

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2015)  
**Heft:** 44

## Heft

### Nutzungsbedingungen

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

### Conditions d'utilisation

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

### Terms of use

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

**Download PDF:** 06.07.2025

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

**Milestone live!**  
Erleben Sie die Preisverleihung im Live-Stream.  
3. Nov. ab 17.30  
[htr.ch/milestone-preisverleihung](http://htr.ch/milestone-preisverleihung)



### Hotellerie

Kai Bender, CEO der Investment-Firma Acron, ist an weiteren Hotels in der Schweiz interessiert – auch als Betreiber.

Seite 3

### Jubiläum

Nuot Saratz, VR-Präsident des Hotels Saratz, feiert mit seinen Jubiläumsgästen 150 Jahre Hotelgeschichte.

Seite 6

### Politik

Christophe Darbellay, Präsident von CVP und «Salon des goûts et terroirs», engagiert sich aus Überzeugung für regionale Produkte.

Seite 7

### Bücher-Extra

Hildegard Möller, Kochbuchautorin, widmet sich in ihrem neusten Werk umfassend dem Trendgemüse Kohl.

Seite 19 und 20

## Lebensmittelgesetzgebung und Hotellerie

# Untragbare Mehrkosten

Die geplanten Regeln für Dusch- und Badewasser haben für Hotels massive Kosten zur Folge.

THERES LAGLER

Die vom Bundesrat vorgeschlagenen Verordnungen zum neuen Lebensmittelgesetz bringen für die Hotellerie einen erheblichen Bürokratieaufwand und Mehrkosten mit sich. Neu ist auch das Badewasser dem Lebensmittelrecht unterstellt. Die vorgeschlagenen strengeren Regeln für Dusch- und Badewasser verursachen den

Hotelbetrieben hohe Kosten für notwendige Sanierungsarbeiten. Das Büro für arbeits- und sozialpolitische Studien (Bass) hat errechnet, dass während der fünfjährigen Übergangsfrist jährlich 64 Hotelbäder saniert werden müssten, also 320 insgesamt. Die Kosten werden auf insgesamt 13,9 Mio. Franken geschätzt, pro Betrieb also im Durchschnitt 43 000 Franken. Weiter kommen

2000 bis 3000 Franken für die jährlich durchzuführenden Messungen hinzu. Auch viele Duschanlagen müssten saniert werden. «Dieser Gesamtaufwand ist für Hotels, die ohnehin mit schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu kämpfen haben, nicht tragbar», sagt Christophe Hans, Leiter Wirtschaftspolitik von hotelleriesuisse.

Seite 2

## Stadtführungen

# Geschichtenerzähler auf der Stadtbühne



Auch eine Baustelle taugt zur Inszenierung: Eine Schauspielerin mimt eine Nationalrätin auf dem StadtLand-Rundgang «Bern politisch».

Stattland

Die Stadtführung ist eine der ältesten und günstigsten Angebotsinszenierungen im Tourismus. Vielleicht liegt es daran, dass die Stadtführer vielerorts «stiefmütterlich» behandelt werden, wie der Verein Schweizerischer Reiseleiter und Stadtführer kritisiert.

Wie dem auch sei: Eine Geringerschätzung wäre fahrlässig. Denn die Nachfrage bleibt im digitalen Zeitalter hoch. Von zehn angefragten Tourismusorganisationen stellt nur Zürich Tourismus fest, dass sich der «digital shift» negativ auf die Buchungszahlen auswirkt. Gesichert ist die Zukunft deshalb nicht. Die einheimische Nachfrage, die mit Abstand wichtigste, verlangt stets nach weiteren Innovationen. Und die Gäste aus den neuen Fernmärkten interessieren sich für das Angebot nicht im gleichen Ausmass wie die Europäer. axg

Seite 9 und «fokus», Seite 11 bis 14

## hotelleriesuisse

# Führungswechsel per Juni 2016



Christoph Juen.

adb

Christoph Juen, seit 2000 CEO von hotelleriesuisse, hat sich entschieden, die operative Führung des Unternehmensverbandes der Schweizer Hotellerie an der Delegiertenversammlung vom 7. Juni nächsten Jahres abzugeben.

Unter Christoph Juens Führung hat sich hotelleriesuisse zu einer hoch professionellen Organisation entwickelt, welche die Interessen der Hotellerie in Wirtschaft, Medien und Politik engagiert und glaubwürdig vertritt und als kons-

truktive, lösungsorientierte Partnerin wahrgenommen wird. Die hotelleriesuisse-Verbandsleitung bedauert den Rücktritt Juens, versteht aber seinen Wunsch, einen neuen Lebensabschnitt zu planen.

Der heute 62-jährige Christoph Juen wird sich nach seinem Rücktritt auf strategische Aufgaben innerhalb und ausserhalb der Hotel- und Tourismusbranche konzentrieren und entsprechende Verwaltungs- und Stif-

tungsmandate übernehmen. «Christoph Juen hat hervorragende Arbeit im Dienste des Verbandes und der gesamten Branche geleistet. Dafür danken wir ihm schon heute herzlich», sagt hotelleriesuisse-Präsident Andreas Züllig. Die Verbandsleitung hat zur Rekrutierung einer Nachfolgerin oder eines Nachfolgers eine interne Findungskommission eingesetzt.

htr  
Interview mit Christoph Juen in der htr-Ausgabe vom 5. November

## Kommentar

# Der Luxusmarkt hat die Online-Aufgaben hoffentlich gemacht



SABRINA GLANZMANN

Der aktuelle Trend in den USA: Gut Betuchte buchen ihre Luxus-Ferienresidenz und Upscale-Hotelzimmer neuerdings einfach und beratungslos via OTA. Wie die Recherchen unseres US-Autoren Harald Weiss auf der «online & technik»-Seite zeigten, haben entsprechend spezialisierte Agenturen dafür Objekte im bis zu sechsstelligen Dollar-Bereich für eine Woche unter Vertrag; auch grosse Hotelnamen wie Ritz Carlton, Mandarin Oriental oder Four Seasons melden ein steigendes Online-Buchungsgeschäft, sei es mit OTAs, weiteren Anbietern aber auch mittels eigener Website.

Fakt ist: Der internationale Luxusreise-Markt gilt diversen Studien zufolge als das derzeit am stärksten wachsende Marktsegment in der Branche. Logisch also, dass dies neue und auf High-end spezialisierte Anbieter auf den Plan ruft, die sich ein Stück vom saftigen Provisionskuchen abschneiden wollen. Mal wieder. Und was im US-Reisemarkt Schule macht, wird über kurz oder lang die Branche auch hierzulande stärker beschäftigen.

Das sollte jetzt nicht als lästiges Online-Distributions-Déjà-vu ausgelegt werden, sondern als Branchenrealität: Die Ausgeordntheit, wie man eMarketing-mässig aufgestellt, wie man positioniert, worauf man spezialisiert ist und mit welchen Anbietern sich deshalb eine Zusammenarbeit lohnt, macht das Luxussegment hoffentlich nicht erst jetzt.

Seite 17

## Inhalt

diese woche	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-14
caterer	15
online & technik	17
dolce vita	18-20



ANZEIGE

Meet & Greet an der Igeho  
21.-25. November 2015

Halle 1.0, Stand B 090  
Networking-Apéros und unsere Experten erwarten Sie – wir freuen uns auf Ihren Besuch!  
[www.hotelleriesuisse.ch/igeho](http://www.hotelleriesuisse.ch/igeho)

**ROTOR**  
*Lips*

[www.RotorLips.ch](http://www.RotorLips.ch)  
Rotor Lips AG • 3661 Uetendorf  
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

HOTELAMBIENTE  
VOM KOMPLETT-ENRICHTER

HOTEL PLATEAU ROSA  
ZERMATT

**BAUR**  
WOHNFAZINATION SEIT 1892  
Fon +49(0)7755-9393-0  
[www.baur-bwf.de](http://www.baur-bwf.de)

Live an der Igeho Basel  
Halle 1.0 | Stand B 025

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

**rebagdata**  
hotel management solutions 044 711 74 10 • [www.rebag.ch](http://www.rebag.ch)

## Aus der Region

### Ostschweiz Appenzell AR revidiert Tourismusgesetz

Ein neues Tourismusgesetz soll Appenzell Auserrhoden erhalten. Die aus dem Jahre 1976 stammende Gesetzesvorlage wurde bereits viermal teilverändert. Nun spricht sich der Kantonsrat in erster Lesung mit 47 zu 11 Stimmen für die Totalrevision des Gesetzes über die Förderung des Tourismus aus. Das Gesetz regelt insbesondere die Subventionierung von Projekten zur Tourismusförderung und von Tourismusorganisationen – auch überregional agierenden – sowie die Tourismusabgaben.

### Schaffhauser Tourismus muss über die Bücher



Robert Boesch

Nach dem Nein des Schaffhauser Stimmvolks zum neuen Tourismusgesetz reagiert Schaffhauserland Tourismus: Eine Taskforce soll Szenarien für eine Reorganisation ausarbeiten. Der Abbau von Leistungen und Personal dürfte unausweichlich sein. Das Schaffhauser Volk hatte entschieden, der Tourismusorganisation den kantonalen Beitrag von 450 000 Franken zu streichen. Dies habe gravierende Konsequenzen für Schaffhauserland Tourismus, wie die Organisation mitteilt.

### Graubünden Kandidatur für Olympia 2026 wahrscheinlich

Für die Austragung der Olympischen Winterspiele 2026 wird eine Kandidatur Graubündens immer wahrscheinlicher. Die «Ausarbeitung einer Kandidatur» will die Bündner Regierung unterstützen. Sie hat einen entsprechenden Auftrag aus dem Parlament angenommen. Graubünden verfüge aus dem Prozess «Olympische Winterspiele Graubünden 2022» über ausgezeichnete Grundlagen.

### Lenzerheide Bergbahnen investieren weiter



ZVG

Die Lenzerheide Bergbahnen AG will in Zukunft den Fokus noch stärker auf das Qualitätsmanagement, die gemeinsame Vermarktung mit Arosa und die Entwicklung neuer Produkte mit Partnern vor Ort setzen. Geplant ist unter anderem der Neubau der Motta-Hütte sowie einer Parkanlage beim neuen Yolo-Hotel. Hinter dem Hotelprojekt steht die Fortimo AG der Familie Bienzi, die bereits die Privé Alpine Lodge sowie das Personalhaus Canols realisiert hat. dst



Wird Wasser auf 60 Grad Celsius erhitzt, werden Bakterien abgetötet. Deshalb will der Bund das Dusch- und Badewasser strenger regulieren. Shutterstock, 123RF

# Mehrkosten für die Hotellerie

**Der Bund will neue Regeln fürs Dusch- und Badewasser erlassen. 320 Hotelbäder könnten so zum Sanierungsfall werden. Die Investitionskosten werden auf 14 Mio. geschätzt.**

THERES LAGLER

Morgen läuft die Anhörung zu einer ganzen Reihe von Verordnungen im Bereich Lebensmittelrecht ab. Grosse Folgen für die Schweizer Hotellerie könnte die «Verordnung über die Qualität von Wasser für den Konsum und den Kontakt mit dem menschlichen Körper» haben. Der Bund schlägt darin strengere Regeln für das Dusch- und Badewasser in (halb) öffentlichen Anlagen vor, um Infektionen mit Legionellen einzudämmen (siehe auch Text «Legionellen»). Konkret will der Bund den Grenzwert von gebundenem Chlor von 0,3 auf 0,2 Milligramm pro Liter senken. Die Grenzwerte für krankheitserregende Mikroorganismen wie Le-

gionellen sollen verbindlich festgeschrieben werden. Zudem sind neu die Regelungen der SIA-Norm 385/9 einzuhalten. Das bedeutet, dass die Rückspülung des Filters von Badeanlagen nur noch mit desinfiziertem Wasser erlaubt ist. Weiter muss die Filterspülung manuell ausgelöst werden und nicht mehr automatisch gesteuert durch ein Zeitprogramm. Das erfordert eine moderne Technik, aber auch zusätzlichen Personalaufwand.

**hotelleriesuisse wehrt sich gegen neue Vorgaben für Hotelbäder**

«Diese Neuregulierungen gehen uns entschieden zu weit», hält Christophe Hans, Leiter Wirtschaftspolitik von hotelleriesuisse, fest. Er stützt sich bei seiner Beurteilung auf eine Regulierungsfolgenabschätzung, welche das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen und das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) selber in Auftrag gegeben haben. Das Büro für arbeits- und sozialpolitische Studien (Bass) kommt darin zum Schluss, dass während der fünfjährigen Übergangsfrist jährlich 64 Hotelbäder saniert werden müssten – also 320 Hotelbäder insgesamt. Damit wären mehr als die Hälfte der aktuellen Hotelbäder von einer Sanierung betroffen. Die Bass-Studie rechnet für die Sanierung der Hotelbäder mit

Investitionskosten von insgesamt 13,9 Millionen Franken. Umgerechnet würde das Kosten von durchschnittlich 43 000 Franken pro Betrieb bedeuten. Hinzu kommen 2000 bis 3000 Franken für die jährlich durchzuführenden Messungen, die das jeweilige Kantonslabor vornehmen muss. «Dieser Gesamtaufwand ist für Hotels, die ohnehin mit schwierigen, wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu kämpfen haben, nicht tragbar», findet Christophe Hans. «Zudem wird das Verhältnismässigkeitsprinzip klar verletzt.» Der Leiter Wirtschaftspolitik von hotelleriesuisse weist darauf hin, dass im vergangenen

Jahr nur gerade 1,8 Prozent der tödlich verlaufenen Legionellen-Infektionen auf Reisen in der Schweiz – und damit auf einen Campingaufenthalt oder einen Hotelaufenthalt – zurückzuführen waren.

**Auch bei Duschanlagen könnten bald immense Kosten anstehen**

Doch es kommt noch dicker: Der Bund will auch Duschanlagen den neuen Regelungen unterstellen. Bisher kennen im Bereich Duschwasser nur die Kantone Thurgau und St. Gallen gesetzliche Vorgaben. Die Bass-Studie schätzt, dass es schweizweit 13 786 Duschanlagen gibt.

23 Prozent davon seien sanierungsbedürftig. Bei den Hotels werden nicht die einzelnen Nasszellen in den Gästezimmern gezählt. Ein Hotel gilt generell als eine Duschanlage. Geht man also von 5200 Hotels in der Schweiz aus und zieht jene mit Hotelbädern ab, bleiben 4600 Betriebe. Falls wirklich 23 Prozent sanierungsbedürftig sind, handelt es sich um rund 1000 Hotelbetriebe. Beziffern kann die Bass-Studie die Sanierungskosten nicht. Sie weist aber darauf hin, dass insbesondere bautechnische Massnahmen (Arbeiten an Leitungen, Trinkwasserwärmern) mit hohen Kosten verbunden sind.

## Legionellen Die Ansteckungsrate in Schweizer Hotels ist äusserst gering

Legionellen sind Bakterien, die sich vor allem bei Temperaturen zwischen 25 und 50 Grad Celsius in Wassersystemen vermehren. Sie sind Verursacher der Legionärskrankheit. Gemäss Bundesamt für Gesundheit (BAG) gab es im vergangenen Jahr in der Schweiz 280 Todesfälle. Die Ansteckung erfolgt durch Einatmen der Bakterien aus feinen Wasserpartikeln in der Luft. Die Wasserpartikel können an Dusch-

köpfen und Wasserhähnen, in Saunen und Sprudelhäusern, aber auch bei Klimaanlage und Luftwascheinrichtungen auftreten. Dass sich jemand im Hotel ansteckt, ist aber selten, wie die BAG-Auswertung der letztjährigen Fälle zeigt: reisebedingt in der Schweiz 5 (1,8%), reisebedingt im Ausland 32 (11,4%), im Altersheim 13 (4,6%), im Alltag 219 (78,2%), bei einem Spitalaufenthalt 8 (2,9%) und im Beruf 3 (1,1%).

## Projekt Largo Neue Deklarationspflicht bei Lebensmitteln

Nebst der Neuregulierung von Dusch- und Badewasser befinden sich über 20 weitere Verordnungen zur Lebensmittelgesetzgebung in Anhörung. Insbesondere die **Lebensmittelinformationsverordnung** betrifft das Gastgewerbe. Sie schreibt vor, dass **Allergene im Offenverkauf** künftig schriftlich deklariert werden müssen. hotelleriesuisse lehnt dies wegen der anfallenden Zusatzkosten entschieden ab. tl

# Aufwertung von Flims durch neues Zentrum

**Flims soll ein multifunktionales Zentrum erhalten, welches das touristische Waldhaus mit dem Dorf verbindet. Teil davon ist auch ein Hotel.**

DANIEL STAMPFLI

«Wir haben in der Dorfentwicklung und im Tourismus Nachholbedarf», sagte Adrian Steiger, Gemeindepräsident von Flims, anlässlich der Grundsteinlegung zum Gesamtprojekt «Stenna Flims». Mit Beginn der Wintersaison 2018/19 soll die Lücke zwischen Flims-Dorf und Flims-Waldhaus geschlossen werden. Das Gesamtprojekt besteht aus verschiedenen Häusern. Im Haupthaus werden vor allem Einkaufsmöglichkeiten, Dienstleistungen und Gastronomie angeboten. Als Mieter konnten bereits Coop, Coop Vitality Apotheke, die

Graubündner Kantonalbank sowie die Weisse Arena Gruppe gewonnen werden. Das dritte Obergeschoss ist für eine Hotelnutzung vorgesehen. In direkter Nachbarschaft des Haupthauses entstehen in drei Häusern 114 Wohnungen. Die CSA Real Estate Switzerland, eine Anlagegruppe der Credit Suisse Anlagengestaltung, hat von der Projektentwicklerin Senn Resources AG den Hauptbau sowie zwei Wohnhäuser gekauft. Das dritte Wohnhaus bleibt im Besitz der Senn Resources AG. Die Eröffnung des Haupthauses ist für Oktober 2018 vorgesehen.



«Stenna Flims» soll dem Tourismus neuen Schub geben. ZVG

# «Palace Luzern passt nicht zu uns»

Acron ist an weiteren Hotels in der Schweiz interessiert. Kein Interesse signalisiert CEO Kai Bender jedoch am Hotel Palace in Luzern, das die Credit Suisse verkaufen will.

DANIEL STAMPLI

**Kai Bender, wie würden Sie Ihre eigene Wohnimmobilie umschreiben?**  
Mit viel Charme. Meine Ehefrau und ich wohnen im Dorfkern von Meilen in einem alten, sanierten Häuschen zur Miete. Ich bin ein grosser Fan von Altbauten, die Tradition ausstrahlen.

**Beruflich beschäftigen Sie sich mit Immobilieneigentum und -beteiligungen, privat wohnen Sie zur Miete. Kein Widerspruch?**  
Überhaupt nicht. Als Mieter habe ich die Flexibilität. Falls notwendig, wenn sich an der privaten oder beruflichen Situation etwas ändert, kann ich rasch und unkompliziert reagieren. Wenn ich privat in eine Immobilie investiere, sind persönliche Aspekte entscheidend, wie etwa Attraktivität des Objekts, die Lage oder die Ausbildungsmöglichkeiten für die Kinder. Handelt es sich jedoch um eine geschäftliche Immobilieninvestition, muss abstrahiert werden. Ich darf nicht auf meine persönlichen Präferenzen abstellen, sondern muss mich fragen, ob es auch anderen, späteren Nutzern, Investoren usw. gefallen wird. Bedingung ist auch ein Mieter, der eine attraktive Rendite ermöglicht. Es gelangen also ganz andere Massstäbe zur Anwendung.

**Im Portfolio von Acron befinden sich auch Hotels. Lässt sich denn mit Investments in Hotels Geld verdienen?**  
Ja, sicher. Beim Hotel, wie generell auch

bei gewerblichen Immobilien, ist der Einstieg entscheidend. Wichtig ist, dass man im Vorfeld den Markt ganz genau unter die Lupe nimmt. Bei Hotelprojekten gilt es zu analysieren, ob das Hotel die Nachfrage erzielen wird, die sich der Entwickler oder der Hotelier erhofft. Leider gibt es immer wieder Betriebe, bei welchen die Hoffnungen nicht erfüllt werden. Wenn man das Hotelinvestment von Anfang an richtig angeht, führt es zum Erfolg.

**Aktuell wohl eher in der Stadt- als in der Ferienhotellerie?**  
Die Stadthotellerie hat einige Vorteile. Auch in der aktuellen Wirtschafts- und Währungssituation arbeiten die Stadthotels in der Regel profitabel und machen damit Investments attraktiv. Über die gesamte Woche betrachtet, hat man mehr Möglichkeiten und ist saisonunabhängig. Ich glaube aber nach wie vor, dass es auch gute Möglichkeiten im Leisure-Gebiet gibt, obwohl es im Moment sehr schwierig ist.

**Ein anderer Investor, der Immobilien-Fonds CS REF Hospitality der Credit Suisse, will den Hotelanteil verriegeln. Für Sie nachvollziehbar?**  
Zur Anlagestrategie der Credit Suisse kann ich mich nicht äussern. Unser Vorteil ist, dass wir jedes Hotel als Einzelfall betrachten können, unabhän-

## Steigenberger Mehr Gewinn mit der Immobilie

Die Acron Helvetia II Immobilien AG, die die Hotelimmobilie Steigenberger Alpenhotel & Spa in Gstaad-Saaneland hält, erzielte im 1. Halbjahr 2015 einen Gewinn von 178 793 Franken (Vorjahr 139 266). Die geringeren Bewertungskorrekturen als im Vorjahr führten zur Ergebnisverbesserung. Dank der im 1. Halbjahr 2015 vorgenommenen Umfinanzierung des Objekts nahm die Zinsbelastung spürbar ab. Die Gesellschaft wird im 2. Halbjahr 2015 von günstigen Finanzierungsbedingungen voll profitieren können. Die Gesellschaft reduzierte die Hypothekenschulden plangemäss um 74 419 Franken, wodurch der Fremdfinanzierungsgrad von 65,1% auf 65,0% zurückgeht. dst

gig von der Sternekatégorie. Ein 5-Sterne-Hotel kann genauso Sinn machen wie ein 2-Sterne-Hotel. So kann sich jeder Anleger dasjenige Segment aussuchen, das er am vielversprechendsten einstuft.

