effizienter und kostengünstiger gestaltet werden. Das Gute daran: Solche Einsparungen spürt der Betrieb, nicht aber der Gast. Eine funktionierende Arbeitsteilung ist dafür essenziell. Vorbei sind die Zeiten, als der Hoteldirektor von Strategie über Gästebetreuung bis Versicherungswesen alles selber erledigte. Wer heute erfolgreich sein will, muss sich auf seine Stärken konzentrieren und Arbeiten, die nicht zu den Kernaufgaben gehören, an interne oder externe Fachleute delegieren. Ebenso zentral ist eine schlanke Administration, die auf intelligente Technologien setzt und dank Online-Tools wie Hotel+, Hotelu Full, Mirela & Co. in allen Belangen regelkonform, jederzeit nachvollziehbar und ohne unnötigen Aufwand arbeitet. Das schafft Freiraum – der genutzt werden kann, günstiger, innovativer, kooperativer und vor allem rentabler zu werden.

* Jürg Domengat ist Präsident der Sozialversicherung Hotels und Geschäftsführer von hotelleriesuisse Graubünden

Aufgefallen

Hoteliere glänzen durch Abwesenheit



So viele Unternehmer wie schon lange nicht mehr kandidieren gemäss der «Schweiz am Sonntag» als

National- oder Ständerat für die Wahlen im Herbst. Darunter finden sich bekanntere als auch weniger bekannte Namen: von Magdalena Martullo-Blocher (Chefin Ems Chemie), über Marcel Dobler (Digitec-Gründer), Roger Köppel («Weltwoche»-Verleger), Nicolo Paganini (Olma-Direktor) bis hin zu Mustafa Atici, der mit seinem Catering-Unternehmen den St. Jakob-Park (FC Basel) und das Stade de Suisse (Young Boys) beliefert. Unverändert bleibt: Unternehmer aus der Hotellerie sucht man vergebens. bf



Hier lesen Sie gut

Das Magazin für kreative
Hoteliers und Gastronomen

ERSCHEINUNGSDATEN 2015

1. Ausgabe: 23. April
2. Ausgabe: 11. Juni
3. Ausgabe: 6. August
4. Ausgabe: 24. September
5. Ausgabe: 12. November

Weitere Informationen unter htr.ch

HOTEL GOURMET

Das Magazin für Hoteliers und Gastronomen

WELTEN

Auf dem Campus in den Bergen

Ein neues Konzept mit über 50 Breakout-Sessions, Top-Organisation und Traumwetter liessen den 18. «Ferientag» von Schweiz Tourismus in Zermatt zum Erlebnis werden.

GERY NIEVERGELT

Inspirierend. Spannend. Abwechslungsreich. Fast durchwegs positiv äussern sich Teilnehmende, mit denen ich mich vergangene Woche in Zermatt unterhielt, über den dort stattfindenden Schweizer Ferientag. Ich stimme zu.

Es war nach der zähflüssigen Veranstaltung vom vergangenen Jahr in Lausanne an der Zeit, das Konzept eines in die Jahre gekommenen Branchen-Events zu überdenken.

Schweiz Tourismus begnügt sich nicht mit Retouches, sondern beschritt couragiert neue Wege. Die traditionelle Plenarveranstaltung wurde durch ein Forum ersetzt, das den Austausch und das Gespräch mit Fachleuten in den Mittelpunkt rückte. Aus 54 parallel stattfindenden



«Wir fühlten uns während 24 Stunden in unsere Studentenzeit zurückversetzt.»

Martin Nydegger
Business Development ST

Breakout-Sessions zu Tourismus- und Marketingthemen konnte man sich über einen Zeitraum von 24 Stunden sein individuelles «Ferientag»-Programm zusammenstellen. Die Lust an der Freiheit, über Inhalte, Ort und Zeitpunkt selbst zu bestimmen, wirkte ansteckend. Auch die Sessions zu Randzeiten waren gut besucht.

«Learn and have fun» unter stabilblauem Himmel

Nun kann ein solch offenes Veranstaltungskonzept nicht überall klappen, in Zermatt mit seiner dörflichen Struktur und der enormen Kompetenz in Hospitality aber schon. Zur Topleistung der Organisatoren gesellte sich unverwundliches Wetterglück. Schöner flanieren, auf Bekannte treffen und Wissenswertes austauschen

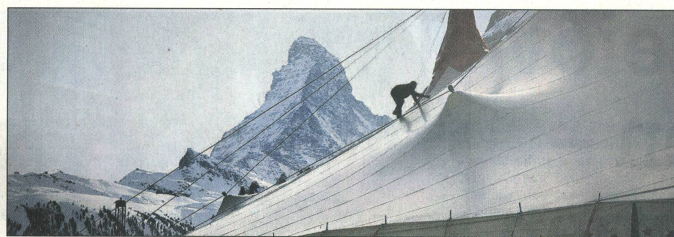
geht nicht, und so verwandelte sich das Bergdorf zeitweilig in einen eigentlichen Tourismus-Campus. Martin Nydegger, Geschäftsleitungsmitglied von Schweiz Tourismus, empfand es so: «Wir fühlten uns während 24 Stunden in unsere Studentenzeit zurückversetzt, wo das Motto gilt: Learn and have fun.»

Doch der Campus benötigte auch eine Mitte, einen Sammelplatz für die 1270 Kurzzeit-«Studierenden». Dieser bestand aus zwei Zelten, das eine ein Marktplatz für Networking und Kaffeepausen, das andere eine Bühne für das offizielle Programm, Preisverleihungen und die Keynote-Referate prominenter Zeitgenossen wie Heinz Karrer, Economie-suisse, oder Rob Torres, Google. Da vernahm man

nun allerdings nicht wirklich Neues und wurde den Eindruck nicht los, es spulten hier erfahrene Manager mit viel Film und Folie routiniert ihr Programm herunter. Vielleicht ist diese von Autoritätsgläubigkeit geprägte Form der Wissensvermittlung im Tagungsgeschäft überholt.

Der Blick von aussen tut der Tourismusbranche gut

Aber so will es das neue, dezentrale und interaktive Konzept des «Schweizer Ferientages»: Niemand war überall dabei, es lässt sich also nur über das mit eigenen Ohren Gehörte berichten. Gefallen hat mir dann doch der Vortrag eines prominenten Gastredners. Coop-CEO Joos Sutter zeigte am Beispiel seiner Unternehmensgruppe unter anderem, wie wichtig Produktdifferenzierung



Aufbruch zu neuen Erlebnissen am Fuss des Matterhorns: Der Ferientag von Schweiz Tourismus ging nicht nur im Hauptzelt, sondern im ganzen Dorf über die Bühnen.

ZVG



Für zwei Tage verwandelte sich der Ferienort Zermatt in einen Tourismus-Campus mit 1270 Beteiligten und 70 Referenten, darunter der Meteorologe Thomas Bucheli.

Bilder Schweiz Tourismus/André Meier



Die meisten der 54 Breakout-Sessions waren gut besucht. Hier referiert Otto Steiner im Matterhorn Museum am Dorfplatz über Erlebnisszenarien.

geworden ist, wie stark CRM und damit das Wissen um die Bedürfnisse der Kunden an Bedeutung gewonnen hat, und warum Nachhaltigkeit in einem Betrieb Chefsache sein sollte.

Best Practice, Innovationen, Strategie- und Lernprozesse aus

anderen Branchen; die frei geäusserte und womöglich auch kritische Fremdsicht durch eine Persönlichkeit: Das sind Inputs, die einer Branche gut tun, die sich so liebend gerne mit sich selbst beschäftigt. Dass hierfür immer genügend Zeit bleibt, garantiert die

Afterparty «Synergy Night». Sie wird, Neukonzept hin oder her, ihren festen Platz im Programm des «Schweizer Ferientages» von Schweiz Tourismus behalten.

Die nächste Austragung findet übrigens am 11. und 12. Mai 2016 in Lugano statt.

Gastfreundlichkeit am Ferientag mit dem Prix Bienvenu belohnt

Ausgezeichnet wurden fünf Hotels, die in Online-Gästebewertungen glänzten. Bericht auf htr.ch/PB2015



Vertreter der ausgezeichneten Hotels Villa Honegg, Giacometti Locarno, Ascovilla Ascona, Chastè Tarasp, Bellevue Bern.

ZVG

Ein Award für starken Webauftritt

An der GV des Verbandes Schweizer Tourismusmanager (VSTM) in Zermatt wurde Graubünden mit dem Globonet eTourism Award 2015 ausgezeichnet.

Höhepunkt an der im Anschluss an den «Ferientag» durchgeführten GV des VSTM war die fünfte Verleihung des Globonet eTourism Award, der an eine Tourismusdestination verliehen wird, die im Einsatz elektronischer Medien besonders brilliert.

Die Fachjury zeichnete diesmal Graubünden aus und begründete den Entscheid mit dem «aussergewöhnlichen Social-Media-Auftritt mit hohem Infotainment-Faktor», der der Mar-

ketingorganisation auf Facebook nicht weniger als 132 761 Fans beschere. Die Ränge zwei und

drei belegten dieses Jahr Zürich und Zermatt. Nominiert waren insgesamt zehn Destinationen.



Gewinner Zürich (Marc Bertschinger), Graubünden (Manuela Michel), Zermatt (Pascal Gebert), Moderator Nik Hartmann.

ZVG

Aus der Region

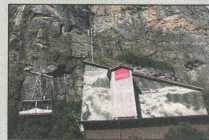
Zürich

Baubeginn für «The Circle» am Flughafen

Diese Woche erfolgte der offizielle Spatenstich für das neue Dienstleistungszentrum «The Circle» am Flughafen Zürich. In Gehdistanz zu den Terminals entsteht bis Ende 2018 ein Ort für Business und Lifestyle: Dazu gehören unter anderem zwei Hotels, ein Convention Center, ein medizinisches Zentrum, Geschäfte, Restaurants und Angebote aus Kunst, Kultur und Bildung. Das Investitionsvolumen beträgt rund 1 Milliarde Franken.

Berner Oberland

Angebote von Schilthornbahn überzeugten



ZVG

Wie die Schilthornbahn AG mitteilt, waren die im vergangenen Winter eingeführten Neuerungen ein voller Erfolg: Nicht nur hätten die Angebote Skyline Snowpark, Skimovie und die neue Piste zu einer spürbaren Aufwertung des gesamten Gebiets geführt, gleichzeitig sei mit Events und Camps auch die Gästestruktur im Gebiet Mürren-Schilthorn sichtbar und spürbar verjüngt worden. Momentan wird eine neues Skipass-System installiert.

Jura/Seen-Land

Jura-Naturparks und Drei-Seen-Land kooperieren



swiss-image/Gerry Nitsch

Die Regionalen Naturparks des Jurabogens Jura vaudois, Chasseral, Doubbs, Thal und Jurapark Aargau vereinen ihre Kräfte. Dafür spannen sie mit der touristischen Destination Jura & Drei-Seen-Land zusammen. Herausgekommen ist eine bunte Broschüre mit stimmungsvollen Jurabildern, die die Gemeinsamkeiten der Parks des Jurabogens herausstreicht sowie Vorschläge für originelle Wanderungen und Besichtigungen bietet.

Schweiz

B&B – weniger Betriebe, mehr Übernachtungen

Die Zahl der Schweizer Bed-and-Breakfast-Anbieter ist 2014 auf 1022 Betriebe zurückgegangen, die Übernachtungen jedoch haben um 3,9% auf 423 000 zugenommen, wie der Verband Bed and Breakfast Switzerland mitteilt. Fast die Hälfte der Gäste stammte aus dem Inland. 41,5% kamen aus dem restlichen Europa, 4,3% kamen aus Asien und dem Nahen Osten, 3,4% aus Nord- und Südamerika.

bf

Geteilte Freuden – und Sorgen

Sharing Economy und Digitalisierung standen vergangene Woche im Fokus des von rund 450 Tourismusexperten und Studierenden besuchten «4. World Tourism Forum» in Luzern.

BENI RIHS



Teilnehmende des «World Tourism Forum» Luzern beim Fondueplausch vor dem KKL.

Bilder Sandra Blaser

Touristiker aus 65 Ländern genossen vergangene Woche am 4. «World Tourism Forum Lucerne» nicht nur das Schweizer Nationalgericht Fondue. Sie nutzten die Zeit auch für einen intensiven Gedankenaustausch über den Zustand des internationalen Tourismus. So forderte etwa der amerikanische Zukunftsforscher Jeremy Rifkin, die Tourismusindustrie müsse eine eigene Roadmap entwickeln, um die wachsenden Herausforderungen durch Digitalisierung und Technologie sowie die Sharing-Economy-Trends zu meistern.

Positiv gestimmt zeigte sich Martin Barth, der General Manager des Luzerner Forums: «Unsere Industrie ist auch 2014 global wieder um rund 4 Prozent gewachsen. Das ist ein Signal, dass der Tourismus für Nachwuchstalente nach wie vor grosse berufliche Perspektiven und Chancen bietet.» Nachdenklicher gab sich Bundesrat Johann Schneider-Ammann. Mit Blick auf die Herausforderungen durch den starken Franken rief er die Schweizer Tourismusindustrie in seinem Grusswort zu einer engeren Zusammenarbeit und mehr Innovationskraft auf.



BR Johann Schneider-Ammann begrüsst Her Majesty the Queen Mother of Bhutan, Sangay Choden Wangchuck.



Christopher Cederskog, Regional Manager Europe Airbnb.



Christopher Rodrigues, Chairman Visit Britain; Helen Marano, World Travel and Tourism Council; Martin Barth, GM des Forums.



Puneet Chhatwal, CEO Steigenberger Hotels, und Reto Widmer, Vorstand des Forum-Fachbeirats.



Markus Conzelmann, GM Radisson Blu Luzern, und Michael Farrell, Senior VP HR bei Rezidor.

Sesselrücken

Gastronomia mit neuer Messeleiterin

Tanja Puffer ist von der MCH Beaulieu Lausanne SA zur neuen Leiterin der Messe Gastronomie bestimmt worden. Sie ist eine



ZVG

Spezialistin für Kommunikation, Sponsoring und Events. Ihr beruflicher Werdegang führte sie durch sehr unterschiedliche Unternehmen wie Coca-Cola oder die Banque Cantonale Vaudoise. Die nächste Ausgabe der Gastronomie findet vom 13. bis 16. November 2016 statt.

Zermatt Tourismus auf der Suche nach Marketingleiter

Marc Scheurer verlässt Zermatt Tourismus per Ende Oktober 2015. Der Vizedirektor und Marketingleiter sucht nach einer kurzen Aus-



ZVG

zeit eine neue Herausforderung, dem Herzen zuliebe vorzugsweise in Russland. Die frei werdende Stelle als Marketingleiter für Zermatt Tourismus soll in Kürze neu ausgeschrieben werden.

Sempachersee Tourismus hat neuen Präsidenten

Guido Durrer wurde an einer bewegten Generalversammlung vom 17. April zum neuen Präsidenten von Sempachersee Tourismus (SST) gewählt. Der Inhaber



ZVG

eines Malergeschäfts und Stadtrat von Sempach setzte sich als Wunschkandidat der Gemeinden gegenüber dem vom SST favorisierten Vorstandsmitglied Pius Galliker durch. Darauf kam es zu Rücktritten und einem fast kompletten Wechsel im Vorstand. Durrer glaubt an das grosse Potenzial, das die Region im Tourismus aufweise, und will die Angebotsentwicklung fördern. Im Herbst 2015 sollen an einer ausserordentlichen Generalversammlung die Neuausrichtung von Sempachersee Tourismus sowie neue «Visionen» präsentiert werden.

dst/gn

Jubiläumsfeier für 20 Jahre Arabella Schweiz

Mit einem Blick zurück auf erfolgreich realisierte Visionen und Projekte feierte die **Arabella Schweiz AG** mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und der Branche ihr 20-jähriges Bestehen.

NATALIE-PASCALE ALIESCH

Mit dem Kauf des neuen Schloss in Zürich und der Gründung der Arabella Schweiz AG stieg der Münchner Unternehmer Stefan Schörghuber im Jahre 1995 in den Schweizer Markt ein. Heute hält die Holdinggesellschaft mit Sitz in Chur verschiedene Beteiligungen in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Finanzen und Immobilien. Am vergangenen Freitag feierte das Unternehmen sein 20-jahre-Jubiläum. Mit rund 100 eingeladenen Gästen wurde auf die Meilensteine in der 20-jährigen Geschichte der Hotelgesellschaft zurückgeblickt und angestossen.



Albert Niggli (VR-Präsident Arabella Schweiz AG), André Witschi (VR-Präsident SSTH AG), Alexandra Schörghuber (Vizepräsidentin und Eigentümerin Arabella Schweiz AG), Ernst Wyrsch (Präsident hotellerieuisse Graubünden).

Bilder Arabella Schweiz AG/Gisela Schregle



Patrick Zoller (Portfolio Manager Arabella Vermögensverwaltung AG, r.), Martin Koepfli (Direktor Sheraton Davos Hotel Waldhaus).

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

Une séduisante nouvelle voie

Des séminaires en lieu et place des séances plénières: la nouvelle formule de la Journée suisse des vacances a séduit les 1270 participants qui se sont rendus à Zermatt.

MIROSLAW HALABA

Les petites rues de Zermatt ont connu la semaine dernière une animation inhabituelle. A intervalles réguliers, elles étaient sillonnées par des centaines de personnes, en tenue «business casual», un badge rouge autour du cou, et une carte à la main. Leur but? Trouver l'hôtel dans lequel allait se dérouler l'atelier qu'ils avaient choisi parmi la cinquantaine de sessions proposées dans le cadre de la Journée suisse des vacances.

Organisateur de cette manifestation phare du tourisme helvétique, Suisse Tourisme a en effet voulu innover. Contrairement aux années précédentes, cette 18e édition s'est tenue non pas sur un, mais sur deux jours (un après-midi et un matin), et pas dans une ville, mais dans un village. Les sessions en plenum ont été raccourcies au profit d'une



Le président de ST Jean-François Roth a aussi profité du nouveau concept.

Suisse Tourisme/André Meier

cinquantaine d'ateliers thématiques de 45 minutes. Une application permettait aux participants de s'inscrire aux séminaires de leur choix.

«Des ateliers très diversifiés et bien ciblés»

Comme l'attestent les réactions recueillies à chaud auprès de quelques-uns des 1270 participants, cette nouveauté a séduit. «C'est une excellente formule. J'ai trouvé, dans l'offre de séminaires, ce que je cherchais en tant qu'hô-

telier», s'exclame Matthias von Wyss, propriétaire de l'Hôtel de l'Aigle à Couvet (NE). «Cette formule est très attrayante. Les ateliers étaient très diversifiés et bien ciblés, à l'image de celui que je viens de suivre et qui était consacré au storytelling», commente Marie-Christine Repond, responsable de la communication à Fribourg Région.

«Au départ, j'étais un peu dubitatif sur la forme, craignant de ne pas rencontrer autant de monde qu'auparavant», déclare Cédric

Paillard, directeur de Vallée de Joux Tourisme. Finalement, ce ne fut pas le cas. Les croisements entre les sessions et les rendez-vous dans la tente centrale ont permis de faire les contacts nécessaires.

Eric Liechti, directeur de Champéry Tourisme, n'a pas caché son enthousiasme: «Tout était fantastique: le lieu, le concept, l'accueil, le choix des séminaires. J'ai aussi trouvé intelligent d'utiliser comme lieu de rencontre central les tentes encore en

place du festival Zermatt Unplugged.» Et d'ajouter: «Je me demande s'il ne serait pas intéressant d'ouvrir cette journée aux stations des pays voisins, afin d'intensifier les échanges».

Dégager du temps pour favoriser le «réseautage»

Collaborateur du service marketing du Golden Pass MOB, Niklaus Mani a joué le jeu à fond. «Je m'étais inscrit à sept ateliers, presque le maximum, et j'en aurais bien suivis deux ou trois de plus», lance-t-il. Le concept l'a séduit et les séminaires «ont répondu à mes attentes». Il estime, pourtant, que la formule précédente offrait davantage de possibilités de réseautage. Il se demande, par ailleurs, s'il ne serait pas judicieux de donner aux participants l'occasion de s'entretenir quelques instants entre eux à l'issue des sessions.

Cette rencontre était également l'occasion de récompenser les 100 hôtels les plus accueillants de Suisse, répartis en cinq catégories. Décerné pour la troisième année consécutive, le Prix Bienvenu se base sur les commentaires laissés en ligne par les clients et des visites du jury.*

A noter encore que la prochaine Journée suisse des vacances aura lieu les 11 et 12 mai 2016 à Lugano et que Suisse Tourisme placera l'année 2017 sous le signe de la nature.

* MySwitzerland.com/bienvenu
Lire aussi en page 5

En bref

Suisse

Glion formera ses étudiants aux marques de luxe

L'Institut de hautes études de Glion introduit le management des marques de luxe dans son Bachelor of Business administration. Cette nouvelle spécialité sera proposée dès la prochaine rentrée, en juillet. Les enseignements porteront sur le design du luxe, le management des marques, le marketing produit, l'analyse client et la communication. L'école de management hôtelier espère que ces futurs jeunes diplômés permettront de répondre aux exigences de l'industrie du luxe, en pleine croissance.

Fribourg

Un rallye pour découvrir trois fines adresses

Trois chefs grüériens, tous trois dotés de 15 points Gault & Millau, emmèneront les gourmets dans un rallye gastronomique, le 31 mai. Le menu se déclina sur trois lieux: la Pinte des Mossettes à Cerniat, cuisine aux plantes sauvages de Virginie Tinembart; le Quatre Saisons de l'Hôtel Cailler, à Charmey de Jean-Marie Pelletier et le Restaurant de la Tour d'Odile et Emmanuel Poidevin, à Châtel-sur-Montsalvens. Pousses de menu, morilles, sandre au menu. Réservation au 026 927 62 62. lb

ANNONCE

Maintenant en action !

