Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2015)
Heft: 21

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: 30.06.2025

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

Schweiz. Nationalbibliothek
Periodikadienst
Hallwylerstrasse 15
3005 Bern

htr
21. Mai 2015
Nr. 21 / Fr. 4.50
AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
Adresse: Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel: 031 370 42 16
E-Mail: redaktion@htr.ch
Aboservice: Tel. 031 740 97 93
E-Mail: abo@htr.ch

hotelrevue

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

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

www.htr.ch

unentdeckt

Für Raimund Rodewald, Geschäftsleiter der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz, ist das Appenzell nach wie vor ein Geheimtipp.
Seite 3

ergiebig

Walliser Politiker debattierten mit Studenten der Fachhochschule HES-SO Wallis touristische Visionen.
Seite 8

zweischneidig

Bei der Schulverpflegung kann durch Outsourcen Geld gespart werden, dafür entstehen andere Kosten.
Seite 15

anregend

Von Kulinarik über Design bis Tourismus: Unsere Buch-Tipps inspirieren ebenso, wie sie verführen.
Seite 19 und 20

Online-Bewertungen in der Hotellerie

Portale unter der Lupe

In der ersten wissenschaftlichen Überprüfung schneiden drei von zehn Bewertungsportalen gut ab.

ALEX GERTSCHEN

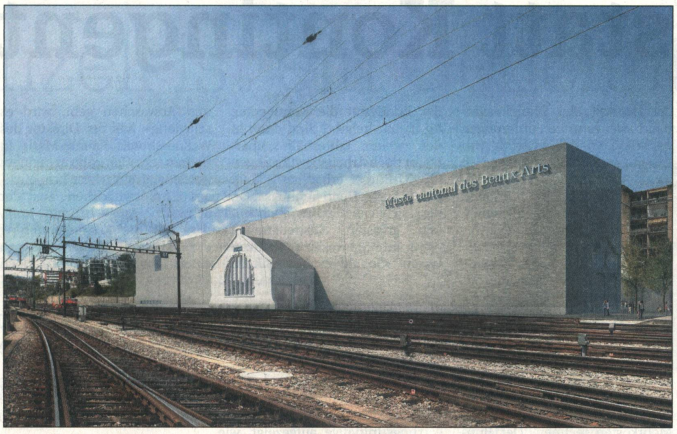
Die Forschungsstelle Tourismus der Universität Bern publiziert heute Donnerstag eine Studie zu den zehn wichtigsten Bewertungsportalen für die Hotellerie in der Schweiz. In dieser ersten wissenschaftlichen Überprüfung überhaupt, deren Resultate der htr hotel revue vorliegen, schneiden Booking, TripAdvisor und Holiday-Check gut ab. Expedia, Hotel.de, HRS und Zoover weisen im Vergleich eine durchschnittliche, Ebookers, Hotels.com und Venere eine geringe Qualität auf.

Für den Hotelier gibt es zwei Lesarten der Studie. Die positive ist, dass die Portale mit den mit Abstand meisten Bewertungen – Booking und TripAdvisor – relativ gute Arbeit verrichten. Anzufügen ist, dass die schiere Menge an Bewertungen just ein Grund für das Ergebnis ist: Mit ihrer Anzahl steigt die statistische Glaubwürdigkeit einer Gesamtbewertung.

Die negative Lesart ist, dass selbst die besten Portale Mängel haben, die sich für den einzelnen Hotelier gravierend auswirken können. Aus diesem Grund erwägt hotelleriesuisse eine Beschwerde gegen TripAdvisor.
«fokus», Seite 11 bis 14

Museumskomplex Lausanne

Projekt mit riesigem Tourismuspotenzial



Das neue Kunstmuseum soll auf dem Areal des ehemaligen Lokomotiv-Depots zu stehen kommen und bereits 2018 seine Tore öffnen. Rendering Estudio Barozzi & Veiga, Barcelona

In Lausanne konkretisiert sich der Museumskomplex, mit dem ein riesiges touristisches Potenzial einhergeht: Direkt beim Bahnhof entstehen drei neue Gebäude für das kantonale Kunstmuseum, das Fotomuseum sowie das Design-Museum. Voraussichtlich bereits Ende dieses, Anfang nächsten Jahres wird mit dem Bau des Kunstmuseums begonnen. Nach Abschluss des gesamten Projekts im Jahr 2025 rechnet Lausanne mit jährlich über 300 000 Besuchern.

Hocherfreut über diese Perspektiven zeigt sich die Lausanner Hotellerie, zumal der Komplex mitten im Stadtzentrum entstehen soll. «Dieses Projekt zielt in Richtung Ferien-Kundschaft und wird uns helfen, die Wochenend- und Schulferien-Löcher zu reduzieren», sagt Stefano Brunetti Imfeld, Präsident der Lausanner Hoteliers und Direktor des 4-Sterne-Hauses Hôtel de la Paix. lb/bf
Seite 10

Zuwanderung

Einfache Lösung ist nicht in Sicht

In einer Woche läuft die Vernehmlassung zur Masseneinwanderungs-Initiative ab: hotelleriesuisse fordert dezidiert, dass auf die Kontingentierung von Kurzaufenthaltern verzichtet wird. Doch das erfordert noch Überzeugungsarbeit. Die CVP will beispielweise, dass der Bundesrat zuerst aufzeigt, welche Auswirkungen dies auf die Zuwanderung hätte. tl
Seite 2

Credit Suisse Immobilien-Fonds

Weniger Hotels – mehr Rendite

Die Rendite des Immobilienfonds CS REF Hospitality soll verbessert und das Risikoprofil gesenkt werden. In der Folge sollen die Anleger künftig in den Genuss einer höheren Ausschüttung kommen. Um dieses Ziel zu erreichen, nimmt Fonds-Manager Christophe Piffaretti Umschichtungen innerhalb des Portfolios zugunsten eines rentablen Mixes vor. Aktuell sind noch 63 Prozent in Hotels investiert, davon 90 Prozent in 4- und 5-Sterne-Hotels. «Der Hotelanteil am Fonds wird durch die Verkäufe stark reduziert und teilweise mit Budget- und Mittelklasse-Hotels kompensiert», erklärt Christophe Piffaretti seine Beweggründe. Der bisher einzige Verkauf im laufenden Jahr für 16,5 Mio. Franken betrifft das Hotel Monte Rosa in Zermatt.

Mit den Erlösen aus den Hotelverkäufen will Piffaretti das Portfolio bezüglich der Positionierung und geografischen Verteilung und der Nutzungsarten noch breiter diversifizieren. Die neuen flüssigen Mittel will der Fondsmanager nutzen, um die Fremdkapitalquote zu reduzieren. Schwierigkeiten wie mit dem Hotel Intercontinental in Davos gibt es laut Piffaretti mit anderen Hotelliegenschaften nicht. dst
Seite 5

Kommentar

Ein Portal muss wie ein Businesshotel funktionieren

ALEX GERTSCHEN

Gegenüber einem Bewertungsportal hat ein Hotelier ähnliche Bedürfnisse wie der Gast eines Businesshotels: Der Umgang muss professionell und effizient sein. Ist alles in Ordnung, erscheint Kommunikation rasch als Zeitverschwendung. Sobald ihm aber Unvorhergesehenes widerfährt, will der Gast rasch einen hilfsbereiten Ansprechpartner. In der Rolle als «Gastgeber» haben die Portale offensichtlich noch Lernbedarf.

Diesen Eindruck vermitteln nicht nur Erfahrungen aus der Branche. Hoteliers, die sich gegen eine vermeintlich unzulässige Bewertung zur Wehr setzen wollen, fühlen sich nicht selten als Rufer im Walde. Auch die Forscherinnen der Uni Bern, die die Bewertungsportale geprüft haben, erwähnen im «fokus» dieser Ausgabe die Schwierigkeit, mit ihnen in Kontakt zu treten.

Die Studie ist keineswegs eine Anklage gegen die Portale. Alleine ihr feingliedriger Kriterienkatalog führt vor Augen, dass sie nicht wegen eines einzelnen Mangels in Bausch und Bogen verurteilt werden dürfen. Im Grossen und Ganzen werden die Bewerter nicht schlecht bewertet.

Aber was allgemein gilt, zählt im Einzelfall nicht. Für den Hotelgast ist nicht die grundsätzliche Hilfsbereitschaft im Haus entscheidend, sondern der konkrete Service im Moment, in dem er ihn benötigt. So verlangt auch der Hotelier zu Recht einen wohlwollenden Ansprechpartner, wenn ihn eine Bewertung umtreibt. Ihre Bedeutung verpflichtet die Portale dazu.

Inhalt

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

9 771662 334000 21

ANZEIGE

Schweiz

Transgourmet kauft deutsche Molkerei

Die Coop-Tochter Transgourmet hat die deutsche Molkerei EGV Unna übernommen. Der Betrieb mit fünf Standorten beliefert Grosskunden in Nord-, West- und Ostdeutschland vor allem mit Milch und Käse. Transgourmet ist nach eigenen Angaben europaweit das zweitgrösste Unternehmen im Belieferungs- und Abholgrosshandel. Zum Unternehmen gehören unter anderem Prodega, Growa und Transgourmet in der Schweiz.

Sunstar mit Rückgang in der Wintersaison

Bildautor

Im abgelaufenen Winterhalbjahr 2014/15 verzeichnete die **Sunstar Hotelgruppe** 2,4% weniger Übernachtungen und einen 3,1% tieferen Umsatz als im Vorjahr. Die Bettenauslastung reduzierte sich um 2 Prozentpunkte auf 57%. Die Einbussen seien überwiegend auf den massiven Nachfragerückgang im März 2015 zurückzuführen, teilt Sunstar mit. Der Buchungsstand für den Sommer 2015 liegt 3,4% unter dem Vorjahresniveau.

Aus der Region

Berner Oberland

Deltapark Vitalresort rekrutiert Mitarbeitende

Das sich im Bau befindende Deltapark Vitalresort auf dem Areal des Gwatt-Zentrums am Thunersee soll im Frühjahr 2016 eröffnet werden. Aktuell sind 13 Personen in der Administration, Restauration und Reinigung angestellt. Das Team soll nun stufenweise aufgebaut werden. Für die Mitarbeitergewinnung lädt das Deltapark Vitalresort zum Karrieretag ein. Dieser wird erstmals am 1. Juni 2015 durchgeführt.

www.deltapark.ch/karriere

Bund will mehr Angaben zum V-Bahn-Projekt

swiss-image.ch/Walter Storto

Zum V-Bahn-Projekt der Jungfrau- und Männlichenbahn in **Grindelwald** verlangt das Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) vom Kanton Bern mehr und bessere Auskünfte. Der Kanton wurde aufgefordert, insbesondere zum geplanten Parkhaus bei der Talstation nähere Angaben zu machen. Mehr wissen will das ARE auch zu den wahrscheinlichen Auswirkungen des V-Bahn-Projekts auf den Beherbergungstourismus im Raum Grindelwald: ob mehr Leute übernachten oder mehr Tagesgäste kommen. dst

Wie soll die Masseneinwanderungs-Initiative umgesetzt werden? Bis am 28. Mai müssen Parteien und Verbände Farbe bekennen. Die Hotellerie ist vital davon betroffen.

THERES LAGLER

Gedränge auf dem Bahnhof: Die Schweiz will die Zuwanderung beschränken, ist sich aber noch uneins, wie das geschehen soll. sbb/zvg

Eine Schutzklausel statt Kontingente?

Genau heute in einer Woche läuft die Vernehmlassung zur Umsetzung der Masseneinwanderungs-Initiative ab. Bis jetzt hat von den grossen Parteien einzig die CVP ihre Stellungnahme publik gemacht. Sie verlangt, dass die Schweiz in den Verhandlungen mit der EU Umsetzungsvorschläge präsentiert, die nicht von vornherein auf Ablehnung stossen. Der Einführung von Kontingenten und Höchstzahlen könne die EU kaum zustimmen, schreibt die CVP. Deshalb fordert sie den Bundesrat auf, der EU eine Schutzklausel nach dem Modell des ehemaligen Spitzendiplomaten und heutigen ETH-Professors Michael Ambühl vorzuschlagen. Dieses Modell sieht vor, dass einwanderungsbeschränkende Schritte wie Kontingente eingeführt werden können, wenn die prozentuale Nettozuwanderung in die Schweiz verglichen mit dem Durchschnitt der EU-/Efta-Staaten unverhältnismässig hoch ausfällt. Die CVP ist überzeugt, damit die verzweifelt gesuchte Quadratur des Kreises zu schaffen, die da heisst: Die Schweiz vor zu viel Zuwanderung zu bewahren und gleichzeitig die bilateralen Verträge zu retten.

«Ja, aber» zu liberalen Modellen vonseiten der Hotellerie

Der Branchenverband hotelleriesuisse unterstützt grundsätzlich liberale Modelle wie Ventil- oder Schutzklauseln, die weniger starre Mechanismen als das bundesrätliche Kontingent-System aufweisen. Allerdings sei dabei auch Vorsicht geboten, wie Bettina Baltensperger, Projektleiterin Rechtsdienst bei hotelleriesuisse, betont. «Wird die Schutzklausel angerufen, müssen die Branchen einen gleichberechtigten Zugang zu den kontingentierten Bewilligungen erhalten.» Es bestehe die Gefahr, dass die Vergabe von Kontingenten an die Wertschöpfung und Produktivität gekoppelt werde. Da habe die Hotellerie als personalintensive Branche denkbar schlechte Karten. Auch Modelle, die für jede Personalakquisition im Ausland eine Abgabe fordern, fallen bei hotelleriesuisse durch.

Klare Forderungen an die Adresse des Bundesrats

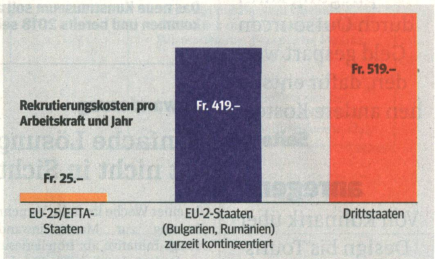
In seiner Stellungnahme zum Umsetzungsvorschlag des Bundesrats stellt der Branchenverband zwei zentrale Forderungen auf: Eine Kontingentierung von Arbeitsbewilligungen soll erst ab einer Aufenthaltsdauer von einem Jahr erfolgen. Zudem soll in Branchen mit einem allgemein verbindlich erklärten Landes-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV) die Kontrolle der Lohn- und Arbeitsbedingungen bei der Bewilligungserteilung entfallen. «Diese Arbeit wird ja bereits von der L-GAV-Kontrollstelle der Sozialpartner erledigt», hält Bettina Baltensperger fest. Auch wenn es in diesem Punkt ein Einlenken geben sollte, müssen die Unternehmen mit administrativen Mehrkosten rechnen. Der Bundesrat weist in seinem Bericht zum Umsetzungskonzept selber darauf hin, dass in einem Kontingent-System die Kosten und Verfahrensdauern für die einzelnen Arbeitsbewilligungen massiv ansteigen werden (siehe Tabelle).

Saisonhotellerie einmal mehr massiv unter Druck

Das sind Aussichten, die Markus Schmid, Präsident des Walliser Hoteliersvereins, gar nicht gefallen. «Für die Saisonhotellerie sind Kontingente eine absolute Katastrophe», betont er. «Wir suchen zweimal im Jahr – im Frühling und im Herbst – Mitarbeitende. Was passiert, wenn der Bundesrat die Kontingente im Januar freigibt? Sind dann in der zweiten Jahreshälfte überhaupt noch Arbeitsbewilligungen für EU-Bürger erhältlich?», fragt sich Schmid. Denn für ihn ist klar, dass sich viele Stellen auch mit den grössten Anstrengungen nicht mit Schweizern besetzen lassen. «Sobald es ums Putzen und Abwaschen geht, wird es schwierig», hält der Direktor des Wellnesshotels Salina Maris in Breiten fest. «Ich habe in meinem Betrieb beispielsweise kein einziges Zimmermädchen aus der Schweiz.» Auch Schmid hofft, dass auf die Kontingentierung der Kurzaufenthalter bis zu einem Jahr verzichtet wird. Doch das erfordert noch viel Überzeugungsarbeit. Die CVP will sich beispielsweise noch nicht festlegen. Sie fordert den Bundesrat auf darzulegen, wie sich dies auf die Zuwanderung auswirken würde. Die Haltung der anderen Parteien dürfte in den kommenden Tagen bekannt werden. Man darf gespannt sein.

Arbeitsbewilligungen Die Kosten für die Unternehmen steigen in einem Kontingent-System deutlich an

Der Bundesrat hat im Bericht zur Umsetzung der Masseneinwanderungs-Initiative aufgezeigt, wie viel künftig die Arbeitsbewilligung für einen Mitarbeiter aus der EU kosten könnte. Die direkten Regulierungskosten zur Rekrutierung von Arbeitskräften aus den EU-25/Efta-Staaten, in denen die volle Personenfreizügigkeit gilt, betragen momentan 25 Franken pro Fall und Jahr. Die Kosten für Mitarbeiter aus Bulgarien und Rumänien, die noch einen kontingentierten Zugang zum Schweizer Arbeitsmarkt haben, belaufen sich auf 419 Franken, jene für Drittstaatsangehörige auf 519 Franken. Die Bewilligungsdauer beträgt bei EU-/Efta-Staaten 9 Tage und bei Drittstaatsangehörigen 20 Tage. Der Bundesrat geht davon aus, dass mit der Einführung des Kontingent-Systems die Kosten und Verfahrensdauern auf das Niveau von Rumänien und Bulgarien ansteigen. tl



Die Kosten für Arbeitsbewilligungen für Mitarbeitende aus dem EU-Raum dürften mit einem Kontingent-System auf das Niveau von Bulgarien und Rumänien ansteigen. Quelle: Bericht Bundesrat

Booking.com ärgert Hotellerie

Booking.com will seine Geschäftsbedingungen und Verträge in Deutschland anpassen. Damit wird laut dem Hotelverband Deutschland die Abmahnung des Bundeskartellamtes missachtet.

Ab 1. Juli will das Portal Booking.com auch in Deutschland im Verhältnis zu anderen Online-Hotelbuchungsportalen die bislang verlangte Preis-, Verfügbarkeits- und Konditionenparität aufgeben. Die neue Regelung folge den kürzlich akzeptierten Vereinbarungen mit Frankreich, Italien und Schweden, teilte Booking.com am Dienstag mit. Die Massnahme erhöhe die Markttransparenz und intensiviere damit zugleich den Wettbewerb zwischen Online-Hotelbuchungsportalen. Booking.com beabsichtigt, diese Verpflichtungszusagen im gesamten Europäischen Wirtschaftsraum umzusetzen.

Die neue Regelung ist gar nicht im Sinne der deutschen Hotellerie. Denn Booking.com zwinge auch künftig seine deutschen Hotelpartner, auf der Hotelhomepage keinesfalls günstigere Preise als jene auf dem Online-Buchungsportal anzubieten, wie der Hotelverband Deutschland (IHA) in einer Medienmitteilung schreibt.

«Mit diesem Vorgehen missachtet Booking.com in krasser Weise die erst am 2. April 2015 ergangene Abmahnung des deutschen Bundeskartellamtes», kritisiert der IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthe. Das Kartellamt habe die von Booking.com angebotenen Deals als eindeutig unzureichend eingestuft. Die Reaktion des Bundeskartellamtes auf die jüngste Ankündigung von Booking.com: «Wir fordern weiter die komplette Streichung der Klauseln.» dst

Zürich mischt mit Kongressen und Meetings vorne mit

Im Länderranking konnte sich die Schweiz um vier Plätze verbessern und steht neu weltweit auf Rang 16.

Im 2014 Ranking der ICCA (International Congress and Convention Association) belegt Zürich mit 70 ICCA-konformen Anlässen den 33. Rang und knüpft damit an das Rekordergebnis von 2012 an. Der grosse Schweizer Mitkonkurrent Genf belegt mit 41 Meetings Rang 58 und rückt damit gegenüber dem Vorjahr um zwei Plätze vor. Ebenfalls leicht verbessert hat sich die Stadt Basel. Die drittbeste Schweizer Stadt belegt mit 19 Meetings neu Rang 125. Angeführt wird die Rangliste von Paris, welches mit 214 Meetings im Jahr 2014 wiederum unangefochten an der Spitze steht.

Im Länderranking konnte sich die Schweiz gegenüber dem Vorjahr um vier Plätze verbessern und steht damit neu weltweit auf dem guten 16. Rang. Das ICCA Ranking wird einmal jährlich publiziert. In die Statistik aufgenommen werden internationale Verbandsanlässe mit mindestens 50 Teilnehmenden, welche regelmässig stattfinden und zwischen mindestens drei Ländern rotieren. dst

Raimund Rodewald setzt sich aus Überzeugung für den Schutz der Natur und der Landschaft ein, sieht sich jedoch nicht als Fundamentalist. Daniel Stampfli

«Appenzell ist ein Geheimtipp»

Intakte Landschaften wie im Appenzellischen freuen die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz. Sorgen bereitet Geschäftsleiter Raimund Rodewald der «künstliche Tourist».

DANIEL STAMPFLI

Raimund Rodewald, am Samstag wird die Appenzeller Streusiedlungslandschaft als «Landschaft des Jahres 2015» ausgezeichnet. Weshalb?
Es ist eine ausgeprägte bäuerliche Kulturlandschaft, eine Vorzeigelandschaft der schönen Schweiz, wie man sie gern gegen aussen transportiert. Besonders an der im Innerrhodischen sehr ausgeprägten Streubauweise zeigt sich die Beziehung und Geschichte der Gebäude innerhalb der Landschaft. Der Kanton Appenzell Innerrhoden wird dafür ausgezeichnet, dass er mit einem neuen Baugesetz sich bemüht, diese tolle Bausubstanz zu erhalten.

Ist diese Landschaft auch für ausländische Gäste besuchenswert?
Ganz sicher. Diese Landschaft ist auch durch die Bauernmalerei bei einem grösseren Publikum im Ausland bekannt geworden. Das Bauernland Schweiz wird in einer beinahe archetypischen Weise präsentiert, und dies ist für ausländische Gäste sehr attraktiv.

Sind die touristische Erschliessung und die touristische Infrastruktur ausreichend?
Klar ist es kein touristischer Hotspot wie das Oberengadin oder Zermatt. Es ist aber positiv, dass keine Massen ins Appenzell gelockt werden. Dafür ist die Infrastruktur in Sachen Beherbergung nicht vorhanden. Die Region kann jedoch verschiedene touristische Attraktionen anbieten, wie das Gonten- oder Jakobsbad, das Alpsteingebiet oder Appenzell mit seinem kulturellen Angebot. Die Region ist attraktiv, aber touristisch nach wie vor ein Geheimtipp.

Besteht für Sie generell ein Widerspruch zwischen Landschaftsschutz und Tourismus?
Generell sicher nicht. Der Tourismus ist ja vor rund 250 Jahren dank der Schönheit der Landschaft entstanden.

Das ist Geschichte. Heute präsentiert sich die Situation doch völlig anders.
Leider fand eine Entwicklung statt, weg vom klassischen Landschaftstourismus hin zum globalisierten Erholungstourismus, was eine Verkünstlichung zur Folge hatte, Stichwort Winter auf Knopfdruck im Sinne der künstlichen Beschneiung. Auch im Sommer scheint die Landschaft nicht mehr zu genügen. Es braucht Einrichtungen wie Mountainbike-Pisten, Sommerrodelbahnen oder Hängebrücken. Mit der Entwicklung weg von der Landschaft und Natur droht die eigentliche Basis des Tourismus zerstört zu werden.

zvg/ Bau- und Umweltdepartement AI

Streusiedlung Höhi bei Gonten, Appenzell Innerrhoden.

Sie sind Mitglied der Kommission Umwelt und Energie von Seilbahnen Schweiz. Wie stehen Sie zu Neuerschliessungen von Berggebieten durch Seilbahnen?
Neuerschliessungen von Skigebieten sind heute kein Thema mehr, dafür aber Verbindungsanlagen. Wir konnten bei den Verbindungen Andermatt–Oberalp und Lenzerheide–Arosa konstruktiv mitwirken. Allerdings ist diese Kooperation mit sehr grossem Aufwand verbunden. Bei der Verbindung Andermatt–Oberalp waren diverse Begehungen und auch Einsprachen und Verhandlungen notwendig. Als NGO stossen wir personell an Grenzen. Die Zusammenarbeit bewährt sich aber und wir haben bewiesen, dass wir keineswegs fundamentalistisch sind.

> «Wünschenswert wäre eine Art ‹back to the roots›, eine Rückorientierung an der Ur-Attraktivität der Natur.»

Im 2014 hat die Stiftung Landschaftsschutz mit 40 Einsprachen einen neuen Rekord erzielt. Sie werden oft als Verhinderer der Entwicklung kritisiert. Gefällt Ihnen diese Rolle?
Es gehört einfach dazu, es ist aber keine dankbare Rolle. Die Zunahme der Einsprachefälle spiegelt ein Stück weit den wirtschaftlichen Wachstumsdruck. Das Wachstum und das viele vorhandene Geld führen zu einem Bauschub. Unsere Einsprachen sind keine Fortschreibung bestehender Themen. Letztes Jahr hatten wir im Zusammenhang mit der Umsetzung des neuen Raumplanungsgesetzes viel mehr zu tun. Wir schauen nun genauer hin und machen hin und wieder Einsprachen, die wir früher aufgrund der anderen Gesetzesgrundlage eventuell nicht gemacht hätten.

Das Raumplanungsgesetz soll erneut revidiert werden. In der Vernehmlassung macht sich grosser Widerstand breit. Können Sie dies nachvollziehen?
Klar. Wir selbst haben auch eine negative Stellungnahme eingereicht. Vor allem bei den Fruchtfolgeflächen und dem Kulturland sehen wir dringenden Handlungsbedarf. Wir möchten nicht nur die Fruchtfolgeflächen in der Ebene schützen, sondern das Kulturland als grundsätzliche Grundlage der Landwirtschaft in der Schweiz erhalten. Dies ist jedoch relativ schwierig, denn es soll im Gegenzug nicht den Druck auf Wald, Naturschutzgebiete oder notwendigen Gewässerraum verlagern. Wir möchten beim Kulturlandschutz eine rasche Klärung durch den Bund. Dafür braucht es nicht zwingend eine Gesetzesänderung. Unser zweites Argument: Die Komplexität der Gesetzgebung, die das Parlament angerichtet hat betreffend Bauen ausserhalb von Bauzonen, versteht kein Mensch. Auch dafür wollen wir eine Neukonzeption.

Wegen des Klimawandels müssen im Winter immer mehr Pisten beschneit werden. Für Sie ein Ärgernis?
Ich möchte keinesfalls den Schuldfinger auf Skigebiete und Bergbahnbetreiber richten. Mir fehlt eine kritische Diskussion über den «künstlichen Touristen». Denn mit jeder technischen Beschneiung wird eine entsprechende Erwartungshaltung der Touristen geschaffen. Dies kann zu einer Falle werden. Denn dem fortschreitenden Klimawandel wird die technische Beschneiung nicht gewachsen sein. Wünschenswert wäre eine Art «back to the roots», eine Rückorientierung an der Ur-Attraktivität der Natur. Wintergästen in den Berggebieten bieten sich ausser Skifahren auch andere Optionen.

Also nur noch Schneewandern, Schneeschuhlaufen und Tourenskifahren?
Nicht unbedingt. Übergrosse Transportkapazitäten bei eher sinkender Nachfrage sind aber nicht nachhaltig. Es zeigt sich, dass gerade Schneeschuhlaufen bei Leuten mittleren Alters auf zunehmendes Interesse stösst. Die Anzahl der Skilager für Jüngere nimmt hingegen seit zehn Jahren ab.

Zur Person Biologe im Dienst des Landschaftsschutzes

Raimund Rodewald (55) ist seit 1992 Geschäftsleiter der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (LS), die vom Solothurner FDP-Nationalrat Kurt Fluri präsidiert wird. Der studierte Pflanzenbiologe ist seit 2006 Gastdozent für Landschaftsästhetik am Institut für Natur-, Landschafts- und Umweltschutz der Universität Basel. Raimund Rodewald erhielt im November 2008 den Ehrendoktor der juristischen Fakultät der Universität Basel.
Am 23. Mai verleiht die Stiftung Landschaftsschutz der Appenzeller Streusiedlungslandschaft den Preis «Landschaft des Jahres 2015». dst

Standpunkt

Gar nicht so einfach: Who is your target?

RICO MAGGI *

Die Antwort, welche Destinationsmanager auf diese Frage geben, ist häufig: Familien, Leute mit hohem Einkommen, Best-Agers, usw.– alles soziodemografische Merkmale. Es ist aber eine Binsenwahrheit, dass nicht alle Familien Museen besuchen, nicht alle Best-Agers wandern wollen, und nicht alle Touristen mit hohem Einkommen Luxus suchen. Soziodemografische Merkmale limitieren über das Geld- bzw. Zeitbudget, was sich die jeweiligen Gruppen

«Nicht alle Familien besuchen Museen und nicht alle Best-Agers wollen wandern.»