**Sie könnten der CS doch helfen, indem Sie ihr ein Hotel abkaufen, das sie verkaufen möchte.**  
Wenn sich eine Chance ergibt, schauen wir gerne, ob ein Objekt unsere Anlagekriterien erfüllt.

**Konkret will die CS das Hotel Palace in Luzern verkaufen. Für Sie eine Option?**  
Dieses Objekt passt aktuell nicht ganz zu uns.

**Aber schauen Sie sich in der Schweiz nach neuen Objekten um?**  
Wir schauen uns permanent nach Hotels in der Schweiz um. Und dies betrifft nicht nur den Business-, sondern auch den Leisure-Bereich. In den Städten kann jedoch die Ertragskraft eines Hotels meist nicht mit jener von Wohnimmobilien konkurrieren, daher kommt es momentan nur zu wenig spannenden Hotelprojekten in der Stadt.

**Haben Sie konkret etwas in der Pipeline?**  
Nein, zurzeit verhandeln wir nicht für ein Hotel in der Schweiz.

**In St. Gallen sind Sie auch Betreiber des Radisson Blu. Bereit Ihnen die neue Funktion als**

**Hotelier Spass?**

Doch, es macht sehr viel Spass, insbesondere seit wir die ersten Erfolge konstatieren können. Wir haben uns im Verwaltungsrat und auf Beraterbene entsprechend verstärkt. Durch den Zuzug von Fachleuten konnten wir in den vergangenen sechs Monaten sehr viel erreichen. Erfreulich ist auch, dass die Mitarbeitenden mitziehen. Sales und Marketing arbeiten wieder erfolgreich, sodass wir auch Kunden zurückgewinnen, die beim vormaligen Betreiber verloren gingen.

**Könnte das Betreiben von Hotels ein Zukunftsmodell für Acron sein?**  
Könnte es tatsächlich sein. Entsprechend schliesse ich nicht aus, dass wir in Zukunft auch andere Hotels betreiben könnten.

**In Rio de Janeiro hat Acron 2014 das legendäre Hotel Gloria vom pleitegegangenen brasilianischen Milliardär Eike Batista übernommen. Wie kommt die Renovation voran?**  
Wir haben es bei einem Investor platziert, welcher das Development selber betreiben wird. Wir agieren noch als Dienstleister im Sinne eines Coachings.

**Weshalb haben Sie es weiterverkauft?**  
Das ist immer unser Ziel. Wir suchen attraktive Immobilieninvestments, kaufen sie auf eigenes Risiko, strukturieren sie und platzieren sie wieder bei unseren Kunden. Mit diesem Modell erhält der Kunde die Sicherheit, dass wir nur Investitionen empfehlen, an die wir selber glauben.

**In welchen Regionen weltweit sind Hotel-Investitionen für Acron am interessantesten?**

Grundvoraussetzung für jede Investition sind rechtlich und politisch stabile Verhältnisse. Wenn wir bei einer Investition in ein Hotel über 15 oder 20 Jahre kalkulieren, muss ich sicher sein, dass wir beziehungsweise unsere Investoren das Hotel auch während dieser ganzen Zeit besitzen können. Die Politik muss also das Eigentum garantieren. Die Länder, in welchen dies ohne weiteres der Fall ist, sind leider nach wie vor nicht in der Überzahl. Gewährleistet wird das Eigentum sicherheit in Europa, den USA und Teilen Südamerikas. Selbst zum Beispiel in den BRIC-Staaten ausser Brasilien wird es schon problematischer.

**«Wir schauen uns permanent nach Hotels in der Schweiz um. Dies betrifft den Business- und den Leisure-Bereich.»**

**Acron führt elf Single-Asset-Aktiengesellschaften mit Beteiligungen an je einer Immobilie. Was ist der Vorteil dieses Modells?**

Der Vorteil ist die Transparenz für Investoren, die nicht in einen Fonds

investieren möchten, da sie im Endeffekt nicht genau wissen, wo ihr Geld investiert ist. An unseren Single-Asset-Gesellschaften halten Private als Aktionäre Anteile, die an einer genau definierten Immobilie interessiert sind und in der Lage sind, diese auch zu beurteilen und zu bewerten.

## Zur Person Anwalt im Immobilien-Business

Kai Bender (42) ist seit 2010 CEO der Acron AG und Verwaltungsrats-Mitglied in den meisten Acron Immobilien AGs. Zuvor war er Geschäftsführer der Acron GmbH in Düsseldorf. Kai Bender studierte Rechtswissenschaften an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster in Deutschland. Nach der Zulassung als Anwalt im Jahr 2002 absolvierte er zusätzlich einen Master of Laws mit Schwerpunkt Unternehmens- und Steuerrecht. Er vertritt die zweite Generation der Bender-Familie, welche Acron gegründet hat und unverändert führt. Acron ist eine seit über 30 Jahren auf Immobilien spezialisierte Investment-Firma, die Beteiligungsprodukte in der Schweiz, den USA sowie in Deutschland, Österreich und Brasilien anbietet. Hotelimmobilien-Investments in der Schweiz sind das Hotel Steigenberger in Gstaad-Saaneland, das Radisson Blu, Flughafen Zürich, und das Radisson Blu in St. Gallen. dst

## Standpunkt

Sport, Stars und Verlängerung des Sommers als Modell



MARTIN STURZENEGGER\*

Mitte Oktober in einem 3-Sterne-Resort an der Costa Brava, das Wetter ist launisch und das Hotel verträgt einen Anstrich. Keine Gäste? Falsch: «full house!» Hier veranstaltet Ochsner Sport seine zweite «Sportplausch-Woche», wo sich Klein und Gross durch Dutzende verschiedene Sportarten testen können. Am Morgen gehts zum Fechten mit Max Heinzer, dann am Strand Rumbalgen mit Schwingerkönig Matthias Sempach und schliess-

**«Das kreative All-inclusive-Angebot trifft den Zeitgeist und passt in den Schweizer Markt.»**

lich Entscheiden zwischen Beach-Volley mit Sascha Heyer oder Joggern mit Viktor Röthlin. Ariella Kaeslin, Nicola Spirig, Roger Fischlin, Didier Defago und viele andere Top-Coaches beweisen Geduld und inspirieren die Teilnehmer.

Ein fantastisches Angebot, meine Kids sind begeistert und wir Eltern bestens unterhalten. Ochsner Sport hat mit dieser Sportplausch-Woche einen Volltreffer gelandet: Über 400 Hobby-Sportler sind in diesem Jahr angereist, unzählige weitere auf der Warteliste. Und ganz nebenher entstehen wunderbare Bilder, Image-Werbung vom Feinsten für Ochsner Sport und für das Resort.

Was ich für den Schweizer Tourismus mitnehme? Dieses kreative All-inclusive-Angebot trifft den Zeitgeist und passt perfekt in den Schweizer Markt. Durch die Kombination verschiedenster Leistungsträger – inklusive einem Retailer – kann ein Knüller kreiert werden, der die Sommersaison um eine Woche verlängert. Schade eigentlich, dass hier nicht ein Schweizer Resort am Drücker war.

\* Martin Sturzenegger ist Direktor von Zürich Tourismus.

## Aufgefallen

Tränen für das Aus einer Nostalgie-Luftseilbahn



Die Cassonsbahn in der bündnerischen Surseiva hatte am vergangenen Sonntag ihre letzte Fahrt. Der kleinen roten Seilbahn mit ihren 25 Gondeln aus dem Jahre 1956 weinen die Nostalgieker nach. Denn die älteste eidgenössisch konzessionierte Pendel-Luftseilbahn der Schweiz wird nicht nur vom Heimatschutz zu den schönsten Verkehrsmitteln gezählt. Doch Ende 2015 läuft die Konzession der Bahn aus, und im Frühling wird sie abgebrochen. Danach werden die Modernisten das Sagen haben, mit dem Bau einer neuen Bahn. dst

Schweiz

**Weiterbildung für Tourismusmanager**

Das Managementseminar des Verbandes Schweizer Tourismusmanager (VSTM) findet dieses Jahr vom 4. bis 6. November in Haute-Nendaz VS statt. Folgende drei inhaltlichen Schwerpunkte werden gesetzt: Destinations- und Standortvermarktung, E-Tourismus und dessen Differenzierungspotenziale für den Schweizer Tourismus, exzellente Management- und Führungsarbeit in den Destinationen. Zielpublikum sind DMO-Manager und Kadermitglieder der DMO.

www.vstm.ch

**SSTH Passugg fokussiert neu auf Kochkünste**

Die Swiss School of Tourism and Hospitality (SSTH) in Passugg hat mit dem Aufbau eines Exzellenzzentrums in der Gastronomie begonnen. Sie will als Vorzeigemodell für die praxisorientierte Ausbildung in der Schweiz gelten. Im Mittelpunkt der Neuausrichtung der SSTH stehen die Kochkünste an der modernen Ausbildungsstätte im Schulhotel Passugg. Die Studierenden erhalten dank den neuen Übungsrestaurants eine professionelle Praxisausbildung und werden so auf den Hotelalltag vorbereitet. Die duale Ausbildung entspricht den Anforderungen der 4- und 5-Sterne-Hotellerie.

**Ländlich und modern**



Attraktive und zugleich nachhaltige Erlebnisse bieten etwa Anlässe auf dem Bauernhof.

**Über konkrete Rezepte für den nachhaltiger Tourismus im Alpenraum ist man sich nicht einig. Dies zeigte eine Diskussion auf Einladung der Gotthardkantone an der Weltausstellung in Mailand.**

GERHARD LOB

**N**achhaltiger Tourismus, ökologischer und verantwortungsvoller Tourismus: Diese Begriffe sind zurzeit in aller Munde. Schweiz Tourismus wird 2017 den Ökotourismus gar zu seinem Hauptthema machen. Allerdings ist die Nachhaltigkeit leichter programmiert als umgesetzt, zumal hohes ökologisches Verantwortungsbewusstsein nicht immer in Einklang mit ökonomischer Leistungsfähigkeit und betriebswirtschaftlichem Gewinn druck steht. Dies zeigte auch das «Forum Nachhaltiger Tourismus», das am Dienstag dieser Woche im Schweizer Pavillon an der Weltausstellung in Mailand auf Einladung der Gotthardkantone stattfand.

**Weniger Touristen in ländlichen Gegenden**

Tiziano Pelli von Schweiz Tourismus arbeitet das Spannungsfeld heraus, in dem sich die Branche befindet. Zwar gelte Nachhaltigkeit als chic, doch nur dann, wenn man nicht auf Komfort verzichten müsse. Zwar sei die Natur das Hauptmotiv für Feriengäste,

welche die Schweiz besuchten. Doch gerade ländliche Gegenden verzeichneten einen Rückgang an Touristen, während in den Städten ein Boom festzustellen sei. Pure Natur und schöne Wanderwege allein reichten eben nicht mehr. Daraus folgerte Pelli: «Natur und Nachhaltigkeit müssen in Erlebnisse umgewandelt werden.» Abendessen in Bauernhöfen, Übernachtungen in urigen Chalets oder Wildbeobachtungen seien solche Erlebnisse, die attraktiv und zugleich nachhaltig seien.

Die Region Südtirol, eine erfolgreiche alpine Tourismusdestination par excellence, versucht Nachhaltigkeit vor allem über Zertifikate und Labels zu implementieren. Alexandra Mair von Südtirol Marketing in Bozen listete eine beeindruckende Reihe von Labels auf, die in unterschiedlichem Masse Nachhaltigkeit zertifizieren, etwa das Label «Klimahaus» für Energieeffizienz und Nachhaltigkeit im Bauen, das schon 5000 Mal vergeben sei, insbesondere an Privathäuser, aber auch an «Green Hotels». Oder das Label «Vitalpina», das ein vital-alpines Lebensgefühl in Südtirol garantiert und mittlerweile von 36 Familienhotels geführt wird. Dazu kommen noch zertifizierte Green-Events (etwa Weihnachtsmärkte) oder öV-Mobilitätskarten.

**Nicht länger als Nische betrachten**

Ein grundsätzliches Fragezeichen setzte der Historiker Claudio Visentin, der an der Universität der italienischen Schweiz (USI) lehrt. Er machte in seinem Input-Referat darauf aufmerksam, dass die Zahl von Touristen weltweit seit den 1950er-Jahren explodiert sei, von 25 Millionen (1950) auf 1,13 Milliarden (2014). Die Hälfte dieser Touristen nutzten Flugzeuge. «Diese Zahlen sind nicht nachhaltig», so Visentin. Touris-

ten zerstörten letztlich das, was sie besuchten, sowohl die Umwelt als auch die sozialen Strukturen vor Ort. Er plädierte dafür, dass nachhaltiger Tourismus nicht länger als Nische für ökologisch bewusste Reisende eingesetzt werde, sondern Grundlage für die ganze Branche sei: «Es braucht einen Paradigmenwechsel.»

So weit wollten die Teilnehmer der Podiumsdiskussion dann doch nicht gehen. Cassiano Luminati aus der Südbündner Region Puschlav sieht eine nachhaltige Zukunft darin, sich als Region modern und zugleich biologisch zu präsentieren. «Wir wollen ein Smart Valley zu 100 Prozent bio sein», sagte er mit dem Verweis auf die Umstellung aller Bauernhöfe auf biologische Landwirtschaft und dem gleichzeitigen Anspruch, über modernste Infrastruktur im Kommunikationsbereich zu verfügen.

**In Zermatt gibt es für alle genügend Platz**

Edith Zweifel von Zermatt Tourismus ist ihrerseits zuversichtlich, dass sich eine hohe Zahl von Touristen verkraften lässt, ohne einen Ort zu zerstören. Zermatt, ein Dorf mit 5000 Einwohnern und jährlich 2 Millionen Logiernächten, verkräftert ihrer Meinung nach den Ansturm an Gästen jedenfalls gut. Ob Skitouristen, Wellnesstouristen, Alpinisten oder Spaziergänger: Für alle gebe es genug Platz. Für den Unternehmer Rocco Cattaneo, der im Tessin am Monte Tamaro den Wasserpark «Splash & Spa» betreibt, besteht die grosse Herausforderung im Tourismus hingegen darin, innovativ und nachhaltig zu sein sowie saisonunabhängige Strukturen zu schaffen. «Bei uns kommt man von der Natur in eine absolute Kunstwelt», so Cattaneo. Eine Kunstwelt mit dem Label Minergie.



**«Natur und Nachhaltigkeit müssen in Erlebnisse umgewandelt werden.»**  
Tiziano Pelli  
Schweiz Tourismus

ANZEIGE

**Von Kaffeepausen bis Gipfeltreffen**

Igeho Campus – die Live-Plattform mit Referaten und Diskussionsrunden von und für die Impulsgeber der Branche

Das ganze Programm für erfolgreiche Gastgeber jetzt auf [www.igeho.ch/campus](http://www.igeho.ch/campus)

**igeho**

Basel 21.–25.11.15

Available on the App Store | Powered by Sana, igelati, JOWA, Picatin

**Zweite Röhre als dauerhafte Lösung**

**Bundesrätin Doris Leuthard lancierte am Dienstag ihre Kampagne für einen zweiten Gotthard-Strasstunnel. Darüber wird das Stimmvolk am 28. Februar abstimmen.**

Den Bau einer zweiten Röhre am Gotthard mit anschliessender Sanierung des bestehenden Tunnels schaffe dauerhaften Nutzen, erklärte Bundesrätin Doris Leuthard am Dienstag bei der Lancierung der Abstimmungskampagne. Mit dieser Lösung könnten auch alle künftigen Sanierungen besser bewältigt werden. Ohne zweite Röhre müsste der Gotthard-Strasstunnel alle 30 bis 40 Jahre für längere Zeit vollständig gesperrt werden – und zur Bewältigung des Verkehrs bräuchte es während der Sperrung jeweils je einen Bahnverlad für Autos und Lastwagen, der anschliessend wieder abgebaut werden müsste.

Die bundesrätliche Sanierungslösung kostet rund 2,8 Mrd. Franken. Darin enthalten sind nebst den Kosten für die zweite Röhre und die Sanierung des bestehenden Tunnels die Kosten für die

Überbrückungsarbeiten, die nötig sind, um den Tunnel bis zur Sanierung sicher zu betreiben. Diese Arbeiten werden wie die heutigen Unterhaltsarbeiten während der üblichen Sperrnächte ausgeführt, wenn der Pass offen ist.

Sanierungsvarianten mit je einem Bahnverlad für Autos und Lastwagen kosten je nach Ausgestaltung 1,2 bis 2 Mrd. Franken. Die für den Lastwagenverlad möglichen Standorte seien wegen der damit einhergehenden Beeinträchtigungen umstritten, so Bundesrätin Leuthard. Beschwerden seien absehbar. Die Verladanlagen müssten nach der Sanierung zudem wieder abgebaut werden, die entsprechenden Investitionen wären verloren. Angesichts der vielen Unsicherheiten ist dies für den Bundesrat kein gangbarer Weg.

**Kollisionen sollen künftig vermieden werden**

Der neue Tunnel soll ab etwa 2020 in sieben Jahren gebaut werden. Anschliessend würde der Bestehende gesperrt und saniert. Ab etwa 2030 sollen dann beide Tunnel je einspurig betrieben werden; die zweite Spur würde jeweils als Pannestreifen dienen.



Einfahrt zum Gotthard-Strasstunnel. Gregor Zwisch

Mit zwei einspurigen Tunneln könnten künftig Frontal- und Streifkollisionen verhindert werden, heisst es in der Medienmitteilung des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK).

Die Gegner einer zweiten Röhre glauben nicht, dass es dabei bleiben wird. Sie befürchten, dass die Kapazitäten auf der Strecke trotzdem erhöht werden. Sie hatten im Januar das Referendum eingereicht. Unter den Gegnern sind die Alpeninitiative, der Verkehrsclub der Schweiz (VCS) und die Parteien SP, Grüne und GLP.

# Nach dem Regen die Sonne

**Positive Anzeichen am Horizont: Für 2016 rechnet die KOF wieder mit einem Wachstum der Logiernächte. Im kommenden Winter kommt es aber zu einer Stagnation.**

DANIEL STAMPFLI

Im aktuellen Tourismusjahr belasten die Frankenstärke und die daraus resultierende schwache Inlandskonjunktur die Tourismuswirtschaft. Nach zwei Jahren der Erholung, werde es in diesem Jahr wieder zu einem Rückgang der Übernachtungszahlen kommen, schreibt die Konjunkturforschungsstelle KOF in ihrer jüngsten Prognose im Auftrag des Seco. Die Auswirkungen des Wechselkursschocks seien dabei milder, als noch im Frühling erwartet wurde. Gleichwohl seien einzelne Regionen stark von einem zum Teil markanten Rückgang der europäischen Nachfrage betroffen.

Trotzdem seien die Aussichten als verhalten positiv zu werten. So habe die konjunkturelle Erholung in Europa Fahrt aufgenommen, und die Konsumausgaben würden steigen. Trotz starkem Franken gegenüber dem Euro, sei die Wechselkursituation gegenüber dem Dollar positiv. Für die beiden kommenden Tourismusjahre rechnen die KOF-Forscher denn auch mit einer leichten Erholung. Die ausländische wie die inländische Nachfrage dürfte zunehmen. Die KOF-Prognose geht für 2016 von einem Wachstum von 1,6 Prozent aus, 2017 dürfte die Wachstumsrate auf über 2 Prozent steigen.

## Preissenkungen führen zu tieferer Wertschöpfung

Gemäss vorliegender Prognose dürfte sich die Gesamtnachfrage insbesondere aufgrund einer tieferen Auslandsnachfrage gegenüber dem Vorjahr um rund 1,5 Prozent reduzieren. Gleichzeitig sinkt die Bruttowertschöpfung um 2,7 Prozent. Nachdem in den letzten beiden Jahren mit einer Zunahme der touristischen Wertschöpfung in der Schweiz gerechnet werden konnte, hat sich die Dynamik aufgrund von Preissenkungen im Zuge des Frankenchocks reduziert. Da die Vorleistungen im Tourismus in der



Im kommenden Winter zählen die Wintersportdestinationen insbesondere auf die Treue der Schweizer Gäste.

swiss-image/Christian Perret

kurzen Frist nur schwierig anzupassen sind, führen Preissenkungen unmittelbar zu tieferen Margen und somit zu einem tieferen Wachstum der Bruttowertschöpfung. Wie die Komponente Hotelier im Landesindex für Konsumentenpreise zeigt, ist es laut KOF insbesondere in der letzten Wintersaison zu Preissenkungen gekommen.

So seien die Zimmerpreise von Januar bis April dieses Jahres durchschnittlich 3,3 Prozent tiefer als in der entsprechenden Vorjahresperiode gewesen. In den Sommermonaten Mai bis September lagen die Preise um 2,2 Prozent tiefer. Gemäss vorliegender Prognose wird die touristische Wertschöpfung, nach einer

Stagnation im nächsten Jahr, erst 2017 wieder höher ausfallen.

## Alpiner Wintersporttourismus: Schweiz bei den Verlierern

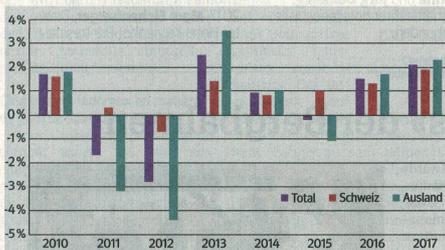
In einer Spezialanalyse versuchen die KOF-Forscher, die internationale und nationale Entwicklung im alpinen Wintersporttourismus zu beleuchten. Gemäss den Ersteintritten zählen Österreich und Frankreich mit je einem Drittel aller Ersteintritte der Alpenländer zu den wichtigsten Wintersportdestinationen der Alpen. Der Anteil der Schweiz liegt mit rund 14 Prozent der Ersteintritte ungleich tiefer. In den letzten zwölf Jahren stagnierten die Besucherfrequenzen weitgehend. Zwischen den einzelnen Ländern sei es jedoch zu einer

gewissen Verschiebung gekommen. Blieben die Besucherfrequenzen in Frankreich und Österreich in der letzten Wintersaison gegenüber der Saison 2003/04 weitgehend konstant, verbrachte die Schweiz in derselben Periode eine Abnahme der Ersteintritte um ein Viertel.