Tout l'assortiment Michel



75 cl verre



33 cl PET

-.15
en moins



100 cl verre

-.20
en moins



33 cl verre / 50 cl PET

-.10
en moins



100 cl PET

-.25
en moins



20 cl verre

Michel

Action du 4 au 22 mai 2015 chez votre grossiste en boissons.



**« Nous avons toutes les assurances sociales
chez HOTELA, son offre complète correspond
parfaitement à nos besoins. »**

Stefano Brunetti Imfeld, Directeur général,
Hôtel de la Paix, Lausanne

SIMPLIFY YOUR BUSINESS.

Vigueur d'un héritage familial

Le Beau-Rivage Genève fait partie des rares palaces encore en mains de la famille fondatrice. Il fête cette année ses 150 ans et la transmission à la cinquième génération.

LAETITIA BONGARD

De terrain de jeu, où enfants ils parcouraient les étages et accueillait d'illustres convives tels que le général de Gaulle, Jacques Mayer et Catherine Nickbarte-Mayer en ont fait leur outil de travail. Passionné. Depuis près de 40 ans, ils représentent la quatrième génération à la tête de Beau-Rivage Genève. Ils figurent parmi les rares grands hôtels historiques en Suisse encore en mains des descendants directs des fondateurs. Alors que le palace célèbre cette année ses 150 ans d'existence, ils abordent l'avenir avec confiance: de nouveaux investissements sont annoncés; la cinquième génération est en marche.

Alexandre Nickbarte-Mayer, fils de Catherine, a été nommé CEO cette année alors que Tally Mayer, fille de Jacques, siège au conseil d'administration. Sous l'œil bienveillant de leur grand-mère, Janine Mayer, qui fêtera ses 99 ans en mai. La doyenne tient à participer à chaque séance du conseil d'administration. Une conscience de l'héritage familial que Jacques Mayer nomme «la caution morale des anciens». Un lien familial fort



Beau-Rivage revendique son style classique, au confort contemporain. Ici, la suite impériale qui mesure 187 mètres carrés.

Images ldd

qui semble se transmettre jusque dans les rangs du personnel, qui s'illustre par sa fidélité. Aldo Giacomello et ses 50 ans de conciergerie obtient la palme. Le directeur général Ivan Rivier a quant à lui rejoint la «maison» en 2001. Première personne extérieure à assumer la gestion opérationnelle de l'hôtel, «il travaille en osmose avec la famille», indique Jacques Mayer. Les propriétaires sont présents au quotidien dans l'hôtel, ils

y possèdent leur bureau. «Jacques Mayer connaît parfaitement son établissement, de la petite statuette à chacun des meubles entreposés dans les chambres», confirme le directeur sur le ton de l'humour. Preuve de son profond attachement.



«Beau-Rivage n'est pas déconnecté de l'économie et c'est bien ainsi.»
Ivan Rivier
Directeur Beau-Rivage Genève

grand-père Jean-Jacques Mayer avait installé en 1873 le premier ascenseur de Suisse dans son établissement. Jacques Mayer privilégie la haute technologie dans ses chambres. «Le palace a su évoluer avec son temps, préserver son authenticité tout en offrant un confort contemporain.»

maison hivernale dès l'automne: «une volière, un clin d'œil à mon père, passionné d'oiseaux», indique Jacques Mayer. Courant 2016, l'étage supérieur sera réaménagé: une quinzaine de «très grandes suites et suites en duplex» seront transformées ou créées. Finalement, un spa devrait compléter le tableau, à l'horizon 2017.

Malgré l'ambiance atemporelle qu'il dégage, le 5 étoiles supérieur de 90 chambres et suites n'est pas

à l'abri des aléas de la conjoncture. «Nous sommes confrontés aux mêmes problèmes que nos voisins; Beau-Rivage n'est pas déconnecté de l'économie. Et c'est bien ainsi, nous ne voulons pas en faire un musée», relève Ivan Rivier. L'hôtel affiche un taux d'occupation d'environ 55%, une clientèle majoritairement suisse à raison d'environ un quart. «Nous nous considérons comme un hôtel de niche, une maison privée au style classique, une spécificité qui plaît à notre clientèle», note le directeur.

Considérés comme «l'ADN de la maison», le passage d'hôtes illustres est valorisé en termes de communication. Sissi, Wagner et le Maradjah de Patiala ont donné leur nom à trois des six suites historiques de l'établissement. La mémoire comme marque d'authenticité et de considération à l'égard de sa clientèle. Face à des murs silencieux, il reste l'imagination. Un ciel d'anges au plafond pour remonter le temps.

Dynastie en dates Cinq générations de passion hôtelière

1865: fondation du Grand Hôtel Beau-Rivage et d'Angleterre par Jean-Jacques Mayer.

1886: Charles-Albert Mayer, son fils, lui succède.

1944: Fred et Paul Mayer rouvrent l'hôtel, resté fermé quatre ans durant la guerre.

1965: Fred et Janine Mayer reprennent la gestion.

1978: la 4^e génération à la direction, incarnée par Catherine Nickbarte-Mayer et son frère Jacques Mayer.

2010: Alexandre Nickbarte rejoint la direction.

lb



La famille propriétaire: la doyenne Janine Mayer, assise aux côtés de la 5^e génération, Alexandre Nickbarte-Mayer (CEO) et Tally Mayer. Debout, Jacques Mayer et Catherine Nickbarte-Mayer.

Un esprit avant-gardiste
Lorsqu'on lui demande d'expliquer la longévité de son établissement, le propriétaire évoque «la passion de chaque membre de la famille», «une résilience incroyable», «un esprit de sacrifice parfois». Comme lorsque sa grand-mère Fanny, héritière de l'Hôtel de la Paix, vendit son bien durant la Deuxième guerre afin de conserver Beau-Rivage.

Une vision de l'hôtellerie également: «Notre famille s'est toujours donnée les moyens pour rester à l'avant-garde, à préparer les successions.» Alors que son arrière-

grand-père Jean-Jacques Mayer avait installé en 1873 le premier ascenseur de Suisse dans son établissement. Jacques Mayer privilégie la haute technologie dans ses chambres. «Le palace a su évoluer avec son temps, préserver son authenticité tout en offrant un confort contemporain.»

maison hivernale dès l'automne: «une volière, un clin d'œil à mon père, passionné d'oiseaux», indique Jacques Mayer. Courant 2016, l'étage supérieur sera réaménagé: une quinzaine de «très grandes suites et suites en duplex» seront transformées ou créées. Finalement, un spa devrait compléter le tableau, à l'horizon 2017.

Année festive Un livre souvenir, une expo et un cabinet des curiosités

A l'occasion des 150 ans, Catherine Nickbarte-Mayer a confié à sa filleule, Séverine Malant, historienne de l'art, le soin de déblayer les archives familiales. De la cave au grenier en passant par les toits, elle a passé environ trois ans à déceler les pépites de la famille Mayer. Il en résulte un livre conçu comme un carnet de voyage: 208 pages, 400 illustrations signées Elsie Herberstein, 1300 documents et archives. L'ancien bureau de Janine Mayer

s'est transformé en «cabinet des curiosités», ouvert sur demande. Une exposition viendra l'étoffer, en juillet et août. Dans la foulée, les vitrines-musées disséminées dans les étages évolueront. Fidèle aux valeurs humanistes et humanitaires qui lui tiennent à cœur, le palace organisera un colloque philanthropique en octobre et une soirée officielle et VIP en novembre.

Le livre «Beau-Rivage – Une passion» est disponible à l'hôtel et sur le site internet.

Genève à un jet gourmand

Le premier Gourmet Festival du bout du lac, met les hôtels en réseau. Cinq jours de découverte de métiers de bouche avec DJ et opéra.

Du 8 au 14 mai Genève découvrir son premier Gourmet Festival. Une idée de Pascal Kissling, jeune Bailli de la Chaîne des Rôtisseurs. Irma Dutsch sera la marraine du festival. Mais Pascal Kissling a surtout convaincu les chefs de grands hôtels de la place d'entrer dans l'aventure: Philippe Durand de La Réserve; Parshant Chipkar du Mandarin Oriental; Dominique Gauthier du Beau-Rivage; Philippe Pourias du Swissôtel Métropole; Michel Roth du Président Wilson et Bruno Marchal du Bristol.

Chaque jour les établissements proposeront un lunch de

trois plats et un dîner de cinq plats, avec la présence et l'explication du chef, du pâtissier et du sommelier pour les accords, dans les restaurants partenaires. Une fête gastronomique également élargie aux chefs pâtisseries, chocolatiers et autres métiers de bouche. «Nous pro-



En hôte de marque la pâtissière Sonia Balacchi.

ldd

posons une réelle valeur ajoutée par rapport aux autres festivals de ce type, en ayant intégré les chefs pâtisseries et autres métiers de bouche. Et surtout la réelle possibilité d'aborder facilement tous ces professionnels de l'excellence», précise Pascal Kissling. Il insiste aussi sur le sens de l'accueil. Parmi les hôtes de marque, rayon d'oeuvres figurent l'Italienne Sonia Balacchi, championne du monde 2012 de pâtisserie, et le chocolatier d'art suisse Philippe Moser. A l'occasion du festival Favarger ouvrira sa boutique pendant cinq jours.

Tout cela sera agrémenté d'événements thématiques comme les chefs aux platines ou champagne, caviar et opéra avec la cantatrice Katarina Jovanovic ou une soirée vins et chocolats. Chaque soir sera ponctué par ses after au club En Vogue.

www.gourmetfestivalgeneva.ch

Une lame des Landes sacrée par ses mères



ldd

Hélène Darroze a été sacrée «meilleure femme cheffe» du monde selon le classement World 50 Best Restaurants. Elle a reçu le prix Veuve Clicquot. Elle dirige un restaurant éponyme à Paris (1 étoile Michelin) et The Connaught à Londres (2 étoiles). Elle est originaire des Landes et issue d'une famille de restaurateurs. Elle fut formée auprès d'**Alain Ducasse**. Le palace londonien où elle exerce est dirigé par **Nathalie Seller-Hayez**, une Genevoise.

aca

Gastronomia change de visage



ldd

Tanja Pulfer a rejoint Gastronomica en qualité de directrice. Elle succède à **Annette Douillet** qui occupait cette fonction depuis 2012. Professionnelle de la communication, du sponsoring et des événements, elle a auparavant occupé divers postes au sein de la BCV, du groupe mutuel et de Coca-Cola. Sa mission consiste à organiser le prochain salon qui se tiendra du 13 au 16 novembre 2016, à MCH Beaulieu Lausanne. Le nouveau concept sera lancé en septembre.

Ambassadeur du sel, passionné d'histoire culinaire



ldd

Philippe Lignon, cuisinier, enseignant à l'EHL et chroniqueur à la RSR, a été désigné ambassadeur de la marque Sel des Alpes pour trois ans. Il créera des recettes mettant en valeur le sel de Bex. «Il apportera sa passion, son savoir-faire à une marque synonyme de tradition, de qualité, de proximité et de responsabilité», relève un communiqué des Salines Suisses. Celles-ci participent au Pavillon Suisse de l'expo de Milan, avec Sel des Alpes en qualité d'ambassadrice.

lb

Palaces lausannois en fondation

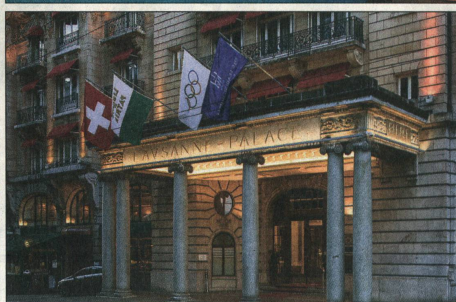
Le Lausanne Palace et le Beau-Rivage Palace seront unis face à l'arrivée cet été du nouvel acteur le Royal Savoy. La fondation Sandoz diversifie ainsi son portefeuille hôtelier national.

ALEXANDRE CALDARA

Une nouvelle déterminante pour l'hôtellerie lausannoise est tombée mardi sous forme de communiqué: «La fondation de famille Sandoz acquerra la totalité du capital-actions de l'Hôtel Lausanne Palace et le Château d'Ouchy qui en dépend. Le montant de la transaction est confidentiel.» Il se murmurait depuis longtemps que la propriétaire du Lausanne Palace, Ute Funke et ses enfants ne voulaient plus investir dans l'activité hôtelière. Au téléphone, le directeur du Beau-Rivage Lausanne François Dussart, qui prend la conduite opérationnelle de ce nouveau groupe, confirme la longue gestation du projet: «Nous travaillons ensemble avec Jean-Jacques Gauer depuis près d'un an sur ce dossier, en termes de stratégie et de positionnement, nos deux conseils d'administration ont été convaincus par l'ouverture et l'intelligence du projet.» A l'origine des négociations, Jean-Jacques Gauer, actuel directeur du Lausanne Palace et du Château d'Ouchy «restera à disposition et



Les quatre propriétés de la Fondation Sandoz à Lausanne, de gauche à droite: le Château d'Ouchy (nouveau), le Beau-Rivage Palace, l'Hôtel d'Angleterre et Résidence, le Lausanne Palace (nouveau).



Un apport de 200 chambres, soit 66% de nuitées en plus. Pour François Dussart: «Les deux hôtels devront absolument garder leur âme, leur culture. Urbain d'affaire pour le Lausanne Palace au cœur de la cité, de villégiature avec parc à proximité du lac pour le Beau-Rivage Palace. Ils sont complémentaires.» Et quant à l'identité du Royal Savoy? «C'est à eux de la trouver dans le segment congrès, la clientèle d'affaires et cela pourra contribuer à renforcer l'attractivité de la destination.»

«Une économie d'échelle plus efficace»

Du côté du Royal Savoy justement, son directeur, Alain Kropf pense: «Ce rachat est une bonne nouvelle pour le marché lausannois, un investisseur très solide comme la Fondation Sandoz permettra de maintenir, de promouvoir un établissement dont la réputation n'est plus à faire. Afin de conserver sa cotation cinq étoiles, ce qui est par défaut intéressant pour les autres cinq étoiles, pour l'ensemble de la politique hôtelière lausannoise et son rayonnement à l'international.»

Professeur associé en marketing et management stratégique des PME à l'Ecole hôtelière de Lausanne, Christine Deren Meier commente aussi positivement ce rachat: «Pour notre patrimoine hôtelier bien sûr, mais aussi en termes de vision et de stratégie de la fondation Sandoz. Elle se consolide face à un nouvel arrivant qui aura des installations à la pointe. La fondation pourra faire valoir son ancrage, son histoire et la synergie entre les deux établissements avec une économie d'échelle plus efficace et une palette d'offres variées.»

pourra assurer une transition harmonieuse, dont la durée n'est pas déterminée. Jean-Jacques Gauer évoque «un choix logique».

La fondation de famille Sandoz à laquelle appartient une très large majorité du Beau-Rivage Palace dit: «Ambitionner un renforcement durable de la place économique et hôtelière de Lau-

sanne. Ce regroupement permettra l'exploitation systématique des synergies dans ce contexte, seule une très faible réduction de l'effectif sera envisagée», précise la fondation Sandoz.

Une fondation aussi propriétaire de Riffelalp Resort, à Zermatt et du Palafitte, à Neuchâtel (deux cinq étoiles) et de l'Hôtel Angle-

terre et Résidence (quatre étoiles), à Lausanne. La nouvelle acquisition comprend le Lausanne Palace, le Château d'Ouchy (4 étoiles) et l'Hôtel au Flon (non classé), soit en tout 480 chambres.

Dans «24heures», certains articulent un montant de 100 à 150 millions au sujet de l'investissement. Le pôle hôtelier de la fonda-

tion compte désormais 800 collaborateurs. Cette nouvelle donne n'intervient pas par hasard, quelques mois avant l'ouverture prévue cet été du Royal Savoy, nouveau cinq étoiles entre le centre-ville et Ouchy, managé par Bürgenstock Selection et pour lequel Katara Hospitality a investi 100 millions de francs.



Questions à

Stefano
Brunetti Imfeld

Président d'hôtellerie
lausannoise et directeur de
l'Hôtel de la Paix.

Stefano Brunetti Imfeld, de quel côté hôtellerie lausannoise voit-elle cet important rachat de la fondation Sandoz? Dans nos professions nous évoquons ce sujet depuis plusieurs mois et il me semble que dans son dévouement, il s'agit du scénario idéal pour les deux parties. Avec la fondation Sandoz, nous avons affaire à un acteur hôtelier national qui ne mettra pas ses intérêts financiers en priorité et qui a toujours été attentif à la préservation du patrimoine.

Cet investissement est donc selon vous une preuve de dynamisme du marché... Absolument, les nuitées lausannoises sont en progression grâce aux congrès liés au monde du sport et aux conférences dans le monde de l'innovation. Les investisseurs croient au futur de la destination comme le canton qui a

annoncé lundi la dotation de 17,5 millions de francs pour un fonds de soutien à l'industrie. Les investisseurs hôteliers font preuve de courage à l'instar du groupe Boas, dans l'ensemble du canton.

Est-ce que cela ne vous semble pas problématique d'avoir une concentration d'hôtels dans une même main?

Au niveau européen, on pourrait peut-être imaginer des possibilités de vetos d'autorités concernées en matière de concurrence. Mais il s'agit bien de préciser que l'on parle de produits différents sur les marchés quatre et cinq étoiles, avec une politique de prix différenciée. Et je tiens à souligner que tous les interlocuteurs de la fondation de famille Sandoz sont des gentlemen, que leurs liens avec Lausanne Tourisme et l'ensemble des acteurs restent exemplaires.

L'arrivée du Royal Savoy, un nouvel acteur sur le marché des cinq étoiles n'est-il pas préoccupant pour les deux autres cinq étoiles?

Ses investisseurs ont opté pour un choix clair de cinq étoiles. Il est sûr qu'avec un instrument comme le Swiss Convention Center de 3000 places, on se doit d'avoir une structure hôtelière importante et de qualité.

Votre Hôtel de la Paix a fait le choix en janvier de passer de quatre étoiles supérieur à quatre étoiles... Pourquoi?

Le classement 4 étoiles supérieur ne nous semblait pas immédiatement perceptible sur le marché. Avec les nouvelles normes politiques européennes, des entreprises pharmaceutiques devront faire le choix d'hôtels trois ou quatre étoiles. Un quatre étoiles permet des prix plus flexibles. aca

Commentaire

Pour une probité non uniforme

Evidemment, l'annonce du rachat du Lausanne Palace et du Château d'Ouchy sonne agréablement à nos oreilles. Car la Fondation Sandoz ne doit pas prouver sa connaissance du marché hôtelier suisse et son attachement au pays de Vaud. On lui reconnaît une certaine probité. Un peu comme celle de Vera Michalski-Hoffmann, autre héritière de l'industrie pharmaceutique, qui le plan littéraire. On pense au rôle qu'elle a joué dans le rachat des librairies Payot. On aurait autrement frémit devant l'action d'un fonds d'investissement étranger non actif dans notre pays.

Pourtant le défi reste de taille pour la fondation Sandoz, celui de garantir l'identité forte du

Beau-Rivage Palace et du Lausanne Palace. De ne pas trop rationaliser les coûts à terme, en uniformisant les directions, comme au Palafitte de Neuchâtel et à l'Hôtel d'Angleterre de Lausanne. Le charme unique de ces établissements, tous deux lauréats Gault Millau de l'hôtel de l'année, tient à leurs caractères et ceux de deux grands directeurs. Diplomate, dynamique et analytique pour François Dussart. A l'instar de Jacques Rogge, ancien président du CIO. Instinctif, bouillonnant et amical pour Jean-Jacques Gauer. A l'instar de Michel Platini, président de l'UEFA.

Avec un brin d'ironie, on dira qu'Alain Kropf, directeur du Royal Savoy pourrait faire la synthèse des deux cultures. aca

La CCNT: Application gratuite désormais disponible!

La version pense-bête mobile de la convention collective nationale de travail – bonne pour tous dans l'hôtellerie et restauration.

Pour iOS, Android et Windows Phone!

Banque de données hôtelières
www.swisshoteldata.ch

Le guide de l'hôtellerie suisse
le plus complet qui soit

hottellerieuisse
Swiss Hotel Association

IIS Inter Lingue Service

Blanchisserie
Spécialiste en hôtels, restaurants, spas. Louez, en toute simplicité.

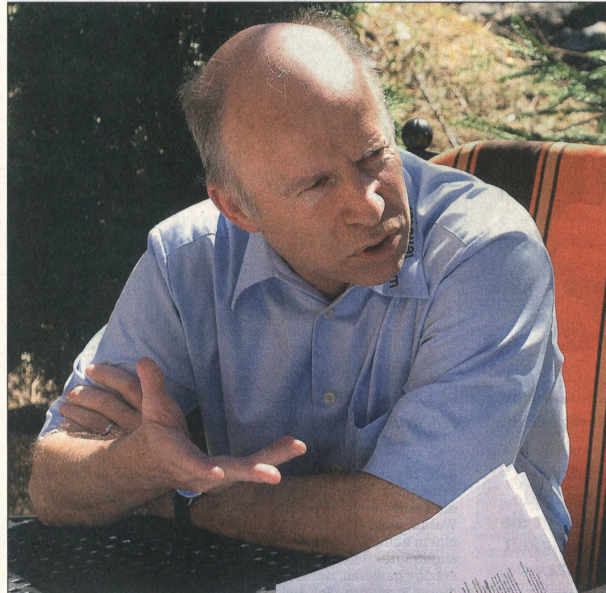
www.iis-sa.ch, tél. 024 463 00 63

Jet-Cut
system de recharge Inox
swiss made

économise le travail des plats

alustar **Jet-Cut**
chez votre grossiste

Erbschaftssteuer-Initiative



Unterschiedlicher Meinung: Markus Wenger (links) und René Maeder.