«leisten» können. So kann sich eine schweizerische Mittelstandsfamilie mit zwei Kindern kaum drei Wochen Ferien in einem Luxushotel leisten. Feriendauer und Hotelkategorie sind häufig durch Restriktionen bestimmt. Die Art und Weise hingegen, auf welche sich derselbe Familientyp sein Erlebnis an der Destination produziert, kann vollkommen unterschiedlich sein. Dies hängt von Kenntnissen, Kompetenz und Reiseerfahrung ab, welche für die Produktion eines bestimmten Erlebnisses wichtig sind. Ein Kunstbeflissener wird seine Reise anders gestalten, als ein Laie, ein Yogi wird seine Wellnessferien anders produzieren als ein Manager usw. Allgemein werden Leute mit guten Kenntnissen und/oder viel Zeit Do-it-yourself-Prozesse wählen, Leute mit geringen Kenntnissen und/oder wenig Zeit sich zumindest teilweise vorfabrizierte Erlebnisse leisten. Für eine erfolgreiche Definition von Zielgruppen muss eine Destination deshalb in Produktionsweisen denken.

* Rico Maggi ist Director Master in International Tourism an der Universität Lugano.

Aufgefallen

Mit Nespresso die Lebensgeister wecken

zvg

Was für ein solidarischer Start in die Flimser Hotel-Saison: Letzten Freitag schenkte das bescheidene Berghaus Foppa dem Luxushotel Waldhaus, welches im April Konkurs ging und nur dank einer Auffanggesellschaft weiterbesteht, 160 Nespresso-Kaffeemaschinen – für jedes Hotelzimmer eine. In einer Mitteilung erzählt Waldhaus-Direktor Daniel Flüglister, wie die grosszügige Unterstützung für das 5-Sterne-Superior-Haus zustande kam: «Im Winter sassen Foppa-Besitzer Toni Helbling und ich bei uns im Hotel vor dem Kamin und überlegten, wie wir unsere Gäste noch glücklicher machen könnten. Der frische Duft eines Kaffees war die Inspiration.» bf

htr hotel revue
Nr. 21 / 21. Mai 2015

Sorell Hotels stellen Weichen für Zukunft

Die zu den ZFV-Unternehmungen gehörenden Sorell Hotels haben eine neue Strategie verabschiedet. Geplant ist ein Relaunch, der gestaffelt umgesetzt wird.

DANIEL STAMPFLI

Die 17 Häuser umfassende, heterogene Sorell-Hotelgruppe will sich mit einer neuen Strategie für die Zukunft aufstellen. Im Rahmen der Strategieumsetzung ist neben zahlreichen Massnahmen in den Bereichen Distribution und Service Excellence auch ein Rebranding geplant, wie an einer Medienkonferenz der ZFV-Unternehmungen am Montag erklärt wurde.

Mit einer komplett neuen Markenwelt und einer angepassten Kommunikationsstrategie wollen die Sorell Hotels auf dem Markt mehr Aufmerksamkeit generieren. Der Relaunch erfolgt gestaffelt und startet mit dem Aufschalten der neuen Website am 1. Juli 2015. «Wir führen keine Markenrevolution durch, sondern eine Markenevolution», erklärt Michael Thomann, COO der Sorell Hotels, gegenüber der htr hotel revue. Angepasst werde das Design, der Name hingegen werde bleiben. Danach soll mit einer Kommunikationskampagne die Bekanntheit der neuen Marke gezielt gefördert werden.

2014 eröffnet: Restaurant Grosse Schanze in Bern. zvg

«Wir wollen uns künftig von der Konkurrenz stärker differenzieren», erklärt Thomann den Grund für die neue Strategie. Gelegt werde der Fokus ganz klar auf Gastfreundschaft, persönlichen Service und werthaltiges Design. «Gelebte Individualität plus standardisierte Qualität führt zu unterscheidbarer Identität», so Michael Thomanns Credo. Im Verlaufe des Jahres sollen über 300 Servicestandards neu definiert und auf die einzelnen Häuser heruntergebrochen werden. «Langfristig möchten wir uns mit unseren Hotels im 3-Sterne-plus-Bereich ansiedeln», sagt Thomann.

> «Langfristig möchten wir uns im 3-Sterne-plus-Bereich ansiedeln.»
>
> **Michael Thomann**
> COO Sorell Hotels

Gruppe plant weiteren Ausbau

Für das laufende Jahr hat sich die Hotelgruppe ehrgeizige Ziele gesetzt. Trotz sich verschärfender Konkurrenzsituation und eingetrübter Marktaussichten nach der Aufhebung des Euro-Mindestkurses sollen sowohl Umsatz als auch Ertrag deutlich gesteigert werden.

2014 und 2015 seien Jahre der Konsolidierung. Ein Ausbau der Hotel-Gruppe sei aber Teil der Strategie. Die Expansion soll vorwiegend in der Schweiz stattfinden. «Unsere Wunschdestinationen sind die Romandie und Basel», so Thomann. «Wir führen Gespräche, um das Potenzial abschätzen zu können, aber unterschriftsreif ist noch nichts. Die Projekte, die uns zurzeit zum Kauf angeboten werden, sind zu teuer.

Leicht höherer Umsatz – leicht tiefere Zimmerbelegung

Im Geschäftsjahr 2014 stieg der Umsatz der Sorell Hotels um 0,5 Prozent auf 57,5 Mio. Franken. Die durchschnittliche Zimmerbelegung ging von 68,3 Prozent im Vorjahr auf 67,8 Prozent im Berichtsjahr zurück. Die durchschnittlichen Zimmerpreise konnten leicht gesteigert werden.

Für die Muttergesellschaft, die ZFV-Unternehmungen, war 2014 ein gutes Jahr (siehe Tabelle). Im ersten Quartal 2015 verzeichnete der ZFV ein Umsatzwachstum von 2,6 Prozent. Das Ergebnis (EBTDA) lag bei 3,4 Mio. Franken (+8,9%). Die Zukunft beurteilt das Unternehmen vorsichtig optimistisch. Mehrere Betriebseröffnungen und -übernahmen stehen kurz bevor. Darunter die Gastronomie im Terminalgebäude des Flughafens Bern-Belp, die beiden Swiss-Life-Restaurants in Zürich oder die Gastronomie im Bildungszentrum Careum in Zürich.

ZFV-Unternehmungen

Geschäftsjahr 2014	
Umsatz	**Veränderung**
235,9 Mio. Fr.	+7,3%
Unternehmensergebnis EBTDA	
27,7 Mio. Fr.	+5,3%
Gewinn	
4,6 Mio. Fr.	+3,8%
Anzahl Mitarbeitende	
2588	+2,1%

Quelle: ZFV

ANZEIGE

Basel widersetzt sich bei den Hotel-Logiernächten dem allgemeinen Trend

Auch deutsche Gäste bleiben trotz Frankenschock der Stadt am Rheinknie treu.

Im April 2015 registrierten die Basler Hotelbetriebe 90 584 Übernachtungen. Verglichen mit dem Vorjahr entspricht dies einem satten Plus von 9,9 Prozent, wie das Statistische Amt Basel-Stadt mitteilt. Damit habe sich die positive Entwicklung der Übernachtungszahlen im ersten Quartal 2015 fortgesetzt. Insgesamt wurden in den ersten vier Monaten des laufenden Jahres 365 973 Übernachtungen registriert, so viele wie nie zuvor.

Damit setzt sich Basel ganz klar ab von der gesamtschweizerischen Entwicklung: Für die ersten drei Monate 2015 hatte das Bundesamt für Statistik einen Rückgang von 1,0 Prozent auf 8,8 Millionen Logiernächte registriert. Im März betrug der Rückgang auf nationaler Ebene 7,4 Prozent.

Der Frequenzanstieg in der Hotellerie am Rheinknie ist auf in- und ausländische Besucher zurückzuführen. Die Nachfrage aus dem Ausland stieg im April um 6,1 Prozent. Deutlich mehr Logiernächte als ein Jahr zuvor verzeichneten auch Besucher aus Deutschland (+8,2%).

Daniel Egloff, Direktor von Basel Tourismus, führt in einem Interview mit der «Basler Zeitung» die positive Entwicklung auf zwei Publikumsmagnete zurück: die Gauguin-Ausstellung in der Fondation Beyeler und das Musical «Lion King» im Musical-Theater. Aber auch das grössere Zimmerangebot aufgrund der Neueröffnung der Hotels Novotel und Ibis habe zu einer grösseren Nachfrage geführt. dst

Mit einer neuen Positionierungsstrategie will die CS die Rendite des Hospitality-Immobilien-Fonds verbessern. Helfen soll die Reduktion des Hotelanteils am Portfolio.

DANIEL STAMPFLI

Das Hotel Monte Rosa in Zermatt war 2015 bisher der einzige Hotelverkauf durch den Immobilienfonds CS REF Hospitality. zvg

CS-Fonds reduziert den Hotelanteil

Christophe Piffaretti, Manager des Immobilienfonds der Credit Suisse CS REF Hospitality, nimmt Umschichtungen innerhalb des Fonds-Portfolios vor. So soll etwa der Hotelanteil reduziert werden. Generell liegt der Anlagefokus des Immobilienfonds auf fertiggestellten und langfristig vermieteten Objekten im Bereich Hospitality, beziehungsweise Hotels sowie Kongresszentren, Studentenwohnungen, Gesundheitsimmobilien und Residenzen. Momentan sind 63 Prozent in Hotels investiert (siehe Grafik), davon 90 Prozent in 4- und 5-Sterne- respektive Luxus-Hotels. «Der Hotelanteil des Fonds wird durch die Verkäufe stark reduziert und teilweise mit Budget- und Mittelklasse Hotels kompensiert», so Piffaretti.

Verkaufserlöse würden einerseits dafür verwendet, das Portfolio bezüglich der Positionierung und geografischen Verteilung sowie der Nutzungsarten noch breiter zu diversifizieren. Anderseits könne durch die neuen flüssigen Mittel die Fremdkapitalquote reduziert werden. «Ich bin der Meinung, dass diese Veränderungen eine Win-win-Situation darstellen. Mein Ziel mit dem neuen Portfoliomix ist, eine höhere Rendite für unsere Anleger zu erreichen und gleichzeitig das Risikoprofil des Fonds zu senken», erklärt Piffaretti gegenüber der htr hotel revue.

Möglichkeiten für Käufe und Verkäufe werden laufend geprüft

Eine Desinvestition im Hotelbereich wurde kürzlich in Zermatt getätigt. Das Hotel Monte Rosa wurde an die Seiler Hotels Zermatt AG zurückverkauft (siehe htr vom 7. Mai). Dies war laut Christophe Piffaretti im laufenden Jahr bisher der einzige Hotelverkauf. Zur Frage, ob der Fonds weitere Verkäufe in der Pipeline habe, antwortet er: «Als grösster Anbieter von Immobilienanlage-Produkten in der Schweiz prüft das Real Estate Investment Management laufend Opportunitäten für Käufe und Verkäufe.» Eine Beteiligung an Betriebsgesellschaften ist von Gesetzes wegen ausgeschlossen. Der Fonds hält die Immobilien im Direktbesitz.

Die Performance des Fonds hat sich im Geschäftsjahr 2014 gegenüber dem Vorjahr verbessert. «Die Mietzinseinnahmen sind 2014 um 25 Prozent gestiegen, der Kurs hat sich vom tiefsten Punkt nach dem Stilli-Park-Konkurs erholt, und wir konnten eine Ausschüttung von 2,55 Prozent bezahlen», so Piffaretti. Er will in den Jahren 2015 und 2016 die Rendite verbessern, um eine höhere Ausschüttung bezahlen zu können. «Ich bin überzeugt, dass die neue Positionierungsstrategie zu diesem Erfolg beitragen wird», so der Fonds-Manager.

Zurzeit seien keine Hotels im Fonds-Portefeuille, die ähnliche Schwierigkeiten bereiten würden, wie es das Hotel Intercontinental in Davos tat, welches mit der neuen Führung nun jedoch auf gutem Weg sei. Das Hotel sei als Konferenzhotel gebaut worden, müsse sich aber auch als Familien- & Ferienhotel etablieren. «Die Positionierung, die Vermarktungsstrategie und die operativen Kosten wurden geprüft», so Piffaretti, «und ich fühle mich mit den Plänen für die Zukunft zuversichtlich.»

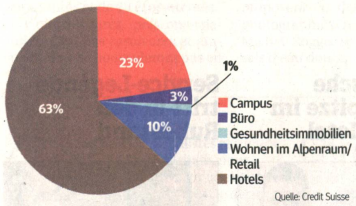
Einigung Sowohl bei der «Krone» in Solothurn als beim «Interconti» in Davos wurde ein Vergleich erzielt

Der Credit Suisse Real Estate Fund Hospitality als Bauherr des Hotels Krone in Solothurn und ein Nachbar der Liegenschaft haben einem Vergleich zugestimmt. Die Bauherrschaft verzichtet auf die im Innenhof ursprünglich vorgesehenen Parkplätze, kann aber die «Krone» und das Leistgebäude gemäss Projekt realisieren. Der Baubeginn ist auf Herbst 2015 vorgesehen. Geplant ist ein Boutique-Hotel mit 28 Zimmern, einer Brasserie, einer Kaffeebar und einem Saal im Obergeschoss.

In der Davoser Luxushotel-Pleite haben sich die Hotelkette Intercontinental und das Konkursamt in Chur vor Gericht auf einen Vergleich geeinigt. Intercontinental verzichtet auf etwa die Hälfte der Forderung von 870 000 Franken. Dieser Prozessausgang fliesst nun ein in einen neuen, abgeänderten Kollokationsplan, der bis Ende Mai für die Gläubiger aufliegt, wie aus dem Amtsblatt des Kantons Graubünden hervorgeht. In Konkurs gegangen ist nicht Intercontinental als Betreiberin, sondern die Pächterin der Luxusherberge, die Stilli Park AG in Chur. Besitzer des Hotels, wegen der Form auch «Goldenes Ei» genannt, ist der Credit Suisse Real Estate Fund Hospitality. Der Stilli Park AG war im Juni letzten Jahres, nur ein halbes Jahr nach der Hoteleröffnung der Schnauf ausgegangen. Sie konnte der CS den Pachtzins nicht mehr zahlen und musste Konkurs anmelden. dst

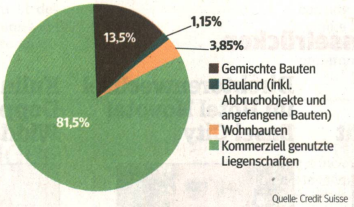
Hospitality-Fonds Zusammensetzung nach Kriterien

Aufteilung nach Nutzungsarten



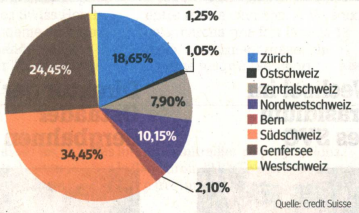
Quelle: Credit Suisse

Liegenschafts-/Immobilienstruktur



Quelle: Credit Suisse

Aufteilung nach Regionen



Quelle: Credit Suisse

Aus der Region

Graubünden

Carna Grischa: Mutterfirma in Schwierigkeiten

Die Carnaworld Holding AG, Muttergesellschaft des angeschlagenen Bündner Fleischhändlers Carna Grischa, ist in provisorischer Nachlassstundung. Ein Einzelrichter hat über die Gesellschaft mit Sitz im Kanton Zug den Konkurs eröffnet. Die Carnaworld hielt bis zuletzt die Aktienmehrheit der Carna Grischa aus Landquart. Diese geriet im November letzten Jahres wegen Falschdeklaration von Fleisch in die Schlagzeilen und ins Visier der Justiz.

Zentralschweiz

Zweite Motion zum Obwaldner Camping-Gesetz

swiss-image.ch

Nicht nur ein-, sondern auch zweimaliges Übernachten ausserhalb bewilligter Campingplätze soll in Obwalden künftig erlaubt sein. Dies verlangt ein Stimmberechtigter aus Sachseln mit einer Volksmotion. Campingbetreiber wehren sich grundsätzlich gegen diese Möglichkeit. Das vom Obwaldner Kantonsrat im Dezember 2014 beschlossene neue Camping-Gesetz lässt unter anderem einmaliges Übernachten in Zelten und Wohnwagen auch ausserhalb von Campingplätzen zu.

Wallis

Winzer reichen gegen Kollege Giroud Klage ein

swiss-image.ch/Hans-Peter Siffert

Gegen Dominique Giroud hat der Branchenverband der Walliser Winzer wegen unlauteren Wettbewerbs eine Strafanzeige eingereicht. Alle Vergehen, die der Walliser Weinbranche Schaden zugefügt haben, sollen damit aufgedeckt werden. Im 2014 liefen gegen den Walliser Winzer und Weinhändler Dominique Giroud mehrere Strafverfahren. Wegen Steuerdelikten wurde er daraufhin zu einer bedingten Geldstrafe verurteilt. dst

ANZEIGE

hoteljob.ch – der Online-Stellenmarkt der htr hotel revue

Für mehr Informationen zum führenden Schweizer Stellenportal kontaktieren Sie uns über **inserate@htr.ch** oder **031 370 42 42**

htr hotel revue

Ehrung für Vollblut-Gastgeber

Peter und **Monika Lustenberger,** Best Western Plus Hotel Storchen, Schönenwerd bei Aarau.

Beat Rölli, Region Solothurn Tourismus (l.), **Thomas Allemann,** Geschäftsleitung hotelleriesuisse.

Ehemaliger und aktueller Präsident Grenchen Tourismus: **Hansruedi Fritsche** (l.), **Christoph Siegrist.**

Zum vierten Mal wurde am Montag der Tourismuspreis Solothurn verliehen. Diesjährige Gewinner sind Irmgard und Louis Bischofberger, **Hotel-Restaurant Kreuz Egerkingen.**

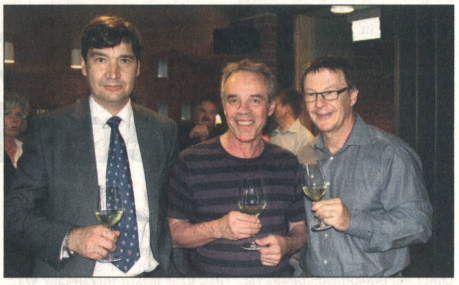
GUDRUN SCHLENCZEK

Seit 35 Jahren engagiert sich das Gastgeberpaar mit Herzblut in der Gastronomie, in der Hotellerie und im Tourismus: Am Montagabend wurden Irmgard und Louis Bischofberger, Direktionsehepaar im Hotel-Gasthof Kreuz in Egerkingen, nun mit dem Tourismuspreis Kanton Solothurn 2015 für ihr langjähriges Engagement geehrt. Die Preisverleihung fand im Parktheater Grenchen statt, rund 100 Gäste waren geladen. Der mit 5000 Franken dotierte Tourismuspreis wird für ein herausragendes touristisches Projekt oder für das Lebenswerk von Persönlichkeiten verliehen. Er basiert auf einer Partnerschaft von Kanton Solothurn Tourismus, Hotellerie Bern und Mittelland, der Baloise Bank SoBa und der Solothurner Zeitung.

Das Schaffen von Irmgard und Louis Bischofberger beeindruckte die Jury in vielerlei Hinsicht: Punkto Qualität der Lehrlingsausbildung kommt dem 3-Sterne-Hotel schweizweit Vorbildcharakter zu. Auszeichnungen als bester Ausbildungsbetrieb – 2013 kürte der Kanton Solothurn das Hotel-Restaurant zum Ausbildungsbetrieb des Jahres – und als Lehrmeister des Jahres zeugen davon. Bewertungen in anerkannten Restaurantführern wie Gault Millau und Guide Michelin belegen zudem das hohe Niveau der Küche. Trotz Erfolg: Irmgard und Louis Bischofberger beschäftigen sich bereits mit dem Ruhestand und sind aktiv auf der Suche nach einem Nachfolger. Kein einfaches Unterfangen, wie Louis Bischofberger meint. «Der Markt bietet aktuell viele Liegenschaften.» Ein Nachfolger müsste das Aktienpaket der Bischofbergers erwerben; das Paar ist Mehrheitsaktionär der Gasthof Kreuz Egerkingen AG.

Walter Straumann, Präsident Kanton Solothurn Tourismus, Gewinnerpaar **Irmgard** und **Louis Bischofberger,** «Kreuz» Egerkingen, und **Bernhard von Allmen,** Baloise Bank SoBa. Bilder zvg

Stefan Ulrich, Geschäftsführer Olten Tourismus (l.), Schwarzbubenland-Tourismus-Vertreter **Gelgia Herzog,** Vorstand, **Fabio Jeger,** Präsident.



François Scheidegger, Stadtpräsident Grenchen, Künstler **Jürg Mollet, Jürgen Hofer,** Direktor Region Solothurn Tourismus (v. l.).

Seerose Resort & Spa mit internationalem «Senses»-Award ausgezeichnet

Das Resort & Spa in Meisterschwanden am Hallwilersee wurde in Berlin zum **«Best Country Resort 2015»** gekürt.

Felix und **Rhéane Suhner,** Laudatorin **Michaela Merten** (r.). zvg

Das von Felix Suhner in zweiter Generation geführte 4-Sterne-Resort & Spa Seerose überzeugte mit seiner Mischung aus Schweizer Gastfreundschaft und authentischer Thai-Wellness die Jury des internationalen Wellness- und Lifestyle-Magazins Senses. Diese kürte das Hotel zum «Best Country Resort 2015». Damit reiht sich die «Seerose» in die Liste namhafter Senses-Award-Gewinner, wie dem Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken, ein. Die Award-Verleihung fand im neuen Titanic Deluxe Hotel in Berlin statt. npa

SSTH gründet Alumni-Stamm für die Vereinigten Arabischen Emirate

Schweizerische Schule für **Touristik & Hotellerie SSTH** in Passugg erleichtert Alumnis weltweites Networking.

Maria Ramstad Kristiansen, Alumni-Direktorin SSTH, **Jitendra Jain,** Stammvater neues Alumni-Netzwerk, **Knut G. Rupprecht,** Direktor SSTH, Alumni-Mitglied **Kishan Chandnani** (v. l.). zvg

Österreichische Auszeichnung für den Internet-Auftritt von Zermatt

Website und **Social-Media-Präsenz** von Zermatt Tourismus gewinnen in Wien die Goldmedaille.

Marc Scheurer, Vizedirektor und Marketingleiter von Zermatt Tourismus, nahm am Montag in Wien den jährlich verliehenen «Werbe Grand Prix» der Österreichischen Tourismusfachzeitung «T.A.I.» entgegen. Durchsetzen konnten sich «zermatt.ch» und der Social-Media-Auftritt von Zermatt Tourismus gegen 33 ebenfalls eingereichte Projekte. Die von der Agentur «Land in Sicht» konzipierte Website ist seit gut einem Jahr online und die meistfrequentierte Tourismus-Destinationsseite der Schweiz (Alexa-Ranking). gsg

Marc Scheurer, Zermatt Tourismus, **Manuela Merkt,** Agentur «Land in Sicht». zvg

Sesselrücken

Neuer General Manager im Hotel Schwan in Horgen

zvg

Ruedi Hintermann (32) ist neuer General Manager des Hotels Schwan in Horgen. Hintermann hat die Hotelfachschule in Luzern abgeschlossen und war zuletzt als Executive Manager im «Thessoni Classic» in Zürich-Regensdorf tätig. Zuvor arbeitete er mehrere Jahre in der Abteilung Sales & Marketing von «The Dolder Grand» in Zürich. Der bisherige Direktor des Hotels Schwan, **Michael Feulner,** zieht zurück nach Deutschland, wo er mit seiner Familie ein Restaurant eröffnet.

Wechsel im Präsidium des SVG

zvg

Thomas Leu ist an der Generalversammlung des SVG (Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie) zum neuen SVG-Präsidenten gewählt worden. Leu, Betriebsleiter des «Bistromax»-Personalrestaurants der Phonak AG, ist seit 2007 Vorstandsmitglied des SVG und bekleidete seit 2010 das Amt des Vizepräsidenten. Leus Vorgänger, **Thomas Loew,** wurde 2002 in den Vorstand des SVG gewählt und stand dem Verband seit 2007 als Präsident vor.

Direktor der Gstaader Bergbahnen geht

zvg

Armon Cantieni wird die Bergbahnen Destination Gstaad AG (BDG) Ende Januar 2016 verlassen. Der BDG-Verwaltungsrat hat sich mit Cantieni darauf geeinigt, dass dieser die Unternehmung nach Abschluss der Arbeiten für die finanzielle Sanierung der BDG verlässt, wie einer Medienmitteilung zu entnehmen ist. Armon Cantieni leitet die BDG als Direktor seit Juni 2006. Der Vewaltungsrat will die Nachfolgeregelung umgehend an die Hand nehmen, so die Medienmitteilung.

Direktorenwechsel im Hotel Novotel Basel City

zvg

Arnaud Tourin (38) wird neu Direktor des Hotels Novotel Basel City. Bisher war Tourin Direktor des Novotel Zürich City-West. Er ist mehrsprachiger Franzose und Inhaber des «Diplôme Universitaire Européen d'Etudes Technologiques» der Technischen Fachhochschule Berlin. Arnaud Tourin wird im Novotel Basel City und Ibis Budget Basel City als Direktor die Nachfolge von **Robin Deb** antreten, der im August die Leitung eines Hotels in Zürich übernehmen wird.

Kulinarische Doppelspitze im Widder Hotel

Daniel Boschung

Tino Roberto Staub (32, rechts) ist zum neuen Executive Chef «à la carte» im Widder Hotel in Zürich berufen worden. **Kay Schultz** (37) ist neuer Executive Chef «Bankett». Beide sind im Widder Hotel keine Unbekannten. Bereits von 2006 bis 2010 kochte Staub als Chef de partie und Souschef «à la carte» und folgte dem Ruf des Hotels im Januar 2013 als Chef «à la carte». Schultz ist bereits seit August 2009 als Souschef «Bankett» tätig. 2011 wurde er zum Küchenchef «Bankett» befördert.

Service-Legende tritt in den Ruhestand

Philipp P. Egli

Claudio Molinari war während 25 Jahren erster Maître d'Hôtel im «Suvretta House» in St. Moritz. Nun tritt der in Cremona geborene Italiener Ende Mai in den Ruhestand. Laut Medienmitteilung forderte er als Maître d'Hôtel alter Schule von seiner Crew eiserne Disziplin, perfekte Umgangsformen und makellosen Service. Nachfolger von Claudio Molinari als Maître d'Hôtel wird **Marco Pavesi,** ebenfalls Italiener. Pavesi war bisher Stellvertreter von Claudio Molinari. dst

L'Hôtel Aquatis, à Lausanne Vennes, 3 étoiles supérieur, veut attirer les séminaires. Il précède le grand projet d'aquarium d'eau douce qui sera inauguré en 2016.

ALEXANDRE CALDARA

Le hall d'entrée et le bâtiment de l'Hôtel Aquatis. Près de 30 millions ont été investis. ldd

Congrès d'eau douce

En attendant les poissons d'eau douce, une bagatelle de 10 000 d'entre eux dans l'aquarium voisin, en construction. L'Hôtel Aquatis, à Lausanne Vennes, le clame haut et fort: «Nous sommes ouverts.» Ce trois étoiles supérieur de 143 chambres, 10 junior suites et sept supérieures, dont certaines avec balcon espère bien attirer dans ses filets bien plus que des organismes vivants, mais bien des séminaires. Grâce à un centre de conférence modulable, jusqu'à 380 places, deux salles de séminaire modulables en quatre espaces de 50 à 150 places, deux salles de réunion (environ 8 places). Même si cela peut sembler modeste face aux deux millions de litres d'eau qui couleront dans le bâtiment voisin.

Un restaurant tenu par un chef connu dans la région

Le groupe Boas, opérateur de l'hôtel et de l'aquarium, présente cet espace de 610 mètres carrés entièrement consacré aux séminaires et conférences «comme le plus vaste pour un hôtel de cette catégorie dans la région». Dans cet univers aquatique, il fallait engager le premier avril, un poisson pilote habile en affaires. Quentin Delohen, ancien étudiant de l'EHL, a dirigé la Longeraie, à Morges, spécialisée dans les banquets et les séminaires, mais aussi le Nash Airport Hotel de Genève. L'affable jeune manager semble à l'aise dans les lobbies des trois étages: «Autant de zones d'accueil pour nos hôtes.» Il se sent bien dans cet établissement, sans sous-sol, la faute à un parking de 1200 places et un arrêt de métro, donc toute la superstructure trône au quatrième étage. Comme les parois des salles de conférence, l'homme se veut modulable et se réjouit, malgré sa virginité dans le domaine, des séances de travail à venir avec les scientifiques spécialistes de 50 aquariums et de 20 écosystèmes.

> «Les lobbies d'étages nous offrent des zones d'accueil pour nos hôtes.»
>
> **Quentin Delohen**
> Directeur de l'Hôtel Aquatis

Grands silures, poissons-spatules, piranhas carnivores et arapaïmas ne se bousculeront pas en voyages d'affaires, mais agiront comme autant d'aimants à clientèle. Notamment pour son restaurant où l'on sert de l'omble en cuisson douce et de la féra au naturel. Alain Favre, ancien du Royal Savoy et de chez Georges Blanc, passé par la case de l'enseignement, a repris les fourneaux.

Une petite zone wellness et une salle de jeux

Les codes du segment économique de qualité sont suivis avec quelques spécificités: comme un parquet massif, une longue réception blanche, de très grands vases abritant des plantes et des teintes évidemment proches du turquoise et rehaussées par du beige. Comme pour porter haut sa couronne qui lui donne des airs supérieurs, l'Hôtel Aquatis propose une petite zone wellness et une salle de jeu ouverte aux enfants de 10 mois à quatre ans et à l'autre extrémité proposant un billard et un baby-foot. Petit clin d'œil à l'aquarium, les chambres proposent en dessus du lit des photographies rétroéclairées de Michel Roggo, spécialiste en pixels d'eau douce.