Die Schweiz hat somit gegenüber ihren Konkurrenzländern im Wintersporttourismus Marktanteile verloren. Ein Hauptgrund für diese Entwicklung kann in der kontinuierlichen Aufwertung des Franks gegenüber dem Euro seit 2008 und dem damit verbundenen Verlust an preislicher Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz, gesehen werden. Einzelne Studien zeigten laut KOF denn auch, dass der Wintersport-

tourismus stärker auf Wechselkursveränderungen reagiert als beispielsweise die touristische Nachfrage in den Städten und in den übrigen Gebieten. Dabei kommt es nicht nur zu einem Ausweichen der ausländischen Gäste auf die preisgünstigeren Nachbarländer, auch die Nachfrage der Inländer reagiere auf die Veränderung der relativen Preise. So zeige beispielsweise Martin Falk anhand einer Untersuchung der Logiernächte von Schweizer Gästen in den westösterreichischen Skigebieten, dass eine reale Aufwertung des Franks um 10% gegenüber dem Euro im Durchschnitt zu einem Anstieg der Anzahl Schweizer Logiernächte in Westösterreich zwischen 15% und 22% führe.

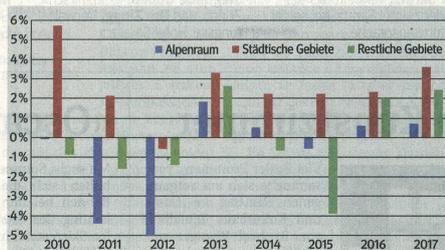
## Entwicklung der Logiernächte nach Tourismusjahr



Wachstumsrate gegenüber dem Vorjahr

Quelle: KOF, Konjunkturforschungsstelle, ETH Zürich

## Entwicklung der Logiernächte in den Regionen nach Tourismusjahr



Wachstumsrate gegenüber dem Vorjahr

Quelle: KOF, Konjunkturforschungsstelle, ETH Zürich

## Umfrage Kommode Wintersaison fordert Schweizer Hoteliers heraus

In ländlich-alpinen Gegenden melden 53 Prozent der Hoteliers einen tieferen Buchungsstand als zum gleichen Zeitpunkt im Vorjahr. Dies ergibt eine Umfrage, welche hotelleriesuisse im September bei den Verbandsmitgliedern durchführte. In den Städten erwartet die Mehrheit von 63 Prozent gleichbleibende Logierzahlen. Rund 70 Prozent der Befragten wollen im Winter an den bisherigen Preisen des Vorjahres festhalten. Dennoch vermelden etwa 20 Prozent, vor allem aus dem ländlich-alpinen Raum, dass sie aufgrund der sinkenden Nachfrage ihre Preise senken werden.

«Die Preisgestaltung ist zwar ein unternehmerischer Entscheid, dennoch ist den Hoteliers anzuraten, sich nicht auf einen Preiskampf einzulassen», sagt Christoph Juen, CEO von hotelleriesuisse. 40 Prozent der befragten

Hoteliers planen, den Kostendruck zu vermindern, indem sie weniger Personal für den Winter anstellen als im Vorjahr oder die Arbeitspensen reduzieren.

Eine Entspannung der derzeitigen Situation kann laut hotelleriesuisse erst mit einer deutlichen Konjunkturerholung in Europa und einer Wiedererstarke des Euros gegenüber dem Schweizer Franken erfolgen. Deshalb sei eine rasche Verbesserung der Rahmenbedingungen notwendig, hotelleriesuisse fordert, dass keine zusätzlichen Kosten für Unternehmen entstehen und dass auf kostentreibende, neue Regulierungen verzichtet wird. Zudem fordert der Verband die Verankerung des Beherbergungssatzes im Mehrwertsteuergesetz und befürwortet die ausserwirtschaftliche Öffnung im Agrarbereich ohne Marktabstottung und Zollerhöhungen. dst



## Nachgefragt

Richard Kämpf

Leiter des Ressorts Tourismus beim Seco

## Kann der Schweizer Tourismus auf die Währungsturbulenzen irgendwie reagieren?

Die Aufwertungstendenz des Franks beschäftigt den Tourismus seit Langem. Es ist ihm immer wieder gelungen, sich dieser Herausforderung erfolgreich zu stellen. Notwendig sind vor allem eine kompromisslose Qualitätsorientierung, eine klare Positionierung und Differenzierung sowie Kosten- und Strukturoptimierungen.

## Es braucht jetzt im Winter mehr Schweizer Gäste. Wie gewinnt man diese?

Auch hier gelten konsequente Qualitätsorientierung und das bewusste Schaffen von Mehrwert für den Gast. Für den Schneesport kann dies etwa heissen, dass Reservation und Buchung der diversen Angebote möglichst einfach gestaltet werden. Schweizer sind nach wie vor sehr treue

Gäste, und ich bin zuversichtlich, dass dies so bleibt.

## Was bringt es, wenn viele Bahnen die Preise im kommenden Winter nicht erhöhen?

Grundsätzlich muss jede touristische Unternehmung ihre Preisgestaltung den unternehmensspezifischen Gegebenheiten entsprechend vornehmen, unter Berücksichtigung der Marktverhältnisse. Bei den Hotelpreisen haben wir heuer als Reaktion auf die Nachfrageeinbussen wegen der Frankenstärke deutliche Preisrückgänge beobachtet. Für die preisliche Wettbewerbsfähigkeit spielen letztlich alle Angebotsmerkmale eine Rolle, und der Gast macht eine Gesamtbeurteilung bezüglich Preis-Leistungs-Verhältnis. Trotzdem wäre es vermutlich ein schlechtes Zeichen, angesichts der ungünstigen Wechselkursituation die Preise zu erhöhen. dst

## Aus der Region

### Zentralschweiz

#### Geld für Skigebietsfusion am Rothorn



ZVG

Den Ausbau des Skigebiets am Brienzer Rothorn will die Luzerner Regierung mit einem Darlehen von 1,8 Mio. Franken und einer Bürgschaft von 4,2 Mio. unterstützen. Die Bergbahnen Sörenberg haben im Sinn, 35 Mio. Franken in neue Anlagen zu investieren. Das Projekt sieht den Zusammenschluss der Skigebiete Dorf und Rothorn an der Grenze zum Kanton Bern vor. Geplant ist unter anderem eine neue Gondelbahn auf das 2350 m ü. M. gelegene Rothorn.

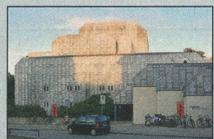
### Basel

#### Mehr Direktstarts ab Euroairport Basel

Eine Neuorganisation der Mitteleuropäischen Luftstrassen bringt Basel ab April mehr Direktstarts über die Stadt. Dies entspricht mehr als einer Verdreifachung. Laut Bundesbehörden bedeutet das nicht viel mehr Lärm. Enttäuscht reagierten die Regierungen beider Basel in einem gemeinsamen Communiqué: Die Änderungen brächten «unnötigerweise» Mehrbelastungen im dichtest besiedelten Gebiet um den Flughafen.

### Zürich

#### Theater mit Kongresszentrum in Winterthur



Andreas Praefcke

In Winterthur soll das Stadttheater abgerissen werden und Platz machen für ein modernes Theater mit Kongresszentrum und Hotel. Dies zumindest ist die Vision von örtlichen Wirtschafts- und Tourismusorganisationen. Herzstück soll weiterhin das Theater sein. Der Stadtrat will das Projekt «Theater plus» eingehend prüfen und bis Ende Jahr den Grundsatzentscheid fällen, ob und in welcher Form es weiterverfolgt wird.

### Wallis

#### In Naters ist ein Unesco-Lehrstuhl geplant

Im kommenden Sommer entsteht am künftigen World Nature Forum in Naters ein Unesco-Lehrstuhl. Thematisch werden sich die Wissenschaftler mit der Nutzung von Natur- und Kulturgütern und der Entwicklung des Berggebiets befassen. Ein Komitee der Unesco in Paris hat den vom Welterbe-Managementzentrum in Naters und der Universität Bern eingereichten Vorschlag gutgeheissen. dst

# 150 Jahre in Szene gesetzt

Ein Abend voller Überraschungen, eine gelungene Inszenierung von 150 Jahren Hotelgeschichte: Mit einem «Dîner Spectacle» berührt das **Hotel Saratz** seine Jubiläumsgäste.

GU DRUN SCHLENCZEK



Jubiläums-Dîner bei Kerzenlicht und Chorgesang im historischen Saal des «Saratz». Bilder Rémy Steiner Photography

Zum 150-Jahre-Jubiläumserstahlte das «Saratz» in besonderem Licht. Der «Indian Summer» mit seinem Farbenspiel aus gelben Lärchen, grünen Tannen und bereits verschneiten Berghöhen verzauberte die Gäste. Verzaubert wurden die 120 Geladenen aber insbesondere während dem «Dîner Spectacle», das letzten Samstag seine Uraufführung erlebte und nächstes Jahr nochmals an drei Abenden die anekdotenreiche Geschichte des 4-Sterne-Superior-Hotels in Szene setzen soll.

Seit 1865 empfing das «Saratz» in Pontresina Gäste, darunter bekannte wie den Komponisten Richard Strauss. Seit Beginn stand das Haus im Besitz der Familie Saratz, inzwischen der fünften Generation. Verwaltungsratspräsident Nuot Saratz blickte zurück auf die goldenen Zeiten, als sein Grossvater noch die Hälfte des Umsatzes als Gewinn verbuchen konnte. Diese sind nun definitiv vorbei, der innovative Geist der Familie Saratz ist geblieben. Ein Beispiel ist die Geothermieanlage, die 3,6 Mio. Franken verschlang. Künftig muss Hoteldirektor Thierry Geiger Renovationen aus dem laufenden Geschäft bestreiten. Zuversichtlich stimmt ihn auf jeden Fall die gute Auslastung dieses Sommers von fast 80 Prozent.



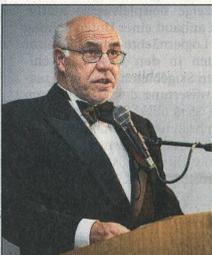
**Thomas und Anne-Rose Walther** (l.), Hotel Walther (Pontresina), **Noldi Schwab**, Schwab Bauleitungen, **Annatina Pinösch**, Verwaltungsrätin Hotel Saratz.



**Esther Dysli**, CEO Private Selection Hotels, **Markus Gabisch**, Henkel & Cie.



**Jan Steiner**, Geschäftsführer Pontresina Tourismus, **Thierry Geiger**, Direktor Hotel Saratz Pontresina, **Lucas Kuttler**, Verwaltungsrat Hotel Saratz (v.l.).



**Nuot Saratz**, Verwaltungsratspräsident Hotel Saratz, bei seiner Jubiläumsansprache.



**Sieglinde Gübeli**, «Platzhirsche», Zürich, und **Urs Zingg**, Verwaltungsrat Hotel Saratz.



**Martina und Jürg Domenig**, Geschäftsführer hotellerieuisse Graubünden.



**Thomas Kirchhofer** (l.), Ski WM 2017, **Marc Eichenberger**, Direktor Hotel Kronenhof Pontresina.

## Sesselrücken

### Neubesetzungen rund um den Blausee

**Stefan Staub** (34) wird neuer Direktor der Blausee AG. Der dipl. Hotelier-Restaurateur führt zurzeit das Jungfrau Hotel in Wilderswil.



ZVG

Staub tritt die neue Stelle per 1. Februar an und übernimmt die Geschäftsführung der Blausee AG. Dazu gehören neben den Betrieben am Blausee auch das Restaurant und das Klosterhotel auf der St. Petersinsel. **Simon Hauswirth** (34) wird neuer Gastgeber am Blausee. Der dipl. Hotelier-Restaurateur, zuletzt als Projektleiter bei einer grossen Gastrotte in Basel tätig, übernimmt per 1. November 2015 die Gesamtverantwortung der Betriebe am Blausee.

### Neue Leitung im Restaurant Tschentenalp

**Marco und Margarida Künzli** übernehmen auf die Wintersaison 2015/16 die Leitung des Restaurants Tschentenalp auf dem Adel-



ZVG

bodner Hausberg. Marc Künzli ist eidg. dipl. Restaurateur und ausgebildeter Koch und verfügt über eine langjährige Gastronomie-Erfahrung. Margarida Künzli hat an diversen Stellen als Servicefachangestellte und Chef de Rang Erfahrung als Gastgeberin gesammelt.

### Small Luxury Hotels of the World mit neuem CEO

**Filip Boyen** ist neuer CEO der unabhängigen Hotelgruppe Small Luxury Hotels of the World (SLH). Boyen ist im Juli dieses Jahres zum



ZVG

Geschäftsführer von «Hill, Goodridge & Associates» berufen worden, der Verwaltungsgesellschaft von SLH. Der gebürtige Belgier war während der letzten sechs Jahre Chief Operating Officer und Senior Vice President bei der Hotelgruppe Belmond und blickt auf insgesamt 30 Jahre Erfahrung in der Hotelbranche zurück. SLH ist eine Luxusmarke mit mehr als 520 Hotels in über 80 Ländern. **dst**

## Gute Nacht im Kunstzimmer



Gastgeber **Raphael Wyniger** und Gastkünstler **Dieter Meier** in dessen Kunstzimmer im Teufelhof. **ZVG**

Viel Basler Prominenz versammelte sich am vergangenen Samstag im Gast- und Kulturhaus Teufelhof von Raphael Wyniger zur «Eröffnung» der bereits achten Serie von Kunstzimmern. Im Mittelpunkt des allgemeinen Interesses stand der von Dieter Meier ausgestaltete Schlafraum – der Konzeptkünstler inszenierte sich selbst. Origineller und mit einer Prise Provokation gewürzt sind die Arbeiten von jungen Kunstschaffenden, wie dem Frauentrio Micky 3 oder Andreas Mattle. **gn**

## «Oscars» der Bergbahnen

Mit sechs Sommer-Awards holten sich die Pilatus-Bahnen bei der Preisverleihung des internationalen Skiareatests in Pertisau (AUT) den ersten Gesamtrang. CEO Godi Koch wurde zudem als «Seilbahner des Jahres 2015» gekürt. Jubeln konnte auch die Schilthornbahn AG. Sie gewann je einen Award für den neuen «007 Walk of Fame» und das Drehrestaurant «Piz Gloria». Ebenfalls ausgezeichnet wurde der «Höli»-Kletterturm Silereibühl der Bergbahnen Adelboden. **npa**



Vor seinen jubelnden Mitarbeitenden nimmt **Godi Koch**, CEO der Pilatus-Bahnen (r.), von **Klaus Hönigsberger**, Leiter des internationalen Skiareatests, die Auszeichnung zum «Seilbahner des Jahres 2015» entgegen. **Skiareatest**

ANZEIGE

## Lukrativ: Die eigene Wäscherei – Kosten im Ø unter CHF 2.00 pro Kilo Wäsche



Faktoren, die für eine eigene Wäscherei sprechen:

- Unabhängigkeit
- Kostengünstige Lösung
- Schnelligkeit
- Hygiene und Desinfektion

Besuchen Sie uns an der Igeho 2015, Basel Halle 1.0, Stand A130 21.11 – 25.11.2015

Ökologisch und intelligent, mit USB-Schnittstelle

Gerne ermitteln wir kostenlos Ihre persönlichen Kennzahlen. Kontaktieren Sie uns: [kostenrechnung@schulthess.ch](mailto:kostenrechnung@schulthess.ch)

Schulthess Maschinen AG  
CH-8633 Wolfhausen, [kostenrechnung@schulthess.ch](mailto:kostenrechnung@schulthess.ch)  
Tel. 0844 880 880, [www.schulthess.ch](http://www.schulthess.ch)

170 2002 1845  
**SCHULTHESS**  
Wäschepflege mit Kompetenz



**International**  
**Accor Hotels se démarque à Bercy Paris**

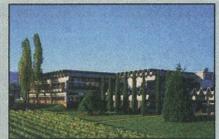


Accor Hotels annonce la signature officielle d'un contrat de «naming» avec la Bercy Arena de Paris, pour une durée de dix ans. «Inédit à Paris, ce contrat représente une opportunité de visibilité unique pour le groupe et sa plate-forme de distribution», estime Accor dans un communiqué. La nouvelle Arena ouvre ses portes après 18 mois de travaux, elle est une des cinq plus grandes salles de concerts et d'événements sportifs au monde.

**Un concours pour préserver la mer**

Le Concours Olivier Roellinger, pour la préservation des ressources de la mer accueillera cette année tous les jeunes chefs d'Europe. Quatre éditions ont déjà eu lieu en France et deux en Espagne. «Les chefs ont un rôle clef à jouer en choisissant des espèces dont les stocks sont en bon état», peut-on lire dans le communiqué. Un concours cofondé par SeaWeb Europe et Ferrandi Paris, en partenariat avec le lycée hôtelier de Dinard et Relais & Châteaux. Inscriptions jusqu'au 31 décembre à : [concours@seaweb-eu.org](http://concours@seaweb-eu.org)

**Vaud**  
**Nouveau conseil de fondation pour Changins**



Le nouveau conseil de fondation de Changins, le centre de compétences national pour toute la formation supérieure en œnologie, viticulture et arboriculture vient de siéger pour la première fois. Il comporte 11 membres au lieu de 32. Il sera présidé par le conseiller national neuchâtelois Jacques-André Maire. «Cette simplification des structures laissera une place importante aux organisations économiques du secteur» lit-on dans un communiqué.

**Bienne**  
**L'Hôtel Elite se mue en restaurant**

Migros Aar annonce que les travaux de construction de l'Osteria, nouveau concept gastronomique italien, avance dans le cadre de l'Hôtel Elite de Bienne (fermé en janvier). Il ouvrira début novembre. Le géant orange a investi 3 millions de francs dans ce restaurant qui occupera quelque 650 mètres carrés et va créer une quarantaine d'emplois à Bienne. L'établissement proposera des pizzas de 45 centimètres. aca



Longeoles à la graine de fenouil, saucissons, cardons, lentilles, autant de légendes du terroir genevois.

# Coupole fédérale des terroirs

**A Bulle s'ouvre le Salon des goûts et terroirs, une institution. Les politiciens Christophe Darbellay et John Dupraz commentent la sensibilité de nos élus à ses questions.**

ALEXANDRE CALDARA

Le Salon des goûts et terroirs qui se poursuit jusqu'à dimanche peut aussi se percevoir à travers des enjeux politiques. Lors de la conférence de presse, tenue au Pont-de-Brent, John Dupraz, ancien conseiller national PLR et ambassadeur de l'Office des produits du terroir de Genève (OPAGE) a tenu ces propos : «Dans notre monde globalisé, les règles sclérotées de l'Organisation mondiale du commerce mettent en péril notre paysannerie. Notre canton a trouvé une parade à travers le label GRITA qui met en avant des produits de 500 producteurs. Si nous participons fidèlement à ce Salon c'est qu'il contribue à faire connaître des produits comme le cardon, seul légume protégé par une AOP.» Propos vigoureux salués par

Christophe Darbellay, président du PDC Suisse et du Salon des goûts et terroirs : «Excellent», lui lance-t-il.

On retrouve les deux hommes à l'heure de l'apéritif pour évoquer leur engagement. Christophe Darbellay : «Je suis impliqué à la tête de ce salon depuis ses débuts, il y a seize ans. Il fait partie de ces moments qui m'oxygènent, je viens d'un milieu paysan de montagne et de plaine. Au Poly de Zurich, j'ai défendu un travail de diplôme sur la raclette. Le succès de ce Salon au-delà de nos espérances montre que les consommateurs aiment les produits de leurs pays et que cela contribue à les rapprocher. Voilà une des réponses aux inquiétudes que provoquent les études de l'OMC.» Le Salon des goûts et terroirs rassemble aujourd'hui plus de 40 000 personnes.

**Cinq projets fédéraux en matière de goût se sont concrétisés**

Pour Christophe Darbellay ce combat trouve un écho aux chambres fédérales : «Nous avons créé avec le Popiste Josef Zisaydis, le groupe parlementaire du goût en 2008, des personnalités comme les socialistes Géraldine Savary et Alain Berset étaient aussi très engagées. Au début, cela concernait surtout les épiciers des cantons latins. Mais a contribué à de nombreuses interventions parlementaires.» Et cinq projets concrétisés : l'Association

suisse pour la Promotion des AOC et IGP, l'inventaire du patrimoine culinaire, la Semaine du goût, le Salon des goûts et terroirs et le Concours national des produits du terroir. «Excellent positionnement du Gruyère a créé un joli cataclysme, il dépasse aujourd'hui les ventes de l'Emmental et devient un must international.»

**75 entreprises de restauration collective labélisées à Genève**

Mais pour John Dupraz, il se serait faux de lier ce combat à la politique : «On peut faire évoluer les choses par des contacts personnels et des convictions pour arriver gentiment jusqu'aux consommateurs. Ces engagements sont apolitiques, même si certaines personnalités comme le Vert René Longet se sont démenés pour une réelle traçabilité.»

Dans les actions phares de l'OPAGE, John Dupraz cite les 75 entreprises de restauration collective qui ont signé l'an dernier une charte pour défendre les produits locaux. Pour lui le rôle des restaurants labélisés «ambassadeur du terroir» reste central : «Quand je fête mes septante ans, au restaurant je commande un menu avec un tartare de féra, un

rôti de veau et des vins genevois. C'est une mentalité qui doit se généraliser.»

En matière de vins suisses, Christophe Darbellay rappelle aussi sa motion déposée en 2011, pour émettre des directives claires afin que les vins servis dans les représentations diplomatiques et les réceptions officielles en Suisse et à l'étranger soient exclusivement d'origine suisse. «Il est quand même étonnant de constater que ce n'était pas une évidence jusque-là, vous imaginez un diplomate français ou italien servir un vin étranger... J'ai eu le soutien de la Conseillère fédérale Micheline Calmy-Rey et depuis on vend trois fois plus de vins suisses à travers nos ambassades.»