«Uns fehlt für Steuer die Liquidität»

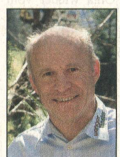
Markus Wenger ist der einzige Unternehmer im Komitee für die Erbschaftssteuer. Hotelier René Maeder ist einer seiner Kunden und Gegner der Initiative. Ein Streitgespräch.

ALEX GERTSCHEN

Markus Wenger, ist die Erbschaftssteuerinitiative eine Gefahr für die Schweizer Hotellerie?

Markus Wenger: Nein, das ist sie nicht. Im Gegenteil: Sie ist gerade für uns KMU eine Chance! Auch ich als Fensterbauer würde von der Erbschaftssteuer profitieren.

Fensterbauer, EVP-Politiker und für die Erbschaftssteuer



Markus Wenger

Die Wenger Fenster AG in Wimmis im Berner Oberland beschäftigt 135 Angestellte und hat im letzten Jahr 22 Mio. Franken erwirtschaftet. Sie gehört vollumfänglich der Gründerfamilie Wenger. Der 58-jährige Markus Wenger leitet die Firma in dritter Generation. Er ist Mitglied des Kantonalparlaments und des Zentralvorstandes der Evangelischen Volkspartei (EVP). Vor seinem Parteiübertritt im Jahr 2003 hatte Wenger der SVP angehört.

axg

Warum?

Wenger: Die entscheidende Frage ist, wie wir angesichts der demografischen Entwicklung künftig die AHV finanzieren wollen. Mehr Zuwanderung hat das Stimmvolk bereits abgelehnt. Ein Leistungsabbau oder eine Steuererhöhung würde die Kaufkraft und damit unsere Nachfrage schmälern. Eine Erhöhung der Mehrwertsteuer oder der AHV-Lohnprozente würde wiederum unsere Kosten weiter nach oben treiben, was wir uns nicht leisten können. Und das Rentenalter kann schliesslich auch nicht beliebig erhöht werden. Aus diesen Gründen bin ich für eine Erbschaftssteuer, die KMU-freundlich umgesetzt wird.

René Maeder, diese Argumente überzeugen Sie offensichtlich nicht.

René Maeder: Nein, das tun sie nicht. Die Initianten rechnen mit Mehreinnahmen für die AHV von 2 Mrd. Franken. Der AHV fehlen aber jährlich über 8 Mrd. Franken! Wir lösen mit der Erbschaftssteuer das Finanzierungproblem also nicht. Stattdessen entsteht für uns Familienunternehmen eine riesige Belastung.

Was meinen Sie damit?

Maeder: Ganz einfach: Wir könnten den Betrieb nicht an unseren Sohn weitergeben! Meine Frau und ich, wir waren mit ihm in den Ferien, als wir Ihre Interviewanfrage erhalten haben. Danach war für Gesprächsstoff gesorgt. Unser Sohn hat klar gesagt: «Wenn die Initiative angenommen wird, werde ich den Betrieb nicht übernehmen.»

Warum nicht?

Maeder: Wir haben in den letzten vier Jahrzehnten aus einer Pension ein 4-Sterne-Su-

perior-Hotel gemacht und einen Landgasthof als Zweitebetrieb übernommen. Aus zwei Angestellten und einem Umsatz von 350 000 Franken ist ein Unternehmen mit 45 Angestellten und einem Umsatz von 6,5 Mio. geworden. Damit dies möglich war, mussten wir alle verfügbaren Mittel investieren. Zugegebenermassen haben wir dadurch auch wenig Steuern bezahlt.

«Die entscheidende Frage ist, wie wir künftig die AHV finanzieren wollen.»

Markus Wenger
Fensterbauer, im Initiativkomitee

Laut einer Studie von PwC wären Unternehmen ab einem Umsatz von gut 4 Mio. Franken wohl von der Steuer betroffen (vgl. Seite 13). Fehlt Ihrem Unterneh-

men die Liquidität, um eine mögliche Steuerschuld zu begleichen?

Maeder: Das ist so. Die Hotellerie ist so investitionsintensiv und der Wettbewerb ist so hart, dass man ständig investieren muss. Ergo haben wir null liquide Mittel. Ich verstehe deshalb meinen Sohn, wenn er sagt, dass ihm das Risiko zu gross wäre, während zehn Jahren diese latente Steuerschuld zu tragen. Es ist ärgerlich: Es ist sowieso schon schwierig genug, die Nachfolge zu lösen, und dann werden Junge, die dazu bereit wären, sonst abgeschreckt...

Wenger: Das verstehe ich nicht. Wenn er den Betrieb während den ersten zehn Jahren verkauft, hat er ja die Liquidität, um die Steuerschuld zu zahlen.

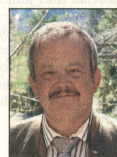
Maeder: Und was ist im Fall eines Konkurses, oder wenn mein Sohn stirbt oder arbeitsunfähig wird? All das weiss man ja nicht. Mir ist der Initiativtext viel zu vage.

Wenger: Das ist bei Initiativen immer so. Schauen Sie: Unser Unternehmen hat 135 Angestellte und macht einen Umsatz

von 22 Mio. Franken. Ich leite es nun in der dritten Generation, und die vierte ist bereits im Geschäft. Wird sie dereinst den Betrieb übernehmen, wird sie dank dem vom Initiativkomitee vorgeschlagenen Freibetrag von 50 Mio. Franken keine Steuern zahlen müssen. Ausser im Fall eines Verkaufs. Und dann hätte sie auch die nötige Liquidität. Die Initiative besagt ausdrücklich, dass KMU nicht gefährdet werden sollen.

Maeder: Aber es ist doch so: Wir müssten Geld zur Seite legen, um die Steuerschuld im Fall ihrer Fälligkeit bezahlen zu können. Wir müssten dem Betrieb Geld entziehen, das wir ansonsten investieren könnten, zum Beispiel in Fenster von Ihnen,

Hotelier, BDP-Politiker und gegen die Erbschaftssteuer



René Maeder

René Maeder führt mit seiner Ehefrau Anne als Inhaber des Waldhotel Doldenhorn (4-Sterne-Superior) und den Landgasthof Ruedihus in Kandersteg. Die Betriebe beschäftigen 45 Angestellte und erwirtschafteten im letzten Jahr 6,5 Mio. Franken. René Maeder war für die FDP unter anderem Gemeindepräsident von Kandersteg. Seit 2008 politisiert er in der BDP. Er hat auch bei hotellerieuisse und Gastrosuisse verschiedene Ämter innegehabt.

axg

Herr Wenger. Schliesslich sieht man immer wieder, dass verkaufswillige Hoteliers für ihren Betrieb keinen Käufer finden.

Wenger: Die Erbschaftssteuer entzieht dem Betrieb keine Mittel. Wenn ein Käufer gefunden wird, ist Liquidität vorhanden. Und sonst wird die Steuer nicht fällig...

...unter der Bedingung, dass der Betrieb fortgeführt wird. Das könnte bedeuten, dass defizitäre Betriebe nur zur Vermeidung der Steuerschuld weitergeführt werden.

Maeder: Eine andere Frage, die mich umtreibt, ist: Was passiert, wenn der Erlös aus dem Verkauf nicht dem Wert entspricht, der beim Erbgang zur Berechnung der Erbschaftssteuer festgesetzt wurde? Dann fehlen mir womöglich auch die Mittel, um die Steuer zu bezahlen.

Wenger: Dann könnte man den Verkehrswert zum Zeitpunkt des Erbgangs nachträglich herabsetzen.

Maeder: Damit schufen wir ein grossartiges Schlupfloch! Dann würde ich das Hotel einem Bekannten viel zu günstig verkaufen, um Steuern zu sparen. Die Steuerbehörden würden eine nachträgliche Herabsetzung nie und nimmer akzeptieren. Überhaupt stellt gerade bei einer Einzelgesellschaft, wie das Waldhotel Doldenhorn eine ist, die Frage nach der Bewertung. Die Schätzungen, die Banken und die SGH [Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit, Anm. d. Red.] gemacht haben, gehen jedenfalls auseinander...

Ein Co-Autor der PwC-Studie geht davon aus, dass viele KMU aufgrund der latenten Erbschaftssteuer nicht mehr kreditwürdig wären. Teilen Sie diese Meinung?

Maeder: Ich habe viele Erfahrungen mit den Banken gemacht, und nicht immer die

Fortsetzung auf Seite 12

Die Initiative Wer den Familienbetrieb zehn Jahre weiterführt, bleibt verschont

Am 14. Juni befindet sich das Stimmvolk über die Einführung einer eidgenössischen Erbschaftssteuer. Markus Wenger, der im Berner Oberland das Familienunternehmen Wenger Fenster AG leitet und der Evangelischen Volkspartei (EVP) angehört, ist der einzige Unternehmer im Initiativkomitee. Das ursprünglich von der EVP angeregte Begehren wird vor allem von christlichen, linken und gewerkschaftlichen Kräften getragen.

Laut Initiativtext soll der Bund Nachlässe ab 2 Mio. Franken und Schenkungen ab 20 000 Franken pro Person zu 20 Prozent besteuern. Ein Elternpaar kann damit insgesamt 4 Mio. Franken steuerfrei vererben. Gehören Unternehmen zum Nachlass oder zur Schenkung, und werden sie von den Erben während mindestens zehn Jahren weitergeführt, sollen laut den Initianten auf dem Gesetzesweg der Freibetrag auf 50 Mio. erhöht und der Steuersatz auf 5 Prozent verringert werden. Ausserdem könnte eine Ratenzahlung während höchstens zehn Jahren bewilligt werden. Die erwarteten Steuereinnahmen von rund 3 Mrd. Franken pro Jahr würden zu zwei Dritteln der AHV und zu einem Drittel den Kantonen zugutekommen.

axg

Fortsetzung von Seite 11

besten. Ich bin sicher, dass sie die Steuer in den ersten zehn Jahren nach der Betriebsübergabe als Schuld betrachten würden. Das würde die Kreditwürdigkeit ganz klar beeinträchtigen.

Wenger: Das kann ich mir nicht vorstellen. Das Ziel der Initiative ist, wie gesagt, der Erhalt der Arbeitsplätze.

Geht ein Betrieb Konkurs, werden staatliche Forderungen privilegiert behandelt – also auch eine erbbschaftliche Steuerschuld. Das erhöht für eine Bank das Risiko, leer auszugehen. Also vergibt sie einen Kredit zu verschärften Bedingungen. Das leuchtet doch ein.

Wenger: Ja, das leuchtet ein. Sollte die latente Steuerschuld tatsächlich ein Problem sein, müsste man es bei der gesetzlichen Umsetzung lösen. Vergessen wir nicht: Wir haben im Parlament keine «Schnuderbuebe» sitzen.

Wenn die Initiative so KMU-freundlich ist, wie Sie sagen, sollten Sie nicht der einzige Unternehmer im Initiativkomitee sein, oder?

Wenger [schmunzelt]: Ja, das ist eine komische Sache. Ich bin vor 20 Jahren in die Politik eingestiegen, weil ich nicht länger zusehen wollte, wie die Produktions- und gerade die Arbeitskosten steigen. Seitdem

setze ich mich dafür ein, dass die Energie steuerlich stärker belastet und die Arbeit entlastet wird. Es kann ja nicht sein, dass ich vom Staat belohnt werde, wenn ich den Angestellten durch einen Roboter ersetze. Ich bin nicht der einzige Unternehmer, der die Initiative befürwortet. Aber die meisten stellen sich halt auf den Standpunkt, dass neue Steuern nicht infrage kommen. Das Problem ist: Bei dieser demografischen Entwicklung ist diese Antwort nicht gültig.

Stecken die Unternehmer einfach den Kopf in den Sand? Wenger: Das würde ich nie so sagen. Ein Unternehmer hat im Geschäft einfach sehr viel um die Ohren. Aber er muss an die

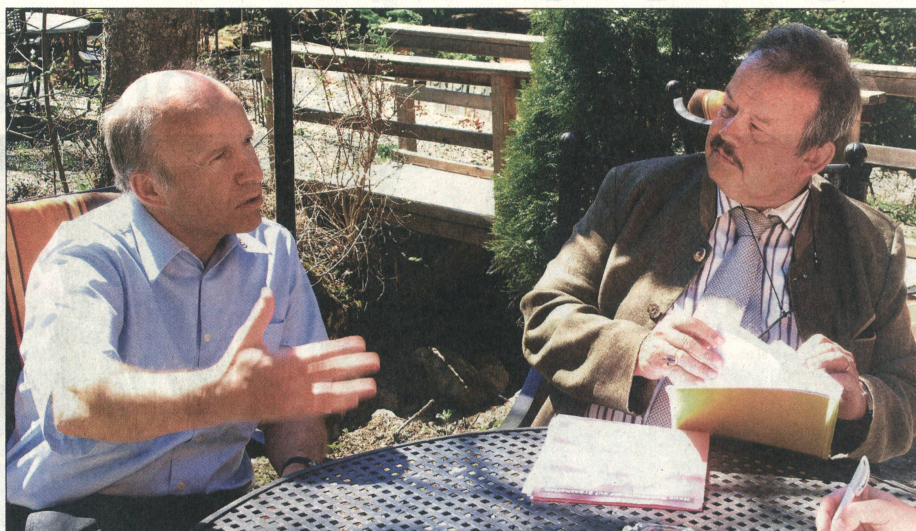
«Der Unternehmer muss an die Alternativen zur Erbschaftssteuer denken.»

Markus Wenger
Fensterbauer, im Initiativkomitee

Zusatzkosten von 80 000 Franken pro Jahr bedeuten. Das könnten wir kaum verkraften, denn seit der ersten Euro-Krise 2011 gehen wir auf dem Zahnfleisch.

Maeder [hat sein Telefon gezückt und nachgerechnet]: Das leuchtet mir ein. Aber zur langfristigen Finanzierung der AHV werden wir um eine Beitragserhöhung nicht herumkommen.

Sie ist Ihnen lieber als die Erbschaftssteuer?



Markus Wenger (links) und René Maeder beim Streitgespräch in Maeders Waldhotel Doldenhorn in Kandersteg.

Biljana Mitrovic

«Die latente Steuerschuld beeinträchtigt die Kreditwürdigkeit ganz klar.»

René Maeder
Hoteller, Gegner der Initiative

Maeder: Sie ist unvermeidlich. Was mir an der Erbschaftssteuer nebst allem, was ich bereits gesagt habe, zudem missfällt, ist die Privilegierung der Landwirtschaftsbetriebe. Für sie wird nicht der Verkehrswert zur Berechnung der Steuer herangezogen, wodurch sie keine latente Steuerlast haben wie alle anderen. Das ist doch ein politischer Schachzug, um die Bauern zu gewinnen!

Wenger: Wegen der hohen Landwerte können Landwirt-

schaftsbetriebe schnell einen hohen Verkehrswert erreichen. Der Ertragswert würde dazu in einem Widerspruch stehen, wodurch die Weiterführung des Betriebs gefährdet wäre.

René Maeder, wenn die Erbschaftssteuerinitiative für die Branche so wichtig ist: Warum wohl sind Sie unter einem halben Dutzend angefragter Hoteliers der einzige gewesen, der sich für dieses Streitgespräch zur Verfügung gestellt hat?

Maeder: Ich sehe es seit Langem als Problem, dass sich die meisten Hoteliers nicht politisch engagieren wollen. Man will sich nicht exponieren, um ja keinen Gast zu verlieren. Ich bin jedenfalls seit Jahrzeh-

ten in der Politik und habe es nie bereut.

Gibt es am 14. Juni ein Ja? Wenger: Nein. Ich gehe davon aus, dass die Initiative mit 40 zu 60 Prozent abgelehnt wird.

Maeder: Da bin ich mir nicht so sicher! Bei der Zweitwohnungsinitiative hatte auch kaum jemand an ein Ja geglaubt. Selbst hier in Kandersteg stimmte eine knappe Mehrheit zu, weil die Bürgerlichen viel zu wenig getan hatten.

MARKTNOTIZEN

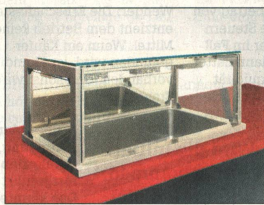
Der knallgelbe Sommerhit

Dieses Jahr werden laue Sommerabende schöner denn je – der neue Ana's Aperitivo kommt ins Regal. Mit seinem eleganten und frischen Auftritt bringt er Sommerstimmung in jede Lounge und Gartenterrasse. Dabei erweist er sich als echtes Multitalent.

Die Marktneuheit der Appenzeller Alpenbitter AG wurde mit viel Leidenschaft und Innovationsgeist entwickelt. Die elegante Flasche, das schöne Design und der knallgelbe Inhalt versprechen ein intensives Geschmackserlebnis. Die Lockerheit und Leichtigkeit des Sommers, eingefangen in 70 cl purer Lebensfreude. Ein fruchtiger Drink, der Sommerhit-Potenzial hat.

Der erfrischend exotische Likör eignet sich hervorragend zum Mischen mit Prosecco. Im Handumdrehen entsteht ein leichter, verführerischer Cocktail. Bei der Verwendung sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. So eignet sich Ana's Aperitivo auch hervorragend zur Bereicherung von Desserts und anderen Drinks. Er ist ab sofort im ausgewählten Getränkefachhandel erhältlich.

www.anasaperitivo.ch
www.appenzeller.com



Die neue Nass-Bain-Marie-Lösung von Beer Grill.

Beer Marie – Das Nass-Bain-Marie im edlen Beer-Design

Mit der neuen Beer Marie bringt Beer Grill eine eigene und wegweisende Lösung im Nass-Bain-Marie-Bereich auf den Markt. Einfach zu bedienen und ausgestattet mit bewährter Culinarie-Technik wird die Beer Marie auch höchsten Ansprüchen gerecht. Die Wasserstandkontrolle sowie die Befüllung erfolgen automatisch und garantieren eine hohe Prozesssicherheit. Dank optimierter Heiztechnik weist die Beer Marie einen niedrigeren Energieverbrauch aus als handelsübliche Bain-Maries.

Hochwertig verarbeitet und im edlen Beer-Design lässt sich die Beer Marie in jedes Verkaufskonzept integrieren. Wie von Beer Grill gewohnt, werden die Speisen verkaufsfördernd ausgeleuchtet und halten die gewünschte Kerntemperatur über längere Zeit. Mit nur wenigen Handgriffen lässt sich die Beer Marie vom Selbstbedienungsbuffet zur bedienten Verkaufsstation wandeln und ist dank der ausgeklügelten Bauweise einfach zu reinigen.

Die Beer Marie ist in den Grössen GN 3/1 bis 5/1 erhältlich und kann optional mit moderner LED-Beleuchtung ausgestattet werden. Weitere Informationen erhalten Sie gerne bei Ihrem Verkaufsberater, unter der Telefonnummer 056 618 78 00 oder auf unserer Website.

www.beergrill.com

Wärme für Stunden in wenigen Sekunden

In vielen gastronomischen Betrieben spielt ein attraktiver Aussenbereich eine wichtige Rolle für den wirtschaftlichen Erfolg. Doch allzu oft macht Petrus den lukrativen Outdoorgeschäft leider einen Strich durch die Rechnung. Der reaktionsschnelle Infrarot-Heizstrahler HEATSCOPE® VISION von Moonich ermöglicht Gästen nun auch an etwas frischeren Tagen einen unbeschwerten Aufenthalt im Freien. Dank seiner intelligenten Heiztechnologie erreicht der Infrarot-Heizstrahler in maximal 15 Sekunden seine volle Betriebstemperatur. Damit schafft der HEATSCOPE® VISION die zurzeit weltweit am schnellsten aktivierte Wärmestrahlung unter allen Infrarot-Heizstrahlern. Darüber hinaus sorgt ein sanft abgedimmtes, orangefarbenes Licht für eine entspannte Atmosphäre, die den Gast gerne zum Verweilen einlädt.

HEATSCOPE® ermöglicht eine punktgenaue Heizen nahezu ohne Wärmeverluste – selbst in windanfälligen Aussenbereichen. Selbst aus einer Installationshöhe von bis zu max. drei Metern sorgen die leistungsstarken Heizstrahler dank schneller Infrarot-Mittelwelle für eine komfortable Wärme. Im Vergleich zu herkömmlichen Infrarot-Heizgeräten wird die gemütliche Outdoor-Atmosphäre dabei auch nicht durch grelles Rotlicht beeinträchtigt.

www.heatscope.ch



Unbeschwerten Aufenthalt im Freien auch an frischen Tagen dank HEATSCOPE®.



Schulthess-Waschmaschinen «wmi»: optimal für anspruchsvolle Textilien im Gastronomiebereich.

Schulthess: der Gastronomie-Wäschereixperte

Die neue Schulthess Waschmaschinen-Generation «wmi» (Füllmenge von 10 bis 30 kg) ist mit einer frei programmierbaren Mikroprozesssteuerung ausgestattet. Die Geräte bieten ausserdem eine umfangreiche Auswahl an anwenderspezifischen Waschprogrammen; so gibt es auch spezielle Profi-Clean-Programme für den Gastronomiebereich (Hotels, Pensionen und Gastrobetriebe). Erstmals sind die Geräte auch mit einer USB-Schnittstelle ausgerüstet. Damit können Software und Programm-Updates sowie spezielle Waschprogramme schnell auf die Waschmaschine übertragen werden, was es nur bei Schulthess gibt.