La rotonde de l'aquarium commence à prendre forme, sa noirceur mate devrait se vêtir «de pastilles d'argent scintillantes», selon Quentin Delohen. L'inauguration est prévue début 2016, pour ce projet unique en Suisse autour de l'eau douce: d'aquarium, vivarium et cité de l'eau. Il a été imaginé au début des années 2000, par deux biologistes français, Morgane Labous et Frédéric Pitaval, ainsi que le muséologue suisse Michel Etter. Rejoint par les groupes Grisoni et Boas, on chiffre les investissements à près de 30 millions pour l'hôtel et la même somme pour l'aquarium.

Le dragon de Komodo, ayant volé dans le jet privé d'un roi du football sédunois, cette star du vivarium voisin participera peut-être au storytelling d'un établissement aux branchies solides.

Questions à

Jean-Michel Rupp

Directeur général adjoint Groupe Boas et directeur hôtelier Boas Swiss Hotels.

Pourquoi croyez-vous au potentiel d'organisation de séminaires dans un hôtel trois étoiles supérieur comme l'Aquatis, à Lausanne?
Nous sommes persuadés d'un besoin en séminaire résidentiel, d'une ou deux nuits. A Aquatis, l'accessibilité est très aisée, nous devons juste améliorer la signalétique. Notre établissement est entouré de sièges de grandes entreprises. En complémentarité avec le Discovery Hotel de Crissier, nous disposons de plus de 250 chambres.

L'identité de votre groupe hôtelier est-elle assez bien définie?
Nous y travaillons, nous avons grandi très vite avec 11 établissements. Aujourd'hui, on peut considérer Boas Swiss Hotels comme le deuxième opérateur de Suisse romande. Nous préférons pour l'heure mettre nos hôtels et leurs régions en avant. Dans un deuxième temps, nous travaillerons sur la valorisation de notre marque.

Face à Accor, votre principal concurrent, ne souffrez-vous pas de ne pas posséder votre propre plate-forme de réservations?
Nous privilégions des équipes de ventes et de revenue management spécialisées dans le conseil personnel et nos valeurs de qualité et propreté, plutôt qu'une centrale de réservations impersonnelle. Nos clients pensent d'abord en termes de destination et non de groupe hôtelier.

Combien de temps faut-il pour lancer un hôtel?
Dans la région lausannoise, entre trois à cinq ans. A Versoix, cela marche très fort depuis 18 mois, notamment grâce à la navette jusqu'à l'aéroport. aca

Chronique

Christophe Hans
Resp. pol. éco. hotelleriesuisse et observateur de son pays.

La gauche a de quoi faire des envieux

Chapeau bas aux socialistes et à leurs alliés! Le 14 juin prochain, nous votons sur l'initiative pour un impôt fédéral sur les successions. C'est le dernier objet d'importance soumis à votations avant les élections fédérales et un formidable outil de mobilisation des militants pour l'échéance d'octobre.

Si l'on jette un coup d'œil sur les initiatives lancées ces quatre dernières années, la palme de l'agenda setting revient sans conteste à la gauche. Elle a réussi à imposer aux urnes le thème de la répartition des richesses et à le concentrer sur une législature comme aucun autre parti. Entre le début 2011 et l'été 2014, cinq initiatives ont abouti sur ce thème. Depuis le début de la législature, nous aurons même voté six fois sur le partage des richesses. Dans l'ordre chronologique: pour des impôts équitables, contre les rémunérations abusives (Minder), pour des salaires équitables, sur le salaire minimum et contre les forfaits fiscaux.

L'initiative pour un impôt fédéral sur les successions vient donc clore la législature, mais pas la série: le thème nous occupera pour une dernière salve avec le revenu de base inconditionnel.

> «L'initiative pour un impôt fédéral sur les successions vient clore la législature, mais pas la série.»

Réussir un pareil tir groupé est difficile en politique. Un appareil rôdé à l'exercice et une base de militants motivés sont des conditions sine qua non. Anticiper et interpréter l'état d'esprit de l'opinion publique aussi – les radicaux en ont fait l'amère expérience avec leur pâle initiative contre la bureaucratie.

Après la faillite de Lehman Brothers en 2008, le ton était donné. Les salaires mirobolants de certains managers ont sonné la diane de la colère populaire. Sans être les auteurs de l'initiative contre les rémunérations abusives, les socialistes ont cependant su la tirer habilement à eux et dès lors nous mitrailler de propositions. Sur le flanc droit, l'UDC n'a pas réussi son coup. A part l'immigration de masse. La grande maîtresse de l'agenda setting s'est dispersée durant la législature sans imposer de thèmes forts. Reste un constat pour la gauche: à part l'initiative Minder, le peuple ne l'a suivie en rien. Nada! Elle se console comme Barnum: qu'on parle de moi en bien ou en mal, qu'importe! Pourvu que l'électeur ne m'oublie pas...

Quatre fois par an, les chroniques du «Cahier français» cèdent la plume à **Laure Mi Hyun Croset,** écrivaine genevoise; **Christophe Hans,** responsable de la politique économique d'hotelleriesuisse; **Jean Pierre Pastori,** journaliste et écrivain et **Jean-Michel Cuvelier,** co-créateur d'une entreprise de consulting hôtelier.

En bref

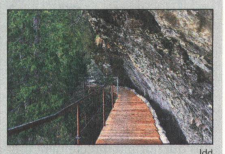
Suisse

Un forfait lacs et vins pour deux destinations

Fribourg Région et Jura & Trois-Lacs s'associent et proposent un premier forfait commun. «Croisière du vin» valorise l'eau et le vin, deux thématiques communes aux deux destinations, définies par le projet DMO 3.0. Valable du 22 mai au 27 septembre, le forfait comprend une nuitée et deux journées d'excursion sur les lacs de Bienne et de Morat avec des détours dans la cave communale d'Erlach, sur l'île St-Pierre, à Morat et dans le Vully. lb

Valais

Le bisse du Rho retrouve sa jeunesse



ldd

Le **bisse du Rho** à Crans-Montana retrouve une deuxième jeunesse au moins sur une partie de son parcours. Il est remis en eau pour la première fois depuis 1946. Un montant d'environ 3,2 millions de francs investi par des partenaires, dont l'Association de communes de Crans-Montana et l'association du casino. Bruno Huggler, directeur de Crans-Montana Tourisme & Congrès se réjouit de cette nouvelle offre de tourisme doux. aca

Vaud

Montreux-Riviera à la rencontre du marché anglais

ldd

Montreux-Vevey Tourisme a rencontré ses partenaires anglais la semaine dernière de façon originale. Un bus habillé aux couleurs de la destination a sillonné les rues de Londres, réunissant près de 80 acteurs touristiques issus des loisirs, médias et congrès. Un concours invitait les passants à s'arrêter. L'opération **«Montreux Riviera meets London»** s'est terminée au Montreux Jazz Café de Harrod's. La formule sera reconduite à Zurich et en France. lb

Des camions nourriciers de tous pays

Lausanne à Table réunira 27 food trucks des quatre coins du monde le jeudi 28 mai, de 11 à 21 heures. Ce premier Food Truck Festival de Suisse romande mettra la street food à l'honneur avec des participants venus d'Argentine, des Balkans, du Mexique, du Japon, des Etats-Unis, de la Bretagne, de l'Inde et de l'Italie. Ils proposeront chacun une création spéciale «Lausanne à Table». Ce jour-là, le président de l'association, Philippe Ligron présentera le programme annuel. aca

www.lausanneatable.ch

En bref

Suisse

Le Grand Tour dans le sac à dos du Routard

Depuis hier le Grand Tour de Suisse, campagne d'été de Suisse Tourisme, se décline également sous forme d'un guide touristique. L'organe de promotion touristique s'est associé au «Routard», aux éditions Hachette, pour le réaliser. En 160 pages, il recense le circuit de 1643 kilomètres, composé de 44 lieux incontournables. Selon le quotidien «La Liberté», l'équipe du Routard «a reçu carte blanche pour sa sélection de restaurants et d'hôtels». Le guide a été tiré à 12 000 exemplaires. lb

Valais

Les vignerons portent plainte contre Giroud

L'Interprofession de la Vigne et du Vin du Valais (IVV) a déposé une plainte pénale pour concurrence déloyale contre Dominique Giroud. Elle souhaite faire toute la lumière sur des infractions qui portent directement préjudice à la vitiviniculture valaisanne. Le comité de l'IVV a réagi aux révélations de Temps Présent du 22 janvier 2015. On y apprend notamment que Dominique Giroud aurait déclaré à l'administration fédérale des contributions avoir acheté pour des milliers de francs de raisin au noir, grâce à des fausses factures. aca

Etudiants face aux politiques

Des politiciens qui partagent une vision commune du tourisme, cela existe. Ils l'ont montré lors d'une présentation aux étudiants de la filière tourisme de l'HES-SO Valais.

MIROSLAW HALABA

L'activité touristique dépend souvent de décisions politiques. C'est cette réalité qui a incité les responsables de la Haute école de gestion et tourisme, à Sierre, à inviter quatre politiciens valaisans en vue et de divers bords à exposer leurs visions du tourisme et à répondre aux questions. Trois d'entre eux étant candidats aux prochaines élections fédérales, ils n'ont pas hésité longtemps pour accepter l'invitation. Leur public: une quarantaine d'étudiants de deuxième année. Un exercice réussi. «C'était du concret», s'est exclamée une auditrice à l'issue de la rencontre. Pour cadrer cet échange, six thématiques d'actualité touristique avaient été retenues.

Dès les premiers mots, on a pu se rendre compte que les quatre orateurs avaient une vision relativement semblable du tourisme – suisse et valaisan – et des mesures à prendre pour le rendre plus performant. Un constat initial est déjà largement partagé: la branche a de bons atouts, dont le paysage, mais elle souffre d'un manque de collaboration.

«Elle n'a pas de vision d'ensemble, tant au niveau cantonal, qu'au niveau des stations», a indiqué Mathias Reynard (PS). «Si les stations du Haut-Plateau fusionnaient, ce serait une bénédiction», a commenté Christophe Darbellay (PDC), en parlant de Crans-Montana où cette démarche est en discussion.

Plusieurs fois évoqué, le modèle de station intégrée est apparu comme bonne solution pour inciter les prestataires à tirer à la même corde. «La situation difficile de ce secteur tend à le pousser dans cette direction», a estimé Mathias Reynard.

Les mesures pour stimuler la branche en période estivale, à l'exemple de la Forêt de l'Aventure à Vercorin, ont été plébiscitées par les politiciens invités. Valais/Wallis Promotion Aline Fournier

«Si les stations du Haut-Plateau fusionnaient, ce serait une bénédiction.»
Christophe Darbellay
Conseiller national PDC/VS

Le rôle de l'Etat débattu

«Le tourisme est d'abord un secteur de l'économie privée». Xavier Mottet (PLR) ne pouvait manquer de le rappeler, mais, comme pour les autres partenaires au débat, il attribue aussi un rôle à l'Etat. Ceci en particulier parce que la situation concurrentielle est biaisée par le «soutien massif» dont bénéficient les économies touristiques directement concurrentes, française, allemande ou encore autrichienne.

«Le politique ne peut se contenter d'aménager des conditions-cadres, il doit aussi mettre la main au porte-monnaie», a déclaré Gregory Logean (UDC), pensant aux moyens financiers importants dont ont besoin les remontées mécaniques et l'hôtellerie pour mettre leurs infrastructures à niveau.

Les nouveaux modèles d'affaires, comme Airbnb et celui que l'on cite dans la foulée, Uber, ont été évoqués. Une menace? «Non, c'est une chance. D'ailleurs, on ne peut pas se battre contre ces nouveaux acteurs mondiaux», a lancé Christophe Darbellay. Il n'était pas le seul à penser ainsi.

Tous les acteurs soumis aux mêmes conditions

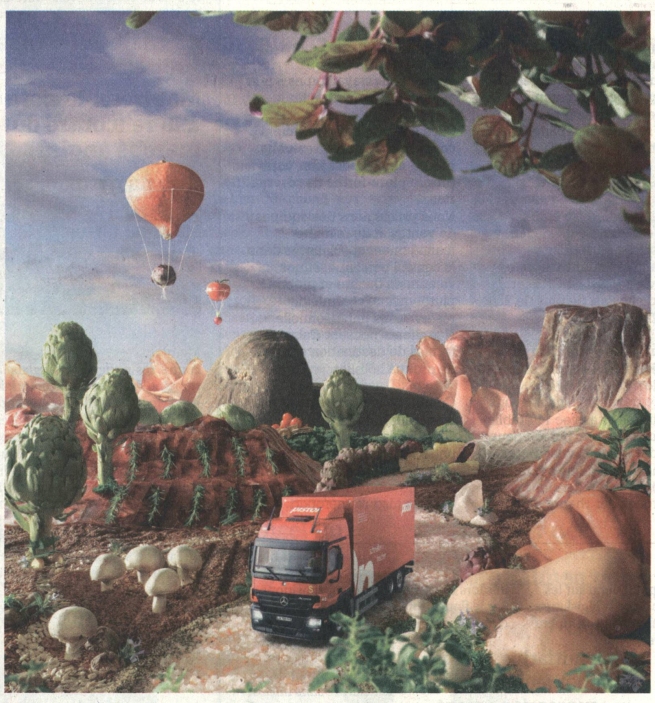
Toutefois, ici aussi, un tel acteur n'aura vraiment sa place que si des conditions concurrentielles sont «correctes» pour tous. Airbnb permit aux intervenants de passer au thème de la taxe de séjour et des taxes en général. Celles-ci n'ont pas bonne presse. «La taxe de séjour est d'un autre temps», «Il ne faut pas trop taxer les touristes», a-t-on entendu. Quant aux avis concernant la Lex Weber, ils disaient grosso modo: cette loi est là, faisons avec et passons à autre chose... Diverses autres mesures ont été évoquées pour stimuler la branche, notamment durant la période estivale. Pour Christophe Darbellay, il faut promouvoir davantage les nombreuses petites attractions dont disposent les destinations. «Il y a mille choses à vendre ici», a-t-il dit. Selon lui, il serait aussi nécessaire de créer auprès de la population un «enthousiasme pour notre pays, afin que l'on devienne tous des ambassadeurs». Il a fait mouche. «Je suis absolument d'accord!», a lancé Mathias Reynard.

Protagonistes

Quatre politiciens valaisans sur scène

La manifestation organisée par la filière tourisme de l'HES-SO Valais a réuni quatre politiciens valaisans qui ont présenté leur vision du tourisme et répondu aux questions des étudiants. On trouvait ainsi: Christophe Darbellay, conseiller national et président du PDC Suisse; Grégory Logean, député UDC; Xavier Mottet, député et président du PLR Valais; Mathias Reynard, conseiller national socialiste. mh

ANNONCE



En regardant le monde au travers des yeux des clients, on peut l'améliorer jour après jour.

Tout l'assortiment à des prix corrects. Pistor à votre service.
www.pistor.ch

pistor

Table de gourmets sur les quais

Le Grand Hôtel du Lac et l'Hôtel des Trois Couronnes à Vevey organisent conjointement la première édition du festival «Quai des Gourmands».

Le festival réunit sept chefs de la région, épaulés par leurs hôtes Lionel Rodriguez (au centre) et Thomas Neeser (en noir). ldd

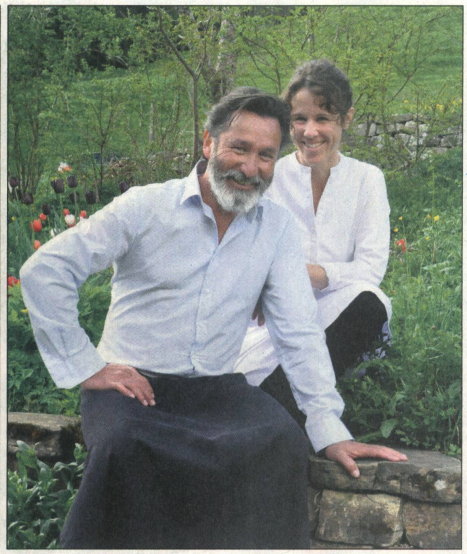
Première initiative culinaire de deux hôteliers de Vevey: Luc Califano, directeur du Grand Hôtel du Lac et Jay Gauer, son confrère de l'Hôtel des Trois Couronnes lancent le «Quai des gourmands». La première édition se déroulera le 31 mai 2015 sur le Quai Perdonnet, à Vevey. L'occasion de présenter huit chefs cotés au Gault & Millau, de valoriser artisans, vignerons et producteurs locaux.

Sur 400 mètres, «la plus longue table de Suisse» conviera les épicuriens à un déjeuner «convivial et gourmand». Près de 15 producteurs, parmi lesquels Suter viande, la fromagerie Duttweiler, la boulangerie du restaurant Benoît Violier, les vins de Denis Longet, feront déguster leurs spécialités.

Plus sélectif, le «Parcours des gourmands» permettra de découvrir les créations de huit chefs, quatre entrées et quatre plats servis au Grand Hôtel du Lac et aux Trois Couronnes. Les chefs hôtes Thomas Neeser (16 GM) et Lionel Rodriguez (15 GM) ont convié sept chefs de la région. David Tarnowski du restaurant Le Montagne et Jean-Sébastien Ribette de l'Auberge de la Veveyse en font partie. Géraldine Müller Maras servira ses douceurs chocolatées à l'Alimentarium. lb

www.quai-des-gourmands.ch

Pierrot en ville, Virginie des champs



Ils contribuent à l'excellence culinaire du canton de Fribourg. Tant Pierrot Ayer, en ville de Fribourg, qu'en Gruyère Georgy Blanchet en salle et Virginie Tinembart, en cuisine.

Images Suisse Tourisme, Markus Bühler et ldd

Fribourg Région met la gourmandise à son programme. Découvertes avec Pierrot Ayer, au Pérolles, et Virginie Tinembart, à la Pinte des Mossettes, d'une diversité folle.

ALEXANDRE CALDARA

Vendredi: un boulevard urbain au centre de Fribourg, une entrée discrète à côté de la mythique fromagerie Sciboz, un couloir blanc comme un sas de décompression. Le Pérolles de Pierrot et Françoise Ayer (18 points GM, 1 étoile Michelin) mélange dans sa décoration une pureté zen asiatique et un accueil franc, sans chichi, à la fribourgeoise. Au menu de printemps: «La selle d'agneau du pays désossée et rôtie, son épaule confite, juste parfumée à l'ail des ours.» Le produit brut célébré authentique et le choc des cuissons. Juste rosé pour la selle, mijoté sept heures pour l'épaule. Samedi: route en lacets, plongée dans la verte vallée du Javoz. Passé devant le four de l'Adde où le pain respire le levain naturel, à partir de farines biologiques et de sel de Guérande. Longé la chartreuse de la Valsainte, périple de légendes, dont celles du regretté peintre Antonio Bruni. Arrivée à la Pinte des Mossettes, restaurant de la cuisine des herbes, inventé par Judith Baumann et tenu par Virginie Tinembart et Georgy Blanchet (16 points GM), depuis cinq saisons. Ici crisse le chant de l'ortie frite saupoudré de piment d'Espelette servi sur la terrasse. Puis tout se poursuit à l'étage boisé, avec un navet glacé aux graines de coriandre sur une brioche teintée de verdure cueillie à 1400 mètres par Irène Gachoud. Une passionnée qui croque le pissenlit par les deux bouts et qui se fait intarissable sur: le lierre terrestre, l'égopode, la berce, le plantain et la spiritualité liée aux soi-disant mauvaises herbes.

Turbot sauvage radical au Pérolles, île flottante salée aux Mossettes

Dans les deux établissements, il faut aussi traverser le décor, prendre le temps de la rencontre avec le chef. En cours de repas, on ose un pas dans le sanctuaire de Pierrot Ayer, colosse au cœur tendre. Il présente ses sept collaborateurs dans la bonne humeur. Sans oublier ses deux apprentis l'un dont les parents tiennent un hôtel au Pérou, l'autre un ancien trader devenu apprenti cuisinier à 28 ans et un clin d'œil pour le plongeur macédonien pleinement dans l'équipe. Pierrot commence toujours par une pique, du type: «T'es content, t'as eu ta viande?» Avant de passer à un autre registre, celui de la remise en question permanente qu'il évoque dans un élégant fauteuil club noir où le client se laisse servir le café: «Une étudiante a pris contact avec moi, elle écrit un mémoire sur l'huile de cameline, j'ai goûté et trouvé un arôme de petits pois.» On est encore sous le choc de la radicalité de son «pavé de turbot sauvage doré, fricassé de mini-artichaut, petits pois première cueillette». Comme s'il n'avait pas daigné toucher le poisson: «J'ai voulu servir le turbot une fois comme ça.»

Si Pierrot Ayer vient saluer au début et à la fin du repas, comme dans les arts martiaux. Il faut patienter plus longtemps pour voir apparaître la silhouette fine, le visage contemplatif, de Virginie Tinembart. Jusque-là son compagnon Georgy Blanchet assure le spectacle, laisse planer le mystère sur l'île flottante salée recouverte de truffes, digresse sur les vertus d'un vin nature et vous pose même une main de guérisseur sur le bas du dos. Virginie arrive avec le dessert, elle dit à Georgy: «Je vais l'annoncer moi-même.» Elle prend la parole, sa fille de cinq ans toute de rose vêtu, qui aime les bourgeons de sapin pour faire du sirop, arrive. «Quand je l'entends dire ‹mmh, c'est bon!› mon plat sera à la carte. Ah oui, le dessert, une tarte soufflée chocolat à la racine impératoire, une poire pochée et une crème glacée de topinambour.» La glace surprend par la force du légume et sa grâce pâtissière. Virginie attrape un plat, des accords «au moment où la plante pousse». Dans ses menus on trouve toujours une soupe en second: «L'autre jour, j'ai conçu un menu fait de ronds et puis j'ai tout changé à cause des ronds.»

Le 8 novembre prochain, Virginie et Georgy quitteront la Pinte des Mossettes, personne n'imagine qu'ils ne trouvent pas de repreneurs tant l'adresse impressionne les gastronomes en herbes. Eux resteront en Gruyère, Virginie se voit bien autour d'une table d'hôte de vingt personnes qui permet aux gens de se rassembler autour d'un repas.

44 plats et une envie de saucisse, elle aime manger chez des gens

Et puis arrive ce troisième temps, où l'on tente de rentrer dans le moelleux, dans la parole vive des chefs. Pierrot Ayer dit puiser son inspiration dans le bon dialogue entre toutes les générations de cuisiniers, il rit gentiment «des gens qui savent mieux que nous». Pierrot Ayer, après avoir envoyé 44 plats, comme ce soir, peut avoir envie d'une «kalbswurst à minuit, moi je ne sais pas ce que c'est manger simple ou pas, ce qui compte c'est le plaisir, le style, l'amour, beaucoup d'amour». Il raconte l'art du bon achat: les petites asperges du pénitencier de Bellechasse, le lapin de son fournisseur de Guin, le monsieur de 80 ans qui lui trouve ses bolets.

Virginie Tinembart préfère manger chez des particuliers, prétend ne pas toujours bien digérer au restaurant, ne pas aimer les endroits trop conceptuels. On pense qu'elle ne citera pas d'autres chefs et elle s'embrase: «Il y a Michel Bras évidemment, le restaurant In de Woolf en Belgique et ses maturations lentes, l'acidité de Troisgros, les légumes de Passard, tous ces chefs à la sensibilité féminine qui ne surcuisent pas.»

Tourisme

Année gourmande à Fribourg

Fribourg Région place son année sous le signe de la gourmandise, avec deux communicatrices Sabrina Rappo et Marie-Christine Repond, filles de cuisiniers, difficile de passer à côté. Elles viennent d'organiser ce premier voyage de presse, à l'attention des médias suisses, le prochain portera sur les traditions. Cet été le public pourra profiter des forfaits «escapade gourmande» et «évasion culinaire». aca

www.fribourgregion.ch

Les gens

Le patron de La Semeuse vend l'entreprise

Marc Bloch (photo), propriétaire de La Semeuse à La Chaux-de-Fonds, a vendu l'entreprise familiale de café à Choco-Diffusion, au

ldd

Locle. Son PDG **Nicolas Bihler** devient CEO de La Semeuse. A 65 ans, le petit-fils du fondateur de l'entreprise voulait passer la main mais ses enfants ont choisi une autre voie professionnelle, explique-t-il à «L'Impartial». «Je suis heureux d'avoir trouvé une solution régionale et familiale à La Semeuse», confie-t-il. lb

Un funambule de l'étoile au pupitre du Boléro

ldd

Serge Labrosse vient d'ouvrir une brasserie et un espace de «bistronomie» au centre culturel Boléro de Versoix. Son épouse **Els Labrosse** a pensé la décoration. Un chef qui aime les défis après avoir quitté à la suite des travaux, il avait retrouvé une étoile au Flacon, à Carouge, avec cette façon si personnelle de faire dialoguer plats de brasserie et inventivité gastronomique. Le challenge de l'étoile reste à sa portée dans ce nouvel établissement.

Une folie du Messie du design à Metz

Philippe Starck, star du design français, annonce son premier projet d'hôtel conçu de A à Z sur un terrain vierge, à Metz, en Moselle, à

ldd

l'horizon 2018. Il s'agit d'un projet digne des scénarios de science-fiction comprenant un château d'inspiration XIXe siècle avec terrasse et jardin surplombant une immense tour de verre monochrome de 38 mètres. Un hôtel de catégorie quatre étoiles de 90 chambres et 9 suites. Un appel d'offres est ouvert pour l'exploitation. aca

ANNONCE

L'assortiment professionnel pour un service excellent!

Présentation parfaite et appétissante de gâteaux, de tartes ou d'en-cas.

HUBERT

Demandez dès aujourd'hui votre catalogue gratuit!

Chez HUBERT, c'est trouvé!
Tout pour la gastronomie, l'hôtellerie, le service traiteur et le commerce de détail agroalimentaire

APPELEZ NOUS GRATUITEMENT AU NUMÉRO VERT 0800 11 66 00

HUBERT

www.hubert-online.ch

cahier français

htr hotelrevue
No 21 / 21 mai 2015

Le futur pôle muséal regroupera trois institutions culturelles. Le Musée cantonal des beaux-arts (en image de synthèse) sera le premier à y loger. Estudio Barozzi & Veiga, Barcelone

Culture en friche

A Lausanne, le futur pôle muséal compte drainer 300 000 personnes par année sur son site. Enthousiasme des hôteliers qui y voient l'opportunité de renforcer le tourisme de loisirs.

LAETITIA BONGARD

Les hôteliers lausannois peuvent l'imaginer plus précisément: vaste, ambitieux, contemporain. Le futur pôle muséal, qui s'érigera à l'emplacement des anciennes halles aux locomotives à côté de la gare, s'est présenté à eux lors de leur assemblée générale: trois institutions muséales phares, 22 000 mètres carrés, des identités architecturales fortes. Chantal Prod'Hom, présidente du conseil de direction du Pôle muséal et directrice du Musée de design et d'arts appliqués (Mudac), ose «voir grand»: ce nouvel espace urbain devrait drainer 300 000 personnes par an, dès 2025. Le Musée cantonal des beaux-arts (Mcb-a) prévoit y loger dès 2018, suivi du Musée de l'Elysée (photographie) et du Mudac vers 2020-2022. Ils verront tous trois doubler, voire tripler, leur surface d'exposition. A ceux-ci s'ajoutent deux fondations, Félix Vallotton et Toms Pauli, pour les arts textiles.

«Ce projet va dans le sens d'un développement de la clientèle de loisirs à Lausanne. Il devrait contribuer à réduire le creux des week-ends et des vacances scolaires», soutient Stefano Brunetti Imfeld, président d'hotellerie lausannoise et directeur de l'Hôtel de la Paix (4 étoiles).

Les nuitées lausannoises – qui ont dépassé l'an dernier le million pour la cinquième année consécutive (lire ci-contre) – sont générées à 80% par la clientèle d'affaires. Plusieurs actions de Lausanne Tourisme visent également à une meilleure répartition des nuitées. «Ce pôle muséal nous apportera beaucoup. Je ne le pensais pas si complexe, diversifié et dynamique. Je m'en réjouis beaucoup», partage Roland Hauri, directeur de l'Hôtel Mirabeau (4 étoiles).

«Le projet doit aussi faire parler le vide, créer un quartier, une dynamique.»
Chantal Prod'Hom
coordinatrice du Pôle muséal

Gérer la période de travaux

Les hôteliers présents se sont montrés visiblement conquis par le projet. Même ceux situés à proximité directe et qui devront subir les travaux de longue durée: «Ce projet, c'est l'avenir, il faut d'abord penser au résultat. Même si nous perdrons certainement des nuitées durant le chantier, nous les compenserons par la suite. Ce type d'offre devrait drainer une clientèle intellectuelle intéressante», estime Yannis Gerassimidis, directeur de l'Hôtel Continental (4 étoiles), vis-à-vis de la gare. Autrement dit, aux premières loges pour assister au double-chantier: celui du pôle muséal et de l'extension de la gare CFF, prévu entre 2017 et 2025.

«C'est assez exceptionnel ce qui va se passer sur cette plate-forme, partage avec entrain Chantal Prod'hom: un espace urbain au cœur de Lausanne. Trois institutions dont l'identité forte sera préservée».

Les projections des CFF de 200 000 personnes par jour transitant par la gare en 2030 paraissent stimuler la coordinatrice. Déjà elle croit au potentiel causé par d'éventuels retards de trains: «J'imagine des visites «minutes», entre deux correspondances...» En termes de billetterie, les trois musées ont anticipé et proposent, depuis 2012, un billet commun valable 48 heures. L'an dernier, il en a été distribués 50 000.