**«Le groupe du goût a contribué à de nombreuses interventions parlementaires.»**

Christophe Darbellay  
Président du Salon goûts et terroirs

Une autre motion de 2011, celle de l'UDC Thomas Hurter, demande que des vins du pays soient servis lors de la participation de la Suisse à de grandes manifestations et lors de manifestations officielles de la Suisse à l'étranger, dès lors que ces événements étaient financés ou cofinancés par la Confédération. Là aussi l'augmentation de la quantité de vin suisse dans ces manifestations est évidente. «Il m'est arrivé de boire que de l'eau à une réception du Conseil d'Etat valaisain où on ser-

vait du vin étranger. Il se peut encore, surtout en Suisse alémanique que sur des réceptions organisées par des chaînes de radio ou de télévision publiques, on ne serve pas de vin suisse...» Pour John Dupraz, un grand travail devrait encore s'accomplir pour que plus d'établissements publics genevois servent du vin de leur canton : «L'OPAGE dispose d'un fonds pour organiser des cours de dégustation et de sensibilisation. Le travail reste de longue haleine, alors que la qualité s'affirme toujours davantage. Là-aussi il faut que le consommateur apprenne à exiger du vin genevois.»

En termes de valorisation d'un produit régional Christophe Darbellay aime citer l'exemple du piment d'Espelette, dont la cheffe Hélène Darroze répète à l'envi : «Il s'agit de mon poivre, celui de mon enfance.» Le politicien valaisain se laisse fasciner par ce «qui est devenu un aimant à touristes, un must international dont profite toute une région.»

En Suisse, Christophe Darbellay admire l'amour de Pierrot Ayer pour le Vacherin. Le grand chef de Péroles participera à l'arène gourmande du Salon, à Bulle, le samedi et le dimanche avec un commis de choix, la star du hockey russe Slava Bykov. Et si l'ex-numéro 90 de Gottéron aide à vendre du Vacherin, les politiciens s'en frottent les patins.

[www.gouts-et-terroirs.ch](http://www.gouts-et-terroirs.ch)

Il y a quelques années, à l'aéroport Kennedy, de grands portraits de stars new yorkaises souhaitaient la bienvenue au visiteur : Barbara Streisand, Liza Minelli, Mikhail Baryshnikov. Aujourd'hui, à l'aéroport de Hambourg, des citations géantes promeuvent la métropole hanséatique : «Je suis né à Liverpool. Je suis devenu adulte à Hambourg (John Lennon)», «Pour moi, compte tenu de sa situation entre Elbe et Alster, Hambourg est la plus belle ville d'Allemagne (Karl Lagerfeld)»...

## Chronique



Jean Pierre Pastori  
Journaliste, écrivain  
Observateur de cultures

### Le génie des lieux

La Suisse romande a accueilli d'innombrables célébrités issues du monde de la culture : Igor Stravinsky, Wilhelm Furtwängler, Georges Simenon, Jean Anouilh, Friedrich Dürrenmatt, Hugo Pratt, Oskar Kokoschka, Yul Brinner, Peter Ustinov, Audrey Hepburn, David Bowie, Maurice Béjart... Le souvenir de Freddie Mercury attire à Montreux des cohortes de fans. Les milieux touristiques et la promotion éco-

nomique ne devraient-ils donc pas valoriser le capital de sympathie que représente le choix de notre région par des artistes qui avaient bien d'autres possibilités d'établissement?

Un territoire ne vaut pas que par ses paysages, les produits de son terroir ou, à l'inverse, ses réalisations high tech. Il s'incarne aussi. Ce qu'a bien compris le Conseil d'Etat vaudois qui, pour la Journée cantonale à l'Expo Milano 2015, a délégué deux prestigieux ambassadeurs : Timea Bacsinaky et Stan Wawrinka. Histoire de montrer que la Suisse et le canton de Vaud ne sauraient être réduits aux banques, au fromage et au chocolat, aussi emblématiques soient-ils. Comme d'autres villes, à commencer par Berlin, Lausanne appose systématiquement des plaques commémoratives sur les façades des im-

meubles où ont vécu des artistes : C.-F. Ramuz place de la Riponne, Félix Vallotton place de la Palud, Benjamin Constant place St-François, Alexandre Scriabine avenue de la Harpe, Serge Diaghilev avenue de Rhodanie.

### «Les milieux touristiques ne devraient-ils pas valoriser le capital de sympathie des artistes?»

Pourquoi ne pas faire figurer ces lieux de mémoire sur une carte ad hoc de la ville? Le génie d'un lieu, c'est aussi la trace des talents qui y ont séjourné.

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

## hotelleriesuisse

**Christoph Juen  
quittera la  
direction en juin**



Bildautor

Christoph Juen, CEO d'hotelleriesuisse depuis l'an 2000, a décidé de quitter la direction opérationnelle de l'association lors de l'assemblée générale du 7 juin 2016. Le processus de recrutement pour assurer sa succession a été engagé. Christoph Juen a décidé d'entente avec le président et le comité exécutif, de confier les rênes des affaires opérationnelles à une successeure ou un successeur plus jeune. « Sous sa direction, hotelleriesuisse est devenue une organisation hautement professionnelle, qui défend avec engagement et pertinence les intérêts de l'hôtellerie », lit-on dans un communiqué. Le comité exécutif regrette la démission de Christoph Juen, mais comprend son désir de passer à une autre étape de sa vie. Agé de 62 ans, le directeur d'hotelleriesuisse souhaite dans le futur se consacrer à des tâches stratégiques au sein et à l'extérieur de la branche en siégeant dans des conseils d'administration et de fondation. « Christoph Juen a fourni un travail d'exception au service de l'association et de la branche toute entière. Nous l'en remercions d'ores et déjà sincèrement », déclare Andreas Züllig, président d'hotelleriesuisse. aca

# Hôtel mort-né dans le Jura

**Le projet de haut standing projeté à proximité du golf Les Bois ne se fera pas. «Déception et résignation» pour le promoteur et le directeur de Jura Tourisme.**

CLAUDE JENNY

**L'**hôtel 4 étoiles de 70 chambres et ses équipements annexes (wellness, salles de séminaires) projeté aux Bois, en périphérie du golf éponyme, ne verra pas le jour. Le recours déposé par diverses organisations de protection de la nature contre le dézonage de la parcelle qui devrait doter le Jura d'un établissement de haut standing, a été accepté par la Cour administrative de la République et canton du Jura.

**«Un travail de trois ans pour l'intégrer dans le paysage»**

Les considérants juridiques qui ont conduit à cette décision font qu'un recours au Tribunal fédéral n'a guère de chance d'aboutir. Au point que le promoteur a décidé de renoncer. Et d'enterrer un projet qui a nécessité plusieurs années de travail et un investissement conséquent en frais d'études (plus de 300 000 francs).

Autant dire que le promoteur a de quoi déchanter et se montrer amer: «C'est un coup de massue que nous avons reçu», clame-t-il. «Nous avons mis tous les atouts de notre côté, obtenu le soutien de la commune des Bois, des instances touristiques, de la presque totalité des services de l'Etat consultés et il a fallu attendre un an et demi depuis l'approbation communale pour que la Cour administrative prononce sa sentence», explique Daniel Comte, qui a fait tout ce qu'il pouvait pour que le projet passe la rampe juridique. Le contraire s'est produit. «Nous avons travaillé trois ans pour présenter un projet parfaitement intégré dans le paysage. Dès lors, la décision de la Cour administrative nous semble injuste car nos arguments auraient tout aussi bien pu l'emporter», commente le patron de la société «360 Comte Entreprise Générale».

**La région cherche à accueillir des séminaires**

«Cette réalisation aurait réuni toutes les conditions pour connaître le succès car il aurait offert un standing qui est recherché par une certaine clientèle et le tourisme jurassien aurait bénéficié d'un bon bol d'air», lance Daniel Comte. Directeur de Jura Tourisme, Guillaume Lachat ne dit pas le contraire. «Je suis aussi déçu parce nous avons besoin d'une telle infrastructure hôtelière, de grande capacité et offrant un standing élevé. Ce projet d'hôtel aurait apporté un positionnement clair. Il offrait ce que

recherche une clientèle exigeante, désireuse de passer un séjour dans un cadre de confort et au cœur de la nature. Mais en plus, cet hôtel aurait permis d'intéressantes synergies avec le tourisme d'affaires.» Une infrastructure et un cadre attractifs pour l'organisation de séminaires qui auraient pu se tenir aux Bois plutôt qu'à Bâle ou Bienne.

**Les parcelles propices à ce type de projet restent rares**

Quid de l'avenir? Daniel Comte entend prendre le temps de la réflexion - «Je suis un peu échaudé...», dit-il - mais ne ferme pas

totallement la porte à la recherche d'un autre site pour réaliser son projet. Encore faut-il que des parcelles propices au développement d'activités touristiques soient existantes. Or, la nouvelle loi sur l'aménagement du territoire ne laisse qu'une marge de manœuvre très étroite dans le Jura, hormis dans les zones urbaines.

**Bientôt à deux heures et demie de train de Paris**

«Il faudrait trouver un moyen d'agir pour pouvoir répondre à l'intérêt que manifestent des promoteurs et des groupes hôte-

liers», ajoute Guillaume Lachat car, ajoute-t-il, «c'est bien l'offre qui attire la demande».

Une offre défaillante serait particulièrement préjudiciable au tourisme jurassien à l'heure où la région s'apprête à établir une liaison ferroviaire directe avec la gare TGV de Belfort. «En étant à deux heures et demie de train de Paris, nous avons une belle carte à jouer», estime le directeur de Jura Tourisme.

Reste à doter le Jura d'infrastructures attractives, dans le secteur hôtelier et trouvé des débouchés à des projets dans le segment de haut standing.



Le golf Les Bois ne verra pas pour l'instant un hôtel se construire à proximité.

Golf Les Bois

Banque de données hôtelières  
[www.swisshoteldata.ch](http://www.swisshoteldata.ch)



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

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

**Leur nom fait vieux jeu et ils ont vu le jour il y a fort longtemps. Toutefois, les tours de ville ne cessent de se réinventer et continuent de susciter un vif engouement.**

ALEX GERTSCHEN

Depuis que le tourisme existe, ils en sont des acteurs essentiels. Ils ont mis la réalité en scène bien avant les apps et pourtant les tours de ville guidés sont souvent considérés dans la branche comme une prestation accessoire, ainsi que le regrette Renata Zullian, présidente de l'Association suisse des guides touristiques. L'introduction d'un brevet fédéral et d'un cursus spécialisé à la Haute école du tourisme de Lucerne incarnent donc de précieux jalons sur la voie d'une meilleure reconnaissance. Une enquête de htr hotel revue conduite auprès des organismes touristiques de dix villes suisses démontre que l'importance des guides ne doit pas être sous-estimée. Dans la plupart des cités interrogées, leur nombre est demeuré stable ou a augmenté entre 2009 et 2014.

**Près de 60% des participants aux visites guidées sont des Suisses**  
Cette hausse de la demande est d'autant plus remarquable que l'actuel changement structurel du tourisme d'accueil n'est pas favorable au secteur. Quand ils ne sont pas accompagnés par des guides étrangers, les hôtes venus des nouveaux marchés lointains ont moins de temps ou d'intérêt à suivre des visites de ville guidées. Les chiffres des organisations touristiques confirment cette impression. En 2014, les hôtes européens ont représenté un cinquième des visiteurs de notre pays, mais un tiers des tours guidés. Le pourcentage s'établit à un peu plus de 10% pour les touristes en provenance d'autres continents.

La demande la plus forte est intérieure. Près de 60% des participants sont des Suisses. Cette part élevée témoigne également de la vivacité d'un domaine qui a fait preuve d'une innovation certaine au cours des dernières années en proposant des visites articulées autour de thèmes locaux, dont les spécificités ne sont guère adaptables aux exigences d'un tourisme



Genève Tourisme propose toute l'année une promenade: «La vieille ville de Genève et ses trésors».

swiss-image/G.M. Castelberg & M.Haas

## Danse avec les hôtes



**«Avec la recherche d'authenticité, les visites guidées sont dans l'air du temps.»**

Markus Lergier  
Directeur de Bernese Tourism

mondialisé. A cet égard, l'association StattLand fait œuvre de pionnière. Depuis 25 ans, elle organise des tours thématiques dans la ville de Berne, qui offrent notamment la possibilité de découvrir les lieux emblématiques du chansonnier Mani Matter, des scènes de crimes littéraires ou la diversité des croyances.

Les visites sont animées par un guide et un comédien, ainsi que le précise Adrian Schild. 80 à 90% d'entre elles se déroulent en dialecte bernois, les autres en allemand standard. «Notre premier public cible est la population de la ville et de la région de Berne. En deuxième lieu, nous nous adressons au reste de la Suisse.»

La forte fréquentation - l'année dernière, l'association StattLand a comptabilisé 15 000 participants - repose essentiellement sur un renouvellement constant. A l'occasion de son 25e anniversaire, l'association a parrainé en août un festival de visites guidées. Ces

cinq journées, qui ont permis de tester de nouvelles formes expérimentales, étaient également destinées à dépeussier l'image du label «tour de ville», ainsi que le relève Adrian Schild. Dans un monde où les nouveautés semblent peu crédibles si elles ne

s'affublent pas d'un nom anglais, la notion de «tour de ville» fait vieux jeu. C'est précisément contre cette impression que s'élèvent de nombreux opérateurs de la branche, pourtant familiarisés de longue date avec les termes de marketing à la mode.

## Des promenades à Genève

Genève Tourisme ne parle pas de tours, mais bien de promenades, en 2015, environ 1000 personnes ont succombé à leurs charmes. Avec trois thèmes proposés: La vieille ville et ses trésors durant toute l'année. Et pendant quatre samedis ou dimanches d'été les contes et légendes et la Genève Internationale. Dès cet automne l'Office du tourisme lance un tour de la campagne genevoise avec dégustations de vins.

Natacha Raccimolo, directrice des «Tourist Services», commente ainsi la fréquentation de ces diverses promenades: «Les gens apprécient une approche ludique et originale, cela se voit également dans les tours privés même sur des thèmes réputés plus difficiles.» C'est ainsi que les tours contes et légendes abondent la découverte sur un angle original et même décalé représentent un vif succès. Alors que ceux sur la Genève Internationale fu-

rent moins suivis: «Parce qu'ils se déroulaient le dimanche et peut-être concernaient une thématique plus sérieuse.» Quinze thèmes figurent au programme de ces promenades de deux à trois heures: la Réforme ou Henry Dunant et la Croix-Rouge restent des incontournables. Mais on peut également monter sur une bicyclette et pédaler sur le thème: «Chocolat et lettres d'amour d'écrivains célèbres.» Très Woody Allen. Non? aka

Traduction du «fokus» sur la base d'un texte en page 11.

## Une cuisine sauvage récompensée

**Alexandre Gauthier, chef de l'année pour Gault Millau France. Une petite révolution de palais.**

Certaines nouvelles réchauffent le cœur, même si le chef en question cuisine dans la pénombre. Alexandre Gauthier, cuisinier de l'année pour Gault Millau France 2016. Autant l'avouer, on n'a jamais encore mangé à la Grenouillère de Montreuil-sur-Mer.

Mais on considère qu'un chef qui dit dans des interviews: «Pratiquer une cuisine radicale, sauvage, parfois brutale»; «tenir compte des contraintes budgétaires de sa clientèle», et qui se balade constamment avec une cuiller à l'arrière de son pantalon ne peut qu'attirer la sympathie. Puis on voit l'intitulé de l'un de ses plats: «Girolle, blé dur, Xéres». Ailleurs, il l'avoue en 2006, il pratiquait aussi «clams, pignons de pin, grenade». Mais aujourd'hui foin de tout exotisme. Avant de recevoir la consé-

cration d'un guide en France jaune, Alexandre Gauthier a été porté par des opus plus révolutionnaires, comme Omnivore ou Le Fooding.

Il se réclame d'un esprit «primaire, primitif, brut, mais toujours autour d'un territoire moral et mental». Il use du mot terroir, pas terroir, et le relie au courage de l'austérité, quand il évoque Michel Bras. Veut des plats droits en goût. Il partageait jadis avec le gargantuesque critique Andrea Petrini une soirée Mémorial «où on ne tolérât ni passe-droit, ni allergie, vous assumez, vous digérez». Mais il transmet aussi l'héritage de son père Roland Gauthier, dont il a repris l'établissement. Jamais attiré par les sirènes du glamour parisien, il s'attache tout de même à créer une ambiance contemporaine et épurée en confiant ses rénovations à l'architecte Patrick Bouchain. Pour l'accueil, il se réfère aussi au nouveau cirque et au travail de Jérôme Bouvet. Très créatif, mais jamais éloigné des



Alexandre Gauthier, chef de la Grenouillère. Relais & Châteaux

réalités économiques, la Grenouillère devient un Relais & Châteaux en 2013. Gauthier dirige aussi une pâtisserie contemporaine Froggy Tavern et les grandes tables du Chanel en lien avec les arts vivants, à Calais.

Et puis encore en supplément gourmand cette phrase confiée aux caméras du journal «Le Monde»: «Apprendre à reprendre le temps de l'amnésie collective, à oublier pour se retrouver pour continuer à partager chez soi autour d'un projet, d'une assemblée.» aka

### Des banquets orientaux au Country Club

Thomas Duchemin obtient une carte blanche pour faire vivre le Cadran solaire du Country Club



Geneva. Un challenge à 30 ans pour celui qui était chef de banquet de l'Hôtel Mandarin Oriental de Genève et lauréat en équipe du concours «Chef & Designer» lors du salon professionnel Sirha 2014 organisé à Genève. Son parcours reste marqué par des rencontres: les exigences de Philippe Durand à La Réserve Genève, la régularité d'Eric Canino à La Réserve Ramatuelle et la confiance de Yoann Lebihan au Mandarin.

### Les gens

#### Plus d'un million de cartes postales suisses à Milan



Laurence Bovet directrice de projet, engagée par Agro-Marketing Suisse, à Expo Milano, donne des premiers chiffres avant la date fatidique du 31 octobre. Elle se réjouit des 125 000 mets servis avec en tête les «pizzocheri del Valposchiavo», la fondue moitié-moitié et la raclette. Selon les sondages effectués auprès des clients du restaurant, 87% ont trouvé la qualité des mets comme étant bonne ou très bonne. Elle se félicite des 56 000 questions posées lors du quiz et du 1,5 million de cartes postales distribuées.

#### A nos chocolats de la patrie jour de Salon est arrivé

Arnaud Montebourg ancien ministre français du Redressement économique puis de l'Economie



accepte de signer une tablette de chocolat spécial pour le Salon du chocolat de Paris qui se tient du 28 octobre au premier novembre. Ce chantre de made in France et grand croqueur de chocolat a même accepté d'apparaître vêtu de sa célèbre marinière sur la plaque de chocolat. Une recette à base de grand lait, caramel et sel de Guérande. Une fabrication artisanale 100% naturelle et 100% pur beurre de cacao. aka



La station de Verbier reste focalisée sur le ski, son activité principale, et développe une grille de prix dynamique adaptée à la fréquentation.

Wikipedia

## Le ski idole des pistes. Oui mais...

**Cette année, et malgré une tendance à la baisse, le ski sera à nouveau au cœur des activités touristiques hivernales. Les stations romandes testent les tarifs flexibles et les pass.**

MIROSLAW HALABA

Notre saison phare est l'hiver et le ski est clairement notre activité principale», indique Vincent Riba, responsable de la communication de Verbier Promotion. Dans la commune de Bagnes, comme dans l'ensemble des stations romandes, c'est principalement le ski qui amènera, cet hiver, les touristes sur les pistes. Et cela, même si cette pratique sportive perd sans cesse des adeptes. «On ne peut pas nier le fait que le nombre de journées skieurs a reculé en Suisse de 20% environ au cours des vingt dernières années. C'est énorme!», lance Sébastien Epiney, directeur de Nendaz Tourisme.

Compte tenu de l'importance de ce sport de glisse, les stations et leurs remontées mécaniques portent ainsi chaque année une attention toute particulière sur les manières de s'assurer des clients. Les grilles tarifaires sont au cœur

du débat. Comme on peut le penser, les prix ne sont pas à la hausse. Selon un «relevé aléatoire» effectué par les Remontées mécaniques suisses auprès d'une cinquantaine de domaines skiables du pays, quatre entreprises sur cinq maintiendront, voire réduiront les prix des forfaits de ski.

On trouve une bonne illustration de cette tendance dans les Alpes vaudoises. Villars-Gryon et les Diablerets - deux stations qui sont désormais associées - proposeront un forfait journalier de 20 francs à tous les hôtes qui séjourneront au moins une nuit dans un hôtel. «C'est un très bon exemple de collaboration entre les remontées mécaniques et les hôteliers», commente Laurent Michaud, directeur de l'Association touristique de Porte des Alpes. «Nous travaillerons cette année aussi avec notre forfait tout compris», déclare Pierre-Alain Morard, directeur de Leysin Tourisme, rappelant au passage que les enfants jusqu'à neuf ans skient toujours gratuitement dans les Alpes vaudoises.

**Une grille de prix dynamiques aux 4 Vallées**

Le yield management, qui consiste à faire varier les prix en fonction des semaines, par exemple, est pratiqué avec plus ou moins d'intensité dans plusieurs stations. «Nous l'avons introduit en

2004, mais les nombreux nouveaux produits qui arrivent sur le marché tendent à diminuer son impact», fait remarquer Pierre Besson, directeur de Télé-Villars. Leur désaccord de l'an passé oublié, les remontées mécaniques des 4 Vallées ont développé une grille de prix dynamiques qui s'adapte aux périodes de fréquentation. «C'est un premier pas vers le yield management», disent-elles.

**«Ce forfait souligne la collaboration entre remontées mécaniques et hôteliers.»**

Laurent Michaud  
Dir. Association Porte des Alpes

Une autre manière de s'assurer des clients sont les «pass». En Valais

et pour la troisième année consécutive, les remontées mécaniques ont mis en vente leur Snow Pass Valais. «C'est un produit de niche pour les clients qui pratiquent intensivement le ski et qui désirent découvrir l'ensemble du domaine skiable valaisan», explique Arthur Clivaz, président de l'Association des remontées mécaniques valaisannes et directeur des remontées mécaniques de Crans-Montana. Un millier de «pass» environ sont vendus ou remis gratuitement. Dans les Alpes vaudoises, on parle du Superpass qui inclut les domaines d'Adelboden, de Gstaad et de la Lenk. «Un produit sympa, qui est demandé», déclare Pierre Besson.