Neben der hohen Waschqualität nehmen die «wmi»-Geräte auch Rücksicht auf Umwelt und Budget. Ihre Kosten- und Energieeffizienz kann sich sehen lassen: Die Waschmaschinen und Wäschetrockner sparen im Vergleich zu den Vorgängermodellen bis zu 40% Wasser und 20% Strom. Des Weiteren stehen auch die bewährten Wet-Clean-Programme zur Verfügung. Diese Programme reinigen und pflegen anspruchsvolle Gastronomietextilien bei gleichzeitiger Schonung. So wird die Langlebigkeit wertvoller Textilien sichergestellt.

www.schulthess.ch

Über 100 Produkte warten auf Sie!

Vor sechs Jahren lancierte Pistor erfolgreich die Produktlinie Pistor Profit. Seither wurde das Angebot stetig ergänzt. Die Preise sind knapp kalkuliert und haben einen Aktionscharakter über eine lange Periode. Sie verändern sich nur bei Qualitäts- und Rezeptanpassungen oder langfristigen Währungsänderungen. Die überzeugende Qualität mit dauerhaft attraktiven Preisen von Pistor Profit ist aus keiner Küche oder Backstube mehr wegzudenken.

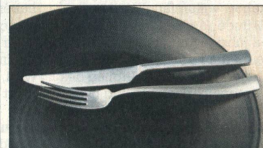
www.pistor.ch

Shabby Chic auf dem Tisch

Der ganz spezielle Landhaus-Charme hält nun auch auf dem Tisch Einzug. Möbel, die auf «alt» getrimmt werden, kennt man schon länger und wer etwas auf sich hält, holt das alte Tafelsilber von der Oma wieder vom Dachboden runter. Bei Victor Meyer gibt es jetzt 2 Besteckmodelle, die diesen Trend aufgreifen und «Vintage-Style» auf den Tisch bringen.

Die Teile wurden mit dem sogenannten «Stone-washed»-Effekt bearbeitet, welcher das ganze Besteck matt und «verbraucht» erscheinen lässt. Solch ein rustikales Erscheinungsbild passt ausgezeichnet zu einem ebenso rustikalen Geschirr oder setzt einen trendigen Akzent zum modernen Porzellan.

www.victor-meyer.ch



Besteck im Retro-Style, erhältlich bei Viktor Meyer Hotelbedarf AG.

Auch eine latente Steuerschuld drückt Bonität

Eine Erbschaftssteuer belastet familiengeführte Hotels stärker als andere Betriebe inner- und ausserhalb der Branche. Die Höhe des Freibetrags ändere daran nichts, meinen Experten.

ALEX GERTSCHEN

Marcel Widrig ist Partner bei der Prüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC), Lehrbeauftragter am Institut für Banking und Finance der Universität Zürich und Mitautor einer PwC-Studie zu den Folgen der Erbschaftssteuer-Initiative für Familienunternehmen. Die Autoren haben dafür die Finanzdaten von 123 Unternehmen untersucht. Diese stattliche Menge lässt laut Widrig keine repräsentativen, aber «fundierte» Schlüsse zu. Die Studie will explizit keine Abstimmungsempfehlung abgeben, tut es mit ihrem Fazit aber dennoch: Durch die Initiative würde «die allgemeine Attraktivität, ein Familienunternehmen zu führen und im Besitz der Familie zu belassen», sinken. «In letzter Konsequenz wird die Anzahl langfristig orientierter, beständiger Familienunternehmen mit traditionell sicheren Arbeitsplätzen abnehmen.»

Banken würden noch vorsichtiger bei Kreditvergabe

Laut Widrig hat sich gezeigt, dass die Unternehmen zur allfälligen Begleichung der Steuerschuld 20 bis 50 Prozent ihres Eigenkapitals verwenden oder über einen Zeitraum von zehn Jahren die entsprechende Liquidität blockieren müssten. «Beides bewirkt für Familienbetriebe einen massiven Wettbewerbsnachteil», sagt er.

Von der Steuer wahrscheinlich betroffen wären Betriebe ab einer Grösse von 14 Mitarbeitenden, einem Umsatz von 4,1 Mio. und einer Bilanzsumme von 3,7 Mio. Franken. «Nur kleinere Betriebe blieben wohl unter dem ordentlichen Freibetrag von 2 Mio. Franken pro Person», erklärt Widrig.

Um die Verträglichkeit der Initiative für Familienunternehmen zu erhöhen, haben die Initianten den vorgeschlagenen Freibetrag, der im Falle einer zehnjährigen Weiterführung des Betriebs gewährt wird, sukzessive von 8 auf 20 und mittlerweile auf 50 Mio. Franken angehoben sowie den Steuersatz auf 5 Prozent gesenkt. Gemäss der PwC-Studie würde wohl kein KMU diesen Freibetrag überschreiten.

Für Widrig ändert dies nichts an der grundsätzlichen Problematik: «Auch wenn ein Betrieb unter der Freibetragsgrenze verbleibt, trägt er eine latente Steuerschuld mit sich herum. Beansprucht er eine Freigrenze von 50 Mio. Franken, lastet eine Steuer von 10 Mio. auf dem Nachlass, der letztlich durch das KMU finanziert werden muss. Mit einer derartigen drohenden Belastung bei einer Bank noch Betriebskredite zu marktüblichen Konditionen zu finden, ist unrealistisch. Damit ist der Fortgang des Unternehmens bedroht.»

Philippe Pasche, der Direktor der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit, teilt diese Meinung: «Das Risiko der Steuerschuld ist während der Frist von zehn Jahren grundsätzlich unabhängig vom Freibetrag und wirkt sich so oder so auf die Bewertung der Bonität aus.» Damit verbunden sei das Risiko eines Substanzverlustes infolge unterlassener Investitionen und Renovationen.

Pasche betont, dass nach einem Jahr zu Initiative viele Fragen bei der Umsetzung beantwortet werden müssten. Zum Beispiel, ob die Steuerschuld bei einem Konkurs oder beim Tod des Erben innerhalb der zehn Jahre nach dem Erbgang automatisch fällig würde. Oder wie ein Hotel besteuert wür-

de, falls die Erben den Betrieb oder die Immobilie in eine Kooperation einbrächten. Ungeachtet solcher Regelungen erachtet Pasche den im Initiativtext vorgesehenen Mechanismus zur erleichterten Unternehmensübergabe als «nicht so wirtschaftsfreundlich, wie er sich anhört».

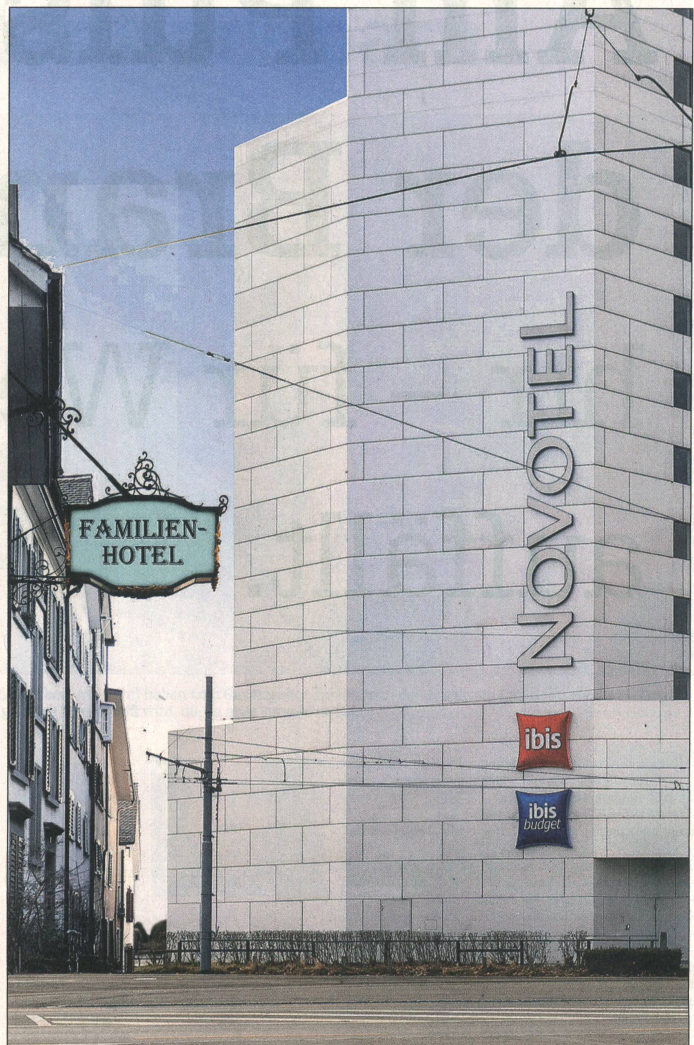
Immobilien treiben bei Hotels Nachlasswert in die Höhe

Laut Nicolas Mayer, der bei PwC Schweiz für die Hotellerie zuständig ist, würde damit just jener Teil der Branche belastet, der «ohnehin strukturell am meisten unter Druck» stehe. «Ketten sind meist nicht Eigentümer ihrer Hotels, sondern Betreiber – und damit nicht von der Steuer betroffen. Dasselbe gälte für im Ausland wohnhafte Mäzene, denen in der Schweiz ein Hotel gehört.»

Familiengeführte Hotels wären auch im Branchenvergleich stärker betroffen. Denn sie sind durch das Immobilieneigentum relativ anlageintensiv. Zugleich kämpfen sie mit einer unterdurchschnittlichen Rendite und Liquidität. «Der Handel und Dienstleistungsunternehmen sind in beiden Punkten bevorteilt», sagt Studienautor Marcel Widrig. Sprich: In der Hotellerie wäre im Branchenvergleich weniger Geld vorhanden, um eine potenziell grössere Steuerschuld zu begleichen.

Für die Landwirtschaft, die sich in einer ähnlichen Konstellation befindet, ist im Initiativtext eine vorteilhaftere Sonderlösung vorgesehen. Für die Hotellerie könnte eine solche darin bestehen, dass statt des Verkehrswerts die künftige Ertragskraft für die Berechnung des Nachlasses herangezogen und damit der Immobilienwert ausgeklammert wird.

Widrig hält dies aber für politisch unrealistisch. «Stellen Sie sich den Aufschrei vor, wenn das «Palace» in St. Moritz zum Wert von null Franken übertragen würde! Zudem gäbe es eine Ungleichbehandlung von anlageintensiven Betrieben in anderen Bereichen, die auch tiefe Margen haben.»



Die Erbschaftssteuer würde laut Experten die Wettbewerbsfähigkeit von Familienbetrieben beeinträchtigen. Für die Kettenhotellerie würde sich nichts ändern.

zvg/Montage htr

Finanzielle Folgen für KMU PricewaterhouseCoopers hat Steuerszenarien anhand von 123 Unternehmen analysiert

	Kleinunternehmen (10–49 Mitarbeitende)		Alle KMU (1–249 Mitarbeitende)	
	Vorfinanzierung	Nachfinanzierung	Vorfinanzierung	Nachfinanzierung
Ausgangslage				
Bisheriger Jahresgewinn	1.2 Mio. CHF	1.2 Mio. CHF	1.6 Mio. CHF	1.6 Mio. CHF
Eigenkapital (EK)	8.4 Mio. CHF	8.4 Mio. CHF	16.8 Mio. CHF	16.8 Mio. CHF
Unternehmenswert	13.5 Mio. CHF	13.5 Mio. CHF	18.8 Mio. CHF	18.8 Mio. CHF
Reine Erbschaftssteuer	2.3 Mio. CHF	2.3 Mio. CHF	3.4 Mio. CHF	3.4 Mio. CHF
In Prozent des EK	27.4%	27.4%	20.2%	20.2%
Berechnete Erbschaftssteuer	Auszuschüttendes EK (Anteil an fl. Mitteln)		2.7 Mio. CHF (63.0%)	
	Notwendiger Zusatzgewinn (Gesamtsumme)		5.3 Mio. CHF (Gesamtsumme)	
Berechnete Erbschaftssteuer	Zusatzgewinn in Prozent des bisherigen Jahresgewinns		33.1%	
	Zusätzliche Steuerbelastung		11.2%	
Berechnete Erbschaftssteuer	Tatsächliche Erbschaftssteuerbelastung		31.2%	
			23.5%	

Die Studienautoren nahmen einen Freibetrag von 2 Mio. Franken und einen Steuersatz von 20 Prozent an. Da der Freibetrag für Familienunternehmen wesentlich höher sein dürfte, stellen die hier berechneten Zahlen die latente Steuerschuld dar, die im Falle einer Betriebsaufgabe oder eines Betriebsverkaufs in den zehn Jahren nach dem Erbgang fällig würde.

Quelle: PwC-Studie

Breite Gegnerschaft hotellerieusuisse lehnt Erbschaftssteuer ebenso ab wie Bund, Kantone und andere Verbände

Wie der Dachverband Economiesuisse und der Gewerbeverband lehnt hotellerieusuisse die Erbschaftssteuer-Initiative ab. Der Branchenverband nimmt aufgrund einer Umfrage unter seinen Mitgliedern an, dass gegen 80 Prozent der Hotels von der Steuer betroffen wären. Eine Annahme hätte bei diesen Betrieben «massiven Einfluss auf die familieninternen Nachfolgemöglichkeiten und die Investitions-

tätigkeit. Zudem könnten zahlreiche finanziell gesunde Betriebe gefährdet werden».

Während die Verbände die Initiative vorab wegen der befürchteten Folgen für Privateigentum und Unternehmertum ablehnen, begründen der Bundesrat und die Kantone ihr Nein stärker mit föderalistischen und finanzpolitischen Argumenten. Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf betonte letzte Woche, dass die Erbschaftssteuer traditionell eine

Kompetenz der Kantone sei. Diese würde ihnen bei einem Jahr zu Initiative entzogen.

In den meisten Kantonen sind direkte Nachkommen, nicht aber andere Personen von der Erbschaftssteuer befreit. Laut der Finanzdirektorenkonferenz generieren diese Steuern pro Jahr gut 900 Mio. Franken. Ob das Drittel aus der eidgenössischen Erbschaftssteuer, das die Initiative für die Kantone vorsieht, diese Ausfälle deckte, ist ungewiss. axg

impressum

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

Herausgeber/Editeur
hotellerieusuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

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

Ressortleitung:
diese Woche: Daniel Stampfli/dst

cahier français: Alexandre Caldara/aca
fokus: Alex Gertschen/axg
doile vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb,
Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/tl,
Gudrun Schlenczek/gsg
Grafik und Produktion: Carla Barron-Secchi/cbs
(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 Daschti/ad

Verlag
Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hänni
Stelleninserate: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Ahmad Daschti/ad
Geschäftsanzeiger: Michael Müller,
Simona Manelli

hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren
Auflage: 10 301 (WEMF/SW-
Beglaubigung 2014)
Leser: 65 000 (Studie DemoScope 2013)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 175.–, 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.

Am Puls der Branche!

htr – für Werbung die
auffällt.

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr hotel revue

Die Steuerlasten der Nachbarn

Die Hotellerie in Deutschland ist mit der geltenden Erbschaftssteuer unzufrieden. Österreich kennt keine solche. Dennoch fühlt sich die Branche nicht in «Felix Austria».

CHARLES E. RITTERBAND

Die kürzlich von der österreichischen Regierung beschlossene Steuerreform wird von dieser selbst als umfassendste der Zweiten Republik gepriesen. Sie war jedoch das Ergebnis eines zähen Tauziehens zwischen den Koalitionspartnern, die konträre Interessen vertraten. Eine zentrale Konzession der Sozialdemokraten war der Verzicht auf eine Erbschaftssteuer. Damit bleiben in Österreich sowohl Vermögen als auch Erbschaften steuerfrei.

Steuern auf Arbeit zu hoch, Abschreibungsfristen zu lang

Dennoch ist die Österreichische Hotellervereinigung (ÖHV) mit der Steuerreform und generell mit der steuerlichen Situation unzufrieden. In einer im Rahmen der Reform erfolgten Anpassung der Grunderwerbssteuer sieht sie laut Mediensprecher Martin Stanits eine «versteckte Steuer auf Betriebsnachfolgen». Die Grunderwerbssteuer wird fällig, wenn ein Grundstück den Eigentümer wechselt – also auch dann, wenn ein Hotelbetrieb von einem neuen Eigentümer übernommen wird.

Laut Stanits steht die österreichische Hotellerie im internationalen Vergleich bezüglich Steuerbelastung ausgesprochen schlecht da. Österreich habe ab nächstem Jahr mit 13 Prozent den mit Abstand höchsten Mehrwertsteuersatz auf Logis im deutschsprachigen und im Alpenraum. Die Erhöhung koste die Branche konservativ gerechnet rund 220 Mio. Euro. «Die vorgesehenen Entlastungen in ähnlicher Höhe gehen hingegen gezielt an andere Branchen», beklagt Stanits.

Ein weiterer Bereich, in dem Österreich laut der ÖHV schlecht abschneidet, betrifft die Steuern und Abgaben auf Arbeit. Der österreichische Steueranteil an den Arbeitskosten ist mit 49,9 Prozent im Vergleich der OECD-Länder der zweithöchste. Nur jener in



Die Richter des Bundesverfassungsgerichts (im Bild ihre traditionellen Roben und Hüte) haben vom Gesetzgeber eine Reform der deutschen Erbschaftssteuer verlangt. Die Hoffnung der Hotellerie, dass die Steuer auf Betriebsvermögen gänzlich abgeschafft wird, dürfte aber vergeblich sein.

Bundesverfassungsgericht

Belgien ist noch höher. Deutschland steht dem an dritter Stelle (49,3 Prozent) kaum nach; die Schweiz kommt mit 22,2 Prozent erst an 29. Stelle.

In diesem Zusammenhang erwähnt Stanits die sogenannte Auflösungsabgabe, eine «Strafsteuer» auf befristete Dienstverhältnisse. Solche sind normalerweise gerade in touristischen Saisonbetrieben verbreitet und praktisch ohne Alternative.

Überdies kritisiert die ÖHV die «überlange» maximale Abschreibungsdauer auf Investitionen, die künftig gar von 33 auf 40 Jahre verlängert werden sollte. «Die Abschreibung ermöglicht Gewinnbetrieben eine Reduktion der Steuern. Der abzuschreibende Betrag wird auf eine definierte Anzahl von Jahren verteilt und reduziert die Steuerpflicht um eben jenen Betrag», sagt Stanits.

Problematisch sei, dass die Abschreibungsdauer zum Teil die



«In Österreich gibt es auf Betriebsnachfolgen nun eine »versteckte« Steuer.»

Martin Stanits
Sprecher Österr. Hotellervereinigung

Lebensdauer des abzuschreibenden Objekts übersteige. «Wenn Sie ein Badezimmer realistisch nach zehn Jahren austauschen, haben Sie von dieser Investition bei einer festgelegten Abschreibungsdauer von 33 Jahren noch keinen Drittel abgeschrieben, bei 40 Jahren nur einen Viertel.» Eine raschere Abschreibung werde von den zuständigen Finanzbeamten oftmals verweigert.

Ein weiteres Problem ortet Stanits beim Strom, dessen Preise durch fehlenden Wettbewerb überhöht sind. Die Regierung hat eine sogenannte Energieabgabenvergütung eingeführt, um diese Belastung abzufedern. «Dies ist an und für sich positiv und dringend notwendig, nur ist die Regelung auf produzierende Betriebe eingeschränkt, also Industrie und Gewerbe. Dienstleister bekommen sie nicht», erklärt Stanits. Darunter litten Hotelbetriebe mit

ihren hohen Heiz- und Beleuchtungskosten sowie der aufwendigen Wasseraufbereitung in Spa- und Wellnessbereichen besonders.

Problematische Immobilienwerte

Im Gegensatz zu Österreich und der Schweiz kennt Deutschland eine Erbschaftssteuer. Allerdings hat das Bundesverfassungsgericht erst letzten Dezember zentrale Punkte des Erbschaftssteuergesetzes für verfassungswidrig erklärt. Der Gesetzgeber hat den Auftrag, bis zum 1. Juli 2016 ein neues Gesetz zu erlassen.

Nach geltendem Recht wird bei der sogenannten Regelverschonung keine Erbschaftssteuer erhoben, wenn der Unternehmer unter anderen folgende zwei Bedingungen erfüllt: Das Betriebsvermögen muss fünf Jahre lang behalten werden; wird der Betrieb während dieser Zeit ganz oder teilweise veräußert oder aufgegeben, fällt die Verschonung zeit-



«Die oft guten Lagen der Hotels erhöhen Betriebsvermögen und Erbschaftssteuer.»

Jürgen Benad
Geschäftsführer Dehoga

reiz für die Erhaltung von Arbeitsplätzen geschaffen werden.