Autre initiative préfigurant ce futur commun: du 5 au 14 juin prochain, les trois institutions proposent un parcours artistique événement gratuit à travers la ville. Il se termine aux anciennes halles CFF, lieu du futur pôle muséal. Itinéraire symbolique, ponctué d'ateliers et d'installations éphémères, qui permet de passer de la parole aux actes: «On a beaucoup parlé politique, argent, nous voulions donner du contenu», indique Chantal Prod'Hom.

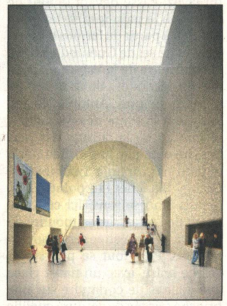
Le projet architectural de la seconde partie désigné en octobre

La construction du bâtiment du Mcb-a, correspondant à la première phase du projet, pourrait vraisemblablement débuter fin 2015-début 2016. Son financement (82 millions de francs dont 49 millions d'argent public) est bouclé. Le bureau d'architectes barcelonais Barozzi/Veiga a imaginé un bâtiment moderne, tout en rappelant le caractère original du lieu, tels que la nef centrale, des rails au sol.

Sur 149 candidats, 21 bureaux d'architectures ont été retenus pour la seconde partie du projet. Il est doté d'une enveloppe de 100 millions de francs, dont 60 millions du canton et de la Ville. Parmi eux, trois titulaires du prix Pritzker, le Français Jean Nouvel, les Japonais Sanaa et Shigeru Ban. Pour Chantal Prod'Hom, la preuve que le pôle muséal «bénéficie déjà d'une notoriété au-delà de son périmètre.» Le lauréat sera désigné le 5 octobre 2015. «Le projet doit aussi faire parler le vide entre ces trois musées, créer un quartier, une dynamique. Il n'y aura pas d'espaces de verdure. Les ouvertures du bâtiment donneront côté nord, on ne cherchera pas à vendre les montagnes et le lac, il y a d'autres occasion pour cela. Le but est de rester dans l'esprit d'une surface industrielle», estime la coordinatrice du projet.

Après Paris avec le Musée d'Orsay, Berlin et la Hamburgerbahnhof, Lausanne affirme sa vocation culturelle et tente l'aventure. De la gare à la plate-forme culturelle, l'art dans sa dimension atemporelle, levier utile pour magnifier des lieux défraîchis.

www.polemuseal.ch



La nef centrale de l'ancienne halle CFF accueillera l'espace d'accueil du Mcb-a.

A Genève Etape décisive pour deux projets culturels

Genève aussi rêve, depuis 15 ans, d'affirmer son statut de ville culturelle. Au moment de rédiger ces lignes, les élus municipaux débattaient des crédits (120 millions au total) à accorder à deux projets phares, l'agrandissement du Musée d'art et d'histoire (projet Jean Nouvel) et la construction du théâtre de la Nouvelle Comédie. La menace de référendums plane sur les deux projets. Si elle se réalise, les Genevois devront se prononcer. lb

Dynamisme lémanique Nuitées stimulées par de nouveaux prestataires

Lausanne dynamisée par l'arrivée de nouveaux acteurs. L'an dernier, elle a cumulé 1 111 298 nuitées, soit une hausse de 3%. Plus de 40% de celles-ci sont générées par le marché suisse. 2014 a été marquée par l'ouverture du Discovery Hotel (3 étoiles sup.) et du Swiss Tech convention center, «centre qui monte en puissance, un fantastique outil», soutient le président d'hotellerie lausannoise Stefano Brunetti Imfeld. Cette tendance se confirme en 2015 avec l'ouverture de l'Hôtel Aquatis (voir page 7), la réouverture après 18 mois de rénovations de l'Hôtel des voyageurs et de ses 35 chambres (3 étoiles) et du Royal Savoy (5 étoiles) à la fin de l'été. Avec ces nouveaux outils, l'hôtelier table sur une croissance annuelle des nuitées de 5 à 7% ces prochaines années.

«Toutefois cette augmentation des nuitées ne doit pas occulter la forte pression sur les prix, des marges toujours plus faibles», relève le président. L'effet du franc fort ne s'est jusqu'ici «pas trop fait ressentir». Les hôteliers lausannois s'attendent à un repli des volumes dès ce printemps.lb

ANNONCE

Lucrative: sa propre blanchisserie – moins de CHF 2.00 par kilo de linge en moyenne

Les avantages d'une buanderie à domicile:
• Indépendance
• Rapidité
• Solution économique
• Hygiène et désinfection

Ecologiques et intelligents, avec port USB

Nous vous communiquons avec plaisir et gratuitement vos données personnelles.
Il suffit de nous contacter: kostenrechnung@schulthess.ch

Schulthess Maschinen SA
CH-8633 Wolfhausen, kostenrechnung@schulthess.ch
Tél. 0844 880 880, www.schulthess.ch

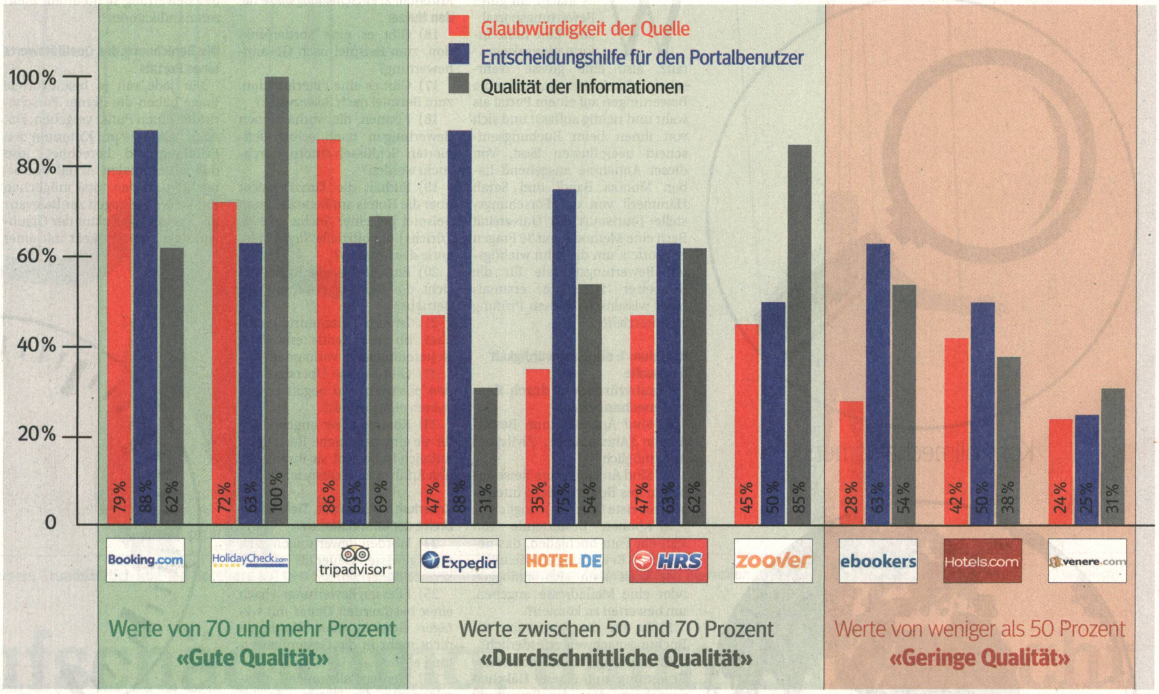
170 depuis 1845
SCHULTHESS
La lessive. Le savoir-faire

ANZEIGE

Online-Bewertungen in der Schweizer Hotellerie

An der Uni Bern ist erstmals die Qualität von Bewertungsportalen untersucht worden. Keines überzeugt vollends, aber die zwei grossen sowie HolidayCheck schneiden gut ab.

ALEX GERTSCHEN



Wie wahrscheinlich ist es, dass ein Benutzer die Informationen auf einem Portal als wahr auffasst und sich von ihnen beeinflussen lässt? Anhand dieser Leitfrage haben Forscherinnen der Universität Bern erstmals die Qualität der Bewertungsportale wissenschaftlich überprüft.

Grafik Carla Barron/Quelle Forschungsstelle Tourismus, Uni Bern

Eine Bewertung der Bewerter

Die zwei Portale, die mit Abstand am meisten Online-Bewertungen der Hotellerie in der Schweiz verzeichnen, verrichten gute Arbeit. Aber Booking und TripAdvisor befinden sich – gemeinsam mit dem kleineren Portal HolidayCheck – in der Minderzahl. Die Mehrheit ist von mittelmässiger oder noch geringerer Qualität. Dies sind die wichtigsten Aussagen einer Studie, die die Universität Bern heute Donnerstag veröffentlicht und dieser Zeitung bereits vorliegt.

Die Absicht der Wissenschaftlerinnen Monika Bandi und Sarah Hämmerli von der Forschungsstelle Tourismus war es, eine Methodik «für eine erste umfassende Qualitätsanalyse relevanter Bewertungsportale» für die Schweiz zu entwickeln und anzuwenden. Dafür haben sie zehn Portale auf die Glaubwürdigkeit der Quellen, die Qualität der Informationen und die Entscheidungshilfe für den Benutzer hin überprüft (für die genauen Kriterien s. Seite 12.)

Bandi betont, keine abschliessende Bewertung vorgenommen zu haben. «Es ist eher ein methodischer Vorschlag für eine fundiertere Diskussion», sagt sie, wobei die vorsichtige Wortwahl auch mit der praktischen Bedeutung der Studie zu tun haben dürfte.

Aus diesem Grund haben die Autorinnen auf eine eindeutige Rangliste verzichtet. «Die wissenschaftliche Forschung zu den Portalen ist dafür noch zu wenig weit gediehen. Wir haben deshalb verschiedene Gewichtungen der Kriterien durchgespielt. Dabei kam es nur zu geringfügigen Rangverschiebungen», erklärt Bandi.

Die Resultate

Trotz solcher Verschiebungen hat sich eine deutliche Dreiteilung ergeben: Booking, TripAdvisor und HolidayCheck erreichen in allen Gewichtungsvarianten einen Qualitätswert von 70 oder mehr Prozent. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Benutzer die Informationen als wahr und richtig einschätzt und sich von ihnen beeinflussen lässt, ist auf diesen Portalen also relativ gross.

«Die schnelle Entscheidungshilfe ist bei allen Portalen eine Art Kernkompetenz.»

Monika Bandi
Universität Bern

Eher durchschnittlich schneiden Expedia, HRS, Hotel.de und Zoover ab. Sie erreichen einen Qualitätswert zwischen 50 und 70 Prozent. Am geringsten ist das Potenzial für die sogenannte Informationsakzeptanz der Benutzer bei Ebookers, Hotels.com und Venere mit einem Qualitätswert von weniger als 50 Prozent.

Die grössten Unterschiede zeigen sich bei der Glaubwürdigkeit und der Qualität der Informationen. Die schnelle Entscheidungshilfe stellt hingegen eine Art Kernkompetenz der Portale dar. – Wie sind diese Resultate zu erklären und zu interpretieren, und was bedeuten sie für den Hotelier?

Monika Bandi

Die Interpretation

Big is beautiful: Je mehr Bewertungen einer Gesamtnote oder Einstufung zugrunde liegen, umso glaubwürdiger ist diese statistisch. Das kommt den grossen Portalen Booking und TripAdvisor zugute, auch wenn Monika Bandi darauf hinweist, dass dieser Vorteil ab einer gewissen Schwelle an Bedeutung verliert. «Gemäss einer Befragung liest nur ein kleiner Teil der Benutzer über 30 Bewertungen. Hat ein Portal für ein Hotel 100 oder mehr Bewertungen, dient dies ‹nur› der Erhärtung eines Gesamteindrucks.»

Positive Ausnahmen von der Regel, dass bei den Grossen die Quellen glaubwürdiger sind, stellen HolidayCheck und Zoover dar. Das deutsche und das holländische Portal gehören von der Anzahl Bewertung her zu den kleinen. Dieses Manko machen sie aber teilweise durch ausgeklügelte Kontrollmechanismen wett.

Im Gegensatz zu TripAdvisor, HolidayCheck und Zoover haben die meisten Buchungsportale einen einfachen Kontrollmechanismus. Es darf nur bewerten, wer eine Hotelbuchung nachweist. Obwohl diese Einschränkung als wichtigstes Argument für die Glaubwürdigkeit einer Quelle gilt, reicht sie laut den Forscherinnen bei Weitem nicht aus. Weil die Buchungsportale praktisch keine weiteren Massnahmen zur Sicherung der Glaubwürdigkeit ergreifen, schneiden sie in diesem Bereich relativ schlecht ab.

Die Herkunft spielt mit: Die Relevanz und damit die Qualität eines Portals hat auch mit der Herkunft seiner Nutzer zu tun. HolidayCheck ist primär im deutschsprachigen Raum von Bedeutung, Zoover in den Niederlanden und Venere in Italien. Derart geografisch eingeschränkt, vermögen sie an die Relevanz der weltweit beliebten Portale von Booking und TripAdvisor nicht heranzureichen – zumindest dann, wenn man die Hotellerie in der ganzen Schweiz betrachtet.

Die Destination spielt mit: Monika Bandi und Sarah Hämmerli haben die Hotelbewertungen in sechs Destinationen untersucht: in Basel und Zürich als wichtigen Messe- und Businessdestinationen, in Bern und Luzern als typischen Zielen für Städteausflüge sowie in Arosa und Grächen als typischen Wintersportorten.

Dabei hat sich gezeigt, dass HolidayCheck in Arosa punkto Anzahl Bewertungen vom Giganten Booking nur knapp geschlagen wird und auch in Grächen am zweitmeisten Bewertungen pro Hotel aufweist. Die Relevanz eines Portals hängt deshalb auch von der Destination ab.

Fortsetzung auf Seite 12

Portale im Porträt Amerikanische Konzerne dominieren

Portal	Gründung	Eigentümerstruktur	Hauptsitz	Verbreitung	Anzahl Mitarbeitende
Booking.com	1996	Gehört zum amerikanischen Konzern Priceline Group	Amsterdam	155 Büros in mehr als 60 Ländern	Ca. 8600
Ebookers.ch	1998	Gehört zum amerikanischen Konzern Orbitz Worldwide	Genf (Ebookers.ch) und London (Ebookers-Gruppe)	Vertreten in 12 europäischen Ländern	30 (Schweiz) bzw. 300 (Europa)
Expedia	1996	Gehört zum amerikanischen Expedia-Konzern	Bellevue (Washington)	Vertreten in 31 Ländern	Ca. 6800
HolidayCheck	1999	Gehört zu 100 Prozent der deutschen Tomorrow Focus AG	Bottighofen (CH)	Vertreten in 12 Ländern und in 9 Sprachen	Ca. 240
Hotel.de	2001	Gehört mehrheitlich zur deutschen HRS Group	Nürnberg	Portalseite in 21 Sprachen verfügbar	Ca. 400
Hotels.com	1991	Gehört zum amerikanischen Expedia-Konzern	Dallas (Texas)	Niederlassungen in ganz Europa, verfügbar in 34 Sprachen	Keine Angabe
HRS	1972	Gehört zur deutschen HRS Group	Köln	Büros in Brasilien, China, Frankreich, Grossbritannien, Italien, Japan, Polen, Russland, Singapur und der Türkei	Ca. 1300 (HRS Group)
TripAdvisor	2000	Gehört zum amerikanischen Konzern TripAdvisor	Newton (Massachusetts), London (Sitz Europa), Singapur (Sitz Asien/Pazifik)	Websites in 45 Ländern und 28 Sprachen	Über 2800
Venere	1995	Gehört zum amerikanischen Expedia-Konzern	Rom	Büros in London und Paris, Website verfügbar in 10 Sprachen	Keine Angabe
Zoover	2005	Gehört zu 51 Prozent der deutschen Tomorrow Focus AG	Köln und Zeist (Niederlande)	Website verfügbar in 25 Ländern	Ca. 60

Quelle Forschungsstelle Tourismus, Universität Bern

htr hotelrevue
Nr. 21 / 21. Mai 2015

Was die Güte eines Portals ausmacht

Kontrollmechanismen

Relevanz

36 Fragen in 3 Kriterienkategorien an 10 Portale: Eine kleine Erklärung, wie die erste wissenschaftliche Bewertung der wichtigsten Portale für die Schweiz aufgebaut ist.

ALEX GERTSCHEN

Was macht ein gutes Bewertungsportal aus? Eine hohe Informationsakzeptanz, also eine grosse Wahrscheinlichkeit, dass ein Nutzer die Bewertungen auf einem Portal als wahr und richtig auffasst und sich von ihnen beim Buchungsentscheid beeinflussen lässt. Von dieser Annahme ausgehend haben Monika Bandi und Sarah Hämmerli von der Forschungsstelle Tourismus der Universität Bern eine Methodik mit 36 Fragen entworfen, um die zehn wichtigsten Bewertungsportale für die Schweizer Hotellerie erstmals einer wissenschaftlichen Prüfung zu unterziehen.

Kriterium 1: die Glaubwürdigkeit der Quelle

Glaubwürdigkeit durch Kontrollmechanismen:

1) Sind Angaben zum Bewertenden (Altersgruppe, Zivilstand u. a.) möglich?

2) Sind Angaben zum Reiseverhalten des Bewertenden (Interessen, bereiste Orte u.a.) möglich?

3) Können Bewertende von sich ein Foto hochladen, das neben ihrer Bewertung erscheint?

4) Muss man sich einloggen oder eine Mailadresse angeben, um bewerten zu können?

5) Ist für die Bewertung ein Buchungsnachweis erforderlich?

6) Muss man vor Abschluss der Bewertung mit einem Häkchen versichern, dass die Bewertung auf eigenen Erfahrungen beruht?

7) Teilt das Portal Richtlinien zur Bewertungsabgabe mit?

8) Werden Bewertungen vor ihrer Publikation überprüft?

9) Können eigene Fotos des Betriebs hochgeladen werden, um die Authentizität der Bewertung zu untermauern?

10) Kann man den Verfasser einer Bewertung kontaktieren?

11) Können Betreiber Einträge zu ihrem Hotel kommentieren?

12) Können Leser Bewertungen melden, von denen sie glauben, dass sie gefälscht oder dem falschen Betrieb zugeordnet sind?

Glaubwürdigkeit durch Relevanz des Portals:

13) Wie gross ist die durchschnittliche Anzahl Bewertungen pro Hotel in Vergleichsdestinationen gemessen am Portal mit den meisten Bewertungen pro Hotel in diesen Destinationen?

14) Wie gross ist der Anteil der Hotels auf einem Portal in der Stichprobe für die Vergleichsdestination, für die gilt, dass für ein Hotel zehn oder mehr Bewertungen vorhanden sind?

15) Wie gross ist der Traffic auf einem Portal in einer bestimmten Periode im Vergleich zum meistbesuchten Bewertungsportal gewesen?

Kriterium 2: Entscheidungshilfe für den Nutzer

16) Gibt es eine Sortierfunktion, zum Beispiel nach Gesamtbewertung?

17) Gibt es eine Filterfunktion, zum Beispiel nach Reisezweck?

18) Können die vorhandenen Bewertungen nach selbst definierten Schlüsselwörtern durchsucht werden?

19) Enthält die Kurzübersicht über die Hotels am Reiseziel (zum Beispiel bei einer Suche «Hotels Zürich») die offizielle Sternekategorie des Betriebs?

20) Enthält dieselbe Kurzübersicht die Gesamtbewertung des Betriebs?

21) Ist ein Gesamturteil darüber, ob Bewertende ein Hotel weiterempfehlen, vorhanden?

22) Gibt es eine Übersicht mit den positiven und negativen Aspekten eines Hotels?

23) Können Leser angeben, ob für sie eine bestimmte Bewertung hilfreich ist oder ob sie ihren eigenen Erfahrungen entspricht?

Kriterium 3: Aktualität, Tiefe und Breite der Informationen

24) Werden Bewertungen nach einer gewissen Dauer als «alt» gekennzeichnet?

25) Fliessen Bewertungen nach einer bestimmten Dauer mit weniger Gewicht oder überhaupt nicht mehr in die Gesamtbewertung ein?

26) Werden allgemeine Charakteristika des Hotels, wie Zustand, Sauberkeit oder Atmosphäre, anhand einer Skala bewertet?

27) Wird das Preis-Leistungs-Verhältnis anhand einer Skala bewertet?

28) Wird die Beherbergungsleistung, wie etwa die Grösse und Sauberkeit des Zimmers, anhand einer Skala bewertet?

29) Wird die Verpflegungsleistung, wie die Qualität der Speisen oder die Stimmung im Restaurant, anhand einer Skala bewertet?

30) Werden sonstige Leistungen, wie Wellness- oder Unterhaltungsangebote, anhand einer Skala bewertet?

31) Werden Standort und Umgebung, wie Einkaufs- oder Ausflugsmöglichkeiten, anhand einer Skala bewertet?

32) Wird die Dienstleistungsqualität im Hotel anhand einer Skala bewertet?

33) Werden dem Bewertenden sowohl offene als auch geschlossene Fragen gestellt?

34) Werden Bewertende spezifisch zu Insidertipps, wie zum Beispiel Zimmerwahl oder Ausgehtipps, aufgefordert?

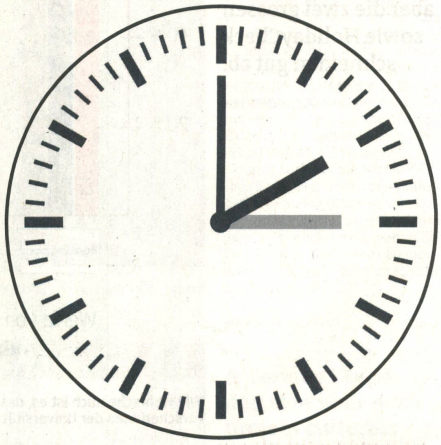
35) Müssen Bewertende einen Kommentar zum persönlichen Gesamteindruck abgeben?

36) Basiert die Skala-Note für die Dienstleistung für den Leser der Bewertung sichtbar auf mehreren Indikatoren?

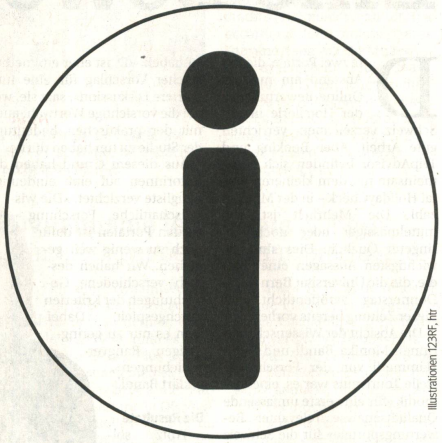
Die Berechnung des Qualitätswerts eines Portals

Für jede mit Ja beantwortete Frage haben die Berner Forscherinnen einen Punkt vergeben. Danach haben sie pro Kriterium den Erfüllungsgrad berechnet, also den prozentualen Anteil der erreichten an den total möglichen Punkten. Die Fragen zur Relevanz des Portals (als Faktor der Glaubwürdigkeit) sind direkt mit einer Prozentangabe beantwortet worden, mehrheitlich als Anteil am Wert des grössten Portals. Aus dem Durchschnitt der vier Prozentwerte (Kontrollmechanismen, Relevanz, Entscheidungshilfe, Qualität der Informationen) hat sich der Qualitätswert pro Portal ergeben. Dieser schwankte auch bei unterschiedlichen Gewichtungen der Kriterien kaum.

Die Studie findet sich unter www.htr.ch/Bewertungsportale **und** www.cred.unibe.ch.



Schnelle Entscheidungshilfe



Qualität der Information

Illustrationen 123RF, htr

Fortsetzung von Seite 11

Jedes Portal hat seine Mängel: Den Bewertungsportalen TripAdvisor, HolidayCheck und Zoover kann man das vergleichsweise höhere Risiko vorhalten, dass die Verfasser ihrer Bewertungen die bewerteten Leistungen gar nicht konsumiert haben. Die in München ansässige Firma TrustYou, die für Hotels die Bewertungen auf über 250 Online-Kanälen auswertet, fasst in ihrer Gesamtnote «TrustScore» nur Bewertungen aus verifizierten Quellen zusammen. Von TripAdvisor werden deshalb keine Bewertungen berücksichtigt und von HolidayCheck nur solche, deren Autor freiwillig den erforderlichen Buchungsnachweis erbracht hat.

Dem gegenüber stellt die TripAdvisor-Managerin Helena Egan im Interview auf Seite 14 den uneingeschränkten Zugang für Autoren von Bewertungen vielmehr als Stärke ihres Portals dar.

Bei Booking und anderen Buchungsportalen wiederum ist es nicht möglich, den Verfasser einer Bewertung zu kontaktieren oder dem Portal zu melden, dass eine Bewertung gefälscht oder einem falschen Betrieb zugeordnet sein könnte. Generell scheint die Kommunikation mit Stakeholdern eine Schwäche der Portale zu sein: Laut Monika Bandi war es «nur teils möglich», mit ihnen in Kontakt zu treten. Gleiches hört man von Hoteliers und hotelleriesuisse (vgl. Seite 13).

Die Lehren für den Hotelier

Das grosse Ganze sehen: Es sind oft einzelne Mängel der Portale, die im Gastgewerbe offen diskutiert werden und bisweilen für Empörung sorgen. Dabei droht vergessen zu gehen, dass die Qualität eines Portals von Dutzenden Kriterien abhängt. Die Berner Studie zeigt auf, dass gerade für die Sicherung der Glaubwürdigkeit verschiedene Kontrollmechanismen eingesetzt und Schwächen durchaus anderweitig kompensiert werden können.

Nur die wichtigen Portale betreuen: Ein Hotelier muss wissen, welches Portal für seine Märkte wichtig ist. Auch wenn Venere für die Schweiz insgesamt kaum relevant ist: Wer viele italienische Gäste hat oder will, der muss sich mit dem Portal auseinandersetzen. Das Gleiche gilt für Zoover und die Benelux-Länder. Gleichzeitig ist offensichtlich, dass er nicht alle Portale aktiv bewirtschaften kann.

Nur die wichtigen Bewertungen kommentieren: Sieben der zehn Portale bieten dem Hotelbetreiber die Möglichkeit, die Bewertungen seines Betriebs zu kommentieren. Doch so, wie er sich bei der Anzahl bewirtschafteter Portale einschränken sollte, lohnt sich auch bei der Kommentierung die Reduktion aufs Wesentliche. «Vor allem scheint es sinnvoll, stark negative Bewertungen zu kommentieren. Das wird vom betreffenden Gast erwartet und kann das Urteil eines Bewertungslesers beeinflussen», erklärt Bandi. Kontraproduktiv könnten hingegen standardisierte oder allzu «verteidigende» Antworten ausfallen, weil dies zum Eindruck unpersönlicher Gästebetreuung beziehungsweise mangelnder Kritikfähigkeit führen könne, meint sie.

Anzahl Bewertungen Die Bedeutung der Portale für die Schweizer Hotellerie

	Gemäss Studie Uni Bern*	Gemäss TrustYou**
Booking.com	1965	81693
TripAdvisor	1120	13844
Hotels.com	457	2126
Expedia	454	1166
Hotel.de	360	k. A.
HolidayCheck	263	2838
HRS	136	k. A.
Venere	73	k. A.
Ebookers	41	k. A.
Zoover	18	k. A.
Google Plus	k. A.	532

* **Durchschnittliche Anzahl Bewertungen aus einer Stichprobe von Hotels in Arosa, Basel, Bern, Grächen, Luzern und Zürich. Datenerhebung: Juli bis August 2014.**

** **Anzahl Hotelbewertungen für die ganze Schweiz. Datenerhebung: Januar bis März 2014. Seither hat TrustYou keine Erhebungen mehr vorgenommen.**

Marionetten im Theater der Bewertungen: Grundsätzlich können Hoteliers auf den Portalen eine aktive Rolle spielen, doch fühlen sie sich bisweilen ohnmächtig. 123RF/Montage htr

Erst Rufschädigung, dann Ohnmacht

Hoteliers fehlt oft ein direkter Draht zum Portal, um auf vermeintlich ungerechtfertigte Gästekritik zu reagieren. hotelleriesuisse ist unzufrieden und erwägt eine Beschwerde.

GREGOR WASER

Auf dem Bewertungsportal TripAdvisor sind 21 Hotels aus Wengen aufgelistet. An 7. Stelle figuriert der «Wengener Hof». Von den 193 Bewertungen sind 140 «ausgezeichnet» und 42 «sehr gut». Doch 6 sind nur «befriedigend», 3 «mangelhaft» und 2 gar «ungenügend», was den Durchschnittswert herunterzieht. Laut Geschäftsführerin Bettina Zinnert ist zumindest einer der negativen Einträge völlig ungerechtfertigt.

Branchenverbände wollen Druck auf Portale erhöhen

«Untrustworthy reservation system» heisst es bei einem der als «ungenügend» deklarierten Einträge. Da beschwert sich ein TripAdvisor-User, dass er auf seine mehrmalige Reservationsanfrage keine Antwort erhalten habe: «All my e-mails to the management of the hotel in the following week were ignored.»

«Das stimmt nicht», wehrt sich Bettina Zinnert, «wir haben die Beweise, dass wir diese E-Mails geschickt haben. Die E-Mails sind vermutlich bei ihm im Spam gelandet.» Mehrere Versuche, bei TripAdvisor gegen den Eintrag zu intervenieren, waren erfolglos. Die standardisierte Replik des Portals lautete: «Alles, was publiziert wird, ist nach unseren Richtlinien.»