La fréquentation des pistes de ski passe aussi par la promotion. «Comme nous ne pouvons pas brader les prix, nous communiquons sur l'enneigement garanti

de novembre à avril, sur la qualité des infrastructures et sur notre produit phare, les 4 Vallées», commente Vincent Riba. Nendaz joue aussi sur l'attrait des 4 Vallées, l'un des plus grands domaines skiables de Suisse.

«Nous faisons une campagne d'affichage dans la région lausannoise et dans les villes situées entre l'Arc lémanique et Bâle», indique Sébastien Epiney. Bruno Huggler, directeur de Crans-Montana Tourisme, constate que le message pour le ski a changé avec le temps: «On ne parle plus du nombre d'installations de remontées mécaniques ou de la surface des pistes, mais de la qualité de

ces installations, de leur facilité d'accès ou encore de l'offre de restauration sur les pistes où nous sommes forts.»

**Optimisme mesuré pour la saison d'hiver**

Les responsables touristiques de ces stations abordent la saison avec un optimisme mesuré. La force du franc continuera à peser sur la fréquentation des touristes étrangers et incitera les Suisses à partir dans d'autres pays. «Nous mettons donc beaucoup d'espoir sur la météo», dit Arthur Clivaz. Pierre-Alain Morard est «confiant». «Cela s'annonce bien pour la fin de l'année et le mois de février,

et les réservations sont bonnes pour janvier et mars.»

Son homologue de Villars, Laurent Michaud, est un peu dans le même état d'esprit: «Pour l'instant, les réservations sont bonnes, mais ce sera difficile. La situation économique nous préoccupe.» Sébastien Epiney est «raisonnablement optimiste»: «Nous avons une importante clientèle de résidences secondaires qui est essentiellement suisse, et nous avons fait des efforts pour la fidéliser en augmentant l'attrait de la station.»

Toute la question est maintenant là: à quand les premiers flocons?

## Swisspass mal emmanché

Le coup de gueule d'Eric Balet concernant le Swisspass a trouvé un bon écho auprès des responsables touristiques de Suisse romande. Le directeur de Téléverbier et vice-président des Remontées mécaniques suisses considère que les conditions de participation des remontées mécaniques à cette carte lancée par les CFF et qui regroupe diverses prestations liées à la mobilité sont «inacceptables», si bien qu'aucune société romande n'y a adhéré jusqu'ici.

«Ce projet a été mal emmanché», estime Arthur Clivaz, président de l'Association des remontées mécaniques valaisannes et directeur des remontées méca-

niques de Crans-Montana. Sur le fond, cette idée est «excellente», estime-t-il. Toutefois, outre les coûts élevés liés à la participation au projet, il déplore le manque de concertation et le fait que ce système oblige les sociétés de remontées mécaniques à remettre des données de leurs clients aux CFF sans contrepartie. Pierre Besson, directeur de Télé-Villars partage cet avis: «Ce sont les CFF qui devraient nous payer!»

Comme d'autres de ses collègues, Vincent Riba, de Verbier Promotion, trouve que cette carte est «une bonne idée», mais qu'il aurait fallu trouver une meilleure forme de collaboration entre les partenaires. «On a un

peu l'impression que les CFF ont voulu profiter de leur situation monopolistique pour pousser les destinations à participer à leur projet», dit-il. Bruno Huggler, directeur de Crans-Montana Tourisme, comprend cette opposition: «Un titre de transport forfaitaire est intéressant pour le client, mais les transporteurs doivent aussi trouver leur compte.»

Les remontées mécaniques romandes resteront-elles à l'écart de ce système? Probablement pas. «Nous avons bon espoir qu'une solution susceptible de satisfaire tout le monde pourra être trouvée», conclut Arthur Clivaz. mh

**Le changement commence ici!**  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

Le No 1 parmi les plates-formes de l'emploi suisses pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme.

htr hotel revue

**La CCNT: Application gratuite désormais disponible!**

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

Pour iOS, Android et Windows Phone!



**BRITA Professional**

**AVEC BRITA JE REÇOIS DE L'EAU ET DU CAFÉ EN HARMONIE**

**igeHo** Soyez les bienvenus sur notre stand du Salon Igeho à Bâle, du 21 au 25 Novembre 2015. Halle 1.1, Stand C 106

Découvrez sur notre stand l'évaluateur sensoriel alimentaire Patrick Zbinden et gagnez un week-end de wellness!

**IIS Interlinge Service**

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

[www.iis-sa.ch](http://www.iis-sa.ch), tél. 024 483 00 83



Jobs  
online  
www.luzern-hotels.ch  
Luzern  
hotelfestivals Luzern Hotel Association

## Stadtführungen



Sie finden eine Stadtführung zur Pendler- und Wohnungsgeschichte Berns interessant? Dann gehören Sie zum beachtlich grossen Publikum, das auf abwegige Themenführungen anspricht.

StattdLand

# Die Lust an spielerischen Abwegen

**Ihr Name klingt altbacken, und ihr Genre ist auch alt. Weil Stadtführungen aber immer neu erfunden werden, ist ihre Nachfrage auch im digitalen Zeitalter ungebrochen.**

ALEX GERTSCHEN

Sie sind Schlüsselakteure des Tourismus, seitdem es ihn gibt. Sie haben Angebotsinszenierung betrieben, lange bevor Apps die Realität «erweiterten». Und doch werden die Stadtführer in der Branche bislang «stiefmütterlich» behandelt. So zumindest lautet die Kritik Renata Zullians, der Präsidentin des Vereins Schweizerischer Reiseleiter und Stadtführer, im Interview auf Seite 12. Die Einführung eines eidgenössischen Fachausweises und eines Lehrgangs an der Höheren Fachschule für Tourismus in Luzern seien deshalb Marksteine auf dem Weg zu mehr Anerkennung.

Dass Stadtführer nicht gering geschätzt werden sollten, zeigt eine Umfrage der htr hotel revue unter zehn städtischen Tourismusorganisationen: Auch im digitalen Zeitalter ist die Nachfrage nach personengeführten Rundgängen hoch und insgesamt stabil. Die meisten Städte haben zwischen 2009 und 2014 gleichbleibende oder steigende Teilnehmerzahlen verzeichnet, wobei die oft unsystematische oder lückenhafte Erfassung zu einer vorsichtigen Interpretation rät.

Nicht enthalten sind in der Tabelle die zahllosen alternativen Anbieter von Stadtführungen, wie die Greeter. Das globale Netzwerk

der «Begrüsser» ist in der Schweiz mengenmässig unbedeutend. Doch seine Vitalität zeugt von der ungebrochenen Lust der Menschen, sich von anderen auf überraschende, authentische Art und Weise durch fremde Städte führen zu lassen (vgl. die Seite 13).

Die Nachfrageentwicklung in der Schweiz ist umso bemerkenswerter, als ihr der Strukturwandel der Quellmärkte tendenziell abträglich ist: Gäste aus den neuen Fernmärkten haben weniger Zeit oder Interesse an Stadtführungen als europäische Touristen, oder sie werden von eigenen Guides begleitet. 2014 sorgten europäische Gäste nur für einen Fünftel aller Ankünfte, aber für einen Drittel der Stadtrundgangsteilnehmer. Bei den Ferngästen betrug der Anteil jeweils gut 10 Prozent.

### Erfolgsthemen sind oft «globalisierungsfähig»

Die mit Abstand wichtigste Nachfrage ist aber die einheimische. Fast 60 Prozent der Teilnehmenden sind Schweizer. Dies verweist auf jenen Bereich der Stadtführungen, der in den letzten Jahren wohl am innovativsten gewesen ist: Führungen zu ortsspezifischen Themen, die oft im positiven Sinne abwegig und selten «globalisierungsfähig» sind.

Ein Vorreiter in diesem Bereich war der Verein StattdLand. Seit 25 Jahren führt er durch die Stadt Bern entlang von Themen wie Mani Matter, literarischen Kriminalatortoren oder Glaubensvielfalt. Die Rundgänge werden laut Geschäftsführer Adrian Schild von

einem Stadtführer und einem Schauspieler bestritten und zu 80 bis 90 Prozent in Mundart gehalten. Die restlichen Führungen seien auf Hochdeutsch. «Unser Zielpublikum ist in erster Linie die Bevölkerung von Stadt und Region Bern und in zweiter Linie die Restschweiz», sagt er.



**«Es gibt mehr Anbieter, und es werden vermehrt Themen an uns herangetragen.»**

Markus Lergier  
Direktor Bern Tourismus

Am stärksten wuchs StattdLand zwischen den Jahren 2000 und 2005, als sich die Anzahl der Rundgänge auf gut 550 fast verdreifachen liess. Letztes Jahr verbuchte der Verein gut 600 Rundgänge und 15000 Teilnehmende. Schild glaubt, dass sich das hohe Niveau halten lasse, «auch wenn in den letzten drei, vier Jahren die Konkurrenz zugenommen hat».

Damit meint er weniger Bern Tourismus, den mit Abstand grössten Anbieter auf dem Platz, als vielmehr andere Private, wie Foxtrail oder Segway-Touren, die ebenfalls vorab das einheimische Publikum locken. Diese Nachfrage lässt sich nur mit Innovationen stets von Neuem mobilisieren. Unter diesem Vorzeichen veranstaltete StattdLand im August zum 25-jährigen Jubiläum ein «Stadtrundgang-Festival». An fünf Tagen wurden laut Schild «neue, experimentelle Formen des Rundgangs» ausprobiert. «Mit dem Festival wollten wir auch das Image des Rundgangs etwas entstauben.»

Tatsächlich klingt der Begriff in einer Welt, in der Innovationen unglaublich wirken, wenn sie nicht englisch verpackt werden, eher altbacken. Gegen diesen Eindruck wehren sich just viele Touristiker. Sie, die trendigen Marketingvokabeln eher zusetzt sind.

«Das Angebot ist nicht verstaubt, es entwickelt sich mit den Teilnehmern und wird stets modernisiert», meint Markus Lergier, der Direktor von Bern Tourismus. «Authentizität wird gesucht, wodurch Stadtführungen im Trend liegen. Es sind mehr Anbieter auf dem Markt, und es werden vermehrt neue Ideen an uns herangetragen.»

### Beständige Investitionen und Innovationen der Anbieter

Luzern Tourismus hat anlässlich des «Gästival», mit dem die Zentralschweiz 200 Jahre Gastfreundschaft feierte, erstmals professionelle Schauspielerinnen für eine Stadtführung engagiert. Seit Mai führen sie auf dem Rundgang «Gastgeberin aus Leidenschaft» durch Luzerns Tourismusgeschichte. Nach rund fünf Monaten zieht Direktor Marcel Perren «eine sehr positive Bilanz».

Auch kleinere Städte investieren in ihre Führungen. Chur Tourismus gibt pro Jahr stolze 150000 Franken aus. «Das Produkt hat für uns einen hohen Stellenwert, weil

wir es komplett selber aufbereiten und vermarkten», sagt Direktorin Leonie Liesch. Diesem Aufwand entspricht eine eindruckliche Nachfrage: In den letzten fünf Jahren hat Chur die Zahl der Teilnehmenden um 40 Prozent auf 21 000 erhöht. Die Stadt St. Gallen weist weniger, Zürich nur doppelt so viele aus.

Nicht zufällig sind praktisch alle Rundgangsteilnehmenden in Chur Schweizer. Destinationen mit mehr Gästen aus Fernmärkten sind in der Angebotsentwicklung und Vermarktung ihrer Führungen stärker gefordert. Ueli Heer, der Sprecher von Zürich Tourismus, begründet den starken Rückgang bei den Stadtführungen auch mit dem «digital shift»: «Es kommen weni-

ger Leute zum Tourist Service im HB, denen wir unsere Führungen verkaufen können.»



**«Für das Produkt Stadtführungen geben wir pro Jahr 150000 Franken aus.»**

Leonie Liesch  
Direktorin Chur Tourismus

Die neuen Medien sind zugleich eine Chance. Der Zukunftsforscher Gerd Leonhard zeigt sich im Interview auf Seite 14 davon überzeugt, dass Apps und andere technische Hilfsmittel die menschlichen Tourismusführer immer besser ergänzen werden. Die Digitalisierung der Stadtrundgänge biete zudem neue Möglichkeiten der Vermarktung über das Internet bereits vor dem Besuch erfahrbar sei – zumindest in Ansätzen. Denn ein leibhaftiger Stadtführer sei, wenn er denn richtig gut sei, durch keine Technik zu ersetzen.

	Anzahl Führungen der Tourismusorg. (TO)		Anzahl der Teilnehmenden		Herkunft der Teilnehmenden in %			Aufwand der TO in Fr.
	2009	2014	2009	2014	Schweiz	Rest-europa	Fern-märkte	2014
Basel	3404	3502	68000 (+3%)	70000 (+3%)	50	35	15	k.A.
Bern	2900	3150	42000 (+9%)	45000 (+7%)	60	20	20	mind. 20000*
Chur	771	1031	15000 (+34%)	21000 (+40%)	87	13	0	ca. 150000**
Freiburg	278	295	5231 (+6%)	4885 (-7%)	87	11	2	ca. 50000**
Genf***	921	763	19905 (-17%)	16025 (-19%)	31	49	20	k.A.
Lausanne	300	210	9551 (-30%)	4890 (-49%)	15	75	10	k.A.
Luzern****	462	445	3169 (-4%)	3643 (+15%)	0	0	0	k.A.
St. Gallen	1753	1714	19283 (-2%)	18854 (-2%)	45	45	10	k.A.
Thun	523	605	10000 (+16%)	9700 (-3%)	93	5	2	6000*
Zürich	3800	3200	62000 (-16%)	45000 (-27%)	50	35	15	ca. 700000**
<b>Total</b>	<b>15112</b>	<b>14915</b>	<b>254139 (-1%)</b>	<b>238997 (-6%)</b>	<b>58</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	

\* Ohne Entlohnung / \*\* Mit Entlohnung / \*\*\* Ohne private und Themenführungen. Anzahl Teilnehmende aus dem Jahr 2015, da der Vorjahreswert wenig aussagekräftig ist. / \*\*\*\* Nur öffentliche Führungen. Im 2009 wurden 2055, im 2014 1711 private Führungen durchgeführt.

Quelle: Umfrage htr



**SHIF**  
Swiss Hospitality  
Investment Forum

Welche  
Erwartungen  
haben  
Investoren?

Welche  
Bedürfnisse  
haben  
Betreiber?

Erstklassiges  
Networking!



## Swiss Hospitality Investment Forum

1. SHIF | 24. - 25. November 2015 | Congress Center Basel

### Verkaufen | Investieren | Finanzieren

#### Wir vermitteln entscheidendes Wissen

- Die wahrgenommene Qualität im Schweizer Tourismus
- Impulsprogramm Tourismus 2016-2019
- Herausforderungen in der Finanzierung von Hotelbetrieben
- Zweitwohnungsinitiative
- Wohnen im Alter
- Medical Tourism



#### Jetzt gleich anmelden

Das Swiss Hospitality Forum bringt Investoren, Betreiber und Besitzer zusammen und garantiert Ihnen spannende und gewinnbringende Kontakte und Begegnungen. Sichern Sie sich Ihren Platz.

#### Trägerschaft



#### Patronat



#### Organisation



#### Sponsoren



Weitere Informationen finden Sie unter [www.shif.ch](http://www.shif.ch)

## 12 fokus

# «Bisher stiefmütterlich behandelt»

**Renata Zulian ist die Präsidentin der organisierten Reiseleiter und Stadtführer in der Schweiz. Ein Gespräch über den neuen Fachausweis und die Wertschätzung in der Branche.**

ALEX GERTSCHEN



Seit Mai im Angebot von Luzern Tourismus: die historische Stadtführung «Gastgeberin aus Leidenschaft».

Luzern Tourismus

In einem Jahr werden die ersten eidgenössischen Fachausweise für Reiseleiter und Reiseleiterinnen vergeben. Bereits in wenigen Wochen beginnt an der Höheren Fachschule für Tourismus in Luzern – bei ausreichend vielen Anmeldungen – ein Lehrgang, der interessierte auf die Berufsprüfung vorbereitet. An diesen Neuerungen massgeblich beteiligt war Renata Zulian, die Präsidentin des Vereins Schweizerischer Reiseleiter und Stadtführer (ASGT).

#### Renata Zulian, warum braucht es eidgenössisch anerkannte Reiseleiter?

Es wird im Schweizer Tourismus immer von Qualität gesprochen. Wir sind die Visitenkarte der Branche, aber bisher stiefmütterlich behandelt worden. Wir haben 20 Jahre dafür kämpfen müssen, dass wir eine Anerkennung und eine Ausbildung erhalten, die unserer Bedeutung gerecht werden. Wichtig ist uns die Qualitätssicherung durch ein schweizweit einheitliches Qualifizierungskonzept.

#### Wieso hat es nun geklappt?

In den letzten fünf Jahren hat uns der Schweizer Tourismusverband unterstützt. Das hat sehr viel ausgemacht.

#### Gibt es ein Qualitätsproblem?

Das würde ich so nicht sagen. Aber es ist so, dass mittlerweile manche Leute Stadtführungen anbieten. Es gibt immer mehr «wilde» Stadtführer aus anderen Ländern, die zum Teil riesige Gruppen herumführen und normalerweise über keine gebietspezifische Qualifikation verfügen. Oder Personen, die Freude an der Geschichte und ihrer Stadt haben und Stadtführungen als Hobby ausüben. Das Wort mag ich gar nicht! Es ist eine anspruchsvolle Tätigkeit.

#### Was fehlt vielen Führern?

Wie plane ich meinen Rundgang? Wie vermittele ich mein Wissen? Welche didaktischen Regeln muss ich beachten? Wie gehe ich mit Gästen aus

anderen Kulturräumen um? Bisher hat es kein Ausbildungsangebot gegeben, das diese Fragen beantwortet hat. Vielen fehlt deshalb dieses Wissen.

#### Ist das auch die Schuld der Tourismusorganisationen?

Das würde ich nicht sagen. Vieles hängt vom Stadtführer ab, von seiner Eigeninitiative, seiner Bereitschaft zur Fortbildung. In vielen Regionen organisieren Tourismusorganisationen Grundkurse für ihren Bedarf. Sie geben in der Regel den Takt an, welche Kompetenzen erworben werden sollen.

#### Was halten Sie von diesen «Taktgebern»?

Das kommt drauf an. Mit gewissen Organisationen haben wir sehr gute Beziehungen. Luzern Tourismus zum Beispiel unterstützt uns finanziell, damit wir den Vorbereitungskurs besuchen können. Dies betrachte ich als Wertschätzung für unsere bewährte Arbeit. Aber diese Wertschätzung spüren wir bei vielen Vertragspartnern zu wenig. Zum Teil verbietet sie ihren Führerinnen die Mitgliedschaft bei uns!

#### Welche tun das? Und warum?

Ich will keine Namen nennen. Sie nehmen uns als Konkurrenz wahr. Dabei sind wir Partner!

#### Ein neuer Typ Stadtführer sind die Greeter (vgl. Seite 13). Was halten Sie von ihnen?

In der heutigen Zeit muss man das gelten lassen. Es sollte für beides Platz haben.

#### Sind Sie schon mal mit einem Greeter mitgegangen?

Nein, ich persönlich bewege mich gern im Alleingang. Bei Informationsbedarf peile ich die entsprechenden Fachstellen an.

#### Macht Ihnen die wachsende Konkurrenz zu schaffen?

Wir spüren vor allem die ausländische Konkurrenz. Die Reisegruppen werden oft von einem fremdländischen Reiseleiter begleitet. Wichtiger ist aber die Nachfrage, der starke Franken ist im Moment ein Problem.



Renata Zulian  
Schweiz, Reiseleiter u. Stadtführer

#### «Für den Fachausweis und die Ausbildung haben wir 20 Jahre kämpfen müssen.»

Die Gäste aus den neuen Fernmärkten sind weniger an Stadtführungen interessiert als die Europäer? Das ist so. Viele asiatische Gäste haben ja gar keine Zeit für einen Führungsrundgang. Zudem

haben sie eben oft einen eigenen Guide dabei. Ich bedaure es, dass für die Touristiker Asien das Thema ist und sie Europa etwas stehen lassen.

#### Sie haben die Geringschätzung durch die Branche kritisiert. Haben Stadtführer auch bei den Gästen ein Imageproblem? Werden Sie als altbacken wahrgenommen?

Nein, die Feedbacks der Gäste sind oft sehr positiv.

#### Was ist das Durchschnittsalter der Vereinsmitglieder?

Das ist schon 60 plus. Ich hoffe, dass es uns mit der neuen Ausbildung gelingt, jüngere Mitglieder zu gewinnen.

## Reiseleiter Wer gemeint ist

Der eidgenössische Fachausweis für Reiseleiter ist für Personen, die in der Schweiz wohnhaft sind und professionell Dienstleistungen in Tourismus, Bildung und Freizeit anbieten. Arbeitgeber bzw. Ansprechpersonen sind gemäss Prüfungsordnung Tourismusorganisationen, Reise-, Event- und Kongressveranstalter, Tour-Operatoren oder Carunternehmungen, aber auch Individualkunden.

Die Aufzählung macht klar, dass wesentlich mehr Dienstleister als

nur Reiseleiter angesprochen werden sollen. Laut Renata Zulian, der Präsidentin des Vereins Schweizerischer Reiseleiter und Stadtführer (ASGT), ist der tiefende, weil allgemeine Ausdruck dafür «Guide» – auf Französisch wie auf Englisch. Weil der Bund eine knappe und klare Benennung des Ausweises in allen Landessprachen verlangt, habe man sich für den deutschen Begriff «Reiseleiter» entschieden.