Laut Jürgen Benad, der beim Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) Geschäftsführer und Rechtsanwalt und auf das Thema Erbschaftssteuer spezialisiert ist, werden Betriebsübergaben in der Regel langfristig geplant, damit die Steuern optimiert werden können. Obwohl ihm keine gravierenden Probleme mit dem Erbschaftssteuergesetz bekannt sind, fordert der Dehoga die Abschaffung der Steuer für Betriebsvermögen, damit der Erhalt

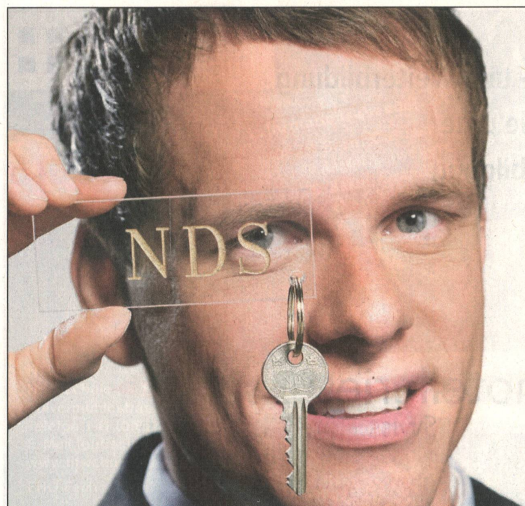
gerade der mittelständischen Betriebe nicht gefährdet werde.

«Die Voraussetzungen für die Befreiung eines Teils des Vermögens von der Erbschaftssteuer führen nicht nur zu einem erheblichen bürokratischen Aufwand. Sie verhindern auch ein dynamisches, am Markt orientiertes, flexibles Handeln», erklärt Benad. «Oft zentral in besten Innenstadtlagen angesiedelt, prägen Restaurants und Hotels das Stadtbild mit und erhöhen die Attraktivität der Innenstädte. Deshalb haben diese Grundstücke und Gebäude häufig einen sehr hohen Immobilienwert, der zum betriebsnotwendigen Vermögen gehört.»

Wenn die Bewertung von Immobilien nun dazu führe, dass die Erbschaftssteuer nicht bezahlbar sei und der Betrieb nicht fortgeführt werden könne, werde die zwangsläufige Schliessung von traditionellen Gasthäusern und Hotels die Innenstädte veröden lassen, warnt Benad.

Allerdings ist dies nicht nur eine Frage des Erbschafts-, sondern auch des kürzlich angepassten Bewertungsrechts. Laut Benad ist auch in diesem zu vermeiden, dass hohe Immobilienwerte die Erben von Hotels zur Betriebsaufgabe zwingen.

ANZEIGE



EINLADUNG zum Informationsanlass

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement
Unternehmerseminar hotelleriessuisse

hotelleriessuisse freut sich, Sie an einem der Informationsanlässe zum Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement zu begrüßen:

19. Mai 2015 Hotel Cascada, Luzern
12. Juni 2015 Hotel Bern, Bern

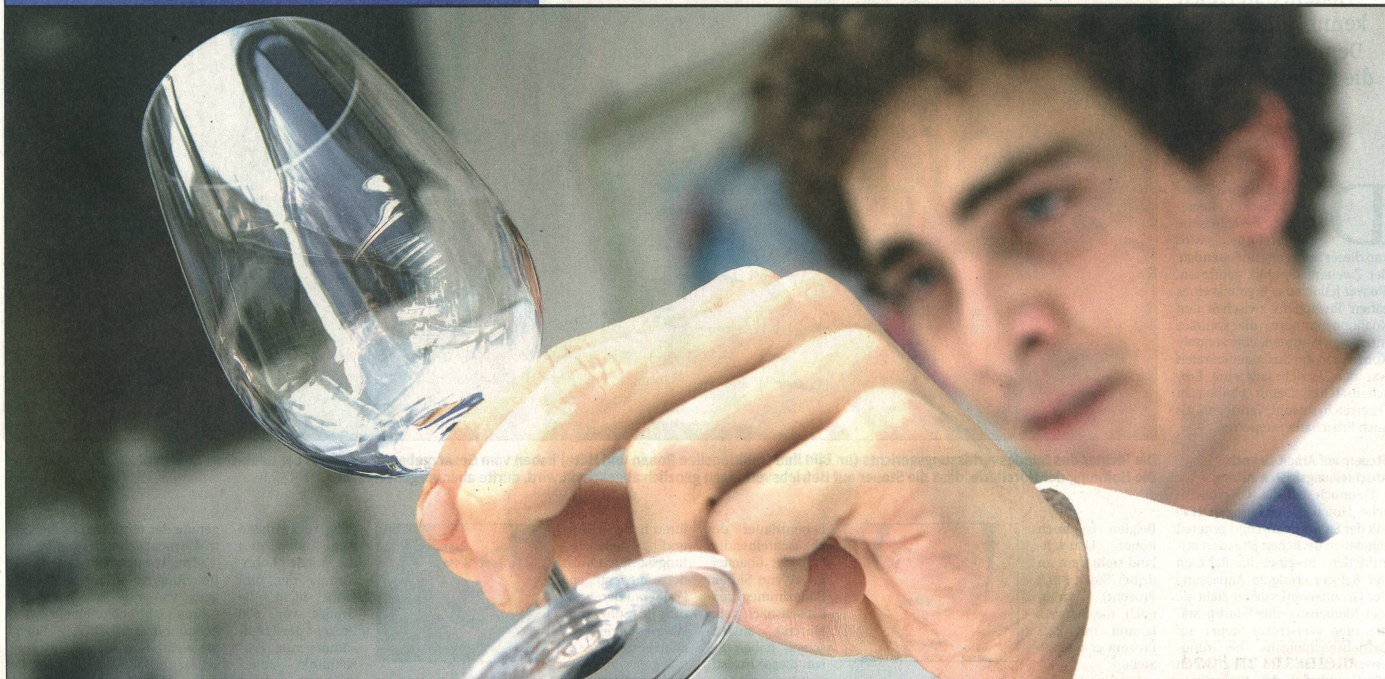
23. Juli 2015 Hotel Seedamm Plaza, Pfäffikon
27. August 2015 Hotel Storchen, Zürich

Melden Sie sich jetzt an unter: www.hotelbildung.ch/vnds-info

hotelbildung.ch – Karriere beginnt mit einem Klick!
hotelleriessuisse, Unternehmerbildung
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Tel. +41 31 370 43 01, Fax +41 31 370 42 62
www.hotelbildung.ch/vnds
unternehmerbildung@hotelleriessuisse.ch

hotelleriessuisse
Swiss Hotel Association

Talente für die Hotellerie



Machen Sie Karriere in der Hotelbranche

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



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

hotelleriesuisse 
Swiss Hotel Association



Vier Food-Islands werden in der sanierten Reha Bellikon ab 2016 für kulinarische Abwechslung sorgen. Patienten und Mitarbeitende bedienen sich hier gemeinsam.

exklusive zusätzlich nötiger Haustechnik wie Lüftungszugang, für jede Insel 10 bis 12 Prozent teurer sein, rechnet Reto Fuchs.

Im laufenden Betrieb sollen die Inseln bei der Reha Bellikon aber keine höheren Personalkosten auslösen, meint der Leiter Hotellerie – obwohl jede Insel zu Essenszeiten mit je einem Koch und einem Servicemitarbeiter besetzt sein wird.

Hier spielt die Zusammenlegung der Mitarbeiter- und Patientenverpflegung eine entscheidende Rolle: Vor der Schliessung des Altbaus standen zwei unabhängige Freeflows den beiden Gästegruppen zur Verfügung. Neu werden sich beide Zielgruppen gemeinsam an den Food-Islands bedienen – aber getrennt essen. Den Reha-Mitarbeitenden steht ein separater Gastraum (160 Sitzplätze) mit integrierter, bedienter Cafébar und Lounge-Ecke zur Verfügung.

Mit der Zusammenlegung erreicht man die kritische Grösse

Dank gemeinsamer Verköstigung erreichte man auch die kritische Grösse, die Fuchs für eine Food-Insel bei mindestens 300 Essen sieht. In Bellikon werden es mittags rund 350 Essen sein (150 Patienten, 200 Mitarbeitende).

Noch mehr Auswahl erhalten Zusatzversicherte Patienten: Diesen steht ab 2016 neu ein A-la-carte-Restaurant (45 Sitzplätze) mit Showküche zur Verfügung. Mit Eröffnung des Patientenhotels (siehe Zweittext) wird für Zusatzversicherte das kulinarische Angebot weiter ausgebaut. Geplant ist ein «Dine-around» Zusatzversicherte haben dann die Wahl zwischen modernen Food Islands, A-la-carte-Restaurant und Hotel-Restaurant im Neubau.

Food Islands als Therapie

Als erste Schweizer Klinik wird die Reha Bellikon Mitarbeiter und Patienten gemeinsam an Food Islands verköstigen. Ziel: attraktiveres Angebot, schnellere Abwicklung.

GUDRUN SCHLENCZEK

Wir suchten ein effizientes System, um eine grosse Anzahl an Patienten und Mitarbeitenden in Selbstbedienung gleichzeitig verpflegen zu können», verdeutlicht Oliver Bergamin, Leiter Hotellerie der Reha-Klinik Bellikon. Als passende Lösung entpuppten sich «Food Islands». Statt sich wie bis anhin an üblichen Free-Flow-Anlagen das Essen zusammenzustellen, werden Mitarbeitende und Patienten ab Anfang 2016 an vier eigenständigen Food-Islands ihr Wunschmenü aussuchen und

auch direkt zahlen, respektive auf einem Chip erfassen lassen. «Der Gast erhält an jeder Insel Getränke, Suppe, Salat, Hauptspeise und Dessert und muss sich nicht wie im Freeflow alles zusammensuchen», verdeutlicht Reto S. Fuchs, der mit seiner Firma Promafox die Gastronomie des Reha-Um- und Neubaus plant.

Nur noch das Tagesmenü wird in der Hauptküche gekocht

Statt bisher zwei stehen nun vier Kassen, je eine pro Insel, zur Verfügung. Bergamin verspricht sich mit dem neuen System eine deutlich flüssigere Abwicklung des Gästestroms. Genauso wichtig sei aber der mit den Kochinseln verbundene Erlebnischarakter: Jede ist einem anderen kulinarischen Thema gewidmet: Pizza/Pasta/Work; Vegi/Diät; Tagesmenü; Grill/Salatbuffet/kalte Speisen – Letztere ist auch fürs Frühstück



«Unsere Patienten sind im Schnitt 48 Tage hier. Da braucht es Abwechslung.»

Oliver Bergamin
Leiter Hotellerie Reha Bellikon

in Betrieb. Jede der Inseln ist ausgestattet wie eine Miniküche: Köche aus der Hauptküche fertigen die Produkte vor den Augen des Gastes. Nur das Tagesmenü wird noch komplett in der Hauptküche zubereitet. «Unsere Patienten sind im Schnitt 48 Tage bei uns. Da ist Abwechslung willkommen», erklärt Oliver Bergamin. «An den Inseln

kann Food viel besser inszeniert werden», doppelt Reto S. Fuchs von Promafox nach.

Food Islands sind in der Investition teuer

Die Food-Landschaft mit viel Bewegungsfreiheit habe zudem einen therapeutischen Charakter, so Bergamin: Die Reha Bellikon gehört der Suva und ist auf Unfallpatienten spezialisiert, viele müssten sich ganz neu im Leben zurechtfinden. Auf eine rollstuhlgerechte Gestaltung wurde des-

halb besonders Wert gelegt. Im Klinik-Bereich feiert das Insel-Konzept in Bellikon Premiere. Aber auch in der Firmenverpflegung ist der Freeflow heute noch das Übliche, Food Islands eher die

Ausnahme. Das hängt insbesondere mit den höheren Kosten für die Betriebseinrichtung zusammen. Je nach Fertigungsgrad im Freeflow könnten die Food Islands, inklusive Apparate aber

Patientenhotel Ein öffentliches Hotel mit Zugang zur neuen Bäderlandschaft der Reha und Seminarzentrum

Die Suva plant auf der Nachbarparzelle zur Reha Bellikon ein Patientenhotel mit 53 Zimmern und Seminarzentrum. Im Moment läuft das Gestaltungsplanverfahren. Frühester Eröffnungstermin ist 2019. Das Hotel soll nicht nur Patienten zur Verfügung stehen, aber diesen in erster Linie. «In der Endphase ihres Aufenthalts sind die Patienten schon sehr selbstständig, medizinische Betreuung benötigen sie dann oft nicht mehr», begründet Oliver Bergamin, Leiter Hotellerie der Reha, den Entscheid. Trotzdem benötigten die Patienten noch die Nähe zur Klinik: insbesondere für Abklärungen für ihre berufliche Wiedereingliederung. Viele hatten einen schweren Unfall und können

ihre alte Arbeit nicht mehr aufnehmen. Unterirdisch erhält das Hotel einen direkten Zugang zur Klinik. Auch zu der bis Ende 2017 fertiggestellten Bäder-, Sauna- und Fitnesslandschaft auf insgesamt 3000 m², die unter anderem einen 34 Grad warmen Erlebnispool sowie Whirlpool, Schwimmbecken und eine Saunalandschaft mit Aussensauna und einen grossen Fitnessbereich mit Turnhalle umfassen wird. Tagsüber steht dies den Patienten für Therapie zwecke zur Verfügung, voraussichtlich abends und am Wochenende zusätzlich der breiten Öffentlichkeit. Gleiches hat Bergamin mit dem Hotel vor: Was Patienten nicht auslasten, soll durch Individual- aber insbesondere Seminar- und Kongressgäste aus dem eigenen

Hause belegt werden. Sein Ziel: Eine Hotelauslastung von 70 Prozent; die Reha selbst geniesse eine Auslastung von fast 97 Prozent. Betrieben wird das Patientenhotel durch die Hotellerie der Reha-Klinik.

Die Idee der Patientenhotels tut sich in der Schweiz schwer. Reliva will das Erste am Lausanner Universitätsspital CHUV im 2016 eröffnen. Auch in Deutschland kommt das Konzept nicht so richtig vom Fleck. «Bei uns kommen der medizinische Part und das Hotel aus einer Hand», verdeutlicht Bergamin. Damit sei das Konfliktpotenzial deutlich kleiner. Die Patientenhotel-Zimmer der Reha Bellikon werden keine medizinische Ausstattung haben, aber besonders rollstuhlgerecht sein. gsg

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Informationsabende:
05.05.15, Bern, Kornhausforum, 17.00–19.00 Uhr
19.05.15, Luzern, (weitere Infos auf Anfrage)
29.05.15, Basel, Grand Hotel Les Trois Rois, 18.15–19.30 Uhr
02.06.15, Chur, HTW Chur, 18.30–20.00 Uhr
18.06.15, Zürich, HWZ Zürich, 18.30–19.30 Uhr

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
Pulvermühlestrasse 57, CH-7004 Chur
Telefon +41 (0)81 286 39 59
E-Mail tourismus-weiterbildung@htwchur.ch
www.htwchur.ch/emba-tourismus
FHO Fachhochschule Ostschweiz

EMBA – Tourismus und Hospitality Management

Neuer Weiterbildungs-Master für Führungskräfte

- Strategische Unternehmensführung
- Tourismus & Hospitality auf Executive-Ebene
- Team- und Mitarbeitendenführung
- Strategisches Marketing
- Finanz- und Internationales Management
- Study Trip Südostasien

ACADEMY OF HOTEL EXCELLENCE
SWITZERLAND

Wettbewerb

«Patissier des Jahres» mit Berner Finalist



ZVG

Am dritten Vorfinales des internationalen Wettbewerbs «Patissier des Jahres» hat sich Adrian Jeschall, Chef Patissier im Restaurant Meridiano im Kurnaal Bern, den zweiten Platz geholt und sich somit fürs Finale qualifiziert. Dieses wird Mitte Oktober anlässlich der Food- und Beverage-Messe Anuga in Köln stattfinden. Nicht ins Finale des deutschsprachigen internationalen Wettbewerbs geschafft hat es der zweite Schweizer: Michael Klein vom Luzerner Hotel Vitznau-erhof.

www.patissierdesjahres.com

Ausschreibung für «Swiss Bar Awards» läuft

Für die 13. Swiss Bar Awards für außergewöhnliche Leistungen der Schweizer Barszene, welche am 18. September 2015 im Hotel Schweizerhof in Luzern vergeben werden, läuft bis am 20. Mai 2015 die Ausschreibung. Gesucht werden der «Barkeeper of the Year», die «Best Longseller Bar», die «Best Newcomer Bar» sowie das «Best Bar Menu». Die Sieger erhalten Preise im Wert von über 30 000 Franken.

www.barnews.ch

Wein

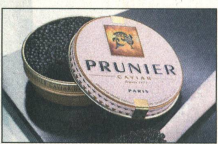
64 Tessiner Kellereien laden zu «Cantine Aperte»

Am 30. und 31. Mai 2015 lädt Ticinowine, der Förderverein des Tessiner Weinbaus, zu ihrer «Cantine Aperte». Unterteilt in «Locarnese», «Bellinzonese e Valli», «Luganese e Malcantone» sowie «Mendrisiotto» nehmen über 64 Produzenten teil. Die «Tage der offenen Weinkeller» finden bereits zum 17. Mal statt. Während zweier Tage können Besucher Kellereien begutachten, Neues über Tradition und Technologie erfahren sowie an diversen Events teilnehmen.

www.ticinowine.ch

Gastronomie

Jacky Donatz und Gäste warten mit Kaviar-Events auf



ZVG

Vom 6. bis 13. Mai 2015 lautet das Motto im Zürcher Restaurant Sonnenberg «Fresh Caviar Week». In Zusammenarbeit mit Caviar House & Prunier präsentiert Jacky Donatz verschiedene Highlights mit Spitzenköchen, die sich dem Thema Kaviar widmen. Gastköche sind Anton Mosimann, André Jaeger sowie Wolfgang Kuchler, aber auch talentierte Jungköche wie Martin Elschner, Christian Kuchler sowie Rolf Fliegau. fee

www.freshcaviarweek.ch

Swiss Wine Promotion und die Weinakademie Österreich wollen mit einer Partnerschaft künftig gemeinsam Weinakademiker ausbilden.

RENATE DUBACH



Josef Schuller (links) und Gilles Besse sind sich einig: Die Kooperation bringt Qualität in die Ausbildung und hat Zukunft.

ZVG

Dynamik in der Weinausbildung

Die tollen Weine aus der Schweiz erregen immer mehr internationale Aufmerksamkeit, fundiertes Wissen über Schweizer Weine ist für den Weinprofi ein Muss. Die Partnerschaft mit Swiss Wine ist für unsere Diploma-Studenten und Absolventen eine riesige Bereicherung, sagte Josef Schuller, Direktor der Weinakademie Österreich. Er hat das Kooperationsabkommen zusammen mit dem Präsidenten der Swiss Wine Promotion, Gilles Besse, kürzlich an der Graduierungsfeier der zehn neuen Schweizer Weinakademiker auf Schloss Au unterzeichnet. Schuller ist selber Master of Wine und hat also die oberste Stufe erreicht, die der weltweit führende Anbieter in Weinausbildungen, der britische Wine and Spirit Education Trust (WSET), im Programm hat. Die Ausbildung zum

Weinakademiker – in Englisch «Diploma in Wines and Spirits» – liegt gleich eine Stufe darunter. Sie wird in der Schweiz seit 2007 angeboten, in einer Kooperation der ZHAW in Wädenswil mit dem WSET in London und der Weinakademie Österreich als ausführendem Partner.

«Swiss-Wine-Awards» Gewinner erhält hochkarätige VIP-Weinreise

Diese weltweit etablierte und gefragteste Ausbildung im internationalen Weinhandel haben seither in der Schweiz mehr als 60 Weinprofis bestanden. Sie sind in einem internationalen Absolventenverband, dem «Club der Weinakademiker», mit weiteren 600 Kollegen aus 29 Ländern ver-

«Die Partnerschaft ist für unsere Diploma-Studenten eine riesige Bereicherung.»

Josef Schuller
Weinakademie Österreich

netzt. Dank der soeben lancierten Partnerschaft mit Swiss Wine Promotion soll diese Ausbildung in der Schweiz eine neue Dynamik erhalten. In dem Kooperationsab-

kommen wird festgehalten, wie diese Partnerschaft aussehen soll. Den künftigen Weinakademikern werden verschiedene Angebote gemacht, wie sie ihr Wissen über den Schweizer Wein theoretisch und praktisch vergrössern können. So sind Studienreisen in die verschiedenen Schweizer Weinbauggebiete ebenso vorgesehen wie diverse Seminare zu den unterschiedlichsten Themen rund um den Schweizer Wein. Dazu kommen Stipendien für die Teilnehmer der Ausbildung, und

im Anschluss daran gibt es spezielle Auszeichnungen für die besten Absolventen. Eine dieser Auszeichnungen ist der «Swiss Wine Award», der eine hochkarätige VIP-Weinreise anlässlich der jährlichen Veranstaltung Mémoire des Vins Suisses beinhaltet.

Auch Gilles Besse freut sich über die Unterzeichnung des Vertrages: «Swiss Wine Promotion ist sehr stolz, sich durch diese Partnerschaft aktiv an der Ausbildung zukünftiger Weinakademiker – und eventuell dann auch Masters of Wine – beteiligen zu können. Damit erzielt der Schweizer Wein mehr Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit in der Schweiz selbst, aber auch im Ausland. Diese Partnerschaft ist eine logische

«Schweizer Wein erzielt mit dieser Ausbildung mehr Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit.»

Gilles Besse
Swiss Wine Promotion

Entwicklung in der Zusammenarbeit mit führenden Weinausbildungs-Einrichtungen.» Ob diese Kooperation tatsächlich auch auf die oberste Stufe der Weinausbildungen, also bei den Masters of Wine, ausgedehnt werden wird, ist zurzeit noch nicht klar. Den Partnerschaftsvertrag für die beiden Organisationen nämlich vorerst mal für drei Jahre abgeschlossen. Und dann? «Wir nehmen eigentlich schon an, dass die Partnerschaft über diese Zeit hinaus weitergeführt wird. Wir schauen jetzt einfach einmal, wie sich unsere Zusammenarbeit entwickelt», erklärt Joachim Strodl von der Österreichischen Weinakademie.