Zinnert ärgert sich: «In den TripAdvisor-Richtlinien steht, dass jemand, der das Hotel nicht besucht hat, es auch nicht bewerten kann.» Den entsprechenden Passus hat sie zur Hand: «We are unable to accept reviews of vacation rental experiences that occurred during the reservation process or before arrival at the property.»

Als Zinnert damit gegenüber TripAdvisor argumentierte, hiess die Antwort: «Your property is not a vacation rental, it's a hotel.» Weitere Anfragen per E-Mail und per Telefon seien unbeantwortet geblieben. Also wandte sich Zinnert an hotelleriesuisse, wo ihr ein Kontakt bei TripAdvisor vermittelt wurde. «Aber auch mit diesen Angaben erreichte ich niemanden. Mehr Unterstützung erhielt ich nicht», sagt sie.

«Gäste müssten sich bewusst sein, dass sie auf eine Liste gesetzt werden könnten.»
Andy Hostettler
Gastgeber Ermatingerhof

Beim Rechtsdienst von hotelleriesuisse bestätigt David Stirnimann, sich nicht um jeden Einzelfall kümmern zu können: «Wir können nicht TripAdvisor kontaktieren und sagen: ‹Nehmt diesen Eintrag raus.› Wir können als Verband gesamthaft Druck aufsetzen, auch über den europäischen Verband Hotrec, um mehr Gewicht zu haben und auf die Verhaltensgrundsätze Einfluss zu nehmen.» HolidayCheck etwa habe eine Vereinbarung unterzeichnet, dass nur Leistungen kommentiert werden können, die tatsächlich beansprucht wurden.

«Die Anfragen, wie mit negativen Kommentaren umzugehen ist, haben sich jüngst gehäuft», stellt Stirnimann fest. Das Problem sei, dass zwei subjektive Meinungen aufeinanderprallten und es oft schwierig sei, den Inhalt zu überprüfen. Er bestätigt, dass es bei Unstimmigkeiten fast unmöglich sei, eine zuständige Ansprechperson bei TripAdvisor zu erreichen.

Nun prüft hotelleriesuisse die Möglichkeit einer rechtlichen Beschwerde. «Wenn TripAdvisor nicht garantieren kann, dass Fake-Kommentare verhindert werden, dann sind wir als Verband gefordert – wie das auch schon im Ausland geschehen ist –, eine Beschwerde einzureichen und eine Schadenersatzforderung zu stellen, weil das unlauterer Wettbewerb ist», sagt Stirnimann. Ob hierfür mit dem Konsumentenschutz oder einer Behörde zusammengearbeitet werde, sei offen.

«Wir haben schon Kurse angeboten, wie mit Bewertungsportalen umzugehen ist», sagt Stirnimann. Zum Beispiel wüssten einzelne Hoteliers nicht, dass sie Bewertungen kommentieren könnten. Dabei biete sich dem Hotelier die Chance aufzuzeigen, wie er generell mit Reklamationen umgehe. Das würden auch andere Gäste positiv wahrnehmen. «Der Gast weiss auch, dass es andere Gäste gibt, die masslos übertreiben oder ewige Nörgler sind.»

Eine Liste «fehlbarer» Hotelgäste: in der Schweiz kaum möglich ...

Mit vereinzelten Nörglern kann auch Bettina Zinnert leben. TripAdvisor sei kein schlechtes Portal. «Wenn man es schafft, gute Bewertungen zu haben, ist es eine hilfreiche Werbeplattform.» Zurzeit störten einfach die gesenkte Durchschnittsnote und die Ohnmacht, nichts gegen diese Rufschädigung tun zu können.

Diese Ohnmacht hat auch Andy Hostettler, der mit seiner Ehefrau den «Ermatingerhof» am Bodensee betreibt, satt: «Wir haben keine Handhabung, wenn auf HolidayCheck oder TripAdvisor ein Mist geschrieben wird. Zwar können wir kommentieren, aber man kann nicht wirklich die Meinung äussern, wenn es sich in der Tat um eine böswillige, ungerechtfertigte Bewertung gehandelt hat.»

Hostettler schwebt deshalb eine «Schwarze Liste» mit den Namen von Hotelgästen vor, die mit einem Fehlverhalten aufgefallen sind. Als solches gälten nicht nur ungerechtfertigte oder gar missbräuchliche Online-Bewertungen. Auch Betrüger, Zechpreller oder Randalierer würden in der Liste erfasst. «Thurgau Tourismus warnt uns ab und zu in einem Rundmail, wenn etwa ein Paar unterwegs ist, das nicht bezahlt.

«Unsere Versuche, bei TripAdvisor zu intervenieren, waren allesamt erfolglos.»
Bettina Zinnert
Geschäftsführerin Wengener Hof

Das müsste man noch ausweiten», sagt Hostettler. hotelleriesuisse hat den Vorschlag aus Datenschutzgründen verworfen. Die Idee treibt Hostettler aber weiterhin um, und er zeigt sich offen für andere Partner.

«Gäste müssten sich bewusst sein, dass sie mit einem Fehlverhalten auf eine Liste und damit in die Situation geraten können, künftig kein Hotel mehr buchen zu können», sagt er. Eine Überlegung ist, dass sich Gäste mit einem bestimmten Betrag freikaufen könnten.

... in anderen Ländern bereits eingeführt

Neu ist die Idee nicht. In den Vereinigten Staaten, in Grossbritannien und Spanien, wo der Datenschutz laxer als in der Schweiz gehandhabt wird, existieren Plattformen wie guestchecker.com, guestscan.co.uk und elitebook.es. Auf Guestscan zahlen Hoteliers eine Jahresgebühr von rund 70 Franken, um Einträge machen zu können und Einblick in die Liste zu erhalten.

«Anfragen haben sich gehäuft, wie mit negativen Kommentaren umzugehen ist.»
David Stirnimann
Rechtsdienst hotelleriesuisse

Eine gesamtschweizerische Liste von Hotelgästen, die negativ aufgefallen sind, wurde vor einigen Jahren auch schon von Jörg Arnold gefordert, der das Hotel Storchen in Zürich führt und der Verbandsleitung von hotelleriesuisse angehört. Doch blieb es bei einer internen Liste des Zürcher Hoteliervereins: Die Machbarkeit und die rechtliche Grundlage sind schwierig.

ANZEIGE

htr hotel revue
Nr. 21 / 21. Mai 2015

Gibt TripAdvisor ein Gesicht: Helena Egan – seit Herbst 2014 weltweit für die Beziehungen des Portals zur Tourismusbranche zuständig – Ende April in Luzern. Biljana Mitrovic

Zur Person Eine Finnin in amerikanischen Diensten

Die gebürtige Finnin **Helena Egan** ist 2008 zum Destination Team von TripAdvisor gestossen, das für die Beziehungen zu *Tourismus- und Destinations*management-Organisationen zuständig ist. Zuvor war sie beim Daten- und Medienunternehmen **Northstar Travel Media** im Bereich Regional Sales und Strategic Partnerships tätig gewesen. Seit Herbst 2014 verantwortet die 45-Jährige als Global Director of Industry Relations sämtliche Beziehungen von **TripAdvisor** zur Tourismusbranche.

Helena Egan nahm Ende April am World Tourism Forum in Luzern teil, wo sie auch der htr hotel revue Rede und Antwort stand. axg

«TripAdvisor ist und wird keine Online-Buchungsplattform»

Helena Egan knüpft und pflegt weltweit für TripAdvisor die Kontakte zur Tourismusbranche. Dank der Fokussierung auf Bewertungen sieht sie das Portal von Freunden umzingelt.

ALEX GERTSCHEN

Helena Egan, sind missbräuchliche Bewertungen auf TripAdvisor ein Problem?
Versuche, unser System zu unterwandern, sind sehr selten. Wir haben weltweit über 225 Mio. Bewertungen. Nur ein winziger Teil der Bewertungen wird von uns als problematisch herausgefiltert.

Was ist das grössere Problem: gefälschte Bewertungen vonseiten der Anbieter oder ungerechtfertigte oder gar erpresserische Bewertungen vonseiten der Gäste?
Wie gesagt, sind solche Versuche sehr selten. Letztlich zeigt sich dies auch am Vertrauen, das uns die Nutzer entgegenbringen. Letztes Jahr hatten wir pro Monat rund 315 Mio. Nutzer, mittlerweile sind es 340 Mio. Die Grundlage dafür ist unsere hohe Glaubwürdigkeit. Wären wir nicht glaubwürdig, gäbe es uns nicht.

Wie stellt TripAdvisor diese Glaubwürdigkeit sicher?
Wir haben ein Sicherheitssystem, das zum Beispiel jenen von Kreditkartenfirmen ähnelt. Jede einzelne Bewertung passiert dieses extrem zuverlässige System. Zudem haben wir mehr als 250 Leute, die rund um die Uhr die Integrität der Inhalte überprüfen. Erwischen wir etwa einen Hotelier, der betrügt, gibt es verschiedene Sanktionsmöglichkeiten, bis hin zu einem Warnhinweis beim Hoteleintrag. Allerdings sprechen wir zuvor immer mit dem Hotelier. Schalten wir den «Red Badge» einmal auf, bleibt er sehr lange. Betrügen ist ein gefährliches Spiel.

«Nur ein winziger Teil der über 225 Mio. Bewertungen wird von uns als problematisch herausgefiltert.»

Nicht für Gäste. Der Verband hotelleriesuisse kritisiert, dass TripAdvisor die Möglichkeit zur Bewertung nicht von einer Buchung abhängig macht, wie es etwa Booking tut. So kann jemand bewerten, der gar nicht im Hotel abgestiegen ist.
Wir sind kein OTA [Buchungsportal, Anm. d. Red.], das heisst, wir können Buchung und Bewertung nicht miteinander koppeln. Zudem zählt für uns jede Erfahrung. Wenn etwa eine Gruppe von sechs Personen gemeinsam isst, möchten wir allen beteiligten Personen die Möglichkeit geben, das Restaurant zu bewerten, nicht nur demjenigen, der die Rechnung bezahlt.

Hoteliers in der Schweiz kritisieren auch regelmässig, dass sie bei TripAdvisor keine Ansprechperson hätten.
Wir sind jederzeit offen für den Dialog. Hoteliers können uns über die Customer Support Hotline kontaktieren oder ihr Management Center nutzen. Zudem haben wir mit Tom Breckwoldt für die Schweiz einen T4B-Manager [T4B ist der Geschäftskundenbereich, Anm. d. Red.].

Sie sind seit Herbst 2014 global für die Beziehungen zu den Anbietern zuständig. Zuvor gab es diese Stelle nicht. Hatte TripAdvisor erkannt, dass gerade die Beziehungen zur Hotellerie verbessert werden mussten?
Ein Unternehmen kann sich immer verbessern. Ich führe einfach die grossartige Arbeit fort, die wir bereits zuvor geleistet haben.

Viele Hoteliers betrachten die grossen Buchungsplattformen mit Argwohn. Gilt das auch für TripAdvisor?
Ich habe viele Kontakte in die Branche, habe zum Beispiel auch Thomas Allemann von hotelleriesuisse einige Male getroffen. Und immer bin ich warm empfangen worden.

Vor Kurzem haben Sie in den USA den Service Instant Booking eingeführt. Wird nun auch TripAdvisor zur Buchungsplattform?
Das bin ich in letzter Zeit oft gefragt worden. Aber nein, wir werden auch künftig keine Buchungen abwickeln. Wir haben Instant Booking auf unserer Plattform Trip Connect aus zwei Gründen eingeführt. Einerseits wollen wir dem Reisenden die Buchung erleichtern. Andererseits wollen wir den Hotels mehr Direktbuchungen ermöglichen. Mit Instant Booking erreichen wir beide Ziele.

TripAdvisor als Freund und Helfer der Hoteliers …?
Ja, das sind wir, ehrlich! Ich könnte nicht für ein Unternehmen arbeiten, dem ich nicht vertraue. Es ist grossartig, was wir für Kunden und Anbieter tun. Bei TripAdvisor kann jeder seinen Auftritt haben, so viele Infos und Bilder hochladen, wie er will. Niemand sonst offeriert so viele Gratisoptionen für eine globale Präsenz wie wir. Darüber gibt es viele wunderschöne Geschichten, etwa jene eines Reiseführers in einem Armenviertel in Kapstadt, der dank den guten Bewertungen auf TripAdvisor so erfolgreich wurde, dass das Tourismusministerium einen Film über ihn machte! Uns musste er keinen Penny bezahlen.

«Niemand sonst offeriert einem Betrieb so viele Gratisoptionen für eine globale Präsenz wie wir.»

2014 nahm TripAdvisor 1,25 Mrd. US-Dollar ein. Umsonst kann nicht alles sein.
Nein, natürlich machen wir ein Geschäft. Vermitteln wir einem Hotelier oder einer Buchungsplattform über Instant Booking einen Kunden, erhalten wir eine Kommission. Ein wachsendes Segment sind auch die Business Listings: Immer mehr Hotels und andere Anbieter zahlen ein solches Abonnement, damit wir den Kunden direkt auf ihre Website weiterleiten. Zudem zählen die Werbung und das Cost-per-Click-Geschäft zu den wichtigen Geschäftsbereichen.

Wie gross sind die Anteile der Hotels, die die freien bzw. die zahlungspflichtigen Optionen nutzen?
Das sind Daten, die wir nicht publizieren.

In den letzten Jahren stammte gut die Hälfte der Einnahmen von Booking und Expedia. Was sagen Ihre besten Kunden dazu, dass TripAdvisor den Hotels zu mehr Direktbuchungen verhelfen will?
Natürlich arbeiten wir eng mit diesen Portalen zusammen, sie sehen uns als Motor für ihr Geschäft.

Eben: Alle kann man nicht zufriedenstellen.
Ich bin überzeugt, dass es genügend Platz für alle gibt. Statt alle zufriedenzustellen, müssen wir uns alle in den Dienst des Kunden stellen.

Die Buchungsplattformen machen sich mit ihren Bewertungen in der Domäne von TripAdvisor breit. Fürchten Sie die Konkurrenz?
Nein, denn wir sind einzigartig. Alle anderen sind Buchungsplattformen.

Hat eine reine Bewertungsplattform Zukunft?
User Generated Content gewinnt in der Reiseindustrie nach wie vor an Bedeutung. Die Leute lieben es einfach, sich durch andere Reisende informieren zu lassen.

Wo liegt Potenzial brach?
Unsere Mission ist seit Beginn, dass der Kunde bei uns seine perfekte Reise abwickeln soll. Mittlerweile geht es nicht mehr nur um die Planung, sondern auch um die Information während der Reise. Deshalb bauen wir unsere mobilen Dienste aus, damit der Reisende vor Ort erfahren kann, wo gut gegessen wird oder wo es was zu sehen gibt. Wir wollen alle Angebote abdecken, die mit Reisen zu tun haben. Wachstum ist auch durch Personalisierung möglich. Das ist ein grosser Schritt für uns. Je besser wir wissen, wonach ein Kunde sucht, umso spezifischer sind die Angebote, zu denen wir ihn leiten. Das wird auch kleinen Nischenanbietern helfen.

Zum Unternehmen Mit Bewertungen 1,25 Mrd. umgesetzt

Das Online-Reiseunternehmen TripAdvisor hat 2014 mit der Vermittlung von Buchungen und Werbung einen Umsatz von 1,25 Mrd. Dollar erwirtschaftet, was gegenüber dem Vorjahr ein **Wachstum von 32 Prozent** bedeutet. Diese Expansion ist auch Zukäufen geschuldet. Insgesamt führt TripAdvisor **25 Reisewebsites,** u. a. Airfare Watchdog und Holiday Watchdog, Cruise Critic, The Fork oder Viator.

Vom Umsatz entfielen im letzten Jahr 91 Prozent auf das Geschäft mit Hotels, Pensionen und B&B, der Rest auf Ferienunterkünfte, Attraktionen und Restaurants. Auf TripAdvisor sind **950 000 Hotels,** Pensionen und B&B, 700 000 Ferienunterkünfte, über 500 000 Sehenswürdigkeiten und 2,5 Mio. Restaurants präsent. Das börsenkotierte Unternehmen mit Sitz in den USA wird von **Stephen Kaufer** geleitet, der TripAdvisor im Jahr 2000 gegründet hat. axg

Gelieferte Kinderkost hat es schwer

Wie gekocht wird, sehen Kinder beim angelieferten Essen nicht. Dem Appetit auf mehr Gemüse scheint das nichts anzuhaben. SV Group

Mit einem Outsourcen der Schulverpflegung kann die öffentliche Hand Geld sparen. Politisch schwierig erweist sich eine kalte Anlieferung – zudem können neue Kosten entstehen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Es sind vor allem Kostengründe, welche Kantone und Gemeinden dazu bewegen, ein Outsourcen der Verpflegung von Schulen oder Kindertagesstätten (Kitas) zu prüfen. Wie gross das Einsparpotenzial sein kann, zeigt die vom Kanton Luzern vorgelegte Rechnung im Zuge der Auftragsvergabe der Kantonsschulverpflegung an die SV Group: Bisher kosteten die Mensen von sechs Luzerner Gymnasien den Kanton jährlich 4,3 Mio. Franken. Wenn der Caterer ab dem 1. Oktober den Kochlöffel schwingt, sollen es 900 000 Franken pro Jahr weniger sein. Das Einsparpotenzial liegt also bei satten 20 Prozent – dies, obwohl der Kanton das Grossinventar und die Räumlichkeiten weiterhin zur Verfügung stellt.

Als Gründe führt der Luzerner Bildungs- und Kulturdirektor Reto Wyss andere Einkaufskonditionen des Caterers an, dessen Ausrichtung am Markt sowie die Anstellungsbedingungen entsprechend den Konditionen der Gastronomiebranche – sprich Personalkosteneinsparungen. Beim Kanton Luzern beschäftigt man sich mit dem Kostenproblem Schulverpflegung bereits seit gut zehn Jahren. Realisierte Optimierungen beim Einkauf haben anscheinend nicht zu einer ausreichenden Kostenreduktion geführt. «Aufgrund des Finanzdrucks der öffentlichen Hand haben wir entschieden, uns auf unseren Kernauftrag Bildung zu fokussieren», verdeutlicht Reto Wyss.

Betriebswirtschaftliche, aber auch ernährungsfachliche Motive veranlassten die Stadt Bern, bei fünf Tagesschulen und sechs Tagesstätten die kalte Anlieferung zu testen. Der Pilot läuft seit Anfang Jahr, Caterer ist hier die Menu and More AG aus Zürich, eine Tochtergesellschaft der Eldora-Gruppe (vormals DSR). Die vor dem Start pro Portion errechneten Kostenunterschiede zwischen der Variante eigene Produktionsküchen (12 bis 14 Fr./Portion) und externer (kalter) Anlieferung (7 bis 8 Fr./Portion) klangen vielversprechend. Nun da das Vorhaben seit einigen Monaten läuft, ist Irene Hänsenberger, Leiterin Schulamt Stadt Bern, nicht mehr ganz so überzeugt, dass die Kostendifferenz in der Realität wirklich so gross ausfällt. «Unsere grosse Erkenntnis ist, dass durch die kalte Anlieferung vor Ort plötzlich zusätzliche Personalkosten entstehen.» Die von Menu and More angelieferten Betriebe erhielten schon vorher das Essen von extern – allerdings warm. Dieses konnte direkt aus den Transportbehältern geschöpft werden. Nun jedoch ist ein Regenerationsprozess erforderlich. Dazu kommt neu auch die Menüplanung: Aus dem breiten Angebot des Zürcher Caterers können, respektive müssen die Betreuungspersonen oder Betriebsleitungen das Gewünschte selbst zusammenstellen. «Noch ist nicht klar, ob wir mit Menu and More die Kinder schlussendlich viel günstiger verpflegen», meint Hänsenberger. Bis Ende Jahr will man sich für ein Auswerten und Abwägen der Fakten noch Zeit geben.

> **«Noch ist nicht klar, ob wir mit Menu and More viel günstiger verpflegen.»**
> **Irene Hänsenberger**
> Leiterin Schulamt Stadt Bern

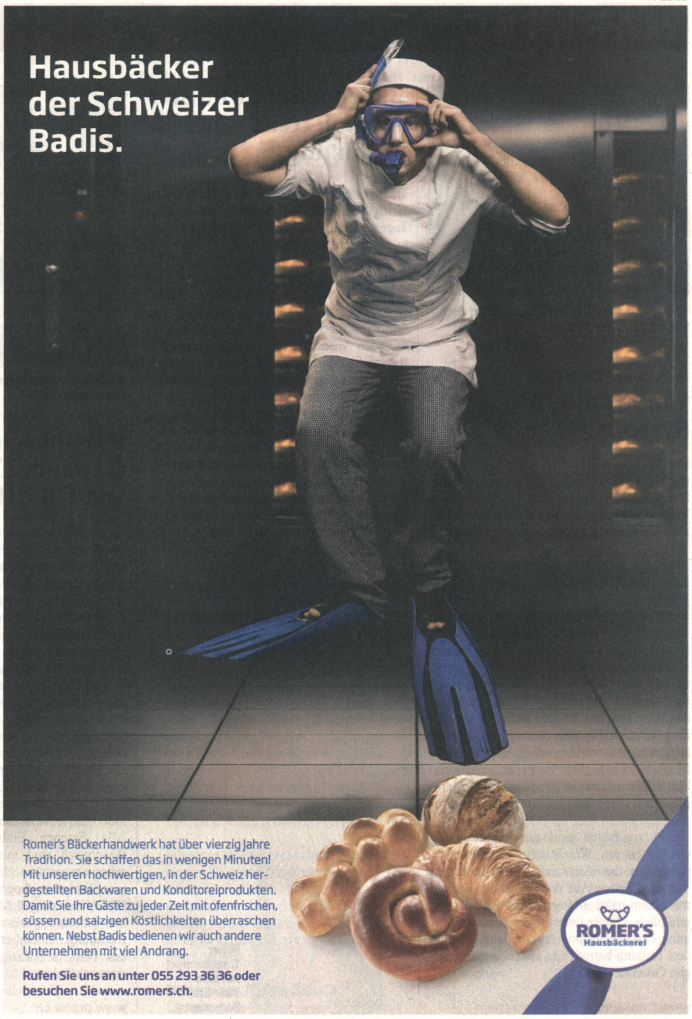
Ganz klar ist für die Schulamtsleiterin aber, dass die Qualität des Aufgetischten mit der kalten Linie deutlich besser ausfällt als vorher, als die Komponenten jeweils rund zwei Stunden warmgehalten wurden. Zudem müsse weniger weggeworfen werden. Trotzdem kämpft die Schulamtschefin mit Gegenwind seitens Politik und Schulen. Hauptkritikpunkte sind die grosse Anlieferdistanz und das vorgekochte Essen aus Kunststoffbeuteln. Aufgrund der ersten Erkenntnisse aus dem Pilot und des politischen Drucks muss Hänsenberger eine Nachfolgelösung für die Anlieferung aus Zürich prüfen: «Das politische Ziel ist eine regionale Lösung.»

Längere Vertragslaufzeiten als im Business-Segment

Politischem Gegenwind ist ebenso die externe Verpflegungslösung bei sechs Tagesschulen der Stadt Biel ausgesetzt: Seit gut zwei Jahren lässt hier die SV Group die Mahlzeitenkomponenten kalt anliefern. Produziert werden diese bei Le Patron in Böckten. Mit einem dringlichen Postulat soll ein Stopp einer weiteren Ausdehnung der Catererlösung geprüft werden. Zwei Tagesschulen der Stadt haben noch eine eigene Produktionsküche, fünf werden von grösseren Kita-Küchen aus versorgt. Eine bei der Stadt eingereichte Initiative für «gesunde Ernährung» fordert nun ein Aufheben der industriellen Produktionsweise und dass möglichst mit lokal Produziertem, idealerweise aus biologischem Anbau, gekocht wird. Aktuell wird die Gültigkeit der Initiative geprüft. Ist diese gegeben, kommt die Initiative vors Volk. Die Diskussion sei sehr emotional gefärbt und habe «viel mit Überzeugungen zu tun», bemerkt Marcel Meier, Leiter Tagesschulen der Stadt Biel. Denn auch bei der SV Group stammen 90 Prozent der Nahrungsmittel aus der Schweiz. Hauptgrund für das Outsourcen waren die begrenzten Produktionskapazitäten. Um diese zu schaffen, hätte der Investitionswille gefehlt – indirekt also wiederum ein Kostenproblem. Ohne Berücksichtigung dieser Investitionskosten ist der Kostenunterschied jedoch eher marginal: Bezogen auf die Waren- und Personalkosten betrage der Unterschied zwischen warmer Anlieferung durch eine Kita und kalter aus Böckten gerade mal einen Franken, schätzt Meier. Das Drei-Komponenten-Menü beziehe man bei der SV Group für durchschnittlich 5 Franken.

Trotz Widerstand seitens Politik, Schulen oder Eltern rechnen die Caterer, dass es aufgrund des Spardrucks zu einer Umverteilung kommt. Bei der SV Group ortet man das Potenzial primär bei Krippen und Schulen ohne Kücheninfrastruktur, also in der Anlieferung. Die ZFV-Unternehmungen, bei denen das Segment Bildung über 40 Prozent des Gesamtumsatzes ausmacht, verzeichneten bei der Schulverpflegung in den letzten fünf Jahren eine Umsatzzunahme von 30 Prozent; allein im letzten Jahre waren es 11 Prozent. «Das Segment Bildung hat damit massgeblich zum Unternehmenswachstum beigetragen», betont CEO Andreas Hunziker. Attraktiv am Bildungsbereich sei zudem die längere Vertragslaufzeit von fünf bis zehn Jahren (Business: drei- bis fünfjährige Verträge) und die «grössere Loyalität» der Vertragspartner.

ANZEIGE



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

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

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

Ressortleitung:
diese woche: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldara/aca
fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenczek/gsg
Grafik und Produktion: Carla Barron-Secci/cbs (Leitung); Beat Felber/bf; Roland Gerber/rg
Korrektorat: Paul Le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak

htr Online
Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
News-Team: Natalie-Pascale Aliesch/npa; Daniel Stampfli/dst
Praktikum: Ahmad Daschti/ad

Verlag
Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hänni
Stelleninserate: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Ahmad Daschti/ad
Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Simona Manoelli
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. 4.50, Jahresabonnement Fr. 175.–.
ISSN: 1424-0440

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

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

Die Expertin weiss Rat

Ein Rabatt-Pass für die Gäste

LESLIE MÜLLER
ist Product Managerin bei STC. Sie beantwortet an dieser Stelle alle zwei Wochen Fragen rund um STC und deren Dienstleistungsangebot.

Sich in einem Restaurant kulinarisch verwöhnen lassen, touristische Ecken und Attraktionen der Schweiz entdecken oder Schweizer Tradition aus erster Hand erleben. Dies und vieles mehr ermöglicht Ihren ausländischen und Schweizer Hotelgästen der Swiss Coupon Pass.

Frage: Was genau ist der Swiss Coupon Pass?
Antwort: Der Swiss Coupon Pass bietet mit «2-für-1»-Angeboten im ganzen Land Vergünstigungen an, ist ein neues Produkt von Switzerland Travel Centre und dient Touristen im Ferienland Schweiz als breit gefächerte Inspirationsquelle. Das Gutscheinbuch mit 72 Coupons bietet Besuchern und Besucherinnen für 59 Franken eine ebenso grosse wie seriöse Auswahl an Rabatten im Gesamtwert von über 2000 Franken: Sei es für Bergrestaurants, auf Schlemmerkreuzfahrten oder Bergbahnfahrten, Stadtführungen, Upgrades auf Bahnreisen, auf Eintritten zu touristischen Sehenswürdigkeiten oder für sportliche Aktivitäten. Dabei sind die Coupons jeweils bis Ende des laufenden Jahres gültig.

Frage: Welches Gästesegment wird mit dem Gutscheinbuch angesprochen?
Antwort: Der Swiss Coupon Pass eignet sich für ausländische Individualreisende genauso wie für inländische Unternehmenslustige. Er ist in deutscher und englischer Sprache erhältlich. Besonders gut kommt der Swiss Coupon Pass momentan bei Gästen aus dem Euroraum an. Denn gerade in Zeiten des teuren Frankens kann er die Nebenkosten einer Schweiz-Reise markant senken. Dabei zahlt sich der Kauf auf Kundenseite keineswegs nur im Falle von längeren, ausgedehnten Schweiz-Ferien aus: Bereits ab einem zweitägigen Aufenthalt, beziehungsweise ab zwei eingelösten Coupons, zeigt sich der Swiss Coupon Pass lohnenswert. Die damit für den Gast erzielten Einsparungen können sich schnell auf mehrere hundert Franken belaufen.

Von Stadtführungen (oben in Luzern) bis Bergbahnfahrten: Der Swiss Coupon Pass bietet eine Vielzahl an Rabatten. Elge Kenneweg

Frage: Wie wird der Coupon-Pass vertrieben und welche Vorteile bringt mir der Verkauf des Gutscheinbuches an meine Hotelgäste?
Antwort: Die Distribution erfolgt über elf Touristenbüros, online über www.swiss-couponpass.ch sowie über ausländische Touroperators. Weiter liegt das Gutscheinbuch am Flughafen Zürich zum Kauf auf. Über 1000 Pässe wurden bereits an Vertriebspartner aus Übersee verkauft. Aber auch Sie als Hotelier können den Pass zum Spezialpreis erwerben und Ihren Gästen damit einen Mehrwert bieten: Als Einsteigerpreis für Hotels gibt es zehn Swiss Coupon-Pässe im Wert von 590 Franken für 150 Franken. Dieses Starterpaket beinhaltet einen Steller sowie ein diebstahlgesichertes Ansichtsexemplar. Weitere Exemplare können (ab 10 Stück) zum Nettoeinkaufspreis für Partner von 39 Franken pro Coupon-Heft nachbestellt werden. Bei Longstay-Gästen empfiehlt es sich, den Pass im Zimmerpreis einzurechnen und als Gratis-Add-on an die Kunden abzugeben; daneben lässt er sich etwa auch als weiteres Verkaufsargument in Spezialpackages einbinden.