Vorgenommen wird die Berufsprüfung durch den Schweizer

Tourismus-Verband (STV). Dieser bildet mit dem ASGT und dem Schweizerischen Nutzfahrzeugverband auch die Trägerschaft für den neuen Vorbereitungskurs an der Höheren Fachschule für Tourismus in Luzern.

Der ASGT organisiert mit seinen 140 Mitgliedern einen kleinen Teil der touristischen Führer in der Schweiz. Das liegt auch daran, dass die Tätigkeit fast nur zeitweilig ausgeübt wird. Unter den ASGT-Mitgliedern sind laut Zulian höchstens vier Vollprofs. axg

Das Netzwerk der «Greeter» umspannt mittlerweile den Globus. Trotz des rasanten Wachstums sind ihre kostenlosen Stadtführungen ein Nischenangebot – auch in der Schweiz.

ANDREAS GÜNTERT



Vielleicht ist er einer der Greeter, die Touristen auf einen gewöhnlichen und deshalb speziellen Spaziergang durch Genf mitnehmen.

istock

## Was nichts kostet, ist etwas wert

Der erste Gang führt meist auf den Lindenhof. Der Zürcher Moränenhügel vermittelt einen Überblick und schöne Ausichten, sagt Anne Altorfer-Merkling. «Und danach führe ich die Besucher durch die Altstadt. Am liebsten sind mir dabei die Prediger- und die Froschauasse». Was die Wahlzürcherin beschreibt, hört sich an wie eine übliche Stadtführung durch die grösste Stadt der Schweiz. Das stimmt – und doch nicht ganz. Denn die gebürtige Strassburgerin ist kein Tourismusprofi. Sie verdient ihr Geld als Englischlehrerin und führt nebenbei Leute aus aller Welt durch Zürich. Ehrenamtlich und kostenlos.

### 100 Touristen in vier Jahren durch Zürich geführt

Altorfer-Merkling koordiniert den 2012 gegründeten Zürcher Ableger des weltweit tätigen Glo-

bal Greeter Networks, das 1992 in New York gegründet wurde (siehe Zweittext unten). Etwas über 100 Touristen, hauptsächlich aus Australien, den USA, Spanien und Deutschland, sind so in den letzten vier Jahren in den Genuss einer persönlichen und kostenlosen Führung durch die Limmatstadt gekommen.

Standardtouren gebe es nicht, berichtet die Wahlzürcherin, «es ist einfach wie ein Spaziergang, der es ermöglicht, einander kennenzulernen und ein Gefühl für die Stadt zu vermitteln». Auf das globale Greeter-Netzwerk stiess Altorfer-Merkling per Zufall: «Ich



«Es ist einfach wie ein Spaziergang, Standardtouren machen wir nicht.»

Anne Altorfer-Merkling  
Koordinatorin der Greeter in Zürich

kam beim Internet-Surfen daran vorbei und fand das auf Anhieb ein richtig gutes Konzept.»

Etwas gezielter stieg Alain Hirt ein. Der Genfer belegte letztes Jahr den Kurs «Tourismus für Quereinsteiger» an der Höheren Fachschule Tourismus Luzern und begegnete dem Greeter-Konzept bei Online-Recherchen. Was den vormaligen Angestellten von Procter & Gamble stutzig machte: «In Frankreich war die Bewegung mit 40 Ablegern schon sehr verbreitet; in der Schweiz regte sich ausser in Zürich noch nirgends etwas.»

ligen Angestellten von Procter & Gamble stutzig machte: «In Frankreich war die Bewegung mit 40 Ablegern schon sehr verbreitet; in der Schweiz regte sich ausser in Zürich noch nirgends etwas.»

Hirt machte sogleich Nägel mit Köpfen und rief im August 2014 die Genfer Sektion der Greeter ins Leben. 30 Freiwillige zwischen 18 und 66 Jahren bieten sich mittlerweile als Gastgeber an, seit Beginn haben sie laut Hirt 170 Besucher aus 23 Ländern verzeichnet, vor allem aus Frankreich, den Vereinigten Staaten, China und Belgien. Im Vergleich zu Zürich sind das beachtliche Zahlen.

### Das Bier nach der Führung bezahlt jeder selber

Jeder Greeter rund um den Globus verpflichtet sich den sechs zentralen Werten der Bewegung, von denen der dritte besondere Erwähnung verdient: «Einen Greeter zu treffen, ist kostenlos.» Freiwillige und unentgeltliche Angebote in einer Welt, die zunehmend geldgetrieben ist – das lässt aufhorchen.

Heblen die Greeter etwa das Sprichwort «Was nichts kostet, ist

nichts wert» aus? Offenbar ja.

«Wir sind ganz normale Leute, die ihre Stadt zeigen und sich freuen, neue Menschen kennenzulernen», sagt die Zürcher Greeterin Anne Altorfer-Merkling, und fügt an: «Und wenn wir zum Schluss ein Bier oder einen Kaffee trinken gehen, bezahlt das jeder für sich.»

Führungen durch Einheimische, die keine Standardtouren herunterspuln, böten ein «authentisches Erlebnis», sagt Alain Hirt aus Genf, «und sie helfen, das nicht immer optimale Image der Schweizer Gastfreundschaft zu verbessern». Zentral sei, dass «locals» ihre Leidenschaft für Genf zeigen und auf die Besucher übertragen würden.



«Wir sprechen ein anderes Gäste-segment an als die bestehenden Stadtführungen.»

Alain Hirt  
Koordinator der Greeter in Genf

rufen und Interesse am Konzept gezeigt, mit dem ersten Resultat, dass die Greeter auf der Website von GTC erwähnt werden.

Der Marketingprofi Hirt möchte aber noch viel mehr erreichen. Er hat GTC angefragt, ob die Greeter in die Online-Aktivitäten der Tourismusorganisation eingebunden werden könnten. Zudem hat er unter «Swissgreeters» ei-

nen gesamtschweizerischen Web-auftritt aufgebaut, um mit dem Konzept in andere Städte zu expandieren. Sehr weit sei man schon in Lausanne, wo 2016 erste Greeter ausschärfen könnten, sagt Hirt. Ferner seien Städte wie Basel, Bern oder Freiburg für das Netzwerk interessant.

### Wachstum findet in der Nische statt und ist reversibel

Während Genf der Gründungsphase eben erst entzogen, kann man bei den Zürcher Greetern schon auf vier Jahre zurückblicken. Diese haben gezeigt, dass das Wachstum der Bewegung in der Nische stattfindet und auch reversibel ist. Statt wie heute vier waren einst schon sieben Greeter aktiv. Wahrscheinlich ist es die zeitliche Beanspruchung, die einzelne Greeter wieder aufhören lässt. Eine Masterarbeit, die Franziska Klein an der Universität Trier in Deutschland geschrieben hat, erwähnt als grösstes Problem der kostenfreien Stadtführer hingegen das «Nichterscheinen der Touristen».

Anne Altorfer-Merkling meint dazu, dass das in Zürich so noch nicht passiert sei. Nur einmal hätten sich Greeter und Gast im allgemeinen Gefühl der abendlichen Rush-Hour nicht auf Anhieb gefunden.

## (Nicht) wie Airbnb Globale Expansion, ohne Schrecken zu verbreiten

Auf den ersten Blick ähneln die Global Greeters Organisationen wie Airbnb oder Uber: Lokale Anbieter einer touristischen Dienstleistung bilden über das Internet ein Netzwerk, auf das der Reisende rund um den Globus zurückgreifen kann. Der Holländer Jos Nusse, der dem Vorstand des Netzwerks angehört und die Website globalgreeternetwork.info betreibt, betont in einer E-Mail an die htr hotel revue hingegen die Unterschiede: «Wir sind alles Freiwillige und bilden eher eine Bewegung denn eine Organisation. Unser Netzwerk hat keine rechtliche oder finanzielle Struktur und verfolgt erst recht keine Profitinteressen.»

Das dürfte ein Grund dafür sein, dass die Greeter unter den



«Bei uns erkundigen sich Hunderte von Leuten, die eine neue Sektion gründen wollen.»

Jos Nusse  
Vorstand Global Greeter Network

etablierten Anbietern von Stadtführungen nicht jenen Schrecken verbreitet haben, den Airbnb und Uber den Hoteliers bzw. Taxifahrern durch Mark und Bein jagen. Der Wachstumswille des profitorientierten Unternehmers fehlt.

### 1992 gegründet, um das Image von New York zu verbessern

Eindrücklich ist die Entwicklung von Global Greeters dennoch. Lanciert wurde die Bewegung der «Begrüsser» 1992 in New York. Lynn Brooks wollte mit kostenlosen Spaziergängen für Besucher etwas für das Image der Stadt tun, die damals im Ruf stand, ebenso teuer wie gefährlich zu sein.

Aus New York heraus wuchs die Bewegung zunächst eher langsam. Neuen Schwung erhielt

sie in Europa. Der Ableger in Den Haag, der weltweit achte, schuf 2008 mit einer neuen Website die Voraussetzung für die Globalisierung der Bewegung.

Als Gründerin Lynn Brooks vor zwei Jahren verstarb, waren die Greeter in 50 Destinationen präsent, heute sind sie es in 108 – auf allen fünf bewohnten Kontinenten. Laut Jos Nusse befinden sich 50 weitere Destinationen im Aufnahmeverfahren. «Ich bin überzeugt, dass sich die Zahl jährlich verdoppeln wird, sobald wir eine kritische Grösse erreicht haben. Dafür spricht, dass sich Hunderte von Leuten bei uns erkundigen, wie sie einen lokalen Greeter-Ableger gründen können.» ag/agx

www.globalgreeternetwork.info  
www.swissgreeters.com

# «Gute Personen sind die Besten»



Die Digitalisierung der Stadtführungen steckt noch in den Anfängen. Bern Tourismus bietet seit 2007 einen iPod an und prüft nun die Entwicklung einer App.

Bern Tourismus

**Die Technik werde die personengeführten Stadtrundgänge nicht ersetzen, sagt der Zukunftsforscher Gerd Leonhard. Aber sie werde das Angebot zunehmend dominieren.**

ALEX GERTSCHEN

**Gerd Leonhard, wann waren Sie zuletzt auf einer Stadtführung?**  
Ich mache eigentlich immer meine eigenen Rundgänge – auf einem organisierten war ich wohl noch nie. Einen speziellen Rundgang würde ich womöglich mitgehen.

**Sie bevorzugen digitale Führer?**  
Es gibt jedenfalls ganz tolle Anwendungen. In Rom zum Beispiel gibt es eine App, mit der Touristen, sofern sie sich untereinander einig werden, die Farben eines Springbrunnens verändern können. Der User ist nicht nur Konsument, sondern macht mit. Das ist super! Die Gamification ist eine ganz wichtige Entwicklung.

**Weshalb ist die Nachfrage nach personengeführten Rundgängen ungebrochen?**  
Weil der Wert der Erfahrung in der digitalen Wirtschaft rapide zunimmt. Wir leben heute in einer Experience Economy.

**Das heisst?**  
Erst gab es die Industrial Economy, dann die Information Economy. In der heutigen Experience Economy geht es nicht mehr um Waren. Davon gibt es einen zunehmenden Überfluss, weil die Technik immer besser und billiger wird. Erfahrungen hingegen lassen sich nicht automatisieren. Sie sind und bleiben knapp. Das steigert ihren Wert. Apple zum Beispiel wirbt nicht mit dem iPhone, sondern mit den Fotos, die man mit ihm machen kann, mit den Erfahrungen, die man mit ihm speichern kann.

**Sie glauben also nicht, dass der leibhaftige Stadtführer abgelöst wird.**  
Grundsätzlich ermöglicht eine gute Person ein besseres

Erlebnis als eine gute technische Lösung. Aber eine gute technische Lösung ist besser als eine schlechte Person! (lacht) Ich glaube nicht, dass die Personen wegfallen werden. Sie werden mit Technik ausgestattet. Ich spreche deshalb lieber von «intelligent assistance» als von «artificial intelligence»: IA statt AI, verstehen Sie?

**Die Grenzen zwischen Mensch und Technik verfließen.**  
Das kennen wir ja schon. Es gibt Autos, die im Stau hin kriechen, ohne dass der Fahrer was machen müsste. Hingegen ist die Technik noch lange nicht so weit, dass ein Auto auf einer deutschen Autobahn mit 180 Stundenkilometern computergesteuert unterwegs ist.

**Zurück zu den Stadtführungen.**  
Auch dort gibt es schon Beispiele von «intelligent assistance». Die App «SayHi Translate» übersetzt simultan in verschiedene Sprachen, was ein Stadtführer seiner Gruppe erzählt. In Singapur ist sie sehr populär. Für Paris gibt es einen GPS-gesteuerten Audioguide, der durch die Stadt führt. Das Beispiel des Brunnen in Rom habe ich schon erwähnt. Diese technische Entwicklung wird weitergehen, das wird explodieren.

**Die Person fällt nicht weg, wird aber marginalisiert.**  
Die entscheidende Frage ist, wie weit Erfahrungen medialisiert werden. Ich stelle fest, dass die Leute dafür immer offener sind. Oft nehmen wir die Technik ja gar nicht mehr wahr! Ihr Einfluss auf die



«Das wird explodieren»: Zukunftsforscher Leonhard. zvg

## Zur Person Von Deutschland nach Basel in die Zukunft

Der 54-jährige Gerd Leonhard erklärt als Zukunftsforscher Unternehmen und Organisationen rund um die Welt, was für Chancen und Risiken die Digitalisierung für sie bedeutet. Der gebürtige Deutsche, der mit seiner Familie seit 2002 in Basel lebt, hat auch schon touristische Unternehmen beraten, vorab im Customer Relationship Management. Zu ihnen zählen die Hotelkette Mandarin Oriental oder Kuoni, wobei Leonhard auf den ironischen Einwand des Journalisten anfügt, er habe sich beim Zürcher Reisekonzern mit seinen Ideen nicht durchsetzen können... axg

Stadtführung von morgen wird sicher dominierend sein.

**Kennen Sie die Greeter?** (Überlegt kurz) Nein, das sagt mir nichts.

**Das sind Einwohner, die Touristen gratis und ohne Schulung durch «ihre» Stadt führen und in einem globalen Netzwerk organisiert sind. Ihre Anzahl wächst rasant. Dennoch glauben Sie also nicht, dass die Greeter für eine Abkehr von der digitalisierten Stadtführung stehen.**  
Wie gesagt, ich kenne sie nicht. Aber einen grundsätzlichen Richtungswechsel der Entwicklung wird es nicht geben. Entscheidend für ein Angebot wird sein, ob es Erfahrungen, ob es Bedeutung schafft. Das hängt natürlich nicht nur von der Inszenierung ab! Man muss auch was zeigen können.

**In diesem Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Bedeutung werden viele Destinationen nicht mithalten können.**  
Die Messlatte wird immer höher liegen, auch im Tourismus, das ist klar. Deshalb ist es so wichtig, dass eine Destination ihre Erfahrungen schon vor dem Besuch im Netz erfahrbar macht, zum Beispiel mit Filmen auf Youtube. Rom oder der Vatikan machen das einen super Job! Das ist dann Marketing. Das Produkt wird zum Marketing.

WELTWEIT EINZIGARTIG - DAS WIR-SYSTEM

MEINE CHANCE **WIR**Bank

UMSATZSTEIGERUNG / TOP-FINANZIERUNG / KMU-SUPPORT

Genossenschaftlich gut!  
0848 947 947, wirbank.ch

fischer-horvath-berlin

# Auftischen, was der Patient auch isst

**Weniger Foodwaste, weniger Kosten: Die Umstellung vom 4- auf 2-Gang-Menü, ein neu standardisiertes Frühstück und klare Rezepturen sind fürs Spital Männedorf ein Gewinn.**

GUDRUN SCHLENCZEK

Im Spital Männedorf verpackt man die gesunde und regionale Küche in Gerichte, welche die Patienten besonders gerne mögen: Seit August dieses Jahres offeriert die Spitalküche zu den Hauptmahlzeiten neben zwei weiteren Gerichten eine «Tagesempfehlung». Besonders beliebt ist das traditionelle Kalbgeschnetzelte Züricher Art, die Salmtranche an Limettensauce oder auch einfachere Gerichte wie beispielsweise «Ghacks und Hörnli». «Gesund kochen schliesst nicht aus, dass das Essen auch besonders gut schmeckt», ist Karin Oehri, Leiterin Facility Management (FM) im Spital Männedorf am Zürichsee, überzeugt.

«In der Gastronomie kennt man den Tageshit schon lange, wieso

soll das nicht auch im Spital funktionieren?», meint die studierte Facility Managerin weiter.

**Zwei Drittel der Patienten wählen den Tageshit**

Es funktioniert – und wie: Das zeigt zum einen die grosse Nachfrage nach diesen Food-Bestsellern; das zeigt aber auch die Vereinfachung, die der neue Fokus auf ein Topmenü in der Küchenproduktion mit sich bringt. Inzwischen wählen zwei Drittel der Kunden die Tagesempfehlung. «So ein Tageshit ist viel besser kalkulierbar», verdeutlicht die FM-Chefin.

Die bisherigen 4-Gang-Menüs wurden von 2-Gang-Menüs abgelöst: Patienten erhalten zum Lunch nicht mehr wie bis anhin standardmässig das volle Angebot, bestehend aus Suppe, Salat, Hauptgang und Dessert, sondern am Mittag Salat und Hauptgang und abends Suppe und Hauptgang. Wenn sie möchten, können die Patienten die standardmässig nun zwei Gänge mit den täglich angebotenen Zusatzkomponenten aber ganz nach ihrem Gusto ergänzen. Beliebte seien insbesondere die marktfrischen Suppen und Salate sowie die Süssspeisen. «Auf Wunsch kann der Patient natürlich auch alle vier Gänge wie bisher haben», erklärt Karin Oehri. Aber das wollen eben gar nicht so viele: Nur jeder Zweite verlangt nach einem Dessert, das

vorher allen automatisch aufgetischt wurde. «Vier Gänge sind Patienten, die im Bett liegen, offensichtlich zu viel.»

Deutlich machten das all die vielen Retouren, die unangetasteten Suppen und Desserts, welche die Küche von den Stationen nach der Mahlzeit zurückerhielt und dann entsorgen musste. Mit dem neuen Verpflegungskonzept konnte der Foodwaste deutlich reduziert werden. Für Oehri ist die gesamte Reduktion des Angebots deshalb ein klarer Gewinn. «Für uns waren nicht die Kosten ausschlaggebend, sondern der viele Lebensmittelabfall, der so verursacht wird.» Im Spital Männedorf wird seit diesem Jahr der Foodwaste zweimal jährlich erhoben, die Ergebnisse fliessen in den weiteren Verbesserungsprozess ein.

Kaum mehr Abfall fällt inzwischen auch beim Frühstück an: Neu offeriert die Küche des Spitals Männedorf ein standardisiertes Frühstück, bei dem einzelne Komponenten kostenfrei ausgetauscht werden können. Will der Patient mehr Komponenten, so muss er dies zahlen. Bisher konnte der Kunde unbegrenzt aus dem gesamten Frühstücksprogramm wählen. Mit der Folge, dass die Patienten zum Zmorge zu viel orderten und dann nicht assen.

**Komponenten des Standardfrühstücks werden gern gewechselt**

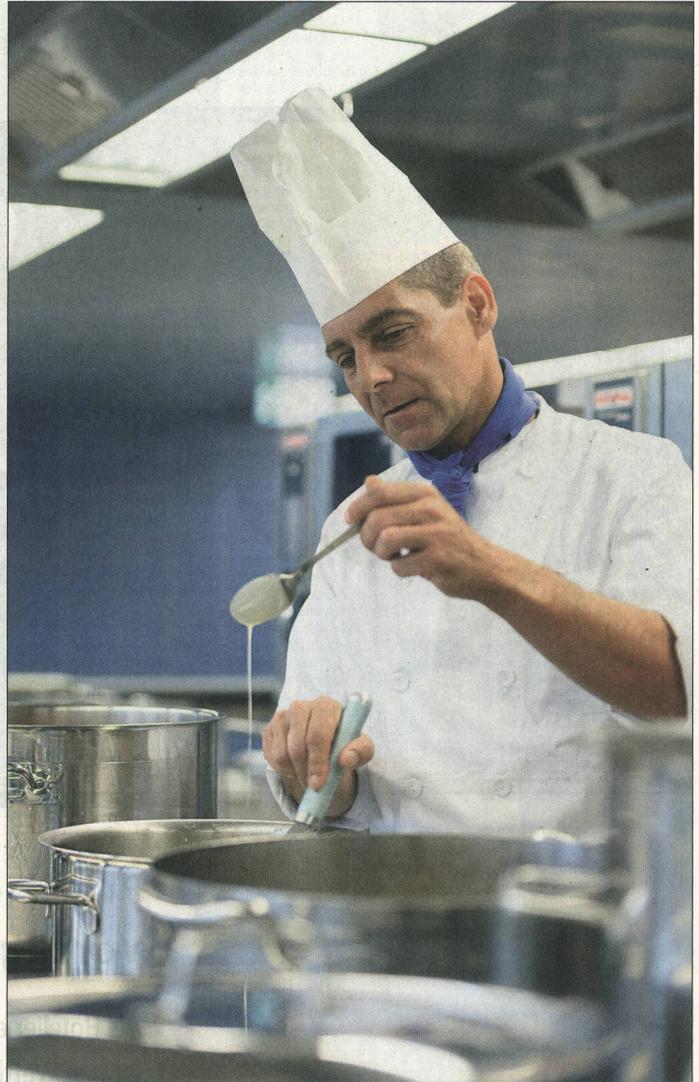
Stösst sich der Patient an der neuen Limite? Nein, meint Oehri, die Resonanz auf das neue Angebot – ob morgens, mittags oder abends – sei durchwegs positiv. Das Feedback sowohl seitens der internen als auch externen Kunden falle generell lobend aus.

Die Patienten machen rege Gebrauch vom möglichen Austausch der Frühstückskomponenten, ein solcher Austausch ist die Regel, nicht die Ausnahme. Eine grössere Anzahl an Komponenten, das verlangten aber die wenigsten. Wanderten bislang Joghurt, Bichermüli oder andere Zmorge-Artikel immer wieder unangetastet in den Abfallkübel, so kommen die Frühstückstabletts nun deutlich leerer retour.