Wenn sich Hoteldirektoren beim Klamentreffen zum Gruppenbild formieren, droht Langeweile: eine Ansammlung grauer oder schwarzer Anzüge, selten genug aufgelockert durch bunte Kleider oder pfiffige Blusen. Solche Fotos gemahnen an Bundesratsaufnahmen aus den 1970er-Jahren, als die Regierung noch ein Herrenclub war.

Es gibt immer noch wenige weibliche Hotel-General-Manager, obwohl mehr Frauen als Männer in der Branche arbeiten. «An den Events trifft man doch jede Menge Frauen mit guten Jobs im Hotel», sagt Corinne Denzler, die Chefin der Tschuggen-Gruppe. «Warum schaffen es so wenige in höhere Positionen?» Die ehemalige Spa-Managerin ist das beste Beispiel, dass Frauen die Karriereleiter bis zur obersten Sprosse erklimmen können – aber leider eher ein Einzelfall. Natürlich, es gibt in vielen Hotels die Frau des Chefs, die den Blumenschmuck verantwortet, in der Gästebetreuung mithilft oder in Absenz des Gatten am Abend durchs Restaurant stolziert.

Über das Missverhältnis haben sich schon Klügere den Kopf zerbrochen als der Schreibende. Als Journalist bin ich immerhin in einer Branche zu Hause, in der die Emanzipation weiter voranschritten ist. Eine meiner direkten Vorgesetzten ist eine Frau, das Normalste der Welt und gewiss, ich habe auch schon mit einigen weibli-

Kolumne



Christoph Ammann
ist Leiter Reiseredaktion
SonntagsZeitung,
Tages-Anzeiger und Der Bund.

Weibliche Erweckung

chen Hotel-GMs zu tun gehabt. Erinnere mich an interessante Begegnungen mit Paola Masciulli im Le Crans in Crans-Montana, mit Monique Dekker im Park Hyatt Wien oder mit Doris Greif im Jumeirah Ethad Towers in Abu Dhabi.

Für das skurrilste Treffen in meiner Berufszeit war allerdings auch eine Hoteldirektorin verantwortlich. Beim Interview im Designhotel The George in Hamburg fragte die sichtlich genervte Dame nach fünf Minuten: «Wie lange dauert das hier noch?» Ich brach die Übung ab, keine Ahnung, welcher Teufel die Direktorin geritten hatte.

Und in einem Luxushotel in Salzburg, das eigentlich einen guten Ruf genoss, fand ich derart offensichtliche Mängel, dass ich nach dem Aufenthalt eine kleine Beschwerdeliste an das Area-Management funkte. Zu beanstanden waren der ungewaschene Portier, die überaus vorlauten Réceptionisten, die vertrockneten Blumen auf dem Frühstückstisch und das schlecht geputzte Badezimmer. Die Intervention zeigte Wirkung, die Hoteldirektorin, die während des Aufenthaltes ein Phantom geblieben war, wurde umgehend aus der Mozartstadt abgezogen.

Frauen sind also nicht a priori die besseren Direktoren als Männer, um eine solche Wertung geht es überhaupt nicht. Wir beklagen hier nur den offensichtli-

chen Mangel an weiblichem Personal in den Schlüsselpositionen. Alle Befragten nennen die gleichen Gründe: Frauen trauen sich zu wenig zu und befürchten, Beruf und Familie nicht unter einen Hut zu bringen.

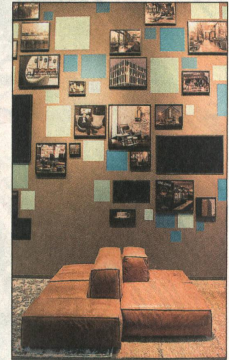
Eine weitere lobenswerte Ausnahme habe ich erst vor einer Woche in Bangkok getroffen: Seit zweieinhalb Jahren führt Katja Henke als General Manager das Peninsula in der thailändischen Hauptstadt. Die gebürtige Hamburgerin, die dank ihrer Schweizer Mutter auch den roten Pass besitzt, kam aus Shanghai nach Bangkok.

Ihren rasanten Aufstieg bei der kleinen, feinen Hotelgruppe führt Henke auf die absolute Gleichberechtigung der Geschlechter in der Peninsula-Familie zurück. Anderswo hatte sie vergeblich auf die längst fällige Beförderung gewartet. «Vier von zehn Peninsula-Hotels werden von Frauen geführt», sagt die 45-Jährige. «Ob weiss, grün oder schwarz, ob klein oder gross, Mann oder Frau: Der oder die Beste muss an der Spitze stehen.»

Ganz schön pragmatisch, die Frau, Katja Henke verrät aber dann doch, dass sie nicht auf jedem Gebiet mit den harten Hunden der Männerwelt mithalten will: «Bei einem Versuch als Thai-Boxerin war ich schon nach wenigen Kicks nudelfertig.»



Nach der Erweiterung ist das Motel One München City-Süd nun das drittgrösste Haus der Budget-Hotelkette und verfügt wegen des Campus als einziges über eine Full-Service-Gastronomie. Diese steht sowohl den Studenten als auch den Gästen zur Verfügung.



Bilder zvg

Einladend und trendig ist auch die Hotel-Lobby.

Die Kaderschmiede im Hotel

Blick ins Ausland Eine Hotelgruppe mit eigenem Campus? Die Budget-Design-Hotelkette Motel One hat in München mit der Eröffnung des «One Campus» die ersten Schritte getan.

NATHALIE KOPSA

dualen Studium der Tourismuswirtschaft mit Schwerpunkt Hotelmanagement, welches mit dem BA abschliesst. Daneben sind alle Trainings, welche bei Motel One im Rahmen des internen modularen Fortbildungsprogramms für alle Mitarbeiter («One Experts») angeboten werden, von der IUBH zertifiziert. Hierbei handelt es sich um Fortbildungsveranstaltungen, über die sich alle 1800 Mitarbeiter der Kette spezifische Fachkenntnisse aneignen können. Zusätzlich Schulungsangebote der IUBH werden analog wie die Module der IUBH mit den international anerkannten ECTS-Punkten bewertet, sodass die Teilnehmer die erworbenen Punkte später auch in das duale Studium einbringen können.

Mit dem Campus die Attraktivität als Arbeitgeber steigern

Dies sei, wie Peter Thuy, Chief Academic Officer der IUBH, betont, ein bisher einmaliger Ansatz bei einer Kooperation der Fachhochschule mit einem Hotelpartner. Laut Plan sollen 2015 insgesamt 302 One-Expert-Kurse mit 3660 Teilnehmern, 110 Coaching-Module mit 1300 Teilnehmern,



Innovative Arbeitgeber: Dieter Müller (l.) und Peter Thuy.

neun IUBH-Kurse mit 135 Teilnehmern durchgeführt werden. Für den Motel-One-CEO Dieter Müller ist der Campus-Start ein Meilenstein der betrieblichen Personalentwicklung: «Die Aus- und Weiterbildung ist in unserer Branche in erster Linie der Kampf um die besten Köpfe. Mit der Eröffnung des Campus wollen wir unsere Attraktivität als Arbeitgeber steigern und Karrierechancen aufzeigen. Ich bin überzeugt, dass dies auch die Motivation und die Identifikation unserer Mitarbeiter mit dem Unternehmen fördert», erklärt er. Die ersten 25 dual Studierenden der Hotelkette kom-



Beste Sicht auf die City: Das Motel One München City-Süd ist um 250 Zimmer auf insgesamt 500 aufgestockt worden.

men für die Studienphasen an den Münchner «One Campus». Den praktischen Ausbildungsteil absolvieren sie in ihren Motel-One-Mutterbetrieben. Studierende, die von auswärts anreisen, wohnen im Hotel.

Das Motel One München City-Süd ist nach der Erweiterung das drittgrösste Haus der Kette und verfügt wegen des Campus als einziges über eine Full-Service-Gastronomie, die Studenten wie Gästen zur Verfügung steht. Zwei modern ausgestattete Etagen für den Lehrbetrieb umfassen zwölf Trainingsräume, eine mit Fachliteratur bestückte Bibliothek,

eine Aula mit Workbench und nagelneuen Macs, Kaffeestationen und eine Lounge. Die Studiengebühren werden komplett von Motel One übernommen, ebenso die Kosten für weitere Weiterbildungsangebote sowie Kost und Logis. Für Kräfte aus dem Ausland findet der Unterricht in englischer Sprache statt.

Motel One lässt sich die Qualifikation seiner Mitarbeiter einiges kosten. So beläuft sich das Budget 2015 für Aus- und Weiterbildung laut Müller auf 3,5 Millionen Euro, was pro Mitarbeiter einer Summe von fast 2000 Euro entspricht. Die Kandidaten für das Duale Stu-

dium werden intern von den Personalabteilungen ausgewählt und vorgeschlagen. Die Teilnahme sei an keine vertraglichen Verpflichtungen gebunden, betont Müller. «Es gibt bei uns nur eine Bedingung: Sie müssen mit dem Herzen voll und ganz bei Motel One sein.» Eine Öffnung der Lehrveranstaltungen für Kandidaten von anderen Hotelunternehmen soll es nicht geben. Der Nachschub an loyalen Fachkräften mit lupenreiner Motel-One-DNA hat Priorität.

Fakten Motel One Gruppe wächst – auch in der Schweiz

Die 2000 gegründete Budget-Design-Hotelkette Motel One mit Sitz in München betreibt derzeit 54 Hotels mit rund 12 800 Zimmern in Deutschland, Österreich, Grossbritannien und Belgien. Die nächsten Eröffnungen in der Schweiz sind das Motel One Basel (Eröffnung 2016, Zimmeranzahl 143) sowie das Motel One Zürich (Eröffnung 2017, Zimmeranzahl 379).

nk

ANZEIGE

Impulse für die Schweizer Hotellerie

Expertenforum des Beraternetzwerks



21. Mai 2015 – Hotel Sedartis Thalwil
30. Juni 2015 – Hotel Europe Luzern
29. Oktober 2015 – Hotel Bern Bern

Input 1/2015: Vielfalt managen – Über den Umgang mit verschiedenen Mitarbeitergruppen
Input 2/2015: Gastfreundschaft 2.0
Input 3/2015: Die IT der Zukunft – Commodity versus Security

Detailprogramm und Anmeldeformular finden Sie unter www.hotelbildung.ch/input

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Die Zwiebel im Fokus: Hör-Bülle-Suppe aus Achim Schwekendiek's Buch «Zwiebeln & Knoblauch» (l.), Wurzelpetersilien mit Boretana-Zwiebel von Jens Rittmeyer.



Roscoff-Zwiebel

Zwiebel-Vielfalt es gibt. Dieser ist auch das soeben erschienene Buch «Zwiebeln & Knoblauch» gewidmet.

Die Tropea-Zwiebel kommt auch in Desserts zum Einsatz

Autor des Buches ist Achim Schwekendiek, Küchenchef im Schlosshotel Münchhausen in Aerzen (D), und er beschreibt sie alle: die würzig-scharfe Sturon, die aromatische Laer aus Österreich, die zart-scharfe Hör-Bülle vom Bodensee, die italienische Cipollina borettana aus der Emilia Romagna oder die fruchtig-saftige



Roscoff aus der Bretagne. Der niedersächsische Spitzenkoch bezeichnet sie gerne als «kulinari-sche Alleskönner», was etwas platt klingt, es aber durchaus auf den Punkt bringt: Mit der Zwiebel kann man wirklich alles, bestätigt auch Wissenschaftler Thomas A. Vilgis (siehe Interview unten). Längst wird sie mehr als nur roh, eingelegt, gedünstet, geschmort, gebraten verwendet, sie wird fermentiert, pulverisiert und gar zu Desserts verarbeitet. «Ihre Süsse harmonisiert sehr gut mit der Säure von Früchten», sagt Gregor Zimmermann vom «Bellevue Palace», der auch für diese Speisen bevorzugt auf seine Lieblingszwiebel, die Tropea, zurückgreift. Der Höhepunkt: sein «Tropea-Softice», für das er die Zwiebel mit Milch, Äpfeln und Marzipan zu einem Glacé verarbeitet. «Das mag gewagt klingen, schmeckt aber ausgezeichnet», lacht er jede Skepsis weg.

Vom «Siebenerlei der Zwiebel» bis zum «Tropea-Softice»

Bislang fristet sie ein eher beiläufiges Dasein, nun werden ihr zu Ehren ganze Gerichte kreiert: Die Zwiebel überzeugt mit ihrer Vielfalt und inspiriert Spitzenköche.

FRANZISKA EGLI

Sie hat es ihm besonders angetan: die rote, zart süß schmeckende, unverwechselbare «Cipolla di Tropea», die entlang des kalabrischen Küstenstreifens zwischen Capo Vaticano und Nicotera in der Provinz Vibo Valentia angebaut wird. «Die Tropea-Zwiebel gehört nicht nur wegen ihrer Farben zu meinen Favoriten, sondern auch wegen ihres hervorragenden Geschmacks. Sie kommt bei uns regelmässig zum Einsatz, mit ihr lässt sich ohne viel Schnickschnack ein eigenständiges Gericht zubereiten», ist Gregor Zimmermann, Küchenchef im Hotel Bellevue Palace in Bern, des Lobes voll und serviert sie etwa roh mariniert mit Nussöl und Birne als Chutney zu Käse. Oder die weisse Cévennen-Zwiebel aus dem französischen Zentralmassiv, zart in der Textur, mild im Geschmack, die es vielen Sternköchen angetan hat. Zimmermann gart sie ganz und sous-vide mit Kardamom, Koriander und Senfkörnern und serviert sie als Pitcata. «Sie ist so süß, die lässt sich es-



Tropea-Zwiebel

sen wie ein Apfel», schwärmt er. Galt die Zwiebel, das seit über 5000 Jahren als Heil-, Gewürz- und Gemüsepflanze verehrte Lauchgewächs, jahrelang vor allem als Würzzutat, als Saucenbinder und Geschmackssträger, erhält sie nun im Zuge der Terroir-Welle immer öfter gleich die ganze Bühne.

Die Kunst, ein einziges Produkt auf vielfältigste Art zuzubereiten

Cornelius Speinle vom «Dreizehn Sinne im Huuswurz» in Schlattingen TG und Gault Mil-laus «Entdeckung des Jahres 2015» kreierte etwa ein «Siebenerlei von der Zwiebel» bestehend aus Zwiebel-Chips, Zwiebel-Gel, Zwiebel-Creme sowie in Portwein eingelegten Zwiebeln. Er erzählt: «Wir wollten damit aufzeigen, wie vielfältig ein einzelnes und so einfaches Produkt vom Bauern nebenan zubereitet werden kann».

Jens Rittmeyer, Küchenchef im Restaurant

Kai3 des Hotels Budersand auf Sylt, widmet «diesem grandiosen Gemüse und typisch nordischen Produkt» immer wieder ein ganzes Gericht. Bei «Schöne Zwiebel» etwa wartete der Norddeutsche mit den unterschiedlichsten Zwiebelkreationen auf und verwendete für jede einzelne Komponente eine andere Sorte: Die Perlzwiebeln zerlegte er, aus den Frühlingszwiebeln schuf er ein Dreierlei, aus den Weissen Zwiebeln ein Püree, die Roten legte er süß-säuerlich ein, dazu gab's ein Röstzwiebel-



«Süss, säuerlich, knusprig: Das Zwiebel-Vielerlei war für die Gäste enorm spannend.»

Jens Rittmeyer
«Kai3», Hotel Budersand/Sylt

figuriert mit «Gesunde Schärfe» ein Gericht auf der Karte, bei dem die Zwiebel eine Haupt-

rolle spielt: Zu Pilzbouillon und Heurème serviert Rittmeyer geröstete Roscoff-Zwiebeln und ein geräuchertes Püree von Weissen Zwiebeln. Auf den Geschmack kam der Küchenchef durch den Bauer, der ihn mit Gemüse versorgte. «Er präsentierte mir eines Tages verschiedene Sorten. Bis dahin war mir gar nicht bewusst, was für eine



Frühlingszwiebel



«Die Cévennen-Zwiebel ist so mild, die lässt sich essen wie ein Apfel.»

Gregor Zimmermann
Hotel Bellevue Palace, Bern

Achim Schwekendiek, Ingeborg Pils, **Zwiebeln & Knoblauch. Die heimlichen Helden der Küche. Rezepte und Warenkunde**, Hildeke Verlag, 176 Seiten, ISBN 978-3-7750-0678-1, Fr. 29.90



Nachgefragt

Thomas A. Vilgis

Der Physiker ist Leiter der Polymerforschung am Max-Planck-Institut in Mainz, forscht über die physikalischen Eigenschaften von Lebensmitteln und ist Verfasser von Büchern.

Thomas Vilgis, mit der **Zwiebel** sei kulinarisch alles möglich, heisst es. Stimmt das auch aus wissenschaftlicher Sicht? Mittlerweile ist die Zwiebel nicht mehr nur für die Würzung eines Fleischgerichts oder einer Sauce zuständig, sondern findet in fast jeder Form und Zubereitung Verwendung – roh, nieder-temperaturgegart, fermentiert, pulverisiert, karamellisiert. So gesehen ja, es ist so gut wie alles möglich mit ihr, auch ihr Einsatz in Süssspeisen.

Woran liegt das?

Daran, dass die Schärfe der Zwiebel, dieser schwefelige Duft, nur im Rohzustand vorhanden ist. Zwiebeln enthalten viel Zucker. Sobald man sie lange gart, verflüchtigen sich die stechenden Aromen und machen einer betörenden Süsse

Platz. Und diese, auch wenn sie immer noch diesen zwiebeligen Charakter hat, harmonisiert auch wunderbar zu Süssspeisen wie Erdbeeren oder Rhabarber. Wer die Zwiebel vor dem Garen noch kurz anbrät, erhält zudem ein Röstaroma, das zum Beispiel auch gut zu Schokolade passt.

Warum ist dies etwa beim Knoblauch so anders?

Botanisch gehören sie zwar zusammen, und beide verfügen über ein starkes Schwefelaroma. Der Knoblauch jedoch ist im Gegensatz zur Zwiebel von Haus aus weniger süß. Trotzdem: Auch ihm lässt sich durchaus eine gewisse Süsse entlocken, etwa indem man ihn in einer Zuckerlösung mariniert. Aber beim Kreieren und Anrichten mit Knoblauch muss man vorsichtig sein, damit er nicht zu stark

dominiert. Anders als bei der Zwiebel, die eine eigenständige Komponente sein kann, geht es beim Knoblauch oftmals darum, einen Kontrast herzustellen.

Vegetarier und Veganer sind von der Zwiebel speziell angetan. Ihre Erklärung?

Das kommt tatsächlich nicht von ungefähr: Die Zwiebel ist ein würziges, herzhaftes Gemüse. Es verfügt über freie Glutaminsäure, die für den Umami-Geschmack zuständig ist, wie er etwa im Fleisch oder Käse vorhanden ist. Umami, diese sogenannte fünfte Qualität des Geschmackssinns, schmeckt dem Menschen von Geburt weg sehr. Die Zwiebel ist kein Fleischersatz, bietet aber Vegetariern und Veganern eine gute Möglichkeit, in den Genuss von Umami zu kommen.



Fotolia

PROFIL

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

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

Nr. 18 · 30. April 2015

htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

**HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

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



THEMENBILD: KEYSTONE

MEGATRENDS EROBERN DIE GASTSTUBEN

Vor nicht allzu langer Zeit hat die Informationstechnologie die Welt komplett umgewälzt. Manuelle Prozesse wurden ersetzt und der PC machte die Welt schneller und effizienter. Anfänglich war die IT noch auf stationäre Ressourcen angewiesen. Das Internet hat das grundlegend verändert. Informationen sind heute nicht mehr länger nur im Büro verfügbar, sondern überall und jederzeit. In dieser Entwicklung stehen wir noch ganz am Anfang. Gerade die Arbeitswelt wird sich mit der zunehmenden Digitalisierung noch stark wandeln. Zeitlich und örtlich flexible Arbeitsweisen sind im Vormarsch. Teams werden ad hoc gebildet und Menschen arbeiten in Zukunft zusammen, ohne sich überhaupt persönlich zu kennen. Immer mehr Unternehmen setzen auf flexible Arbeitsmodelle. Diesen Trend spüren gerade wir bei Staff Finder deutlich. Aber mal abgesehen von der sich wandelnden Arbeitswelt – was bedeutet die digitalisierte und globalisierte Welt eigentlich konkret für die Gastronomie und Hotellerie?

Das Internet hat die Branche stark verändert und wird das weiterhin tun. Ein Hotel ohne funktionierendes WLAN ist schon bald keine Übernachtung mehr wert. Auf Social Media und Bewertungsportalen werden Informationen eingeholt, Meinungen gebildet und geäußert. Die daraus entstehende Preis- und Leistungstransparenz sollte als Chance gewertet werden. Hotels, die heute auf Facebook, Google+, Tripadvisor oder anderen Portalen einen guten Eindruck machen und positiv

bewertet werden, haben die Gäste praktisch schon in der Tasche. Die Digitalisierung hält Einzug in die Gaststube und eröffnet neue Möglichkeiten. In Zukunft verbindet vielleicht ein Chip in der Bierflasche die Gäste beim Anstossen direkt in einem sozialen Netzwerk. Wem ein Lokal auf Facebook gefällt, erhält ein Getränk günstiger oder je mehr Bier getrunken wird, desto länger dauert die Happy Hour. Die Liste der möglichen Spielereien kann beliebig weitergeführt werden. Was heute z. B. bei Starbucks beobachtet werden kann, nimmt in Zukunft wohl weiter zu: Cafés werden vermehrt zu Büros umfunktioniert. Moderne Nomaden suchen überall nach Unterschlüpfen, wo sie online sein, aber auch aussteigen können.