Kontakt: Frau Silvia Krähenbühl, Tel. 043 210 55 19, touroperating@stc.ch

STC als kompetente Dienstleistungs-Partnerin

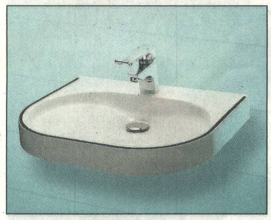
STC Switzerland Travel Centre, eine Tochtergesellschaft von hotelleriesuisse, SBB und Schweiz Tourismus, vertreibt Schweizer Hotel- und Bahndienstleistungen weltweit. STC bietet Schweizer Hotels einen einfachen und kostengünstigen Zugang zu Direktkunden und Veranstaltern weltweit sowie zu attraktiven Angebotskampagnen in der Schweiz.

stc switzerland travel centre experience switzerland

Haben Sie Fragen an STC?
Telefon 043 210 55 15 (Mo–Fr, 8–17 Uhr)

E-Mail: hotelhelpdesk@stc.ch

MARKTNOTIZEN



«Design für alle»: Der VARIUScare Waschtisch von Franke Water Systems.

VARIUScare von Franke Water Systems

Der Waschtisch VARIUScare berücksichtigt die Anforderungen für einen barrierefreien Einsatz. Integrierte Griffhilfen am Waschtischrand machen das Heranziehen und Abstützen von allen Seiten möglich.

Herzstück jedes Waschraums ist der Waschtisch. Bei der Gestaltung dieses Produkts gibt es hinsichtlich Design, Funktionalität und Kombinierbarkeit nahezu grenzenlose Möglichkeiten. Flexibel, zeitlos und individuell soll der Waschtisch sein. Vor diesem Hintergrund hat sich Franke Water Systems bei den VARIUScare Einzelwaschtischen für eine weiche, abgerundete Kontur entschieden. Die Waschtische sind nach der Vorstellung «Design für alle» konzipiert, sie sind äusserst gebrauchsfreundlich und für alle Menschen zugänglich. Form und Funktionalität erfüllen auch die Ansprüche von Menschen mit körperlichen Einschränkungen.

Leicht zu fassen sind die integrierten Griffhilfen am Waschtischrand. Sie ermöglichen das Heranziehen und Abstützen von allen Seiten. Auf Wunsch ist das Becken mit einem nahtlos eingefassten Farbstreifen erhältlich. Dieser liefert unter Berücksichtigung des Zwei-Sinne-Prinzips sowohl eine den Tastsinn betreffende als auch eine visuelle Orientierung.

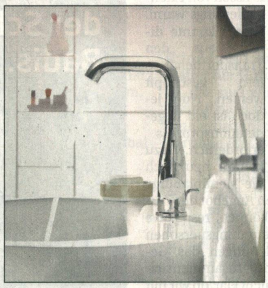
www.franke.com

Bademantel Twin-Star – nobel, trendy und nachhaltig

Hotelgäste sind begeistert über den weichen Griff, die dezent schimmernde Optik und den angenehmen Tragekomfort dieses Bademantels, den Hoteliers wiederum für seine andauernde Weichheit und lange Lebensdauer schätzen. Dazu ist der Twin-Star an der Innenseite aus weicher und saugfähiger Baumwolle, an der Aussenseite verleihen ihm fein-flauschige Polyestergarne den schimmernden Ausdruck von Velours. Durch den Raglan Schnitt legt sich der Bademantel angenehm an Brust und Schulter an, was den Tragekomfort vollendet. Im Objekteinsatz sorgt der Polyesteranteil dafür, dass der Twin-Star auch nach zahlreichen Wäschen weich bleibt. Im Vergleich zu einem Bademantel aus 100% Baumwolle **trocknet der Twin-Star 60% schneller** und spart entsprechend Energie. Der Bademantel wird in europäischer Produktion nach Ökotex Standard 100 Klasse 1 hergestellt. Welcher Bademantel könnte besser in unsere Zeit passen?

www.u-kreiner.com

Hoher Tragekomfort mit dem Twin-Star Bademantel.



Neuinterpretation eines beliebten Klassikers: Essence von GROHE.

Purismus im neuen Gewand: Essence von GROHE

Selten traf ein Name so genau ins Schwarze: Die Armaturenlinie Essence ist reduziert auf ihre reine Essenz. Dank der neuen 28-Millimeter-Kartuschentechnologie konnte GROHE ihr Design zusätzlich verschlanken und dadurch ihre minimalistische Form noch stärker betonen. Essence bietet zudem zusätzlichen Freiraum bei der Nutzung; ein schwenkbarer Auslauf und der bewegliche GROHE AquaGuide® Mousseur erhöhen die Funktionalität. Der Ursprung ihres einzigartigen Designs ist unverkennbar: Hervorgegangen aus der ersten rein zylindrischen GROHE Linie präsentiert sich die Armatur als Neuinterpretation des beliebten Klassikers. Dabei bietet Essence dank einer nie dagewesenen Produktauswahl alles für die individuelle Ausstattung des urbanen Bades. Alle Essence Einhandmischer für den Waschtisch sind mit 28-Millimeter-Kartuschen ausgestattet, die über einen integrierten Temperaturbegrenzer verfügen. Der GROHE EcoJoy® Mousseur trägt dem hohen Nachhaltigkeitsanspruch von GROHE Rechnung, indem er die Durchflussmenge des Wassers reduziert, ohne den Komfort einzuschränken.

www.grohe.ch

Neue Tork-Seifenspender

Kleine Kinder, an Rheuma erkrankte oder ältere Menschen – schätzungsweise 30 Prozent der Bevölkerung haben nicht genügend Kraft in den Händen, um einen normalen Seifenspender so zu bedienen, dass er die volle Dosierung ausgibt. Deshalb hat Tork einen besonders anwenderfreundlichen Druckknopf entwickelt.

Damit saubere Hände keine Frage der Kraft sind, hat Tork die manuell bedienbaren Spendersysteme S1 und S2 der Elevation Spenderlinie mit einem innovativen und patentierten Druckknopf-System ausgestattet. So können auch Personen, die sonst nicht über die nötige Kraft verfügen, den Seifenspender so bedienen, dass er die vollständige Dosierung ausgibt.

Diese Tork-Spendersysteme wurden von der schwedischen Rheuma-Organisation mit dem «Easy-to-use»-Zertifikat für besonders einfache Bedienbarkeit ausgezeichnet. Die Hygienemarke verfügt damit über die ersten Seifenspender auf dem Markt, die von einer unabhängigen Organisation zertifiziert wurden. Neben dem neuen Druckknopf gibt es eine weitere Neuerung: Der Tork-Spender für Flüssigseife (S1 System) kann ab sofort auch mit einer neu entwickelten Sprayseife bestückt werden, die durch höchste Ergiebigkeit überzeugt.

www.sca-tork.com

Auch bei schwachem Druck die volle Dosis. Die neuen Tork-Seifenspender.

Im Bild: die aktuelle Tischwäsche-Kollektion Nippon.

Eis, Eis, Baby …

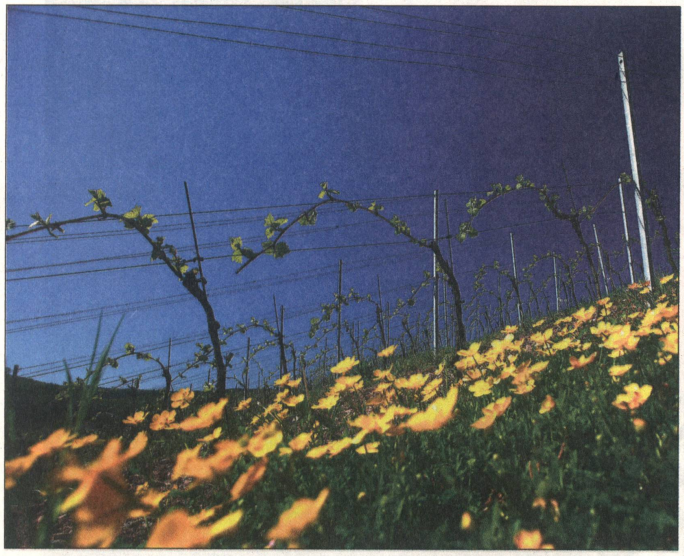
Die im Frühling ansteigenden Temperaturen und die ersten warmen Sonnenstrahlen wecken in uns Lebensfreude. Ein feines Glacé oder ein kühles Bier im eben eröffneten Biergarten ist jetzt genau das Richtige.
Stimmt nebst der Erfrischung das dazugehörige Ambiente, schmeckt alles gleich viel besser. Eine farbenfrohe, freche und pflegeleichte Gartentischwäsche unterstreicht ein tolles Gefühl und lässt die Gäste von «Dolce far niente» und Sommerferien träumen.
Ein Beispiel unserer aktuellen Tischwäsche-Kollektion ist der Artikel Nippon (im Bild die Farbe Anis).

Diese Jaquard-Tischwäsche aus 100% Baumwolle hat folgende Eigenschaften:
- Waschbar bei 60 °C
- Gute Lichtechtheit, gut für den Aussenbereich
- Trockner-geeignet
- Leuchtende, intensive Farben.

Das Gewebe erhält durch den Einsatz einer speziellen Cloque-Bindung nach dem ersten Waschen einen Relief-Effekt. Dieser Effekt macht Bügeln überflüssig, da die Lebendigkeit der Oberfläche den Charme des Produktes ausmacht. Für den Einsatz im Aussenbereich empfehlen wir, Waschmittel ohne optischen Aufheller zu verwenden, um die Lichtechtheit zu gewähren.
Wünschen Sie klassische, authentische, trendige, urchige oder ganz individuelle Tischwäsche? Mit einem flexiblen Tischwäsche-Modulsystem wie auch einem Standardsortiment, welches sofort verfügbar ist, erfüllen wir Ihre Ansprüche an Farbe, Design, Grösse, Qualität und Wirtschaftlichkeit. Ihre Gäste wissen es zu schätzen.

www.lwbern.ch

Beliebte deutsche Eleganz



Bezüglich Herbiziden und Pestiziden ist weniger mehr: Auch in deutschen Rebbergen wird naturnah und nachhaltig gearbeitet. zvg

Deutsche Weiss- und Grauburgunder trinkt man auch in der Schweiz immer lieber. Am Montag gab es in Zürich einen Überblick über das aktuelle deutsche Weinsortiment.

RENATE DUBACH

Offensichtlich sind die deutschen Weine es wert, entdeckt zu werden», freute sich Ulrike Lenhardt vom Deutschen Weininstitut DWI am Montag im Zürcher Kongresshaus. Lenhardt begründete ihre Aussage damit, dass die heuer zum fünften Mal ausgetragene Verkostung deutscher Weine mehrere Rekorde brach: Es waren noch nie so viele Weingüter in Zürich vertreten, nämlich 60, noch nie so viele Weine konnte man degustieren, etwas über 300, und noch nie gab es so viele Anmeldungen für das geführte Seminar. Dieses trug den nicht gerade spektakulären Titel «Dream Team Riesling & Pinot Noir» – wer in der Schweiz deutsche Weine trinkt, greift wohl in erster Linie zu einem Riesling. Es wurde geleitet von Christoph Kokemoor, Chef-Sommelier des Hotels Les Trois Rois in Basel und htr-Kolumnist. Zum Glück gab es dann zum Einstieg zwei Weissburgunder und zwei Grauburgunder – Vertreter derjenigen zwei Rebsorten also, die in Deutschland in den letzten Jahren am meisten Anbaufläche gewonnen haben (siehe Zweittext). Schon das erste Beispiel, ein Weissburgunder Katzenkopf 2014 von Max Müller in Franken, zeigte Eleganz trotz opulenter Aromen von reifen gelben Früchten. Ab Weingut kostet die Flasche um die zehn Euro. Auch die beiden Grauburgunder überzeugten: der Keuper Ortswein 2014 aus der Pfalz vom Weingut Dr. Wehrheim mit Würze, Mineralik und Schmelz, ebenso wie der Grauburgunder «S» 2013 vom badischen Weingut Franz Keller, der zusätzlich etwas Barriquenoten erhalten hatte.

Petrol oder Restsüsse – was man mehr oder weniger mag

Bei den Rieslingen – fünf an der Zahl – konnten die Seminarteilnehmer persönliche Vorlieben bestätigen oder anpassen: Mag man «seinen» Riesling mit mineralischen Schiefernoten, wie etwa beim saftigen und seidigen Terra Montosa 2013 vom Weingut Georg Breuer aus dem Rheingau? Stören die extrem feinen Petrolnoten in der Zeltinger Sonnenuhr 2012 von Selbach-Oster an der Mosel – oder eher die hohe Restsüsse von 26 Gramm pro Liter?

Spannend war der Vergleich zweier Pfälzer Muschelkalk Rieslinge vom Weingut Ökonomierat Rebholz der Jahre 2008 und 2012. Der Ältere hatte ein leicht dunkleres Gelb, eine absolut präsente Säure und vielleicht ein, zwei Ecken und Kanten mehr als der Jüngere. Kokemoor meinte, der 2008er könnte gut noch mindestens zehn Jahre lagern und riet, die deutschen Rieslinge nicht zu kalt zu servieren und zu dekantieren: «Die Weine brauchen etwas Hilfe, mit dem Dekantieren geben Sie ihnen mehr Präsenz.» Und vor allem: ein paar Jahre im Keller liegen lassen.

Auch mit der Diva kommt man zurecht

«Kann man Rotweine aus Deutschland wirklich trinken?» Die vier Pinot Noir – oder Spätburgunder, wie sie im Nachbarland oft genannt werden – beantworteten die provokative Frage von Christoph Kokemoor eindeutig. Mit der «Diva mit Starallüren», wie die deutsche Weinexpertin Ina Finn den Pinot Noir nennt, kommt man auch in deutschen Rebbergen auf ausgezeichnete Resultate. Zum Beispiel mit dem Henkenberg GG 2012 vom erfolgreichen Badener Winzer Konrad Salwey. Eine perfekte Kombination aus Fruchtaromatik, Mineralität und Röstnoten: fein, vielschichtig und würzig. Und bezahlbar: Der Konsumentenpreis in der Schweiz liegt bei 33 Franken.

Zahlen und Fakten Deutschlands Weinproduktion nimmt zu, konstant bleiben die zehn beliebtesten Rebsorten.

Von der Schweiz aus gesehen steht Deutschland auf Platz 6 bei den Weinimporten, nach Südafrika, aber neuerdings vor den USA: 2014 wurden 47 000 Hektoliter Wein eingeführt, was 2,5 Prozent der gesamten schweizerischen Weinimporte ausmacht.

Deutschland verfügt über gut 100 000 Hektar Rebfläche, die in den letzten 20 Jahren recht konstant geblieben ist. Das Verhältnis von weissen zu roten Sorten liegt bei rund zwei Drittel zu einem Drittel. Knapp ein Viertel ist mit Riesling bestockt. Das heisst, dass weltweit jede zweite Rieslingrebe auf deutschem Boden steht. Bei den roten Sorten ist der Spätburgunder Spitzenreiter, er besetzt einen Drittel der Fläche und belegt international den dritten Platz. Der Grauburgunder hat im vergangenen Jahr mit 5,3 Prozent den grössten Flächenzuwachs erreicht. Seit 2000 verdoppelte sich seine Anbaufläche auf knapp 6000 Hektar, damit liegt Deutschland beim Pinot Grigio hinter Italien auf Platz 2. Auch bei der Trendsorte Weissburgunder legten die deutschen Winzer zu: In den letzten 15 Jahren wuchs seine Rebfläche um 85 Prozent auf knapp 5000 Hektaren an. Sauvignon Blanc wird ebenfalls mehr angepflanzt, andere internationale Sorten wie Merlot oder Cabernet Sauvignon hingegen kaum mehr. Von den über hundert Rebsorten, die zu finden sind, haben nur wenige eine grössere wirtschaftliche Bedeutung. Die zehn wichtigsten decken allein rund 80 Prozent der deutschen Rebfläche ab.

Letztes Jahr stellten die deutschen Weinproduzenten 9,2 Millionen Hektoliter her; die Menge liegt 9 Prozent über dem Vorjahresertrag und im Durchschnitt der letzten zehn Jahre. 2014 wurden nur gerade 1,2 Millionen Liter im Wert von 315 Millionen Euro exportiert, im Vergleich zu 2013 entspricht dies einem Minus von 9,2 Prozent in der Menge und von 5,6 Prozent im Wert. Grund dafür ist die unterdurchschnittliche Erntemenge des Jahrgangs 2013. Der wichtigste Auslandsmarkt für deutsche Weine sind nach wie vor die USA, wo ein Viertel des gesamten Exportwertes erzielt wird, gefolgt von den Niederlanden mit 12 Prozent. rd

Kolumne

Sarah Quigley ist Schriftstellerin. Sie wuchs in Neuseeland auf, machte ihren Doktor der Literatur in Oxford und lebt jetzt in Berlin. Für die hotel revue schreibt sie über die schönen Seiten des Lebens.

Notvorrat für würzige Ferien

Ferien zeichnen sich durch Unzuverlässigkeit aus. Man kann sich nicht darauf verlassen, dass Flugzeuge pünktlich landen, oder auf schönes Wetter, und man kann sich immer noch nicht darauf verlassen, dass der Internetzugang gratis ist. Man kann sich nicht darauf verlassen, dass sich Arbeitskollegen nicht mit «eiligen» Aufträgen melden. Man kann sich nicht auf sich selbst verlassen, Arbeitsprobleme zu Hause zu lassen.

Eines ist hundertprozentig sicher. Man vergisst immer etwas Notwendiges. Und man stellt erst dann fest, was man vergessen hat – iPad, zusätzliche Kreditkarte, Schlüssel der Ferienvilla – wenn man sich auf halbem Weg zum Flughafen befindet, was dann Entscheide in Sekundenschnelle nötig macht. Kommt es günstiger, nach Hause zu rasen, das Ding zu packen und den Flug zu verpassen, oder weiterzureisen, pünktlich anzukommen und dann einen örtlichen Schlüsseldienst zu finden, der einen Auftrag am Sonntag annehmen will?

Wie wir älter werden, so werden wir langsamer: unser Körper, unser Gedächtnis. Letzte Woche fühlte ich mich nach einigen harten Arbeitswochen etwa hundert Jahre alt. Ich sass benommen in einem Taxi auf dem Weg nach Berlin Tegel. Ich dachte an all die lebensnotwendigen Dinge, und – für einmal – glaubte ich wirklich daran, dass ich alle bei mir hatte. Pass, ja! Aufladegerät für das Telefon, ja! Kreditkarten, Wechselgeld, passende Schuhe: ja-ja-ja! Mein falsches Sicherheitsgefühl dauerte an, als ich halb komatös in der hinteren Reihe einer ägäischen Boeing lag und auf Wolken starrte, die sich wie uralte Marmorsäulen auftürmten.

Tatsächlich hatte mein klappriges Gedächtnis diesen «Oh-mein-Gott!»-Moment erst, als ich schon lange auf dem Weg nach Athen hinein war. Gelb-braune Hügel und Olivenbäume rasten vorbei, ein warmer Wind peitschte meine Haare zu einem Vogelnest, und der Taxifahrer mit schmelzenden braunen Augen und beschränktem geografischen Wissen fragte mich, wo ich geboren worden war. «Neuseeland» (erntete einen schmelzenden, leeren Blick) wurde zu «in der Nähe von Australien», das wurde zu «Südpazifik». Danach war es bloss ein Hüpfer, ein Sprung und ein Satz zu «Asien», was dann zu asiatischem Essen (das Mittagessen im Flugzeug war mager ausgefallen), und zu «Sushi» und «Wasabi» führte – was dazu führte, dass ich plötzlich kerzengerade und entsetzt im Auto sass. Endlich erinnerte ich mich daran, was ich vergessen hatte.

Alle, die diese Kolumne kennen, wissen, dass mich eine langjährige Liebesbeziehung mit Griechenland verbindet, wo die Männer aus der richtigen Mischung von Schmelz und Macho sind, wo die Luft seidiger und das Joghurt cremiger ist; wo Tomaten wie Tomaten schmecken und man «Wie wundervoll» denkt, … bis … bis …

Es gibt einen Wermutstropfen, einen Haken in meinen hoffnungsvollen Plänen, das Flugzeug nach Hause immer wieder zu verpassen und für immer in Griechenland zu bleiben. Die griechische Küche, man muss es zugeben, kann etwas eintönig werden. Nach dem Bewundern von Moussaka und Dolmades, dem Geniessen von hundert beeindruckenden Tomaten schmachte ich nach Würze. Während die hunderterste tolle Tomate auf meinem Teller landet, lechze ich nach einem intravenösen Chili-Shot. Einer belebenden Explosion von Zitronengras, einem Tränen in die Augen treibenden Wasabi-Stich – aber vor allem, einer langen, langsamen, sirupigen Spur von schwarz-goldenem Soja.

Wie eine wählerische Achtzigjährige, die mit besonderen Diätvorschriften reist, habe ich angefangen, Kikkoman-Sauce mit nach Griechenland zu bringen. Es ist verrückt, ich weiss, aber es ist besser, als meine Ferien damit zu beenden, köstliche gefüllte Paprika beinahe hasserfüllt anzustarren. Mit Kikkoman in der Tasche bin ich glücklich in meinen Ferien. Ohne?

Ich sitze mit aufgerissenen Augen in einem Taxi und frage den geografiemässig herausgeforderten Fahrer verzweifelt, ob er asiatische Lebensmittel-Läden in Athen kennt, und verspreche ihm ein lächerlich grosses Trinkgeld, wenn er mich dorthin fährt, sofort.

Deutsch von Renate Dubach.
Das englische Original: www.htr.ch/sarah

Events

Jubiläumsausgabe von «Davidoff Saveurs Gstaad»

Vom 26. Juni bis 5. Juli 2015 findet in Gstaad die 20. Ausgabe der Genusswoche «Davidoff Saveurs Gstaad» statt. Wiederum gestalten dafür einheimische Chefs de Cuisine zwölf Lunch- und Dinner-Veranstaltungen mit internationalen Spitzenköchen. Auch dieses Jahr präsentiert ausserdem Titelsponsor Davidoff traditionellerweise das «Davidoff Diner» sowie eine Zigarren-Kreation in limitierter Auflage – heuer im «Gran-Toro»-Format.

www.davidoffsaveurs.ch

Dolder Grand: Festival mit 13 Spitzenköchen

Pablo Faccinetto

Vom 17. bis 20. September 2015 findet im «Dolder Grand» in Zürich die zweite Ausgabe des letzten Herbst lancierten Gourmetfestivals «The Epicure» statt. Chef Fine Dining **Heiko Nieder** begrüsst dazu 13 internationale Spitzenköche, darunter die 3-Sterne-Köche Quique Dacosta aus Spanien, Gert de Mangeleer aus Belgien und Christian Bau aus Deutschland. Am Festival im Zürcher Luxushaus werden insgesamt rund 600 Gäste erwartet.

www.theepicure.ch

Gastronomie

Tibits eröffnet neuen Standort in Oerlikon

Tibits expandiert weiter: Im Mai 2016 eröffnet der Vegi- und Vegan-Pionier einen neuen Standort in Oerlikon. Damit komme man dem «expliziten Wunsch vieler Gäste» entgegen, so das Unternehmen in einer Mitteilung. Im Neubau der Zürich Lebensversicherungs-Gesellschaft AG beim Sternen Oerlikon sind 150 Innen- und 100 Aussenplätze geplant. In den Räumen des Wohn- und Geschäftshauses, dessen restliche Vermietung schon am 1. Juni 2015 beginnt, soll das Restaurant als Quartier-Treffpunkt fungieren.

Schlemmend durch Zürich «tuktukern» und brunchen

zvg

Mit dem Hotel Ambassador à l'Opéra in Zürich bruncht sich's im Sommer 2015 neu auf drei Rädern: Das **«Brunch-Tuk»** fährt täglich ab dem Hotel im Seefeld. Es bietet Platz für bis zu vier Personen und soll Genuss mit Sightseeing verbinden. Die Route der neunzigminütigen Fahrt bestimmen die Passagiere selbst. Die Kosten belaufen sich bei vier Fahrgästen auf 90 Franken pro Person; für grössere Gruppen bis zu 16 Personen lassen sich mehrere Brunch-Tuks buchen. sag

www.ambassadorhotel.ch

HOTELA
DIE SOZIALVERSICHERUNG

«Wir erleben die HOTELA als echte Partnerin bei den Sozialversicherungen – persönlich, unkompliziert und einfach immer für uns da.»

Kurt Baumgartner, Direktor
Hotel Belvedere, Scuol

SIMPLIFY YOUR BUSINESS.

Buchtipps. Kulinarik. Von der edlen Entenküche über die trendige, nordische Kochkunst bis zum traditionellen Handwerk rund um das Fleischplattenlegen: Neue Kochbücher nehmen sich aktuellen Food-Themen an.

Der «Herr der Enten» und seine besten Rezepte

Entenburger, Pulled Duck, Fried Duck, Magret de Canard: Michael Kammermeier, Küchenchef der Wiesbadner «Ente», widmet sein erstes Buch seiner Hauptzutat, der Ente.

FRANZISKA EGLI

Der Name seiner Betriebe ist Programm: «Ente» heissen sowohl das Restaurant als auch das Bistro im Hotel Nassauer Hof in Wiesbaden, die Michael Kammermeier seit 2006 leitet. Und das gefiederte Vieh ist denn auch von jeher die Spezialität des Hauses. Wen wundert es da noch, heisst das erste Kochbuch des charismatischen, 36-jährigen Küchenchefs schlicht «Ente».

Um es vorwegzunehmen: Es ist ein vom deutschen Artdesigner und Fotografen Guido Bittner prächtig bebildertes und gestaltetes Buch. Dabei widmet es sich nicht nur Kammermeiers vielfältiger Art, Ente zuzubereiten. Es legt den Fokus auch auf den über 200 Jahre alten «Nassauer Hof», der seit je zu Wiesbadens ersten Adressen gehört, vor allem seit der Sternekoch Hans-Peter Wodarz vor 35 Jahren mit seiner «Ente im Lehel» das Kochzepter übernahm. Seither erhält das Restaurant von Guide Michelin konstant einen Stern, während das kulinarische Erbe laufend weitergereicht wurde: Erst an Herbert Langendorf, dann an Gerd Eis, und seit 2006 ist Michael Kammermeier der «Herr der Enten». Und er, der sein Handwerk bei so renommierten und legendären, deutschen Köchen wie Heinz Winkler und Stefan Marquardt gelernt hat, fand sofort Gefallen an dem gefiederten Vieh.

«Jährlich verarbeiten wir rund 2000 Enten und verwenden alle Teile des Tieres.»
Michael Kammermeier
Küchenchef «Ente», Wiesbaden

Er backt die Zungen und presst den Saft aus den Knochen

In «Ente. Das Kochbuch» nun präsentiert der 36-Jährige fünfzig Rezepte. Unterteilt in drei Kapitel wie «Restaurant», «Bistro» und «Fast Food» geben sie einen guten Einblick in seinen Kochstil, den er als «traditionell, gespickt mit modernen Einflüssen» bezeichnet. Dass er alle Teile des Tieres verwendet, liegt auf der Hand. Aber was er mit ihnen nicht alles anstellt: Er presst den Saft aus den Knochen und Karkassen für eine Sauce, er backt die Zungen in Tempura und – sein Signature Dish – hobelt die Leber über Sherrygelée und Kirschen. Aber auch mit Gerichten wie Pulled Duck, Fried Duck, Entenburger mit in Entenfett frittierten Pommes sowie confierten Entenkeulen oder einer klassischen Magret de Canard «Rossini» beweist Kammermeier sein Können bezüglich des Edelgeflügels, von dem er jährlich rund 2000 Stück verarbeitet. Und nicht zuletzt zeigt er mit dieser Hommage, wie vielseitig die Entenküche sein kann.