Im Rahmen des neuen Konzeptes wurden sämtliche Prozesse optimiert. So hat die Küche im Zuge der Umstellung in Zusammenarbeit mit der Ernährungsberatung des Hauses für jedes Gericht nun eine Rezeptur festgeschrieben. Dabei ist selbst definiert, mit welchen Geräten ein Koch die jeweiligen Speisen zuzubereiten soll.

**Weniger Produkte und weniger Arbeit am Band**

Die neue Rezept-Datenbank wurde darüber hinaus mit allen Inhalts- und Zusatzstoffen hinterlegt, wie es die angepasste Lebensmittelverordnung ab 2016 verlangt. «Durch diese Massnahmen kann eine gleichbleibende Qualität garantiert werden und ermöglichen das Nutzen von Synergien zwischen der Haupt- und der Diätküche», konstatiert Karin Oehri. Nun müssten die Diätküche im Spital Männedorf nicht mehr von Grund auf alle Kompo-



Küchenchef Rolf Baumberger kocht, was Patienten mögen. Besonders gefragt ist der Tageshit.



Beliebt, leicht, gesund: Poulet, Gschwelli, Gemüse.

Bilder: zvg

**Fakten 90 Prozent Auslastung, jeder Dritte Halbprivat- oder Privatpatient**

Das Spital Männedorf bietet medizinische Grundversorgung mit Notfall sowie zusätzlich verschiedene Pakete der erweiterten Grundversorgung. Das Spital umfasst drei Kliniken: Medizin, Chirurgie, Gynäkologie und Geburtshilfe. Der maximale Bettenbestand der stationären Abteilungen liegt bei 148, bei einer durchschnittlichen Auslastung von 90 Prozent. Im November wird das Haus um eine zusätzliche Station mit rund 20 Betten erweitert.

Das Spital liegt direkt am Zürichsee mit direktem See- und Bergblick. Das lockt Privatversicherte an: Fast jeder dritte Patient im Spital Männedorf ist

privat oder halbprivat versichert. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 5,4 Tage.

Karin Oehri ist seit Sommer letzten Jahres Facility-Management-Leiterin des Spitals. Die studierte Facility-Managerin (ZHAW, Wädenswil) ist unter anderem für Küche, Restauration, Patienten-Hotellerie, Technik, Ökonomie und Transport verantwortlich.

Das Spital pflegt eine «warme Linie»: Speisen werden nach dem Kochen direkt am Band auf dem Tablett angerichtet und via Induktionswagen auf die Station geschickt. Roomservice-Mitarbeitende nehmen die Bestellung beim Patienten auf und verteilen die Mahlzeiten. gsg

nen selber kochen. «Mehrere Kostformen werden jetzt vom normalen Menü-Angebot direkt abgeleitet.»

Die Kostformen wurden ebenfalls überarbeitet und, wo möglich, neu kombiniert: Sie werden aber auch in Zukunft einem steten Wandel unterliegen und in Absprache mit den Ärzten laufend adaptiert.

Die Angebotsoptimierung geht zudem mit einer Reduktion des Arbeitsaufwandes einher. So müssen beispielsweise statt vier Komponenten nun in der Regel nur noch zwei Komponenten mittags und abends am Band angerichtet werden. Die Favorisierung eines Tagesmenüs verringert den Schöpfungsaufwand weiter. Die Arbeitseinsparung durch die ge-

**«Vier Gänge sind für Patienten, die im Bett liegen, offensichtlich zu viel.»**

Karin Oehri  
FM-Leiterin Spital Männedorf

samte Prozessoptimierung liegt irgendwo zwischen einer halben und einer ganzen Arbeitsstelle, entlassen musste man aber deshalb niemanden.

Die frei werdenden personellen Ressourcen nützt man vielmehr für eine Produktoptimierung: Zum einen wurde das vegetarische Küchenangebot aufgewertet, zum anderen wurden spezifische Ernährungstherapien lanciert. Und schliesslich ist die zweieinhalbmal so grosse Produktionsküche, welche seit Juni in Betrieb steht, mit zusätzlichem Reinigungsaufwand und längeren Wegen für das Küchen-Team verbunden. Ausserdem wird das Spital im November eine zusätzliche Station mit rund 20 Betten eröffnen.

## Impressum

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

**Herausgeber/Editeur**

hotellerieuisse  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

**Redaktion**

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

**Ressortleitung:**

diese woche: Daniel Stampfli/dst  
cahier français: Alexandre Caldara/aca

**fokus:** Alex Gertschen/azg  
**doce vita/online & technik:**  
Sabrina Glanzmann/sag

**Redaktorinnen:** Laetitia Bongard/lb;  
Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl;  
Gudrun Schlenzke/gsg  
**Grafik und Produktion:** Carla Barron-Secco/cbs  
(Leitung); Natalie Siegenthaler/ns;  
Sae-Ueng May/msu

**Korrektorat:** Paul Le Grand  
**Sekretariat:** Sabrina Jörg Patoku (Leitung);  
Danijela Bosnjak

**htr Online**

**Verantwortlich für den Inhalt:** Gery Nievergelt  
**News-Team:** Natalie-Pascale Alliesch/hpa;  
Daniel Stampfli/dst  
**Praktikum:** Isabelle Thommen/it

**Verlag**

**Leitung:** Barbara König  
**Assistent:** Alain Häni  
**Stellensserate:** Angela Di Renzo Costa  
**Praktikum:** Francine Egger/efg  
**Geschäftsanzügen:** Michael Müller,  
Simona Manoelli

**hoteljob.ch:** Denise Karam  
**Druck:** NZZ Print, 8952 Schlieren  
**Auflage:** 10 341 (WEMF/SW-  
Beglaubigung 2015)  
**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.

## Schon Mitglied?



## Profitieren Sie jetzt von den Vorzügen einer Mitgliedschaft!

Als Hotelier erhalten Sie mit der Sternenklassifikation einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil. Sie punkten bei Ihren Gästen mit Transparenz, Vertrauen und Sicherheit. Das attraktive Leistungs paket für Mitglieder beinhaltet unter anderem exklusive Angebote unserer Preferred Partners und ein den Marktbedürfnissen angepasstes Aus- und Weiterbildungsprogramm.

Weitere Informationen finden Sie unter  
[www.hotelleriesuisse.ch/mitgliedschaft](http://www.hotelleriesuisse.ch/mitgliedschaft)



hotelleriesuisse – Kompetent.  
Dynamisch. Herzlich.

  
hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association



Highend-Angebote wie diese Residenz des Online-Marktplatzes Edge Retreats werden immer mehr online gebucht.

Bilder zvg

## Luxus online buchen

**Der weltweite Luxusreisemarkt boomt – und damit auch die Online-Buchungen in diesem Segment. In den USA übersteigen höherwertige Einzelbuchungen mehrere tausend Dollar.**

HARALD WEISS, NEW YORK

Die meisten Hotels, Mietwagenfirmen und Fluggesellschaften haben zu den Online-Buchungen ein ambivalentes Verhältnis. Einerseits erhält man darüber Kunden, die man auf einem anderen Weg kaum erreichen hätte, andererseits bewirkt die Preistransparenz einen gnadenlosen Konkurrenzkampf. Letzteres bedeutet, dass sich vor allem preisbewusste Kunden auf den Websites und den entsprechenden Buchungsmaschinen tummeln.

Doch es gibt auch einen gegenteiligen Trend, dass nämlich immer häufiger auch extrem hochpreisige Angebote direkt online gebucht werden. Dieser Trend zeigt sich vor allem an den hoch exklusiven Luxusangeboten, wie Yachten, Charterflugzeuge, Schlösser, Burgen, Villen oder komplette Inseln. Die britische Online-Agentur Edge Retreats hat

Highend-Residenzen unter Vertrag, die bis zu 300.000 Dollar pro Woche kosten. «Die absoluten Spitzenangebote lassen sich weiterhin nur per Telefon oder per Brief und Prospekt vermieten, doch es ist unübersehbar, dass die

Obergrenze bei den beratungslosen Online-Buchungen unaufhörlich weiter nach oben klettert», sagt deren Geschäftsführer Luke McCormick. Die höchste Buchung bei Edge Retreats war vor wenigen Wochen und betrug

### Fakten Die wichtigsten Online-Agenturen für Luxus-Buchungen

Folgende Online-Anbieter sind im Highend-Bereich tätig: **Escapio** ist eine Meta-Suchseite für Luxus-Hotelangebote. Die Seite nutzt 40 Buchungsmaschinen und vergleicht deren Angebote mit den Beurteilungen von 15.000 Reisenden.

**Luxtripper** ist eine Online-Travel-Agency, die sich auf Luxus-Hotels spezialisiert hat. Die Seite erlaubt die Eingabe einer Vielzahl an Wunschvorgaben

und erstellt damit individuelle Angebote.

**Urban Havn** und **Edge Retreats** sind Online-Marktplätze für Villen, Burgen, Schlösser und ähnliche Residenzen.

**Suiteness** ist eine Buchungsmaschine für Highend-Hotelsuiten. Für Stammgäste gibt es Zusatzleistungen, wie Limo-Abholung und Concierge-Dienste sowie spezielle Angebote, die nur von Mitgliedern gebucht werden können. hw

45.000 Dollar für eine Woche. Gebucht werden diese Villen von Industrie-Kapitänen, russischen Ballerinas, Ölscheichs oder Mitgliedern von königlichen Familien, die eine exklusive und abgelegene Luxus-Location suchen.

### Luxusmarkt boomt insgesamt

Doch nicht nur in den Märkten der abgeschiedenen Highend-Residenzen nehmen die hochpreisigen Online-Buchungen zu. Auch Ritz Carlton, Mandarin Oriental und Four Seasons melden steigende Online-Buchungen. Viele von diesen Häusern haben Übernachtungspreise von mindestens 1000 Dollar, sodass bei den Online-Buchungen inzwischen beachtliche Umsätze anfallen. Unterstützt wird der Trend zusätzlich dadurch, dass der Luxus-Reisemarkt insgesamt boomt. Laut IPK International sind Luxusreisen in den letzten fünf Jahren weltweit um 48 Prozent angestiegen und bilden damit das am schnellsten wachsende Marktsegment innerhalb der gesamten Branche. Auch die weiteren Aussichten sind hervorragend. Die auf digitales Marketing spezialisierte Agentur Oban rechnet für die nächsten vier Jahre mit einem Wachstum von über 40 Prozent. «Vor allem in den Schwellenländern steigt die Zahl wohlhabender Luxusreisender rasant an, und davon werden alle Upscale-Destinationen kräftig profitieren», sagt deren Analytikerin Chloe McKenna.

Im vorigen Jahr kamen die meisten Luxus-Reisenden aus den USA (9,2 Millionen), doch ein zunehmender Anteil kommt bereits aus China (6,9 Mio.). In beiden Ländern ist das Online-Buchen besonders beliebt und entsprechend weit verbreitet. So haben



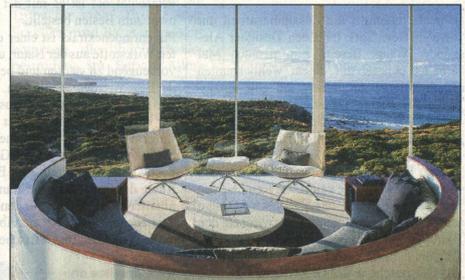
### «Die Obergrenze bei den Online-Buchungen klettert unaufhörlich nach oben.»

Luke McCormick  
Geschäftsführer Edge Retreats

die Marktforscher von Unity Marketing herausgefunden, dass 87 Prozent der reichsten US-Haushalte das Internet regelmäßig für die Reiseplanung und -buchung nutzen. Damit liegt diese Form der Online-Nutzung auf dem zweiten Platz aller Internet-Anwendungen direkt nach dem Shopping (92 Prozent), aber noch vor dem Lesen von Nachrichten (85 Prozent), der Restaurant-Auswahl (80 Prozent) und der Social-Media-Nutzung (79 Prozent).

### Wohlhabende buchen online auch Mietwagen, Boot und Exkursionen

Die auf Internet-Technologie spezialisierte Agentur Rocket Fuel hat die Profile der wohlhabenden Online-Kunden mit den «normalen» Internet-Kunden verglichen und kommt zu dem Ergebnis, dass es sich um zwei total verschiedene Gruppierungen handelt. «Die Überlappung liegt bei unter 0,1 Prozent», sagt deren Research-Direktor Dominic Trigg. Die wichtigsten Unterschiede sind seiner Ansicht nach in der Art der Internet-Nutzung zu sehen. «Gut Betuchte, die ihre Reisen überwiegend online buchen, kombinieren das mit weiteren Angeboten, wie Entertainment, Mietwagen, Charterboot, Exkursionen und Ähnlichem, wogegen ansonsten kaum Zusatzbuchungen vorgenommen werden», so Trigg weiter. Er empfiehlt den Anbietern von Upscale-Unterkünften und -Services, sich speziell auf diese Personengruppe einzustellen. «Diese Klientel ist äußerst anspruchsvoll und wählerisch, nur mit gezielten Angeboten ist man hier erfolgreich. Doch der Aufwand lohnt sich, denn hier wird sehr gut verdient», lautet Dominic Triggs Rat an die Leistungserbringer.



Im Internet gefragt: exklusive und abgelegene Luxus-Locations.

ANZEIGE

# Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)

htr hotelrevue

## Tourismus

### Lenzerheidner Zauberwald: neu mit Festival-Hotels

Vom 18. bis 28. Dezember 2015 findet zum dritten Mal der Lenzerheidner Zauberwald statt. Zu den Lichtinstallationen und dem Marktdörchen im Eichhörnliwald kommen neu tägliche Live-Konzerte dazu. Neu ist auch die Kooperation mit zwölf Festival-Hotels aus der Region, welche individuelle Packages anbieten. Je nach Angebot sind neben Übernachtung, Frühstück und dem Eintritt in den Zauberwald auch ein Glühwein, Dessert oder die Tageskarte für das Schneesporthotel Arosa Lenzerheide inklusive.

[www.lenzerheide.com/zauberwald](http://www.lenzerheide.com/zauberwald)

## Hotellerie

### Intercontinental Amstel Amsterdam ehrt van Gogh

Für die Kunstgeschichte ist 2015 ein bedeutungsvolles Jahr: Vor 125 Jahren verstarb Vincent van Gogh. Zu diesem Anlass ehrt das Intercontinental Amstel Amsterdam den niederländischen Meister. So steht neu eine exklusive Suite ganz im Zeichen von van Goghs Werk. An den Wänden hängen Werke aus der Reliefkollektion. Im Wohnbereich der Suite ist das Gemälde «Fischerboote am Strand von Saintes-Maries» zu sehen. Ein weiterer Höhepunkt ist die Van-Gogh-Relief-Kollektion, die in der Lobby des Intercontinental gezeigt wird. Besucherinnen und Besucher können hier ab sofort ausgewählte Werke neu erleben.

# Languedoc in feinem Weiss

**Im Languedoc kann man keine grossen Weissweine produzieren – besagt ein zähes Vorurteil. An einer Degustation im Zürcher «Metropol» wurde es weggeräumt.**

RENATE DUBACH

Der Einladung waren viele gefolgt, der Saal im Zürcher Restaurant Metropol war am Montag sehr gut gefüllt mit Weinfauleuten und privaten Weinessern. Die Weine aus dem Languedoc sind beliebt in der Schweiz, tatsächlich ist das Gebiet Frankreichs grösster Weinproduzent, eine von drei verkauften Flaschen kommt von hier. Zudem ist es das grösste Bioweinangebot Frankreichs. Allerdings: Es sind vor allem die roten Weine, die hierzulande bekannt sind, im besonderen Grenache Noir, Syrah, Mourvèdre, Carignan und Cinsault. Sie werden meist in Assemblages angeboten, kaum einmal reinsortig.

### Grosse Weine aus dem Süden Frankreichs: aber in Weiss!

90 Prozent der im Languedoc produzierten Weine sind Rotweine, die restlichen 10 Prozent in

Weiss entsprechen rund 2,5 Millionen Hektolitern. So ist es jedenfalls noch zurzeit: «Das Verhältnis wird sich verschieben, es wird sich bei 60 Prozent rot und rosé und 40 Prozent weiss einpendeln», prophezeite Rolf Bichsel. Der Weinexperte hat im Languedoc unzählige Winzer besucht, deren Weine degustiert und diesen Frühling das 100-seitige Spezialmagazin «Languedoc» für Vinum herausgebracht. Bichsel führte durch eine Master Class zum Thema «Languedoc in Weiss» und räumte in seinen Ausführungen das eine oder andere Vorurteil weg. Als Erstes dieses: «Im Languedoc kann man keine grossen Weissweine produzieren!» «Das ist natürlich völlig falsch», so Bichsel, der gleich mehrere Beweise für seine Meinung anführte. Erst einmal gebe es überall in der Gegend sehr viele Kalkböden, Voraussetzung für ausgezeichnete Weissweine. Und zweitens gebe es im Languedoc viel mehr einheimische Weissweinsorten als rote Rebsorten, da insbesondere die bekannten Syrah, Mourvèdre und Co. ursprünglich aus anderen Ländern importiert worden seien.

### Einheimische: eine Vielzahl eher unbekannter weisser Rebsorten

Eine Degustation von sechs sehr unterschiedlichen Weissweinen untermauerte Rolf Bichsels Aussagen anschaulich. Den Start machte die Domaine Bourdic mit der autochthonen Sorte Muscat. Der IGP Côtes de Thongue 2013 war ganz trocken aus-



Weine von Frankreichs grösstem Weinproduzenten Languedoc sind in der Schweiz sehr beliebt. zvg

gebaut, mit gerade mal 0,8 g Restzucker pro Liter. Er zeigte eine präzise Säure und eine fast bittere Note, insgesamt ein geradliniger Wein, oder mit Bichsels Worten: «Ein Paradebeispiel für Terroir und Technologie.» Als gutes Beispiel für die fast unbeschränkten Möglichkeiten, die man im Languedoc mit IGP-Weinen hat – weil es keine strengen Restriktionen in Bezug auf die erlaubten Rebsorten gibt –, kam «L'Étincelle 2013» von der Mas Cal Demoura ins Glas, ein IGP-Wein aus dem Pays d'Hérault. Er besteht aus nicht weniger als sechs verschiedenen Sorten, 50 Prozent sind Chenin, der Rest ist Roussanne, Vignier, Muscat, Grenache blanc und Petit Manseng. Das Resultat ist frisch und

weist eine rassige Mineralität auf. Als «schöner Wein zu ein paar Austern und unter 10 Euro zu haben» gab es die alte einheimische Sorte Picpoul, und zwar vom Château des Deux Rocs. Ein angenehm aromatischer Wein, den man sich sehr gut zu allerlei Meeresfrüchten vorstellen kann.

Nach weiteren Beispielen mit teilweise noch nicht so ganz geläufigen weissen Rebsorten – Clairette, Grenache blanc, Mauzac, Maccabeu, Bourboulenc – gab es auch einen sehr schönen Schaumwein zu verkosten, einen AOC Limoux Première Bulle 2013 von Sieur d'Arques. Aus 70 Prozent Chardonnay, 20 Prozent Chenin und 10 Prozent Mauzac, hergestellt nach traditioneller Champagnermethode – und bei

dem Weingut für weniger als 10 Euro zu haben. Man wäre wohl nach dem ersten Schluck kaum auf die südfranzösische Herkunft gekommen, der Wein hatte eine delikate Perlage, in die Nase kam der Duft von weissen Blumen, und im Gaumen hatte man die klassischen Champagneraromen von Toast und Brioche. Dazu kam eine angenehme Fülle und Länge. Rolf Bichsels Tipp an die Gastronomie: «Die Weissweine aus dem Languedoc würden sich sehr gut auf der Weinkarte eines Restaurants machen, weil man einerseits wirklich erst merkt, was in ihnen steckt, wenn man etwas dazu isst. Und dann könnte man den Gästen auch etwas anbieten, das noch nicht so viele andere anbieten.»

## MARKTNOTIZEN

### Reflexionen der natürlichen Reinheit

evian® verkündet die Zusammenarbeit mit dem in New York lebenden Designer Alexander Wang. Bereits zum neunten Mal arbeitet evian® mit einem weltbekannten Modedesigner zusammen, um eine einzigartige Flasche als Limited Edition zu kreieren. Das Design von Alexander Wang ist in zwei Versionen erhältlich, die beide den Barcode tragen, der charakteristisch für Wangs Designs ist – einmal in Schwarz und einmal in Weiss. Die natürliche Reinheit von evian® wird durch das puristische Design sowie durch die Spielräume zwischen den Barcode-Streifen visualisiert. Die limitierte Edition evian® x Alexander Wang erscheint als Glasflasche in der Grösse 0,75 Liter und ist ab Oktober in ausgewählten Hotels, Restaurants und Warenhäusern erhältlich.

evian® ist das weltweit meistgetrunkene natürliche Mineralwasser. Seit 2008 arbeitet evian® jedes Jahr mit namhaften Designern zusammen, die eine individuelle, limitierte Sonderedition gestalten. Durch die kreativen Visionen von Modeschöpfern wie etwa Paul Smith, Jean-Paul Gaultier, KENZO oder Elie Saab wird jährlich die natürliche Reinheit von evian® gefeiert.

[www.evian.ch](http://www.evian.ch)

### Schluss mit schweren Beinen

Verengte oder verstopfte Gefässe führen zu einem verminderten Blutfluss. Vor allem bei Menschen in mittleren und reifen Jahren kann es durch alters- und ernährungsbedingte Venenschwäche zu chronischen Durchblutungsstörungen kommen. Länger anhaltende venöse Stauungen verursachen oft schmerzhafte Krampfaderen, die nicht nur optisch un schön, sondern auch gesundheitlich belastend sind. Die Veranlagung dazu hängt häufig bereits in jungen Jahren an: Denn wer kennt es nicht, das Schweregefühl

in Beinen und Füssen nach stundenlanger Arbeit am Computer? Wenn es dazu noch kribbelt oder die Gliedmassen kalt sind und «einschlafen», ist es mit der Durchblutung nicht zum Besten bestellt. Pinienrindenextrakt ist einer der effizientesten Wirkstoffe aus der Natur, um Blutgefässe vorbeugend zu stärken und bereits bestehende Beschwerden zu lindern. Sehr bewährt hat sich in der Praxis Pinus Pygenol von der bekannten Kräuterpflanz Künzle AG in Itingen. Das aus natürlichen Substanzen hergestellte Pinus-Pygenol-Gel enthält ein hochwirksames, gereinigtes Extrakt aus der Rinde der französischen Strand-Pinie (Pinus pinaster). Wer die nicht fettende und schnell einziehende Substanz einreibt, spürt sofort einen kühlenden und erfrischenden Effekt.