Die grossen Megatrends wie Digitalisierung und Flexibilisierung verändern nicht nur unsere Arbeitswelt massgeblich, der Fortschritt dringt auch in die klassische Gaststube vor. Wir dürfen gespannt sein, was die digitale Zukunft für Überraschungen mit sich bringt.



Viktor Calabrò
CEO STAFF FINDER
www.staff-finder.jobs

ZITAT
DER WOCHE

«Ein Geheimnis, mit allen
Menschen in Frieden zu leben,
besteht in der Kunst,
jeden in seiner Individualität
zu verstehen»

Friedrich Ludwig Jahn, deutscher Pädagoge (1778-1852)

AGENDA

19. MAI
«NDS Informationsanlass»,
von hotelleriesuisse,
im Hotel Cascada,
Luzern
www.hotelbildung.ch/agenda

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

21. MAI
«Impulstag Berufsprüfung
Bereichsleiter/-in Hotellerie-
Hauswirtschaft»,
von Hotel & Gastro formation,
bei Hotel & Gastro formation,
Weggis
www.hotelgastrounion.ch

27. MAI
«Learning by Doing - Know-how
für Ausbildungsverantwortliche»,
von hotelleriesuisse,
im Hotel Schweizerhof,
Lenzerheide
www.hotelbildung.ch/agenda

30. MAI
«Der erste Eindruck zählt»,
vom Berufsverband Hotellerie-
Hauswirtschaft,
bei Hotel & Gastro Union, Luzern
www.hotelgastrounion.ch

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



Planen Sie ein neues Projekt?

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

Professionelle Beratung
für die Schweizer Hotellerie

Gemeinsames Beraternetzwerk von:

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

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

Vorbeugende Massnahmen (Teil I)

Die EKAS-Richtlinie 6508 erläutert die Pflichten des Arbeitgebers bezüglich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Unabhängig vom gesetzlichen Rahmen gibt es eine Reihe von Punkten, die für sichere und gesunde Arbeitsplätze und die Sicherheitskultur in den Betrieben bedeutsam sind.

- Die Unternehmensleitung muss sich klar zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz bekennen und die entsprechenden Zielsetzungen verbindlich formulieren
- An jedem Unternehmensstandort ist eine geeignete Person für die Belange der Arbeitssicherheit zu bestimmen. Ihre Hauptaufgaben umfassen die Koordination, die Überprüfung der notwendigen Sicherheitsmassnahmen sowie das Anleiten der Mitarbeitenden. Die Aufgaben und Kompetenzen des/der Sicherheitsverantwortlichen sind in einem Pflichtenheft festzuhalten, ebenso die Zeit, die für die Ausübung der Funktion erforderlich ist (z. B. 20 %).

RUND UM DIE UHR IM DIALOG MIT DEM GAST

Gästekbetreuung fängt nicht erst an, wenn der Gast anruft oder über die Schwelle des Hotels oder Restaurants tritt. Heute findet die Gästekbetreuung rund um die Uhr statt – egal, wo auf der Welt sich der Gast gerade befindet.

Für viele Menschen gehört das Anschauen von Social-Media-Einträgen genauso zum Alltag wie das Zeitunglesen. Die Zeit, die User täglich auf Facebook, Twitter, Inlink, Xing und anderen Kontaktplattformen verbringen, nimmt sogar laufend zu. Junge Nutzer verbringen mittlerweile bereits mehr Zeit mit Social Media als mit Zeitung, Radio oder TV.

Auch für Unternehmen der Branche Hotellerie-Gastronomie-Tourismus gehört es im Sinne der Gästekbindung schon fast zum guten Ton, eine eigene Facebook-Gruppe zu haben oder regelmässig zu twittern. «Dialog statt Monolog», so lautet das Motto einer modernen Kommunikation mit Gästen und Partnern.

Ein Benutzerkonto auf einem Social-Media-Kanal ist rasch eingerichtet. Genauso kinderleicht ist es, eine eigene Gruppe (Community) zu gründen. Bevor man sich auf das Social-Media-Parkett wagt, sollte man sich klar sein:

- Mit Gästen auf Social Media im Dialog zu sein, ist aufwändiger als viele meinen.
- Die Herausforderung besteht darin, den digitalen Kontakt zum Gast herzustellen, ihn zu halten und den Gast zu motivieren, die Inhalte positiv zu kommentieren («Likes» auslösen) und möglichst oft zu teilen.
- Damit jemand einen Eintrag «liked» teilt oder sich gar mit einem Unternehmen «befreundet», muss er den Inhalt (Content) spannend, interessant, lehrreich oder unterhaltsam finden. Um zielgruppengerichtete Inhalte zu generieren, sind Kommunikationsstrategie und Content-Management nötig.

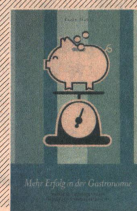
- Die Gäste können 24 Stunden von überall auf der Welt Anfragen oder Kommentare posten und erwarten rasche, kompetente Antworten. Einmal am Tag auf Einträge zu reagieren, ist zu wenig. Auch ist ein professionelles Monitoring der Einträge nötig, wenn man echten Nutzen aus den Gäste-Inputs ziehen will.
- Die Person, die im Namen eines Unternehmens mit den Gästen kommuniziert, muss nicht nur fachliches Know-how sondern auch gewisse Kompetenzen oder gar Entscheidungsbefugnisse haben. Das ist sehr wichtig, wenn es ums Beantworten von Reklamationen oder negativen Kommentare geht.
- Bevor man online geht, sollte man sich gut überlegen, auf welchem Social-Media-Kanal oder welchen -Kanälen man vertreten sein möchte und wie man sich dort präsentieren will. Natürlich kann man das Wochenmenü publizieren, eine Veranstaltung promoten oder Bilder des neuen Signature-Drinks posten. Damit aus dem Monolog ein Dialog wird, ist es viel spannender und erfolgversprechender, die Gäste einzuladen, etwas zu tun. Zum Beispiel ihr Lieblingsmenü der Woche zu wählen, Selfies von der letzten Veranstaltung zu posten, einen Namen für den neuen Signature-Drink vorzuschlagen oder selber Rezeptideen einzureichen.
- Eine Kommunikationsstrategie zu haben, heisst, zum richtigen Zeitpunkt auch «Nein» zu sagen. – Lieber auf weniger Kanälen präsent sein, dafür aber aktiv und mit attraktiven Inhalten.

Riccarda Frei

BUCHTIPP

MEHR ERFOLG IN DER GASTRONOMIE

Das Buch «Mehr Erfolg in der Gastronomie», Marketing-Leitfaden für ein erfolgreiches Restaurantkonzept, beschreibt einen einfachen, kostensparenden Weg, wie man zu einem erfolgreichen Restaurantkonzept kommt. Der Autor Eaven Stoller erklärt kurzweilig und praxisnah, wie eine Vermarktungsstrategie erstellt wird. Er zeigt, wie man einen gewinnbringenden Produktmix zusammenstellt und gibt Gastronomieunternehmern Tipps, wie sie ihre Gäste immer wieder aufs Neue positiv überraschen und begeistern können. Dies ist besonders wichtig, um sich von der zunehmenden Konkurrenz abzuheben und Stammgäste zu generieren. In der Gastronomie weht ein zunehmend harter Wind. «Mehr Erfolg in der Gastronomie» vermittelt Junggastronomen, die ihr Restaurant planen oder gerade eröffnet haben das nötige Basiswissen, um in diesem Business erfolgreich bestehen zu können. Auch gestandene Gastronomen, die mehr Gäste gewinnen und besseren Umsatz erzielen wollen, werden in dem Buch fündig. Sie erhalten Tipps, mit denen sie ihre Ziele – trotz veränderten Konsumverhaltens – rascher und leichter erreichen.



«Mehr Erfolg in der Gastronomie»
Eaven Stoller
ISBN 978-3-905834-35-2
CHF 39.00
(CHF 29.00 für Mitglieder von GastroSuisse)
www.gastrobuch.ch

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

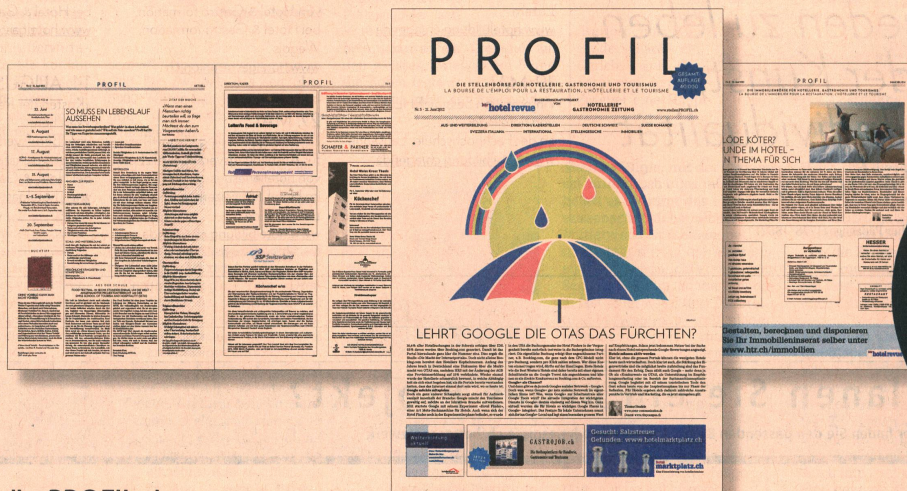
AUFLAGE
40.000

htr hotelrevue

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT VON

HOTELLERIE" GASTRONOMIE ZEITUNG

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



BUCHEN
SIE JETZT!

Und erreichen Sie
Woche für Woche
200.000 Leserinnen
und Leser aus dem
Schweizer
Gastgewerbe!

www.stellenPROFIL.ch

Exklusives authentisches Resort Hotel – Ganzjahresbetrieb

Beeindruckende Architektur, alpines Design, Lifestyle-Ambiente sowie der Charme und die Romantik eines der schönsten und zugleich unkonventionellsten 4 Sterne Superior Hotels der Schweiz verschmelzen zu einem ganzheitlichen Ansatz. Optimal auch die perfekte Infrastruktur mit Event-, Seminar- und Selfnessbereich – ein Rückzugsort als Ausgleich zum Alltag. **Einer der besten Köche des Landes** prägt die von Gault Millau ausgezeichnete Kulinarik der verschiedenen Restaurants. Dies an fantastischer Panoramalage oberhalb einer bekannten Deutschschweizer Feriendestination unweit grösserer Zentren.

Ziel der attraktiven Kaderposition: Geschickte Führung der gut eingespielten bis 10-köpfigen Empfangs-Crew und die Verantwortung für den gesamten **Beherbergungsbereich**. Das umfasst u. a. die Erreichung eines guten Auslastungsgrads, Reservationen, Mithilfe am Empfang, umfangreiche Gästebetreuung, Überwachung der Alotments, Betreuung der Verkaufskanäle & Buchungsplattformen, Revenue Management, Gästekorrespondenz, Gastrechnungen im Hotel- & Seminarbereich sowie Mitarbeiterinsatzplanung und -rekrutierung. Nicht zuletzt: Mitarbeit an Budgets, Forecast und verantwortlich für die Wirtschaftlichkeit.

Gastgeber · Chef de Réception w/m*Ihre Perspektive: Stv. Direktorin*

Idealprofil: Rhetorisch gewandte, sympathische Hands-on-Hotelfachpersönlichkeit Typ Gastgeberin/Gastgeber mit solider Praxis als erster oder zweiter Chef de Réception in der Schweizer Hotellerie. Aspekte wie Preisgestaltung und die Bewirtschaftung von Buchungsportalen sind Ihnen bestens vertraut. Gute Englisch-Kenntnisse bringen Sie mit; weitere Fremdsprachen sind von Vorteil aber nicht Bedingung. Die Perspektive – bei Eignung und Potential – später zur **Stv. Direktion** aufzusteigen – betrachten Sie gleichermaßen als Chance und Herausforderung.

Sehen Sie sich in der Rolle des sicher auftretenden Chef de Réception? Sind Sie die charismatische «outgoing personality», die gemeinsam mit dem Leiter der Restaurants, des Küchenchefs und der Direktion das oberste Gastgeberium bilden? **Wollen Sie sich profilieren?** Interessieren Sie weitere Infos zum aussergewöhnlich breiten Aufgabengebiet und zu den exzellenten Konditionen? Dann sind wir gespannt auf Sie! Optimal für den Erstkontakt: CV/Foto per E-Mail senden oder anrufen. Ausserhalb der Bürozeiten und am Wochenende: +41 79 402 53 00

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

 Überlandstr. 109 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch
Neueröffnung eines Bijous anfangs 2016

Für die Betriebsleitung dieses aussergewöhnlichen Betriebes, ein historisch bedeutendes Gebäude, bestehend aus einem 4-Sterne-Hotel mit 24 Zimmern und Suiten, Restaurant, Gewölbekeller, Bar, Lounge & Wintergarten, Bankettsaal (135 m²), Seminarräumen mit bis zu 100 m² und Dachterrasse, suchen wir ein Gastgeberduo mit Flair für hochwertiger Gastronomie. Dank geschicktem Outsourcing und der Nutzung gruppenübergreifender Synergien kann das Hotel mit einem kleinen Team schlank geführt werden.

Der Fokus liegt auf den Bereichen Restaurant, Saal und Seminargeschäft. Voraussichtlich werden zwei Drittel des Umsatzes mit F & B generiert. Ziel ist eine exzellente Küche zu kreieren mit lokal und überregional hervorragendem Ruf. Idealerweise übernimmt dabei eine Person des Gastgeberduos die Küchenchef-Funktion oder entlastet sich mit einem versierten Sous-chef plus starkem Team, behält die Oberaufsicht der Küche und leitet dafür die F & B-Outlets persönlich.

Gastgeberduo · Hotel-, Seminar- & Restaurationsbetrieb*Malerische Altstadt – Kantonshauptstadt – Mittelland*

Sie kommunizieren exzellent auf allen Ebenen, haben mehrjährige wertvolle Erfahrungen in der Schweizer Hotellerie resp. in der CH-Gastronomie auf Stufe Fine Dine gesammelt und wollen sich niederlassen. Sie lieben das Besondere; entsprechende Führungserfahrung bringen Sie mit. Dynamische Nachwuchskräfte mit Veranstaltungs-, Seminar- und Spitzenküchen-Know-how, die reif sind für den Sprung auf Betriebsleitungsebene, nehmen wir ebenfalls gerne mit in die Auswahlverfahren.

Als jüngere Hands-On-Gastgeberin/-Gastgeber mit Ambitionen in Richtung «Kochkunst & Qualität» haben Sie sich zum Ziel gesetzt eine Pionieraufgabe mit Bravour zu meistern. Dazu bieten wir Ihnen die optimale Plattform. Die Stelle ist langfristig angelegt und hat Potential. Der Eintritt wird flexibel gehandhabt: Letztes Quartal 2015 oder früher nach Vereinbarung. – Können wir Sie begeistern? Für den Erstkontakt am besten CV/Foto per E-Mail senden oder anrufen. Wir freuen uns auf Sie!

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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



GRAND HOTEL KRONENHOF PONTRESINA

kronenhof chef de bar

Die Barlegende Ady Gloor hat uns nach 18 Jahren verlassen und ist in den verdienten Ruhestand getreten. Wir suchen nun auf die kommende Sommersaison 2015 als Nachfolger eine erfahrene Persönlichkeit als Chef de Bar (m/w), die ebenfalls an einer längerfristigen Zusammenarbeit interessiert ist.

Detaillierte Informationen zu dieser herausfordernden Aufgabe finden Sie auf www.kronenhof.com/jobs. Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Grand Hotel Kronenhof · 7504 Pontresina · T +41 81 830 30 30
bewerbung@kronenhof.com · www.kronenhof.com

Sie sind Gastgeber. Durch und durch.

Die beiden attraktiven Boutique-Hotels geniessen einen ausgezeichneten Ruf und gehören zum Besten was Stadt und Land zu bieten haben. Perfekte City-Lage in einer der beliebtesten deutschschweizer Metropolen. Die beeindruckende Infrastruktur der best frequentierten Unternehmen lassen keine Wünsche offen: Gesamthaft rund 130 Designzimmer-Suiten mit modernster Hightech-Ausstattung, Top-Restaurants und beeindruckende F & B Outlets.

Als exzellent ausgebildete extrovertierte Hoteller/-Hotelière-Persönlichkeit beherrschen Sie die relevanten Disziplinen à la Rooms Division, F & B Management sowie **Standards & Procedures** aus dem Effeff. Dank geschickter Delegation von Aufgaben und effizienter Führung Ihrer Teams ermöglichen Sie sich Ihnen genau den Freiraum, den Sie direkt am Gast einsetzen wollen! Dabei leiten Sie ein stadtbekanntes Restaurant mit 13 Punkten GM. Denn Sie sind Gastgeber. Durch und durch.

Hoteldirektor w/m*zwei sehenswerter Deluxe-Hotels mit Charme*

Als Lifestyle-orientierter Profi sind Sie mit der schweizerischen Hospitality-Branche bestens vertraut! Konzernhotellerie-Erfahrung von Vorteil; jedoch nicht Bedingung. Ihr Auftritt ist geprägt von **Ausstrahlung**, Präsenz und Kompetenz. Sie begegnen krisenbedingten Veränderungen im Markt souverän, reagieren mit Übersicht und haben bereits einen grösseren CH-Hotelbetrieb wirtschaftlich erfolgreich als Direktor geführt.

Konsequente Umsetzung erforderlicher Massnahmen gehört für Sie zum Tagesgeschäft! Probleme werden von Ihnen sachlich angegangen und rasch gelöst. Durchsetzungsvermögen ist Ihr Markenzeichen. Sie stehen für **Service Excellence**, sind bekannt für strukturiertes Vorgehen und suchen eine echte Herausforderung. Dazu bieten wir Ihnen die entsprechende Plattform. – Interesse? Dann CV mit Foto per Mail senden oder anrufen. Wir sind gespannt auf Sie!

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

HOTELBERN
BEST WESTERN
SEMINAR | VOLKSHAUS 1914 | BANKETT | CATERING

Per 1. August oder nach Vereinbarung suchen wir eine kompetente und einsatzfreudige Persönlichkeit in der Funktion als

Teamleitung Reception (m/w)

Das ****Hotel Bern ist ein 99-Zimmer-Businesshotel mitten in Bern mit einer Seminaretage auf 800 m² und dem bekannten Restaurant Volkshaus 1914 mit Bar und Banketten.

Wir bieten Ihnen ein interessantes und abwechslungsreiches Arbeitsumfeld in einem strukturierten und bestens organisierten Hotelbetrieb mitten in der Stadt Bern.

Ihre Aufgaben:

- Betreuung unserer anspruchsvollen nationalen und internationalen Kundschaft
- Eigenständige Führung des Empfangsteams / Erstellen der Einsatzpläne
- Einarbeiten neuer Mitarbeiter und Begleitung unserer Lernenden
- Preisgestaltung in Zusammenarbeit mit dem Verkauf
- Kontrolle des Zahlungsverkehrs in Zusammenarbeit mit unserer Buchhaltung
- Kontrolle der Tagesumsatzberichte inkl. Rapportwesen und Statistiken
- Enge Zusammenarbeit mit der Veranstaltungsabteilung und dem Housekeeping
- Erstellen und Überwachen von Richtlinien / Mitarbeit im ISO-Team

Unsere Anforderungen:

- Abgeschlossene Berufslehre in der Branche
- Abschluss HF Hotellerie/Hotelfachschule von Vorteil
- Erfahrungen in der Stadthotellerie in vergleichbarer Position
- Dienstleistungsorientiert, frontbezogen und flexibel
- Interesse, Yield & Revenue-Kenntnisse aufzubauen/weiterzuentwickeln
- Gute Sprachkenntnisse in Deutsch/Englisch
- Hohes Verantwortungsbewusstsein und Bereitschaft, an der Front zu arbeiten

Fühlen Sie sich angesprochen? Philipp Näpfli, unser Direktor, freut sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto per Mail an: naepfli@hotelbern.ch oder per Post. Bei Fragen steht Ihnen Herr Näpfli gerne zur Verfügung.

 Zeughausgasse 9 | 3011 Bern
Tel. 031 329 22 22
www.hotelbern.ch


Die Patienten-Hotellerie des UniversitätsSpitals Zürich befindet sich im Aufbau. Daher suchen wir laufend neue

Mitarbeiter/innen Patienten-Hotellerie
50 – 80 %*

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

Ihre Hauptaufgaben

- Gastgeber/in für unsere Patienten
- Verschiedene Hotellerie-Dienstleistung
- Professioneller Zimmer- und Mahlzeitservice
- Koordinationsaufgaben
- Aufrüll- und Reinigungsarbeiten
- Einhaltung der Qualitäts- und Hygienestandards
- Blumenpflege

Ihr Profil

- Abgeschlossene Ausbildung (EFZ) im Bereich Hotellerie oder Gastronomie
- Bereitschaft für lange Dienste: 06:45 – 19:15 Uhr (auch Wochenende)
- Sehr gute Deutschkenntnisse (mündlich und schriftlich)
- Gute PC-Kenntnisse setzen wir voraus
- Hohe Dienstleistungsorientierung und Selbstständigkeit

Unser Angebot

Wir bieten Ihnen eine vielseitige Aufgabe in einer fortschrittlichen Arbeitsumgebung, welche geprägt ist von hoher Selbstständigkeit, Flexibilität und Verantwortungsbewusstsein. Sie erhalten die Möglichkeit, gezielte Weiterbildungen und Schulungen in Anspruch zu nehmen.