Michael Kammermeier, **Ente. Das Kochbuch,** Tre Torri Verlag, 240 Seiten, ISBN 978-3-944628-17-2, Fr. 68.–

Die Bücher sind erhältlich auf www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

Deftiges Gericht, fruchtig-frisch umgesetzt: Sauerbraten von Entenkeulen mit Erdfrüchtepüree.
Guido Bittner für Tre Torri GmbH

Fleischplatten Stilvoll legen

Wer kennt sie nicht, die typische Trockenfleischplatte, die Walliser Platte, die Jägerplatte. Doch was auf den ersten Blick so einfach aussieht, hat es in sich, denn eine schön gelegte und raffiniert dekorierte Platte ist regelrechte Handwerkskunst. Und dieser nimmt sich das Buch «Das Lehrmittel zum Fleischplatten legen» an, das das Ausbildungszentrum für die Schweizer Fleischwirtschaft ABZ in Spiez in Zusammenarbeit mit Fleischplattenlegeprofis herausgegeben hat. Denn das Schneiden und Legen von Fleischerzeugnissen erfordert nicht nur eine passende Infrastruktur und viel Geduld, sondern auch geübte und geschickte Hände, zeigt das reich bebilderte Werk. Es präsentiert 34 typische Themenplatten, wie Bauern- oder Fitnessplatte, aber auch Saison-, Regionen-, Fest- und Partyplatten sowie Länderplatten samt Zutaten, Deko-Ideen und Tipps für die passende Unterlage. Nicht nur Letzterem – soll es ein Porzellanteller, eine Holzplatte, ein Schieferstein sein? – ist ein ganzes Kapitel gewidmet, ebenso den Legetechniken: Ob falten, wellen, rollen, hobeln, zu einem Schiffchen, einer Muschel oder einem Faltenrock formen – zu jedem Produkt gibt's die geeignete Legeart. Schrittweise Anleitung und dekorative Ideen runden das praktische Werk ab. fee

Sascha Fliri, Janina Stucki, **Das Lehrmittel zum Fleischplatten legen,** ABZ Spiez, 103 Seiten, ISBN 978-3-03818-017-3, Fr. 41.90

Klassiker Neue Kreationen

Dass Cordon bleu weit mehr ist als Käse und Schinken zwischen zwei Scheiben Kalbfleisch mit Panade, das will Ueli Bernold in seinem Buch «Cordon bleu» beweisen. Bernold, schweizweit besser bekannt als «Grill-Ueli», spielt dafür mit den Zutaten und kreiert neue Kombinationen, die er nach den verschiedenen Fleischarten gliedert.

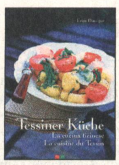
Im «Kinder-Cordon-bleu» finden sich beispielsweise Trutentrockenfleisch und Mini-Babybel-Käse, in der «Espagna»-Variante» trifft Schweinsfilet auf Serrano-Schinken und Schafskäse, oder das Glarner-Cordon-bleu besteht aus Pouletbrust, Schabziger, Trutenschinken und Haferflocken-Panade.

Der Schweizer Grillmeister wagt sich auch an Kreationen mit Fisch oder verpackt den Käse-Schinken-Fleisch-Klassiker neu in Apéro-Varianten, experimentiert mit Früchten oder Panier-massen.

Auch wenn die Gäste in der Sommersaison gemeinhin vielleicht nicht gerade als Erstes nach Cordon bleu verlangen – «Grill Ueli» beweist mit seinen 40 Rezepten (Foodbilder von Andreas Thumm), dass der Klassiker auch neben Steaks, Spiessli und Co. attraktiv und in der einen oder anderen leichteren Version bestehen kann. sag

Ueli Bernold/Grill-Ueli, **Cordon bleu,** Fona Verlag, 128 Seiten, ISBN 978-3-03780-498-8, Fr. 39.90

Tessin Die Teller des Südens



Hartweizen, Reis, Kastanien, Mais, Oliven, Kaki – diese Produkte und viele mehr setzt Erica Bänziger in «Tessiner Küche – La cucina ticinese – La cuisine du Tessin» in den Mittelpunkt und in Szene.

Die diplomierte Ernährungs- und Gesundheitsberaterin und Kochbuch-Autorin lebt seit bald 20 Jahren im Tessin und widmet der Küche und kulinarischen Tradition des Südkantons nun ein eigenes Buch: «Das Suchen und Degustieren von regionalen Produkten und Spezialitäten ist für mich Beruf und Berufung. Häufig sind es Lebensmittel von kleinen Produzenten. So ist die Idee gereift, die vielen feinen Tessinerprodukte bekannter zumachen. Sie verdienen es», schreibt Erica Bänziger in ihrem Vorwort. Sie sammelt in ihrem neusten Werk traditionelle regionale Rezepte und ergänzt sie mit eigenen Kreationen aus regional produzierten Lebensmitteln. Kurzportraits der Produkte dürfen dabei nicht fehlen, bevor es im Rezeptteil um Minestrone, Klosterkuchen, Ossobuco casalinga, Polenta-Varianten, Brottorte oder Kastanienparfait geht – um nur einige der Tessiner Klassiker zu nennen. Das Besondere: Alle Texte und Rezepte sind in Deutsch, Italienisch und Französisch gehalten. Die Foodbilder stammen von Andreas Thumm. sag

Erica Bänziger, **Tessiner Küche – La cucina ticinese – La cuisine du Tessin,** Fona Verlag, 96 Seiten, ISBM 978-3-03780-572-5, Fr. 19.90

Skandinavien Nordische Kost

Sie gilt seit Jahren als die beste der Welt, die moderne skandinavische Kochkunst. Und so manch einer ihrer Schöpfer hat längst ein Buch über seine Küche auf dem Markt. Margareta Schildt-Landgren nun, die schwedische Food-Journalistin und Kochbuchautorin, nimmt sich in ihrem jüngsten Werk der ganzen Vielfalt der nordischen Küche an. Sie präsentiert dabei nicht nur über 100 Rezepte aus unterschiedlichen nordischen Regionen – etwa Randen-Knäckebrot, Elchburger im Kraut-Karotten-Salat in Sauerteigbrot, gekochtes Lammfleisch mit Meerrettich oder gepökelten Seesaibling mit Algen. Sie führt einem nochmals den Ursprung dieser neuen kulinarischen Welle sowie den 2004 entstandenen Leitfaden, das «Manifest der neuen nordischen Küche», vor Augen und lässt auch diverse Protagonisten zu Wort kommen. Darunter ist etwa Claus Meyer, einer der Urheber des «Manifests» und Mitbegründer des «Noma». Oder Roland Rittman, der so manches Sternerestaurant mit seinen Schätzen aus Wald und Wiesen beglückt. Nicht zuletzt stellten Restaurants wie das «Radio» in Kopenhagen oder die Streetfood-Küche «Saltimporten Canteen» aus Malmö gar Rezepte zur Verfügung. fee

Margareta Schildt-Landgren, **Die neue nordische Küche. 100 Rezepte – einfach, naturnah, authentisch,** AT Verlag, 238 Seiten, ISBN 978-3-03800-838-5, Fr. 31.90

htr hotel revue
Nr. 21 / 21. Mai 2015

Buchtipps. Design und Tourismus. Eine Publikation zum immateriellen Kulturerbe in der Schweiz, ein Ratgeber über interkulturelle Kompetenz sowie ein Bildband über Interior Design in Hotelbädern und -Spas bieten viel Fachwissen.

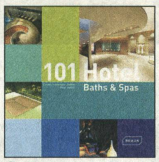
Hinter zwei Schiebetüren, mit freistehendem Jacuzzi samt Tropendusche: So präsentiert sich das Bad der Präsidentensuite im «Hilton» Frankfurt Airport. Bilder Joi-Design

Möglichst behaglich und wohlig

Warme Wohnlichkeit statt kühle Sterilität: «101 Hotel Baths & Spa» zeigt Hotelbäder und ihre Gestaltungsmöglichkeiten und ist Inspiration und Lehrbuch gleichermassen.

FRANZISKA EGLI

Zum Beispiel die Damentoilette im Boutique-Hotel Le Clervaux in Clerf, Luxemburg, die mit ihren roten Spiegeln, der schwarzen Tapete und den Fruchtschalen-Lavabos an ein Boudoir gemahnt. Oder das Bad des Zürcher Stadthotel Stars, das sich nicht einfach hinter einer Türe versteckt: Lavabo und Dusche wurden in den Raum integriert und sind so Teil des Schlafzimmers; einzig die Toilette bildet ein Séparée. Oder die Pool-Landschaft im Spa des familienfreundlichen Luxushotels Sheraton Ismayilli in Aserbaidschan, in dem der Badezugang der kleinen und grossen Gäste nicht einfach mit unterschiedlichen Zeiten geregelt wird. Hier geniessen beide Generationen ihren eigenen Pool, nahe genug beieinander, damit Eltern



ihre Kinder stets im Auge behalten können, entfernt genug, damit die Ruhe der anderen Gäste nicht zu sehr gestört wird.

Ein Werk für Hoteliers, Architekten, Investoren und Interior Designer

Dies sind nur drei von 101 Beispielen, die Corinna Kretschmar-Joehnk und Peter Joehnk in ihrem jüngsten, auf Englisch verfassten Werk vorstellen. «101 Hotel Baths & Spas» heisst es und ist – nach «101 Hotel-Lobbies, Bars & Restaurants» und «101 Hotel Rooms» – Teil 3 der «101»-Fortsetzungsreihe, welche die international etablierten, deutschen Innenarchitekten von «Joi-Design» realisiert haben. Wie schon seine «101»-Vorgänger versteht sich auch «101 Hotel Baths & Spas» als Lehrbuch für internationales Hoteldesign und bietet Hoteliers, aber auch Investoren, Projektentwicklern, Architekten und Innenarchitekten sowie Designern viel Inspiration. Mittels ausgewählten internationalen Projekten veranschaulicht das Hamburger Duo die zahlreichen Gestaltungsmöglichkeiten der Hotelzimmer-Bäder und Hotel-eigenen Spas. Anhand von Bildern, Perspektivzeichnungen und Skizzen präsentieren sie eine ganze Bandbreite von kleinen, feinen Bädern über originelle, öffentliche Toiletten bis hin zu luxuriösen Spa-Resorts und zeigen, wie erholsame Rückzugsorte entstehen können.

Mit gutem Grund: «Je rasanter das Leben wird, desto mehr wünschen sich die Menschen einen Rückzug vom hektischen Alltag und einen Ort der Erholung. Die Bäder und Spas eines Hotels symbolisieren daher verstärkt private Wellness-Oasen für Körper, Geist und Seele, die Ruhe, Erholung und Rückzug verheissen», beobachten die Hotelexperten mit ihrer über dreissigjährigen Erfahrung auf dem Gebiet Hospitality Design. Auch das Badezimmer avanciert vermehrt zum privaten Erholungsort, in dem man sich längst nicht nur pflegt, sondern neue Kraft tankt, und so geht es laut Autoren mehr denn je darum, den Bädern und Spas – fernab von der kühlen Sterilität vergangener Jahre – Seele einzuhauchen und das Interior Design wohnlich und wohlig zu gestalten.

Hotelbäder und Spas müssen so international wie individuell sein

«Ob in ehrwürdigen Grandhotels, trendigen Budgetresorts oder luxuriösen Boutiquehotels, jedes Mal muss genau die richtige Atmosphäre geschaffen werden», sagt Corinna Kretschmar-Joehnk. Gleichzeitig gilt es, in einer globalisierten Welt, in der das Reisen von Kontinent zu Kontinent längst keine Seltenheit mehr darstellt, den unterschiedlichsten kulturellen Anforderungen gerecht zu werden. «Um einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen und authentisch zu wirken, müssen Hotelbäder und Spas einem internationalen Design-Gedanken entsprechen und dabei gleichzeitig so individuell und authentisch gestaltet sein, dass sie dem Gast nachhaltig in Erinnerung bleiben.»

Peter Joehnk, Corinna Kretschmar-Joehnk, **101 Hotel Baths & Spas,** Braun Publishing, ISBN 978-3-03768-180-0, 232 Seiten, Fr. 49.90

Die Bücher sind erhältlich auf www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

Erholung pur ist im Spa des «Ayvazovsky» in Sotschi angesagt.

Forschung Kultur & Tourismus

Bräuche, Feste, Handwerk, Musik: Was zur kulturellen Vielfalt eines Landes beiträgt, ist bekanntlich auch aus touristischer Perspektive immens wichtig. Wie Tourismus Traditionen positiv und negativ verändert oder welche Bedeutung Authentizität bei der Vermarktung regionaler Bräuche hat, darum geht es in der Publikation «Reiseziel: immaterielles Kulturerbe» der beiden Departemente Musik und Wirtschaft der Hochschule Luzern. Diese erarbeitete zwischen 2010 und 2012 für den Bund eine Liste mit besonders bedeutenden «lebendigen» Kulturgütern, nachdem die Unesco ein internationales Programm zur Bewahrung solcher Traditionen lanciert hatte.

Für Tourismusfachleute sind die Texte von Autorinnen und Autoren verschiedener Disziplinen ein wahrer Fundus an Information und Inspiration – vier Übertheme erleichtern dabei die Orientierung und Übersicht. Unter «Geschichte und Gegenwart der touristischen Inwertsetzungen immateriellen Kulturerbes» zum Beispiel erfährt der Leser anschaulich, wie sich der wirtschaftliche Nutzen der «KlangWelt Toggenburg» zusammenstellt (Autor: Stephan K. Haller). Oder beim Thema «Wettbewerb und Wertschöpfung durch immaterielles Kulturerbe» zeigt Adrian Gsponer auf, wie sich die Destination Lenk-Simmental mit «AlpKultur» durch lebendige Traditionen positioniert. Weitere Beispiele finden sich unter den Übertiteln «Immaterielles Kulturerbe zwischen Alltag und institutioneller Vermittlung» und «Touristische Repräsentation und Angebotslogistik des immateriellen Kulturerbes». Die Texte sind auf Deutsch oder Französisch verfasst mit Résumés in der jeweils anderen Sprache. sag

Marc-Antoine Camp, Sabine Eggmann, Barbara Taufer (Hg.), **Reiseziel: immaterielles Kulturerbe,** Ein interdisziplinärer Dialog, Chronos Verlag, 248 Seiten, ISBN 978-3-0340-1257-7, Fr. 38.–

Ratgeber Internationale Gäste

Interkulturelle Kompetenz ist heute ein entscheidender Erfolgsfaktor im Tourismus. Der neue Ratgeber «Internationale Gäste gewinnen und begeistern» will deshalb Hoteliers, Gastronomen und Touristiker in Alltag und Praxis konkret dabei unterstützten.

Das geschieht auf sehr umfangreiche Art und Weise: In den ersten Kapiteln geht es um interkulturelle Kompetenz ganz allgemein, um ihre Bedeutung und wie man sie bei den Mitarbeitenden fördern kann. Danach werden die einzelnen Gästekreise je einzeln fokussiert (arabischer, US-amerikanischer, russischer, chinesischer, jüdischer, indischer und japanischer Gästekreis). Punkte wie Reiseverhalten- und Motive, Beherbergung, Gastronomie oder Aktivitäten vor Ort etwa sind hier zentral, aber auch, was die Besonderheiten, Herausforderungen und daraus abgeleiteten Handlungsstrategien für die Gastgeber sein können. Hilfreich sind auch die Checklisten zur Überprüfung der betriebsspezifischen interkulturellen Kompetenz.

Die Basis dafür liefern Expertengespräche sowie die Autorinnen Celine Chang, Susanne Droux und Autor der Axel Gruner selbst – sie alle weisen eine langjährige praktische Branchenerfahrung in Kaderpositionen sowie einen psychologischen oder betriebswirtschaftlichen Background auf. Obwohl die Autoren den Fokus auf ausländische Gästegruppen in Deutschland legen, nennen sie auch Zahlen und Besonderheiten der jeweiligen Gäste in der Schweiz und in Österreich. Die Auswahl wurde anhand der wichtigsten Quellmärkte nach Übernachtungszahlen, Wachstumsmärkten und Grad der kulturellen Verschiedenheit ausgewählt. sag

Celine Chang, Susanne Droux, Axel Gruner, **Internationale Gäste gewinnen und begeistern,** Matthaes Verlag, 200 Seiten, ISBN 978-3-87515-300-2, Fr. 42.90

PROFIL

GESAMT-AUFLAGE 40.000

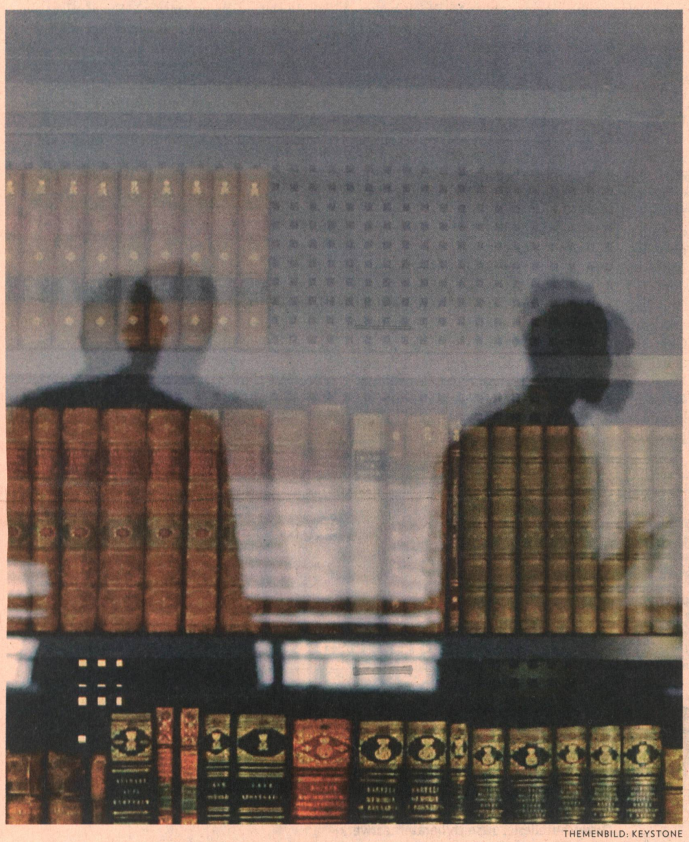
DIE STELLENBÖRSE FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS
LA BOURSE DE L'EMPLOI POUR LA RESTAURATION, L'HÔTELLERIE ET LE TOURISME

Nr. 21 · 21. Mai 2015

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT VON htr hotel revue UND HOTELLERIE GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



THEMENBILD: KEYSTONE

SELBSTMARKETING IM 21. JAHRHUNDERT

Im März 2015 konnten sich zweiundzwanzig Studenten des Nachdiplomstudiums (NDS) von hotelleriesuisse im Rahmen eines Impulsvortrages vertiefter mit der Bedeutung des Selbstmarketings im 21. Jahrhundert auseinandersetzen.

Es wurden die dafür notwendigen Voraussetzungen aufgezeigt: «Selbstmanagement durch Philosophie». Sich philosophische Fragen über Wertvorstellungen oder über den Sinn des Lebens zu stellen, kann für Führungskräfte eine grosse Hilfe sein. Selbstreflexion und Selbstoptimierung via Analyse von Persönlichkeit und Umfeld, Optimierung der Persönlichkeit und Positionierung im Unternehmen sind weitere Voraussetzungen.

Die Frage steht im Raum: «Warum Selbstmarketing?» Die Antwort ist so einfach wie verblüffend: Sichtbarkeit und Erreichbarkeit ist alles! Gemäss einer vielzitierten IBM-Studie aus den 1990er-Jahren ist der berufliche Erfolg massgeblich von drei Faktoren abhängig: Zehn Prozent betreffen Leistung und Qualität der Arbeit, 30 Prozent haben mit dem Eindruck, den man auf seine Vorgesetzten und Kollegen macht, zu tun und 60 Prozent mit der Bekanntheit in der Branche. Diese Werte haben sich kaum verändert seither. Ein optimaler digitaler Aufritt ist unverzichtbar. Ob als Bewerber, Kollege, Chef oder potenzieller Geschäftspartner – wir alle werden längst (auch) mithilfe unserer Referenzen im Internet beurteilt.

Erfolgreiche Menschen sind wie erfolgreiche Marken.
Zur konkreten Umsetzung rät die deutsche Marketingberaterin und Expertin in Selfbranding, Ute Schmeiser: «Suchen Sie Ihre Nische, bauen Sie diese aus und werden Sie zum Experten. Dann beginnen Sie mit weiteren Massnahmen. Halten Sie Vorträge zu Ihrem Spezialgebiet. Geben Sie Workshops, nicht nur in Firmen, sondern auch bei Multiplikatoren, z.B. in Netzwerken, Vereinen oder an Fachschulen. Nutzen Sie die Online-Presse, Fachpublikationen und die regionalen Printmedien. Schreiben Sie in Ihrem Blog über Ihr Thema. Schreiben Sie Gastbeiträge auf artverwandten Blogs. So werden Sie sichtbar. Immer mehr Unternehmen monitoren im Zuge des Markenaufbaus oder -schutzes in den Social Media, was über sie, ihre Produkte oder die Branche im Netz publiziert wird. Wenn Sie also darüber schreiben, werden Sie Ihren Wunscharbeitgebern mehr über kurz als über lang auffallen – idealerweise als jemand, der es draufhat. Von der positiven SEO-Nebenwirkung für Ihren Namen mal ganz zu schweigen. Nutzen Sie Social Media, wo immer es Sinn macht, aber regelmässig.» Denn: Der Bekanntheitsgrad entscheidet.

Ansgar Schäfer
Personalberater und Referent
www.schaeferpartner.ch

ZITAT DER WOCHE

«Die Vernünftigen halten bloss durch. Die Leidenschaftlichen leben!»

Nicolas Chamfort, französischer Schriftsteller (1741–1794)

AGENDA

8. JUNI
«Turning Lookers into Bookers; Teil 1: Mehr Direktbuchungen bekommen», von hotelleriesuisse, im Hotel Storchen, Zürich
www.hotelbildung.ch/agenda

8. JUNI
«Turning Lookers into Bookers; Teil 2: Google, Booking & Co. richtig nutzen», von hotelleriesuisse, im Hotel Storchen, Zürich
www.hotelbildung.ch/agenda

12. JUNI
«NDS Informationsanlass», von hotelleriesuisse, im Hotel Bern, Bern
www.hotelbildung.ch/agenda

24. JUNI
«Gastrozesse Basis – Prozessdenken im Alltag», vom Schweizer Kochverband, im Hotel Continental, Luzern
www.hotelgastrounion.ch

21. SEPTEMBER
«Flambieren und Tranchieren», vom Berufsverband Restauration, im Hotel Balsthal, Balsthal
www.hotelgastrounion.ch

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

Schweizer Hotel-Datenbank www.swisshoteldata.ch

Das umfassende Hotelverzeichnis der Schweizer Hotellerie

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

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

Vorbeugende Massnahmen (Teil 3)
Bestehen Unsicherheiten in der Beurteilung vorhandener Gefährdungen oder sind solche in grösserem Umfang vorhanden, ist es angebracht, einen externen Spezialisten gemäss Eignungsverordnung beizuziehen. Zum Beispiel einen Arbeitsmediziner, Arbeitshygieniker, Sicherheitsingenieur, Sicherheitsfachmann oder einen Spezialisten aus einem anderen Fachbereich (Ergonomie, Arbeitspsychologie, Arbeitsorganisation, Suchtprävention). Für weiterführende Auskünfte stehen das Seco, die kantonalen Arbeitsinspektorate, die Suva oder die Verantwortlichen der entsprechenden Branchenlösung zur Verfügung.

Kontakt
Geschäftsstelle Branchenlösung Gastgewerbe, c/o Ecopoint GmbH, Basel
www.ecopoint.ch

Die Tipps stammen aus der Broschüre «Informationen zur Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz in Betrieben des Gastgewerbes, Hotels, Verpflegungsbereichen von Spitälern und Heimen», herausgegeben von der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS. Die Broschüre kann gratis heruntergeladen werden unter: www.ekas.admin.ch

FÜHRUNGSWECHSEL – NEUER CHEF, NEUES GLÜCK

Verlässt ein Mitarbeitender ein gut eingespieltes Team, ist das zwar schade, aber kein Drama. Schwieriger ist es, wenn ein beliebter Vorgesetzter den Betrieb verlässt. Das löst im Team Unsicherheit oder gar Existenzängste aus.

Mit Veränderungen ist das so eine Sache. Fast alle Berufstätigen behaupten von sich, flexibel und anpassungsfähig zu sein. Doch wenn tatsächlich Veränderungen anstehen, tun sich die meisten Menschen damit doch etwas schwerer, als sie ursprünglich dachten. Das wird besonders deutlich, wenn ein neuer Chef die Führung des Teams übernimmt.

SICH KENNEN LERNEN

In der Regel ist ein neuer Vorgesetzter genauso gespannt auf sein neues Team wie die Mitarbeitenden auf ihren neuen Chef. Beide Seiten wissen nicht, wie die andere tickt, wie sie reagiert oder was ihr wichtig ist. Beide Seiten haben gewisse Vorstellungen, wie der Betrieb geführt sein und laufen sollte. Bevor der Chef mit Veränderungen loslegt oder die Mitarbeitenden mit Ansprüchen, Vorschlägen und anderem den Chef bestürmen, sollten beide Seiten sich etwas Zeit nehmen, um sich kennen zu lernen. Vor allem für den Vorgesetzten heisst das beobachten, zuhören und dann erst Massnahmen ergreifen. Er kann so unnötige und kostenintensive Stürme im Wasserglas, Leerläufe, Fehlbesetzungen und das Abwandern von Mitarbeitenden vermeiden.

Für die Angestellten bedeutet sich kennen lernen, dass sie den neuen Chef nicht ständig mit seinem Vorgänger vergleichen und ihm eine Chance geben. Natürlich wird der «Neue« vieles anders machen als der «Alte«. Das heisst aber nicht, dass er es schlechter macht.

Für Führungskräfte ist es nicht einfach, sich bei einem Team von langjährigen Mitarbeitenden zu behaupten. Das Know-how der langjährigen Angestellten ist so gross, da kann der neue Chef, zumindest in der Anfangszeit, nicht mithalten. Aus Unsicherheit und um ihren Rang zu festigen treten unerfahrene Vorgesetzte gerne etwas ungestüm mit neuen Ideen auf. Sie ertragen es zudem schlecht, wenn aus dem Team Fragen oder kritische Stimmen laut werden. Selbst rein sachbezogen gemeintes Nachfragen wird als Kritik an der eigenen Person und an der Rolle als Vorgesetzter empfunden.

UNTERSTÜTZEN IST ANGESAGT

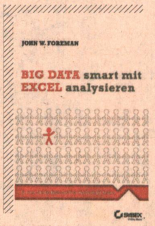
Die Versuchung, diese Art von neuem Chef erst mal zappeln zu lassen – «Der soll mal zeigen, was er kann» –, ist gross. Unterm Strich bringt dieses Verhalten niemandem etwas. Viel sinnvoller wäre es, sich gegenseitig zu unterstützen. Mitarbeitende sollten dem neuen Vorgesetzten mit ihrem Erfahrungsschatz zur Seite stehen, ohne belehrend zu wirken. Der Chef wiederum sollte offen für den Input seiner Mitarbeitenden sein. Er sollte diesen zu schätzen wissen. Und er sollte sich bewusst sein, dass es etliche Angestellte grosse Überwindung kostet, den Chef überhaupt anzusprechen und dessen Wissenslücken aufzufüllen. Ein guter neuer Chef hört auch, was NICHT gesagt wird. Gerade im Unausgesprochenen verbergen sich Fallstricke, blinde Flecken aber auch echtes Veränderungspotenzial.

Riccarda Frei

BUCHTIPP

BIG DATA SMART MIT EXCEL ANALYSIEREN

Jedes Unternehmen generiert und sammelt Kundendaten. Besonders in Hotels fallen unzählige, teilweise auch sehr persönliche und sensible Daten an. Bis anhin wurden die Daten meistens nur gehortet. Doch die gesammelten Infos können auch genutzt werden, um zielgerichtete Angebote für bestimmte Interessengruppen zu schaffen oder Prognosen zu erstellen. Doch wie macht man das? Wie können Kundenmails automatisch analysiert oder Absätze vorhergesagt werden? In seinem Buch «Big Data smart mit Excel analysieren» zeigt der Datenwissenschaftler John W. Foreman, wie man Datenanalysen durchführt. Alles, was es dazu braucht, sind grundlegende Mathematikkenntnisse und ein Tabellenkalkulationsprogramm wie Excel oder Calc. Anhand realistischer Businessbeispiele lernen die Leser praktische Verfahren zur Analyse ihrer Daten kennen: Kunden clustern, Dokumente klassifizieren, Investitionen und Gewinne optimieren, Prognosen über zukünftige Abverkäufe treffen und wichtige Ausreisser identifizieren. Damit die Leser die Verfahren direkt ausprobieren können, finden sie alle Beispieldaten zum Download auf der Website des Verlags.



«Big Data smart mit Excel analysieren»
John W. Foreman
ISBN
978-3-52776-060-2
CHF 48.90

AUS- UND WEITERBILDUNG

ITALIENISCH IN FLORENZ
Spezialangebot
2 Wochen Italienischkurs,
4 Std./Tag
in kleiner Gruppe, Unterkunft
in Einzelzimmer
nur Euro 529.-
• Italienisch für Tourismus, Euro 589.-
• Italienisch-Kochkurs, Euro 589.-
Scuola Toscana - Via de' Benci 23
50122 Firenze - Italia
Tel./Fax 0039055244583
www.scuola-toscana.ch
35946-11670

Professionelle Beratung für die Schweizer Hotellerie
Planen Sie ein neues Projekt?

Hier finden Sie den passenden Berater:
www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk
Gemeinsames Beraternetzwerk von:
CURAVIVA.CH
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

hoteljob.ch
Das führende Schweizer Stellenportal für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.
Le No 1 parmis les plates-formes de l´emploi suisses pour l´hôtellerie, la gastronomie et le tourisme.
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse.
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Das Restaurant Seegarten bildet das Herzstück des Naherholungsgebietes Park im Grünen. Seine einzigartige Lage macht es zum beliebten Ausflugsziel und Anlaufpunkt für Geschäftskunden, Junggebliebene und Familien. Schwerpunkt bildet das à la carte Restaurant, wo klassische Küche auf mediterrane Einflüsse trifft und unser grosser Selbstbedienungsbereich, der ganztägig Anlaufpunkt für alle Gäste ist.