Ihre Bewerbung

Senden Sie Ihr vollständiges Dossier via Mail an: willkommen@usz.ch (Frau Ursina Giger).

UniversitätsSpital Zürich

www.usz.ch

Gastro Express

Die führende
Stellenbörse für
das Schweizer
Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

36106-11732



Das Wellnesshotel Golf Panorama in Lipperswil im Kanton Thurgau liegt eingebettet zwischen der voralpinen Hügelkette und dem Bodensee, im Dreiländereck Schweiz, Deutschland und Österreich. Mit viel Freude und Engagement führen wir mit knapp 50 Mitarbeitern das 4-Sterne-Superior Design- und Wellnesshotel mit 43 Doppelzimmern und zehn Suiten sowie zwei Appartements. Kulinarik auf höchstem Niveau bietet Küchenchef Peter Vogel im mit 13 Gault-Millau-Punkten ausgezeichneten Restaurant UON D'OR. Mit dem 18-Loch- und 9-Loch-Golfplatz sowie mit dem 2000 m² grossen Wellnessbereich FLUR DE POMME sprechen wir leidenschaftliche Golf- und Wellnessbegeisterte gleichermassen an. Seit März 2015 sind wir Mitglied bei SMALL LUXURY HOTELS.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir – per sofort bzw. nach Vereinbarung – Sie als **Mittlenikerin**:

RéceptionistIn 60 bis 100% sowie

ServicemitarbeiterIn

Ihr Profil

- Ihre Muttersprache ist Deutsch/Schweizerdeutsch
- Sehr gute Sprachkenntnisse in Wort und Schrift (E/F)
- Freude am Gästekontakt
- Erfolgreich abgeschlossene Berufsbildung
- Berufliche Erfahrungen in 4- oder 5-Sterne-Hotels

Wir bieten

- Selbstständiges Arbeiten mit vielseitigen und abwechslungsreichen Aufgaben
- Motiviertes und aufgestelltes Team
- Vorteilhaftes und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann melden Sie sich noch heute:

Kontakt
Wellnesshotel Golfpanorama AG, Golfpanorama 6, 8564 Lipperswil
Tel. 052 208 08 08 / www.golfpanorama.ch
Caroline Spatz – Direktion / c.spatz@golfpanorama.ch



37561-12001

SWISS SKYLINE
EIGER · MÖNCH · JUNGFRAU**Suchen Sie eine neue Herausforderung im Berner Oberland?**

Für unser gemütliches Hotel mit 26 Zimmern und 54 Betten sowie einem rustikalen à-la-carte-Restaurant mit 40 Plätzen im autofreien Müren inmitten der faszinierenden Bergwelt des Berner Oberlandes suchen wir per 1. August 2015 oder nach Vereinbarung eine/n

**Geschäftsführer/in
Hotel Alpenruh**

Ihre Aufgaben: Operative Führung des Hotel- und Restaurant-Betriebes mit 14 Mitarbeitenden. Herausforderung unseren internationalen Gästen eine qualitativ hochstehende Hotellerie und Gastronomie bieten zu können. Vielseitige Tätigkeit mit Einblick in eine Bergbahn-Unternehmung.

Ihr Profil: Abgeschlossene Ausbildung und mehrjährige Erfahrung in der Hotellerie und Gastronomie. Unternehmerische Fähigkeiten, Führungserfahrung sowie gute Sprachkenntnisse D/F/E. Flexibel, belastbar und bereit Verantwortung zu übernehmen.

Ihre Chance: Vielseitiges Aufgabengebiet in einem dynamischen Arbeitsumfeld. Engagiertes und aufgeschlossenes Team. Prägende Mitarbeit bei der Erneuerung des Hotelbetriebes.

Bitte senden Sie Ihr komplettes Bewerbungsdossier mit Foto an:
SCHILTHORNBahn AG
Sabine Lüthi, Höwegweg 2, CH-3800 Interlaken
sabineluethi@schilthorn.ch / www.schilthorn.ch

Für weitere Auskünfte stehen Ihnen Urs und Melanie Brotschi, Geschäftsführer Hotel Alpenruh*** gerne zur Verfügung.
(Tel. 033 856 88 00)

37569-12004



Die Direktion Betrieb ist für das Facility Management zuständig und unterstützt das Kerngeschäft mit ihren Supportprozessen. Rund 1000 Mitarbeitende aus 40 Nationen stellen rund um die Uhr einen reibungslosen Ablauf sicher.

Für den Bereich Gastronomie Küchen suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Diätkoch/Diätköchin 100%*

* Das UniversitätsSpital Zürich ist eines der führenden Spitäler in der Schweiz und macht seinen Wissensvorsprung für alle Menschen nutzbar. Unsere über 8 000 Mitarbeitenden begegnen jährlich mehr als 35 000 stationären und 134 000 ambulanten Patientinnen und Patienten mit Wertschätzung und Menschlichkeit. Bei uns finden Sie ein inspirierendes Umfeld für Ihr Wissen und Können.

Ihre Hauptaufgaben

- Zubereitung von schmackhaften Speisen auf allen Posten der Diätküche
- Durchführen des Abendservices unter Einhaltung der diätetischen Vorgaben vom USZ
- Anrichten und Überwachung am Speiseband
- Korrekte Annahme, Lagerung und Haltung der Lebensmittel
- Einsätze im Kartenbüro für Patientinnen
- Betreuung der Lernenden

Ihr Profil

- Abgeschlossene Ausbildung als Koch/Köchin
- Weiterbildung als Diätkoch (eidg. Fachausweis)
- 2 bis 3 Jahre Erfahrung als Diätkoch

Unser Angebot

Es erwartet Sie eine vielseitige Aufgabe in einem der führenden Spitalgastronomiebetriebe der Schweiz. Profitieren Sie vom neuesten Stand der Technik und gestalten Sie Veränderungen mit. Nehmen Sie die einzigartigen Weiterbildungen auf höchstem Niveau wahr.

Ihre Bewerbung

Senden Sie vollständig via Mail an willkommen@usz.ch (Frau Ursina Giger)



**UniversitätsSpital
Zürich**

www.usz.ch

37503-11990

SWISS SKYLINE
EIGER · MÖNCH · JUNGFRAU**Suchen Sie eine neue Herausforderung?**

Für unser international bekanntes 360°-Restaurant - Piz Gloria mit 440 Innenstaplätzen sowie dem Bistro Birg mit 80 Innen- und 170 Terrassensitzplätzen suchen wir per 1. November 2015 oder nach Vereinbarung eine/n

**Geschäftsführer / in
360°-Restaurant - Piz Gloria**

Ihre Aufgaben: Operative Führung der beiden Tages-Gastrobetriebe mit 700 Sitzplätzen. Herausforderung unseren internationalen Gästen eine qualitativ hochstehende Gastronomie bieten zu können. Vielseitige Tätigkeit (Büro und Front), F&B, Eventorganisation.

Ihr Profil: Ausgewiesene unternehmerische und gastronomische Fähigkeiten, Führungserfahrung, gute Sprachkenntnisse D/F/E, EDV-Kenntnisse, Ausbildung und Erfahrung im Gastgewerbe (F&B), evtl. Handelsschule, KV. Flexibel, belastbar und bereit Verantwortung zu übernehmen.

Ihre Chance: In den Jahren 2015/2016 wird das Gipfelgebäude und das 360°-Restaurant - Piz Gloria erneuert und auch betrieblich neu ausgerichtet. Sie haben die Möglichkeit, Ihre Ideen einzubringen und erfolgreich umzusetzen.

Bitte senden Sie Ihr komplettes Bewerbungsdossier mit Foto an:
SCHILTHORNBahn AG

Sabine Lüthi, Höwegweg 2, CH-3800 Interlaken
sabineluethi@schilthorn.ch / www.schilthorn.ch

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Sabine Lüthi gerne zur Verfügung. (Tel. 033 826 00 01)

37570-12005

Buchhalter/in (60 bis 100%)**Wir bieten:**

Ein aufstrebendes Unternehmen in der Hotellerie mit mehreren Gesellschaften und konkreten Wachstumsplänen für die Zukunft lässt einer erfahrenen Person in der kompletten Buchführung an einem modernen Arbeitsplatz in der Nähe von Zürich viel Raum in der Gestaltung und Bewältigung der täglich anfallenden Arbeiten. Flexible Arbeitszeitmodelle, zeitgemässe Entschädigung, fünf Wochen Ferien, Parkplatz in der Tiefgarage, regelmässige Weiterbildungsmöglichkeiten und diverse «Fringe Benefits» sind eine Selbstverständlichkeit für uns. Langfristiges Engagement erwünscht. Der Eintritt ist auf Sommer 2015 oder nach Vereinbarung möglich.

Sie bieten:

Sie sind eine teamfähige, mitanpackende, loyale und integre Persönlichkeit. Von Anfang an beim Aufbau und bei der Organisation der Finanzabteilung mit dabei zu sein, sehen Sie nicht als Hindernis, sondern als Herausforderung an. Ihre kaufmännische Grundausbildung mit einer entsprechenden Vertiefung in Finanzen gekoppelt mit Kenntnissen von einschlägiger Finanz-Software sind zwingend. Im Idealfall haben Sie auch Erfahrungen im Finanzwesen aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie oder Tourismus. Deutsch als Muttersprache und gute Englischkenntnisse runden Ihr Profil ab.

Bitte senden Sie Ihre vollständige Bewerbung an folgenden Rekrutierungsbeauftragten:

Claude Kaiser, Imperial Consulting GmbH
Postfach 157, 8306 Brüttisellen

37579-12008

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotelrevue

**HOTELLERIE“
GASTRONOMIE ZEITUNG**

HERAUSGEBER**hotelleriesuisse**

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

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22, 6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE**htr hotelrevue**

Monbijoustrasse 130, 3001 Bern, www.htr.ch

Hotellerie“Gastronomie Verlag

Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern
www.hotellerie-et-gastronomie.ch

LEITUNG

Barbara König / Mario Gsell

REDAKTION

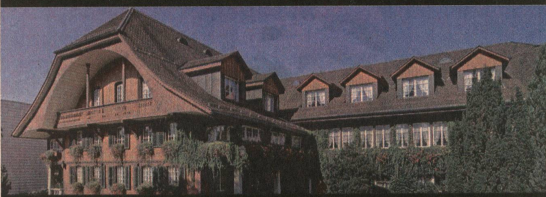
Barbara König, Telefon 031 370 42 39
Riccarda Frei, Telefon 041 422 57 20

37554-11987

**Mitarbeiter suchen –
Mitarbeiter finden
www.hoteljob.ch**

SUISSE ROMANDE

STERNEN
MURI



Der Sternen Muri ist bekannt als Seminar- und Geschäftshotel. Unser Haus verfügt über 44 Hotelzimmer und verschiedene Restaurationsmöglichkeiten, wie die Gaststube, das A-la-carte-Restaurant Läubli, die Gartenterrasse und diverse Bankett- und Seminarräume für bis zu 300 Personen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir nach Vereinbarung:

einen Koch/eine Köchin

Sie sind jung, motiviert, dienstleistungsorientiert und stellen hohe Ansprüche an sich selbst. Kochen ist für Sie kreatives Arbeiten und Kunst für den Gast. Sie arbeiten gerne im Team und sind offen und innovativ für Neues. Eine **abgeschlossene Ausbildung** rundet Ihr persönliches Profil ab.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto (auch per E-Mail möglich).

Eva und Thomas König
Thunstrasse 80
3074 Muri
direktion@sternenmuri.ch

STERNEN MURI HOTEL RESTAURANT SEMINARE / Thunstrasse 80 / CH-3074 Bern-Muri
T. +41 31 950 71 11 / F. +41 31 950 71 00 / info@sternenmuri.ch / www.sternenmuri.ch



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.

Afin de compléter son équipe, la direction de la logistique recherche pour le service de l'intendance de l'HFR un-e

Responsable des secteurs de l'intendance HFR

100%

Votre mission:

- Diriger les secteurs de l'intendance de tous les sites de l'HFR: lingerie, nettoyage général, étages de soins, buanderie, logements du personnel et transports internes
- Gérer environ 180 collaborateurs-trices
- Superviser et contrôler l'exploitation du secteur dans une optique économique et orientée clients
- Participer à divers groupes de travail en lien avec l'activité

Votre profil:

- Formation de responsable de secteur hôtelier-intendance ou formation jugée équivalente
- Expérience confirmée dans une fonction similaire en milieu socio-sanitaire
- Expérience confirmée dans la gestion et la mise en place de projets
- Excellentes compétences d'organisation, bonne capacité à fixer des priorités et à prendre des initiatives
- Excellent sens relationnel et sens du service à la clientèle
- Maîtrise orale et écrite du français avec de bonnes connaissances de l'allemand (niveau B2)
- Bonnes connaissances des outils informatiques (MS Office), connaissances de Polypoint PEP est un atout

Entrée en fonction: de suite ou à convenir

Renseignements: M. A. Berger Frey, Responsable Facility Services, tél. +41 26 426 88 52

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 10 mai 2015** (date limite de réception des dossiers)

Réf : HFR-IN-151101

37505-1995

DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte

Schenken Sie Ferien.

Die Stiftung Denk an mich ermöglicht Ferien und Erholungsaufenthalte für Menschen mit einer Behinderung.

Möglich wird das durch Menschen, die weiterdenken.
Und mit einer Spende Ferien schenken.

PC 40-1855-4
www.denkanmich.ch

SRF Schweizer Radio und Fernsehen

Eine Solidaritätsstiftung von Schweizer Radio und Fernsehen.



IMMOBILIEN

CAS

ARCHITEKTEN
www.cas-architekten.ch



CAS Architekten ist ein innovatives Unternehmen mit vier Standorten in der Zentral- und in der Westschweiz. Zur Unternehmensgruppe gehören die Bereiche CAS Generalunternehmung sowie CAS Immobilien. Für unser Pachtobjekt suchen wir nach Vereinbarung eine/n engagierte/n

PächterIn für das Traditions- Hotel-Restaurant Mohren in Willisau

Das repräsentative Gasthaus befindet sich an zentraler Lage direkt bei der Altstadt Willisau. Seit über 100 Jahren steht es für Qualität, Tradition und Gastlichkeit.

Das Potenzial einer aktiven Kleinstadt mit vielseitigsten Unternehmen sowie der Ferienregion Hinterland/ Napf ermöglicht eine nachhaltig profitable Betreibung.

Wir streben eine langfristige und erfolgreiche Zusammenarbeit mit einem engagierten und kreativen Profi aus der Gastronomie und/oder Hotellerie an.

Einen ausführlichen Objektbeschreibung finden Sie unter: cas-architekten.ch/Projekte 2015

Der Standort bietet mit profilierter Gastronomie und modernem Hotel ein hohes Potential dank vielen Zielgruppen. Das Gasthaus umfasst 2 Räume mit insgesamt 75 Sitzplätzen, einen kleinen Aussengarten, Parkplätze und ein Hotel mit 19 Studios und Zimmern.

Interessenten senden bitte eine Kurzbewerbung mit Vorstellung ihrer Person, Darlegung ihres Interesses am Hotel Mohren, persönlichen Referenzen und bisher betriebenen Objekte an:

CAS Architekten AG
René Chappuis
Menzbergstrasse 9, 6130 Willisau
041 972 59 10 | rchappuis@cas-architekten.ch

37583-1999

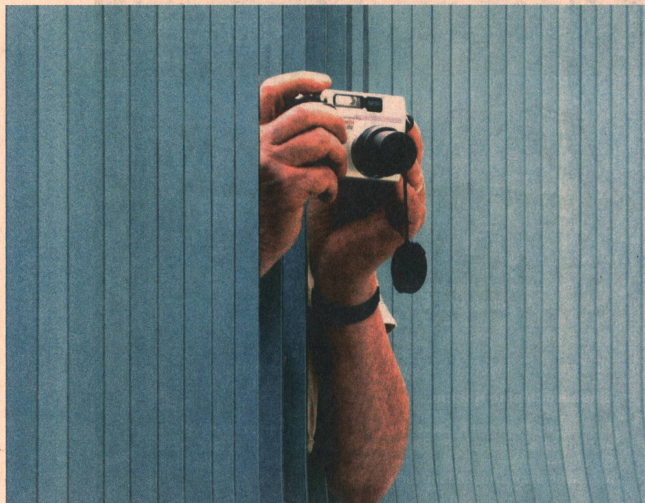
Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue

für nur 150 Franken

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

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

SEX SELLS – AUCH IN SOZIALEN NETZEN?



THEMENBILD: KEYSTONE

Bei einem Rendez-vous wollen Sie auf den ersten Blick einen guten Eindruck erzeugen, oder? Bei der Kundenakquise ist das auch nicht anders. In der Kundenakquise in Social-Media-Netzwerken wird das anscheinend oft vergessen. Diesen Eindruck vermitteln jedenfalls viele Profile in geschäftlichen Netzwerken. Ihr Profil-Foto ist wichtiger als Sie denken. Der Schnappschuss mit dem Handy vom letzten Urlaub oder von der Geburtstagsfeier muss doch reichen, denken viele Nutzer des geschäftlichen Netzwerkes Xing. Zeigt Ihr Foto vielleicht sogar nette andere Menschen im Hintergrund, den Traumstrand oder diverse Häuser, Berge, Geschäfte, Strassen usw.? Sie werben mit Ihrem Foto für sich und Ihre Firma. Was macht es da für einen Eindruck, wenn ein potenzieller Kunde Ihr willkürlich ausgewähltes Foto sieht. Der gute erste Eindruck ist dann schnell dahin.

Die vier wichtigsten Tipps für Ihr Foto: Wählen Sie ein Foto aus, das die passenden Emotionen ausdrückt. Müssen Sie beispielsweise Vertrauen aufbauen, sollten Sie einen professionellen und seriösen Eindruck machen. Achten Sie auf eine Diagonal-

nale im Bild (z. B. Verlauf der Schulterpartie). Das verleiht dem Foto mehr Dynamik und macht es sympathischer. Wählen Sie ein Foto aus, das Sie in der Bekleidung zeigt, die Ihr Kunde von Ihnen erwartet und in Ihrer Branche üblich ist. Verwenden Sie ein farbiges Foto mit einem markanten Wiedererkennungseffekt. Das kann die Farbe der Bluse oder des Hemdes sein.

Viele Profile in Social-Media-Netzwerken versuchen ihr Glück eher mit enorm langatmigen und nichtssagenden Beschreibungen, die allesamt nur eines beinhalten: Was für ein tolles Unternehmen mit noch tollereren Leistungen sie doch sind. Würden Sie in einem Rendez-vous versuchen, Ihren Partner gleich zu Beginn mit einem riesigen Wortschwall Ihrer Vorzüge zu überzeugen? Genau das tun aber so gestaltete Profile.

Beantworten Sie die unausgesprochenen Fragen, die sich jeder Besucher Ihres Profils stellt. Sie lauten: Wer ist diese Person? Was genau bietet diese Person an? Was ist das Besondere an dieser Person? Wo ist etwas für mich drin (Nutzen)? Je besser diese Fragen für einen Besucher Ihres Profils beantwortet werden,

desto besser der erste Eindruck. Fassen Sie sich kurz. Texte auf dem Bildschirm zu lesen ist für das menschliche Gehirn anstrengend. Strukturieren Sie Ihre Darstellung in Textblöcke zu maximal drei Zeilen. Stellen Sie nicht nur dar, was Sie sind oder anbieten, sondern was das für den Profilbesucher bedeutet, welchen Nutzen er durch Sie erfahren kann. Der könnte ja ein potenzieller Kunde sein. Werden Sie für Ihre Kunden anziehend. Eine Möglichkeit dafür ist, sich als Experte für die Lösung der brennenden Probleme Ihrer Kunden zu positionieren. Nimmt Ihr Kunde Sie als diesen Experten wahr, verläuft Ihre Kundenakquise deutlich einfacher.



André Schneider
Inhaber und Geschäftsführer
www.kundengewinnungcoach.de

Wir suchen für unser modernes Hotel im oberbayerischen Raum zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen

Pächter m/w

Das bieten wir Ihnen:

Unser Haus ist gut eingeführt und in einem sehr guten Umfeld positioniert. Alle Zimmer befinden sich in einem neuwertigen Zustand und verfügen über gehobenen Standard. Eine eigene Gastronomie sowie Veranstaltungsräume runden das Angebot ab. Durch die Nähe zur Autobahn ist die Landeshauptstadt München in einer guten halben Stunde erreichbar. Wir bieten Ihnen einen guten Pachtzins mit stabiler Ertragslage.

Das wünschen wir uns von Ihnen:

- Hotelfachausbildung oder praktische Erfahrung
- Berufserfahrung in einer ähnlichen Position
- Unternehmerisches Handeln (Spitzenservice und Weinkunde)
- Enge Zusammenarbeit mit der Eigentümerfamilie
- Erfahrung in MS Office, Buchhaltungsprogrammen und Online-Vertrieb
- Weiterentwicklung der Verkaufs- und Marketingmaßnahmen
- Sichere Englischkenntnisse (internationaler Gästekreisl)
- Nachweis einer sicheren finanziellen Unternehmensgrundlage

Sie motivieren und fördern den Teamgeist? Sie überzeugen durch Ihr Auftreten sowohl bei den Gästen als auch bei Ihren Partnern?

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme unter Chiffre 37572-12007 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

37572-12007

HESSE

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

35907-11056

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.rieben@sellundpartner.ch :: www.sellundpartner.ch

37548-11995