Für die Leitung unseres Küchen-Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Küchenchef/in

Ihre Aufgaben:
Ihre Herausforderung ist, mit Ihrem Team und viel Leidenschaft unsere Gäste in den Bereichen a la carte Restaurant, Selbstbedienung und Bankett zu verwöhnen.
Sie führen und motivieren ein Team von ca. 20 Mitarbeitern.

Unser Angebot:
- Zeitgemässe Anstellungsbedingungen
- Vorzüge der Migros-Gemeinschaft
- Mitarbeit in einem motivierten Team
- Attraktiver Arbeitsort

Ihr Profil:
- Grundausbildung als Koch sowie als **Küchenchef mit Diplom**
- Ausgeprägte Führungspersönlichkeit
- Kreativität in der Angebotsplanung
- Erfahrung als Küchenchef
- Sicherheit in der Kalkulation
- Überdurchschnittliches Qualitätsdenken
- Hohe Kundenorientierung
- Flexibel in der Arbeitszeit
- Gute Informatikkenntnisse
- Sehr gute Deutschkenntnisse

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann erwarten wir Ihre vollständige Online-Bewerbung unter www.migros.ch/stellenboerse

Ihr Kontakt für diese Stelle:
Genossenschaft Migros Basel
Christian Mamie
Telefon: +41 (0)58 575 52 27

PARK IM GRÜNEN
MIGROS

37859-12047

Wir suchen per 1. Oktober 2015 eine/n

Executive Chef (m/w)

Jobcode hoteljob.ch: J96986

Goodfast Hotels AG, Hotel Grischa
Talstrasse 3, 7270 Davos Platz
081 414 97 97, petra@hotelgrischa.ch

37878-12055

HOTEL OPERA ZÜRICH

SMALL LUXURY HOTEL ZURICH
AMBASSADOR à L'OPERA

Hotel Ambassador à l'Opéra und Hotel Opera -
zwei prime Locations im Herzen von Zürich, nahe Bellevue und Opernhaus.

Das qualitativ hervorragende Angebot der beiden Häuser, inmitten von Kultur, Unterhaltung und Business, umfasst das Hotel Ambassador à l'Opéra, ein Small Luxury Hotel (SLH) mit 45 Zimmern für Individual- und Leisuregäste, das 13 Punkte Gault Miliau Gourmet-Fischrestaurant mit 54 Sitzplätzen und seinen 48 Plätzen auf der gepflegten Terrasse sowie das Stadthotel Opera, ein Worldhotel mit 58 Zimmern für anspruchsvolle Businessgäste. Eine einzigartige Dachterrasse sowie die Lobbylounge runden das Angebot ab. Die beiden Häuser verfügen über eine teilweise verbundene Infrastruktur, was Synergien erlaubt. In den letzten 7 Jahren wurden etwa 10 Millionen Franken investiert.

Der langjährige, erfolgreiche Direktor wird im Mai 2016 pensioniert. Im Auftrag der Besitzerfamilie der Ambassador & Opera AG, Zürich sind wir mit der Suche der Nachfolge beauftragt.

Direktion der Hotels Ambassador à l'Opéra und Opera in Zürich
Dame oder Herr

Die gesuchte Persönlichkeit ist ein «Hands on Working Manager» und rapportiert an den Verwaltungsratsausschuss, bestehend aus 1 Familien- und einem Nicht-Familienmitglied. Für die selbstständige operative Führung der beiden Hotels in allen Belangen sind folgende, nachweisbare Voraussetzungen notwendig:

- Abschluss einer anerkannten Hotelfachschule mit einschlägiger Weiterbildung
- Neben der deutschen Muttersprache, die Beherrschung von E und F in Wort und Schrift, eventuell weiterer Sprachen
- Arbeitserfahrung in der Schweizer Erstklasshotellerie
- Führungserfahrung als Direktorin oder Direktor in 4*/5*Hotels in der Schweiz und/oder im Ausland
- Nachweisbare Kenntnis und Verständnis für moderne Hoteladministration und Know-how aktueller Buchungsplattformen, neuer Sales- und Marketingmethoden sowie des heutigen elektronischen Umfeldes.

Zu allen aufgeführten fachlichen Kenntnissen gehören Selbstständigkeit, hohe Sozialkompetenz, langfristiges Denken, Werteorientierung und selbstverständlich die Freude am Umgang mit Gästen, Kunden und allen Mitarbeitenden.

Judith Imiger freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Motivationsschreiben, CV, Bild, Zeugnisse, Diplome) an judith@imigerag.ch.

37841-12036

Im→Quervergleich →am Markt

Executive Chef (w/m)

Kochen und Gastfreundschaft sind Ihre Leidenschaften, Planung und Organisation IhreStärken, Teamorientierung und Einfühlungsvermögen Ihre Führungsqualitäten. Kompetenzen, die Sie zum Erfolg führen – herausfordernd, abwechslungsreich und vielseitig.

Unsere Kundin bietet ein umfassendes Angebot in den Bereichen Kost und Logis sowie Erlebnis und Unterhaltung. Das Unternehmen besticht durch mehrere Gastronomiebereiche mit eigenen Konzepten. Es hat sich zum Ziel gesetzt, durch exzellente Kundenbetreuung, mit herausragender Qualität und Innovationsgeist zu überzeugen. Um dieser Herausforderung Tag für Tag aufs Neue gerecht zu werden, muss jedes Teammitglied hervorragende Leistungen erbringen. Wir freuen uns, Sie für diese attraktive Arbeitgeberin als

Executive Chef (w/m)

zu gewinnen. Sie übernehmen die Gesamtverantwortung für alle Küchen, sorgen für optimale Prozess- und Organisationsabläufe, sind für die Qualitätssicherung zuständig und führen die Ihnen unterstellten Küchen. Ein ansprechendes Angebot ist das A und O in der Gastronomie: Sie stellen eine verlockende Karte zusammen und entwickeln attraktive neue Produkte. Zusammen mit Ihren Mitarbeitenden erarbeiten Sie die Zielsetzungen, führen Mitarbeitergespräche und erstellen detaillierte Einsatzpläne. Auch der Einkauf läuft über Ihren Tisch und auf die Einhaltung der Budgetvorgaben (Waren- und Personalkosten) haben Sie ein wachsames Auge gerichtet.

Sie haben die Ausbildung zum diplomierten Küchenchef erfolgreich abgeschlossen und verfügen über ausgewiesene Führungserfahrung in der Produktions- wie auch der Systemgastronomie in einer grösseren Gastro- oder Hotelkette. Ihr ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein und Ihr Gespür für die Bedürfnisse der Kundschaft zeichnen Sie genauso aus wie Ihr Wunsch, dem Gast das Einzigartige zu bieten. Ihre breite Erfahrung auf gehobenem Niveau erleichtert Ihnen den Umgang mit Ihren Mitarbeitenden aus den unterschiedlichsten Kulturkreisen und befähigt Sie, integrativ zu wirken.

In der Administration und BWL haben Sie den Durchblick und sprechen fliessend Deutsch wie auch Englisch? Dann freuen wir uns auf Ihre detaillierten Unterlagen.

Kontakt: Tobias Lienert
Corinne Häggi

Jörg Lienert AG
Limmatquai 78, Postfach
CH-8022 Zürich
Telefon 043 499 40 00
zuerich@joerg-lienert.ch

JÖRG LIENERT
SELEKTION VON FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTEN

37850-12043

---

hotelleriesuisse ist mit seinen über 3000 Mitgliedern das Kompetenzzentrum für die Schweizer Hotellerie und vertritt als Unternehmerverband die Interessen der national und international ausgerichteten Hotelbetriebe. Am Hauptsitz in Bern beschäftigt der Verband rund 100 Mitarbeitende.

Im Geschäftsfeld Bildung suchen wir per 1. September oder nach Vereinbarung eine engagierte, führungserprobte und fachlich versierte Persönlichkeit als

Leiter/in Grundbildung und Schulhotels

In dieser Funktion haben Sie die Möglichkeit, bei der Weiterentwicklung der beruflichen Grundbildungen der Hotellerie und Gastronomie (insbesondere der Schulhotels) sowie des Geschäftsfeldes Bildung aktiv mitzuwirken. Sie sind Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung und direkt dem Leiter Bildung unterstellt.

Besuchen Sie unsere Website www.hotelleriesuisse.ch/jobs und erfahren Sie mehr über diese spannende Stelle.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche oder elektronische Bewerbung.

hotelleriesuisse - Kompetent. Dynamisch. Herzlich.
Ursula Imhasly Bevc
Leiterin Human Resources
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
bewerbung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

37843-12039

GRÜSCH DANUSA

Unser Berghaus Schwänzelegg auf 1800 m ü. M. verfügt über ein Selfservice-Restaurant mit 500 Innen- und 500 Sonnenterrassenplätzen, ein gehobenes à-la-carte-Restaurant mit 50 Plätzen, eine Cheminée-Bar sowie 100 Betten.

Für die Wintersaison 2015/16 suchen wir

eine(n) Betriebsleiter(in) sowie einen Chefkoch/eine Chefköchin

- Sie sind ein qualifizierter und herzlicher Gastgeber mit freundlichem und korrektem Auftreten?
- Sie sind es gewohnt, über 2000 Gäste an Spitzentagen zu verwöhnen, und setzen Material, Geräte und Mitarbeiterressourcen optimal und kostensparend ein?
- Sie verfügen über eine hohe Belastbarkeit, Sozialkompetenz und Führungsqualitäten?

Wenn Sie obige Fragen mit Ja beantworten können und die Gastronomie für Sie nicht nur ein Handwerk, sondern eine Passion ist, welche Sie mit Begeisterung ausüben, dann freuen wir uns, Sie kennenzulernen.

Bergbahnen Grüsch-Danusa AG, Mario Davatz
081 325 16 70, www.gruesch-danusa.ch

37867-12048

HR-Assistent/in

Hauptsitz der ZFV-Unternehmungen
Flüelastrasse 51, 8047 Zürich

nach Vereinbarung

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

SWISS HR LABEL 2014

zfv Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch

37823-12028

matterhorn gotthard bahn

Die Matterhorn Gotthard Bahn ist Teil der an der Schweizer Börse kotierten BVZ Holding AG, zu der auch die internationalen Top Brands «Glacier Express» und «Gornergrat Bahn» gehören. Einer initiativen Persönlichkeit bieten wir in **Brig** im Bereich **Marketing & Vertrieb** eine attraktive Kaderstelle als

Manager/in Kooperationen und Events

Ihr Aufgabengebiet

- Sie planen und steuern Kooperationen, überwachen die entsprechenden Budgets und setzen mit internen und externen Stellen zielgerichtet Massnahmen um
- Sie sind Projektleiter/in für Marketing- und PR-Events und koordinieren die Auftritte unserer Marken an Publikumsmessen
- Sie setzen das Merchandising-Konzept für unsere Marken um und entwickeln es weiter
- Sie realisieren im Team Massnahmen im gesamten Kommunikations-Mix

Sie bringen mit

- Abschluss einer Uni/ FH, HF, HFP oder BP in den Bereichen Marketing, Kommunikation, PR oder Tourismus
- Mehrjährige Berufserfahrung als Projektleiter/in oder Eventmanager/in mit einer entsprechenden Weiterbildung
- Organisationstalent und eine hohe Eigeninitiative
- Sehr gute Kommunikationsfähigkeit (D/ F/ E) und eine hohe Kreativität in Wort, Sprache und Bild

Sind Sie interessiert?

Für nähere Auskünfte steht Ihnen Barbara Truffer, Leiterin Marketing-Kommunikation, 027 927 71 05 oder barbara.truffer@mgbahn.ch, gerne zur Verfügung.

Ihre Bewerbung senden Sie bis zum **31. Mai 2015** elektronisch oder per Post an die untenstehende Adresse.

Matterhorn Gotthard Bahn
Personal
Bahnhofplatz 7
3900 Brig
personal@mgbahn.ch | www.mgbahn.ch

37840-12037

Per 1.10./1.11.2015 oder nach Vereinbarung gesucht

GASTGEBERPAAR

LANDGASTHOF GRIZZLYBÄR www.grizzlybaer.ch

Für den Landgasthof Grizzlybär, Forst-Längenbühl/BE mit einem Umsatz zwischen 1,5 bis 2,0 Mio./Jahr.

Der Betrieb liegt am idyllischen Dittligsee im Thuner Westamt und verfügt über folgendes Angebot:
250 Innen-/220 Aussenplätze, Western-Pub, 6 Hotelzimmer, grosser Kinderspielplatz, Minigolfanlage, Kleintierzoo.

Als Arbeitgeber bieten wir:
moderne Anstellungsbedingungen in sehr selbständiger Geschäftsführung mit zentraler Unterstützung im administrativen Bereich.

Wir erwarten:
Selbständige, initiative und herzliche Gastgeberpersönlichkeit mit einem hohen Mass an Einsatzbereitschaft und Verantwortungsbewusstsein, unternehmerisches Denken und Handeln, Macherqualitäten, anpackende und flexible Persönlichkeiten.

Unsere Idealvorstellung:
- ein Wirtepaar (26- bis 45-jährig)
  (Er/Sie Koch/Küchenchef, Er/Sie Teamleitung Service)
- im Besitz des Berner Wirtepatentes oder gleichwertig
- eine abgeschlossene Ausbildung als Koch/Küchenchef
  (evtl. Weiterbildung als eidg. dipl. Gastronomiekoch)
- mehrjährige Erfahrung im Gastgewerbe

Wenn Sie sich von dieser Ausschreibung angesprochen fühlen, erwarten wir gerne Ihre Bewerbungsunterlagen bis 15. Juni 2015.

Auskünfte und Bewerbung an:
Hauenstein Hotels, Daniel Eschmann
Staatsstrassse 115, 3626 Hünibach
Tel. 033 244 66 62 / de@hauensteinhotels.ch

HAUENSTEIN HOTELS

37870-12050

hotelleriesuisse ist mit seinen über 3000 Mitgliedern das Kompetenzzentrum für die Schweizer Hotellerie und vertritt als Unternehmerverband die Interessen der national und international ausgerichteten Hotelbetriebe. Am Hauptsitz in Bern beschäftigt der Verband rund 100 Mitarbeitende.

Im Geschäftsfeld Bildung suchen wir per 1. September oder nach Vereinbarung eine engagierte, führungserprobte und fachlich versierte Persönlichkeit als

Leiter/in Bildungsangebote

In dieser Funktion haben Sie die Möglichkeit, die Weiterbildungsangebote und Bildungspartnerschaften von hotelleriesuisse aktiv zu gestalten und bei der Weiterentwicklung des Geschäftsfeldes Bildung mitzuwirken. Sie sind Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung und direkt dem Leiter Bildung unterstellt.

Besuchen Sie unsere Website www.hotelleriesuisse.ch/jobs und erfahren Sie mehr über diese spannende Stelle.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche oder elektronische Bewerbung.

hotelleriesuisse - Kompetent. Dynamisch. Herzlich.
Ursula Imhasly Bevc
Leiterin Human Resources
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
hr@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

37842-12038

Bekanntes Thai Restaurant in Zürcher Altstadt

TEAMLEITER/-LEITERIN 70–80%

Restaurant Ban Song Thai
Kirchgasse 6, 8001 Zürich
044 252 33 31, bansong@bluewin.ch

37838-12035

Ab Sommer, spätestens November in Baden

Chefkoch

Geschichtsreicher Betrieb in Altstadt
Wunsch: Einstieg als Geschäftspartner
E-Mail: Bewerbung restaurant.baden@gmx.ch

37805-12025

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

JETZT BUCHEN

Wir möchten altershalber etwas kürzertreten und suchen auf Herbst 2015 oder nach Übereinkunft für unser gutgehendes, schönes ***Ferienhotel in grossem Sommer- und Wintersportort in Graubünden einen

Pächter oder Direktor

gerne auch ein Paar.

Ein schönes Haus mit vielen Stammgästen, mit 120 Betten, in bestem Zustand, mit grosser, moderner Wellnessanlage und grossem Garten, Pensionsbetrieb ohne öffentliches Restaurant, ein Bijou wie aus dem Bilderbuch erwartet Sie.
Wir suchen tüchtige Berufsleute mit Abschluss Hotelfachschule, Erfahrung und Herzblut.

Gerne erwarten wir Ihre Offerte mit den üblichen Unterlagen unter Chiffre 37871-12051 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

37871-12051

HotelSonne
WILDHAUS
★★★

Das sonnigste-Team der Ostschweiz sucht ab sofort oder nach Vereinbarung eine

Réceptionistin

Als Réceptionistin in der Sonne sind Sie natürlich eine strahlende Persönlichkeit, berufserfahren und kennen sich mit dem „Fidelio" gut aus.

Ich freue mich auf Ihre Bewerbung:
petra.federer@beutler-hotels.ch
oder: Petra Federer, Gastgeberin
Hotel Sonne, 9658 Wildhaus
Tel 071 999 23 33
www.beutler-hotels.ch

37832-12031

sunnfarm

Wir sind ein regional tätiges Handels- und Produktionsunternehmen für Eier, Eiprodukte, Teigwaren, gekühlte Frisch- und Tiefkühlprodukte. Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir:

Chauffeur Kat. B / Produktionsmitarbeiter
80–100%

Sie sind eine kräftige Person, die unsere Produkte gemäss Kundenwunsch in den Regionen Zürich, Schaffhausen und Winterthur anliefert. Ihre Freude an Lebensmitteln setzen Sie ein bei der Herstellung unserer Eigenprodukte. Neben einer sicheren Fahrweise ist Deutsch in Wort und Schrift kein Problem für Sie.

Wir bieten Ihnen eine vielseitige Tätigkeit innerhalb einem kleinen, motivierten Team. Bei Interesse freuen wir uns auf Ihre elektronische Bewerbung an:
ruth.peyer@sunnfarm.ch

Sunn Farm AG, Ruth und Hanspeter Peyer
Neeracherstrasse 32, 8162 Steinmaur
Tel. 044 850 52 62, www.sunnfarm.ch

37868-12049

CARITAS Schweiz Suisse Svizzera Svizra

Sofort per SMS
50 Franken spenden:
«Nepal 50» an 227

Das Richtige tun

Gastro Express

Die führende Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

36195-11732

Häberli's Schützenhaus ist ein moderner Gastronomiebetrieb vor den Toren der Stadt Bern mit Brasserie, Gourmet- und Bankettsaal. Eine gedeckte Sonnenterrasse sowie die Vinothèque ergänzen das Angebot.

Zur Ergänzung unseres Teams haben wir folgende Stellen neu zu besetzen:

Commis de cuisine/ Chef de partie

Wir erwarten von Ihnen eine gute Ausbildung, Freude mit frischen Lebensmitteln zu arbeiten und die Fähigkeit, in einem kleinen Team mitzuarbeiten. Wenn Ihnen die Hygienestandards nicht fremd sind und Sie auch in hektischen Zeiten den Überblick bewahren, erwarten wir gerne Ihre Bewerbung.

Diese Stelle kann auch von älteren Bewerbern in Teilzeit besetzt werden.

Häberli's Schützenhaus
Jakob Häberli
Oberdorfstrasse 10
3053 Münchenbuchsee
www.haeberlis.com

37830-12030

STELLENGESUCHE

Fachkundige, fröhliche, gepflegte, gesetzte Gastronomin möchte als Aushilfe in Hotel- oder Restaurationsbetrieb als

Stütze des Patrons

tatkräftig mitwirken und Sie unterstützen. Arbeite speditiv und liebe den Umgang mit Menschen.

Offerten unter Chiffre 37837-12034 an Hotel + Tourismus Revue, Postfach, 3001 Bern

37837-12034

ANZEIGEN

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

36206-11735

SUISSE ROMANDE

Hôtel-restaurant gastronomique, campagne genevoise, cherche

commis de cuisine

entrée de suite. Envoyer dossier complet à info@hotel-hermance.ch

37847-12042

Hôtel-Restaurant
BEL-AIR

Cuisine bourgeoise, spécialités de poissons et diverses quinzaines selon les saisons.
Wir suchen, nous recherchons

1 cuisinier/ère Koch oder Köchin

R. CHERVET 026 673 14 14 / 079 684 86 66
1788 Praz-Vully (bord du lac de Morat)
www.bel-air-lac.ch, e-mail: bel-air@bel-air-lac.ch

37804-12024

IMMOBILIEN

Guter Grund für Ihren Besitz. G&P IMMOBILIEN GMBH LUZERN / LUGANO
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@gsellundpartner.ch :: www.gsellundpartner.ch

37548-11995

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue
HOTELLERIE GASTRONOMIE ZEITUNG

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

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

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

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

LEITUNG
Barbara König
Mario Gsell

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

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

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

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

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

inserate@stellenProfil.ch
inserate@immoProfil.ch

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

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

Aus- und Weiterbildung
Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.80
4-farbig CHF 2.35

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

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

ANZEIGENSCHLUSS
Montag, 12.00 Uhr

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

PRODUKTION
Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:
Hotellerie Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39, 8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION
Ringier Print Adligenswil AG,
6043 Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE
Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE
40.000 Exemplare

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

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

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

THEMENBILD: KEYSTONE

SERVICEQUALITÄT IM HOUSEKEEPING

Die ganzheitliche Servicequalität ist ein zentraler Erfolgsfaktor für Unternehmen in der Tourismus- und Hotelbranche.

Die globale Vernetzung bringt Gäste aus unterschiedlichen Ländern mit einer grossen Vielfalt an Kulturen in die Schweiz. Mit der steigenden Diversität wächst auch die Anforderung an die Dienstleistungsunternehmen, die verschiedensten Erwartungen und Bedürfnisse zu befriedigen. Bereits zu Beginn der touristischen Wertschöpfungskette, bei der Auswahl der Destination und des Aufenthaltsortes, spielt die transparent dargestellte Servicequalität verschiedener Bereiche eine wichtige Rolle.
Die erhöhte Transparenz in der Erfassung sowie die Kommunikation der Servicequalität, direkt kombiniert mit den Gästeerfahrungen, sollen helfen, das Unternehmen gezielt zu positionieren. Im ganzheitlichen Qualitätsmanagement, in dem das Housekeeping einen wichtigen Bereich darstellt, erlauben digitale Hilfsmittel eine einfache, flexible und einheitliche Erfassung diverser Informationen. Integriert in den Arbeitsprozess können nach individuellen Standards Beschwerden gemanagt, interne Qualitätsaudits in verschiedenen Bereichen wie Küche, Etagen und Spa-/Wellness umgesetzt, die Kommunikation zwischen unterschiedlichen Bereichen wie beispielsweise der Réception, dem Housekeeping sowie dem technischen Dienst vereinfacht werden usw.

Die digital erfassten Informationen werden vom System automatisch verarbeitet. Der Arbeitsprozess wird dadurch erleichtert und die Proaktivität erhöht. Auf die individuellen Bedürfnisse der Gäste kann proaktiver eingegangen und die Erwartungen und das damit einhergehende Empfinden für Qualität erfüllt werden. Zusätzliche Optimierungspotenziale in Bezug auf die Servicequalität können, dank digital und ganzheitlich gesammelter Informationen der unterschiedlichen Bereiche, aufgedeckt und analysiert werden. Die daraus folgenden zielgerichteten Massnahmen sowie die Integration, Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeitenden aller Bereiche rund um das Thema Servicequalität helfen weiter, die eigene Positionierung zu stärken. Benchmarks innerhalb der Branche oder über die Entwicklung des eigenen Unternehmens zeigen die Veränderungen während eines bestimmten Zeitraumes auf. Digitale Hilfsmittel im Housekeeping erlauben nicht nur die Visualisierung der Servicequalität der Dienstleistung. Sie erlauben als ein Element in der gesamten Wertschöpfungskette Prozesse zu vereinfachen, Transparenz und Qualität zu erhöhen, die Kommunikation zu verbessern und die Positionierung im (globalen) Markt gezielt zu optimieren.

Astrid Brühwiler
Leiterin Building Care Consulting
Diversey Europe
www.diverseysolutions.com/de-ch

Zu verkaufen
3-Sterne-Hotel mit 26 Zimmern
Ertragswert (und VB) 4,3 Mio Fr. Traditionsreiches historisches Haus an zentraler Lage in bekannter Bündner Feriendestination. Einschliesslich Nebengebäude mit 8 weiteren Zimmern, Speisesaal, verschiedenen Restaurants, Terrasse, 4-Zimmer-Wirtewohnung, kleinem Wellnessbereich, Mitarbeiter-Zimmern und 30 Parkplätzen.
Anfragen unter Chiffre 37834-12033 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
37834-12033

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
Wir verkaufen/vermieten Hotels und Restaurants und sind die Spezialisten für Gewinnoptimierung...
Wir beraten Sie gerne, erfahren Sie mehr darüber auf unserer Website
www.hesser-consulting.ch
Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055 410 15 57 – hesser@bluewin.ch.
35907-11656

Stadtbekanntes Café-Restaurant im Berliner Grunewald zu verkaufen
Topzustand, auf Mietgrundstück (ca. 2500 m²), grosser Biergarten mit ca. 160 Plätzen, erweiterbar, mit neuer Minigolfanlage (18 Bahnen), provisionsfrei, Kaufpreis 398 000 Euro.
Zuschriften erb. unter Chiffre 36779-11878, htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
36779-11878

Hotel-Restaurant Rössli Amden SG
Total neu erstelltes Hotel-Restaurant mit modernsten Innenausbauten, Hotelküche und optional eine 4½-Zimmer-Wirtewohnung direkt über dem Lokal.
Das Restaurant bietet Platz für:
- 100 Personen im Bankettsaal für Anlässe aller Art
- 80 Personen auf der Panorama-Terrasse
- 60 Personen im Restaurant mit Apéro-Bar
- 40 Personen im abtrennbaren Saal, der auch für Seminare genutzt werden kann

Die Lokalität bietet ein familienfreundliches Ambiente an, wo sich Gäste entspannen oder der liebsten Freizeitbeschäftigung nachgehen können. Vom Restaurant besteht zudem ein direkter Zugang zur Talstation der Sesselbahn Mattstock und zum Ski- und Wandergebiet Amden. Im Hotelbereich stehen drei Doppelzimmer zur Verfügung. Zum Standard gehören Bad, Dusche, WC, Haartrockner, TV und Internet. Alle Zimmer können online gebucht werden.
Ein grosser Parkplatz – auch für Busse – sowie eine behindertenfreundliche Infrastruktur sind vorhanden.
Verkaufspreis: CHF 1 600 000.–
Im Preis inbegriffen ist das gesamte Hotel- und Restaurantinventar! Und das alles zu einem fairen Preis.
Gerne senden wir Ihnen die Verkaufsunterlagen zu.
panexepertas ag
8723 Rufi, Herr G. Fritschi, Tel. 055 293 21 00
37873-12052

A LOUER
Au centre-ville de Bienne
BRASSERIE AUTHENTIQUE
35 places à la brasserie
45 places au premier étage
Le prix de location: Fr. 2020.–
Charges: max. Fr. 400.–
A vendre le mobilier complet.
Des intéressé(e)s solvables sont prié(e)s de contacter le propriétaire
✆ 079 642 23 23
37818-12027

Restaurant Rössli, 4242 Laufen
- in der Altstadt gelegenes Restaurant mit 45 Sitzplätzen
- zwei Säle mit 20 und 40 Sitzplätzen
- Inventar und div. Maschinen sind vorhanden
- zum Restaurant gehört eine 4-Zimmer-Wohnung
- Zeitpunkt der Vermietung nach Vereinbarung

Wir bieten einem/r Schweizer Wirt/in oder Ehepaar eine attraktive Chance zu günstigen Konditionen.
Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.
Aeschi Paul, Hauptstrasse 28, 4242 Laufen
37833-12032

Pächter/in gesucht
Firma oder Privatperson/en
Attraktiver Neubau mit zweiteiligem Restaurant und 10 modernen Hotelzimmern im entstehenden Rheinfels-Park in Stein im Fricktal AG. Grosszügige und lichtdurchflutete Räume, effiziente Abläufe, Parkanlage und Sicht auf den Rhein.
- Die Gemeinde wünscht sich einen Begegnungsort für Einwohner, Touristen, Geschäftsleute, Junge und Alte, mit einem populären Konzept und attraktivem Preis-Leistungs-Verhältnis.
- **Erdgeschoss (ca. 225 m²)**
  - Zweiteiliges, abtrennbares Restaurant mit ca. 32 und 38 Plätzen
  - Adäquate Aussenflächen
  - Kombinierter Bar-/Buffet-/Rezeptionsbereich
  - Grosszügige Küche mit Tageslicht und Spüle
  - Anlieferung (Gebäuderückseite) inkl. Waren-/Personenlift
  - 20 Aussenparkplätze (nicht exklusiv)
- **Untergeschoss (ca. 200 m²)**
  - Gästetoiletten, Mitarbeitergarderoben und -toiletten
  - Kleines, abschliessbares Büro
  - Diverse Lager-, Kühl- und Tiefkühlräume, Entsorgungsraum
  - 10 Einstellparkplätze exklusiv für Hotelgäste
- **1. und 2. Obergeschoss (ca. 160 m²)**
  - 10 Doppelzimmer mit Dusche/WC, TV, Minibar und Rhein-Sicht
  - Raucher-Loggia und Etagenoffice pro Geschoss
- **Pachtbeginn:** 1. Januar 2016
- Die Gemeinde Stein bietet faire Pachtbedingungen. Das Grossinventar/Mobiliar gehört zur Pachtsache. Das Kleininventar ist Sache des Pächters/der Pächterin
- **Exposé und weitere Details: www.jlz.ch unter Aktuelles oder www.gemeinde-stein.ch unter Aktuelles/Neuigkeiten**
37210-11954