[www.arsvitae.ch](http://www.arsvitae.ch)



Schnelle Linderung für geplagte Venen dank natürlichem Produkt.

### Trendstark, modern und funktional

Moderne Badmöbel müssen in Sachen Ästhetik und Funktionalität höchste Anforderungen erfüllen. Ihr Design soll trendstark und modern sein, und gleichzeitig sollen sie bestmöglichen Komfort und praktischen Stauraum bieten – so wie die Badmöbel von Villeroy & Boch, die die Keramikelemente perfekt ergänzen. Dabei sind sowohl Kollektionsmöbel erhältlich, die formal exakt auf das Design der jeweiligen Sanitärkeramik abgestimmt sind, als auch Universalmöbel, die sich mit vielen Villeroy & Boch-Badserien kombinieren lassen. Alle Villeroy & Boch-Badmöbel überzeugen durch ihre hochwertigen, widerstandsfähigen Oberflächen und die grosse Auswahl an aktuellen Farben, Griffen und Gestaltungsoptionen.

Der Umgang mit hochwertigen Materialien erfordert höchste Sorgfalt. So wird bereits das Holz in einem aufwendigen Prozess luftgetrocknet. Maserung, Struktur und auch die



Badmöbelvielfalt von Villeroy & Boch.

Farben von Oberflächen unterliegen einer kontinuierlichen Überprüfung. Auch erfolgt die Versiegelung von Kanten und Ecken, substanzfester für Möbel in Feuchträumen, nach strengsten Kriterien. Ob Oberfläche oder Innenausstattung: Alle Möbel werden von unseren Fachleuten mit Hingabe und Erfahrung angefertigt – auf jeden einzelnen Produktionsschritt folgt eine gründliche Qualitätskontrolle.

[www.villeroy-boch.com](http://www.villeroy-boch.com)

### Universelle Filterlösung

Von BRITA gibt es jetzt eine universelle Filterlösung für Wassertanks, einsetzbar für alle Tankgrössen! Mit dem AquaGusto ist optimiertes Wasser ganz praktisch auch für Kaffee- und Espressoautomaten verfügbar, die keine integrierten Filter haben. Geschmack, Aroma und Aussehen des Kaffees werden durch den neuen Filter verfeinert und die Kalkablagerungen in der Maschine vermindert. Einfach den Filter in den Wassertank der Maschine legen, über Nacht einwirken

Kaffeequalität und Filterwechsel immer im Blick – mit dem AquaGusto Wasserfilter.

lassen und anschliessend mit optimiertem Wasser Kaffee zubereiten. Der Filter hat eine Lebensdauer von sechs Monaten und ist in zwei Grössen lieferbar. Der neue BRITA Filter überzeugt durch einen weiteren Vorteil: die sogenannte Wechselanzeige. Mit der Wechselanzeige behält man stets die Kontrolle über den Filterwechsel.

Informieren Sie sich auf unseren Produktseiten im Internet im Detail über den neuen AquaGusto Wassertank-Filter. Oder machen Sie sich selbst ein Bild und besuchen Sie uns an der IGEHO in Basel vom 21. bis 25. November 2015: Halle 1.1 Stand C106.

[www.brita.ch](http://www.brita.ch)

### BAUR WohnFaszination an der IGEHO

Alpiner Chic und zeitloses Design – das ist eine der aktuellen Linien der BAUR WohnFaszination GmbH. Für aufregende Holzelemente im Möbelbau sorgt der Rohstoff Altholz, welcher sich zunehmender Beliebtheit bei Gast- und Gastgeber erfreut. Lassen Sie sich begeistern und besuchen Sie den neu gestalteten Messestand auf der IGEHO in Basel, auf dem Sie die aktuellen Trends selbst hautnah erleben können.

**Weitere Informationen**  
BAUR WohnFaszination GmbH  
Gewerbegebiet Tiefenhäusern 2  
Nur 10 Autominuten vom Grenzübergang Koblenz  
D-79862 Hoheneschwand  
Tel. +49(0)7755-9393-0

[www.baur-bwf.de](http://www.baur-bwf.de)

**Messtipp**  
IGEHO Basel  
21.–25.11.2015  
Halle 1.1 Stand B044



Die neue Hotelzimmerlinie von BAUR WohnFaszination GmbH.

# Eine Ikone einst wie heute

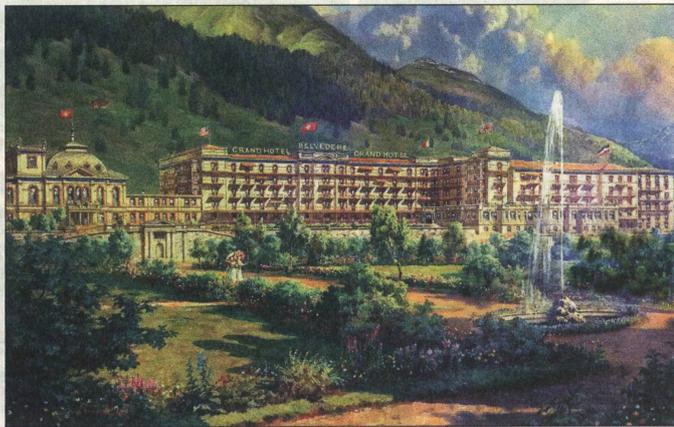
Ein historischer Bildband beleuchtet das 140-jährige Bestehen des Steigenberger Grandhotel Belvédère in Davos.

FRANZISKA EGLI

Conan Doyle, der Autor von «Sherlock Holmes», blieb zwei ganze Saisons. Erich Kästner siedelte seinen Roman «Der Zauberlehrling» hier an. Ernst Ludwig Kirchner stellte im grossen Konversationsaal seine Bilder aus und Vico Torriani arbeitete hier einst als Kellner: Seit nunmehr 140 Jahren ist das Steigenberger Grandhotel Belvédère aus dem Bild von Davos nicht mehr wegzudenken. Mitte Juli 1875 in Davos-Platz und an bester Aussichtslage von einem gewissen Carl Coester erbaut, wurde aus dem anfänglich eleganten Boutique-Hotel mit 30 Zimmern ein romantischer Hotelpalast des Fin de Siècle, der heute zur Steigenberger Hotel Group gehört und über 96 Zimmer und 30 Suiten verfügt.



Verfasst hat das Jubiläumsbuch Andreas Augustin, Präsident der Vereinigung «The Most Famous Hotels in the World», der sich seit 30 Jahren Büchern historischer Hotels widmet und schon weit über 50 Werke verfasst hat (u.a. Monografien über «The Savoy» in London, «The Oriental» in Bangkok oder das Hotel Sacher in Wien). Für die Recherche über das «Belvédère Davos» konnte er auf eine reiche Quellenlage zurückgreifen. «Führende Autoren, Historiker und Zeitzeugen haben Davos in Wort und Bild festgehalten», so Augustin. Mit der Dokumentationsbibliothek verfüge Davos über ein ausgezeichnetes Archiv. Dazu gehören auch über zweihundert Fotos aus der Geschichte des Hauses, die nicht



Das «Belvédère» Davos um 1900, in seiner bis heute grössten Ausdehnung.

famoushotels.org

nur das Buch ergänzen, sondern ab sofort auch in einer dauerhaften Ausstellung im Hotel zu sehen sind. Auf 144 Seiten beschreibt das Buch nicht nur die Geschichte eines der berühmtesten Grand Hotels der Welt, das von jeher ein gesellschaftlicher Hotspot war und noch heute als

eines der wichtigen Zentren während dem Weltwirtschaftsforum WEF gilt. Der historische Bildband schildert auch den Wandel von Davos, der höchstgelegenen Stadt Europas, und deren Entwicklung vom Lungenheil- und Kurort zur heutigen Wintersportdestination und Kongressstadt.

Andreas und Carola Augustin, **Grand Hotel Belvédère Davos**, Edition Racourteur, 144 Seiten, ISBN 978-3-900692-51-3

Die Bücher sind erhältlich auf [www.hotelleriesuisse.ch/buchshop](http://www.hotelleriesuisse.ch/buchshop)

## Italien Reise durch Region und Zeit

Sie ist legendär, die leidenschaftliche Beziehung der Italiener zu ihrer Küche. Über das Aroma eines «Ragù» wird mindestens so ausführlich debattiert wie über Sport oder Politik. Dieses Phänomen hat die Historikerin Elena Kostioukovich, die seit über zwanzig Jahren in Italien, in Milano, lebt, so sehr beschäftigt, dass sie nun ein Buch darüber verfasst hat. Wobei die Bezeichnung Buch masslos untertrieben ist: «Italia! Die Italiener und ihre Leidenschaft für das Essen» ist ein Wälzer. Es ist über 500 Seiten dick, geizt mit Bildern, aber nimmt uns mit auf eine zauberhafte Reise von den Alpen bis Sizilien und Sardinien. Kostioukovich führt einen durch die Geschichte, Kultur und Traditionen der Küche Italiens. Sie berichtet von den regionalen Spezialitäten und Eigenheiten vom bergigen Friaul zu den Zitrushal-



nen Siziliens. Sie erzählt von altüberlieferten Zubereitungsmethoden, von Slow Food, Olivenöl und Volksfesten. Rezepte gibt es keine. Aber die Umschreibung einer jeden Region schliesst die Autorin mit den Kapiteln «Typische Gerichte» und «Typische Produkte», in denen sie ausführlich und mit viel Hintergrundwissen die Kochkunst beschreibt.

«Vielleicht gilt für Italien mehr als für andere Länder: Die Küchen entdecken heisst die Seele der Bewohner entdecken», sinniert der Schriftsteller Umberto

Eco im Vorwort und ist sich des Reichtums seines Landes sehr wohl bewusst: «Wer der italienischen Küche in ihrer ganzen Vielfalt begegnen will, muss die enormen Unterschiede erkennen, die nicht nur in der Sprache, sondern auch in den Vorlieben, Mentalitäten, Launen, Humorvorstellungen, Haltungen gegenüber Schmerz und Tod, Gesprächigkeit oder Schweigsamkeit einen Sizilianer von einem Piemonteser trennen oder einen Venezianer von einem Sarden.» «Italia!», das die einzigartige kulinarische Vielfalt und den Reichtum der italienischen Küche in sich vereint, ist bereits in mehr als zehn Ländern erschienen und hat zahlreiche Preise gewonnen. fee

Elena Kostioukovich, **Italia! Die Italiener und ihre Leidenschaft für das Essen**, S. Fischer Verlag, 552 Seiten, ISBN 978-3-10-002414-5, CHF 35.90.

## Ratgeber Tipps und Tricks, wie man den Gast herzlich willkommen heisst

Guter Service? Das ist dieses kleine bisschen «Mehr», das gerade in der heutigen Zeit entscheidend sein kann. Es ist das, was dem Gast sagt: «Bei uns sind Sie willkommen.» In allen Tourismusbetrieben – von der Hotellerie über die Gastronomie bis zu Bergbahnen und Tourismusorganisationen – stecken noch Service-Reserven. Ist Manfred Kohl überzeugt, Gründer eines Consultingunternehmens, das auf Tourismus- und Freizeitwirtschaft spezialisiert ist, und Autor des Buches «Mehr Service bitte». In dem Ratgeber geht er den Dos & Don'ts im Servicealltag nach. Kohl geht es nicht nur um die goldenen Regeln einer guten E-Mail-Kommunikation, um die untreuen Stammgäste (ein Phä-



nomen unserer Zeit) oder um Tipps für mehr Tip. Er lässt Praktiker und Berater zu Wort kommen, die über ihre Geheimnisse im Service-Alltag berichten. Praxisnah und mit Humor zeigt er auf, welche Soft-Skills-Themen eine grosse Rolle spielen, wie Top-Service möglich ist – und wie man es nicht machen darf. fee

Manfred Kohl, **Mehr Service bitte**, Matthes Verlag, 168 Seiten, ISBN 978-3-87515-301-9, CHF 41.40.

In den letzten Wochen bin ich auf Gastronomiemessen, in Fachartikeln und in persönlichen Gesprächen auf einen weiteren Ernährungstrend aufmerksam geworden: Pegane Ernährung soll die angeblich gesündeste der Welt sein. Ich wollte unbedingt mehr darüber wissen, was hinter dem Trend aus den USA steckt.

«Pegan» ist eine Kombination aus Paleo- und veganer Ernährung. Die Paleo- oder auch Steinzeit-Ernährung erlaubt den Konsum von Lebensmitteln, die unsere steinzeitlichen Vorfahren bereits zu sich nahmen. Dazu gehören Fleisch, Fisch, Eier, Gemüse, Obst, Vollkornprodukte und Hülsenfrüchte. Zucker, industriell verarbeitete Lebensmittel und die meisten Milchprodukte sind strikt verboten. Die vegane Ernährung hingegen erlaubt nur Obst, Gemüse, Vollkornprodukte, Nüsse und Samen. Auf jegliche Tierprodukte ist zu verzichten.

Der neue Food-Trend Pegan will nun das Beste aus vegan und Paleo verbinden. Moderater Fleischgenuss soll möglichen Mangelerscheinungen vorbeugen. Allerdings wird das tierische Protein – auch Eier sind erlaubt – mehr als Beilage betrachtet und soll maximal ein Viertel des Essens auf dem Teller ausmachen. Voraussetzung ist, dass das Fleisch aus

## Kolumne



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

## «Pegan», der neueste Ernährungstrend

Freilandhaltung stammt und frei von Antibiotika ist. Die restlichen 75 Prozent der Mahlzeit bestehen aus Gemüse und Obst. Erlaubt sind hochwertige Fette aus Oliven, Kokosnuss und Avocados sowie in geringen Mengen kleine Hülsenfrüchte wie Linsen.

Nach zahlreichen Gesprächen mit meinen Gastronomie-Kollegen in der Schweiz, habe ich dieses Thema auch gleich im internen F&B-Meeting im Congress Centre thematisiert. Genau dieser Austausch über Ernährung ist sehr wichtig: Wenn wir bei den nächsten Veranstaltungen, Tagungen oder exklusiven Abendessen mit mehreren 100 Gästen, von den Gästen angesprochen werden und diese sagen, sie seien «pegan», müssen wir reagieren können. Der Küchenchef und die Bankettleiterin hatten von peganer Ernährung schon etwas gehört, und so entstand eine sehr interessante Diskussion, ob sich dieser Trend in der Zukunft auch bei uns durchsetzen wird. Auch bei unserem Igeho-Messebesuch im November in Basel wollen wir alle gemeinsam darauf achten, ob dieses Thema dort auch präsent sein wird.

Auch bei unserer täglichen Beratung und Offertenerstellung für unsere Kunden

achten wir nun darauf, dass wir diesen aktuellen Trend mit einbeziehen. Um diesem zu folgen und bei Wunsch dem Gast eine entsprechende Auswahl der erlaubten Lebensmittel anbieten zu können, ist es notwendig, sich damit auseinanderzusetzen und die Menüvorschläge entsprechend anpassen zu können. Dies kommt natürlich bei unseren Kunden sehr gut an und wird geschätzt.

Ich selbst startete vor Kurzem einen Pegan-Selbstversuch. Auf mein geliebtes Frühstücks-Brötchen musste ich verzichten. Also bereitete ich mir ein pochiertes Ei mit Spinat und Tomaten zu, anschließend gönnte ich mir noch ein paar Nüsse. Am Mittag gab es schwarze Bohnensuppe und am Abend Tofu mit Sesam und Ingwer. Für meine «Probewoche» fand ich interessante Rezepte, die ich auch ein paar Freunden schmackhaft machte und gut ankamen. Grundsätzlich finde ich die pegane Ernährung positiv, mit zwei Einschränkungen: die Verbote von Gluten Milchprodukten.

Ich bin überzeugt, wir werden von diesem Trend in Zukunft noch mehr hören und lesen. Ich sehe schon die ganzen neuen peganen Kochbücher, die in den kommenden Wochen auf den Markt kommen.

## Gastronomie

«The Basement»: neues Lokal für das «Tschuggen» Arosa

Zum Start der Wintersaison eröffnet das Tschuggen Grand Hotel in Arosa mit dem «The Basement» sein neuestes Lokal; es entsteht aktuell in der ehemaligen «Bündnerstube» im Sousterrain. Im ersten «Fast Fine Food Restaurant» der Tschuggen Hotel Group stehen originelle Gerichte aus hochwertigen und möglichst Schweizer Zutaten im Zentrum. Auch ein «Slow Corner» mit einer Auswahl schmeckend gegarter Steaks findet sich auf der Karte von Chef Tobias Joachim und seinem Team. Zum Konzept gehören auch «Shared Tables» – grosse Tische, an denen viele Gäste gemeinsam essen. sag

Ristorante Oliveto wird wieder zum «Waldegg»



zvg

Das Ristorante Oliveto im luzernischen Horw kehrt wieder zu seinem ursprünglichen Namen und dem einstigen Konzept zurück. Nun heisst es wieder **Restaurant Waldegg** und setzt auf Schweizer Küche vom Saure Mocke über Hardy's Bauernbratwurst mit Zwiebel-sauce bis zu Wildgerichten. Begründet wird der Wechsel mit vielen Gesprächen mit Stammgästen, die sich eine Rückkehr zum Traditionshaus wünschen.

[www.waldegg-horw.ch](http://www.waldegg-horw.ch)

Donnerstäglicher Food Market im EWZ Selnau

Von Vietnam-Banh-Mi zu Trüffelrisotto all'Alba, von Venezuelan Arepas zu Berlin-Raclette: Zehn ausgewählte Foodstalls bevölkern an vier Donnerstagen (29.10., 12.11., 26.11. und 10.12.) von 17 bis 23 Uhr die ehrwürdigen Hallen des EWZ Selnau in Zürich. Craft Beer und auslesene Weine, aber auch Pingpong-Rundläufe, Ausstellungen sowie DJ-Sets machen den Food Market zu einem Event für Fans des internationalen Street- und Soulfoods. Organisiert wird er von den Foodtruckern von Banh Mi Kitchen.

[www.food-market.ch](http://www.food-market.ch)

Haus Hiltl mit Kompetenzzentrum für grünen Genuss



ivo Nigro

Mit einer Kitchenparty wurde im Zürcher Haus Hiltl die neue «Hiltl Akademie» eröffnet, ein Kompetenzzentrum, wo «Erlebnis und Wissensvermittlung mit vegetarischem und veganem Genuss» vereint werden. In **Kochkursen** und an Kochevents lernen Hobbyköche, aber auch Profis alles über die grüne, vegetarische und gesunde Küche, geben Ernährungsberater Tipps, wird an neuen Rezepturen herumgetüftelt und entstehen neue Kochbücher. fee

[www.hiltl.ch/akademie](http://www.hiltl.ch/akademie)



Farbenfrohes auf dem Teller: Rotkohl-Suppe mit Zitrus-Pistazien (links) und Röstblumenkohl-Salat mit schwarzen Linsen und roten Zwiebeln.

## «Kohlinarik» vom Feinsten

Von Spitzkohl-Ragout über Rotkohl-Pesto bis zu Schwarzkohl-Risotto: Dass das Trendgemüse Kohl seinen Siegeszug fortsetzt, zeigt auch das jüngste Werk von Hildegard Möller.

FRANZISKA EGLI



**K**ohl, Federkohl, Blumenkohl. Kohl ist in aller Munde, mehr noch: Kohl ist Kult. Kohl macht gerade Karriere als Superfood und wird von Spitzenköchen seit geraumer Zeit verehrt. Daniel Humm etwa raspelt für einen Salat die Röschchen so fein wie Couscous, während Nenad Mlinarevic sie in Butter karamellisiert. Für den deutschen Spitzenkoch Andree Köthe bildet Federkohl eine willkommene Alternative zu Spinat, und Vreni Giger nutzt ihn des Winters als grüne Komponenten neben all dem Wurzelgemüse.

Lange Jahre als «Arme-Leute-Essen» abgestempelt erobert sich die zahlreichen, verschiedenen Kohl-Sorten nun ihr Terrain auch in der alltäglichen Küche, und in diese Bresche springt die Deutsche Hildegard Möller mit ihrem Buch «Kohl». Die Ökothropologin, also Haushalts- und Ernährungswissenschaftlerin, war Küchenchefin mehrerer Gastronomiebetriebe, bevor sie sich als Kochbuchautorin und Food-Journalistin der Kulinarik zu widmen begann und etwa mit dem Buch «Restlos! Clever kochen mit Resten» für Aufsehen sorgte. Als Deutsche kam sie natürlich bereits als Kind in Kontakt mit verschiedenstem Kohl, der bislang ausschliesslich die Beilage deftiger Hausmannskost war. In den USA schliesslich, in den Szenesteraurants in New York, lernte Hildegard Möller den Kohl von ganz anderer Seite kennen: als grünen Smoothie, als Snack in

Form von Chips, als Belag von Pizza – und sie war begeistert. In ihrem Werk – wirkungsvoll fotografiert von Rogge & Jankovic Fotografen – springt sie nicht einfach auf den «Kale»-Hype auf. Sie nimmt sich eingehend der Kohl-Familie an und stellt vom Rosenkohl über den Rotkohl bis zum Kohlrabi und dem Chinakohl jede einzelne Sorte vor, beschreibt, was in ihm steckt und verrät Küchentipps. Über Seiten hinweg widmet sie sich der «Kohlinarik». Sie geht der Frage nach, wie sich der Grünkohl seinen Weg auch in die hiesige Food- und Gastrozene bahnt. Sie nimmt aber auch den regionalen Anbau unter die Lupe und sucht Grünkohlexperten in Deutschland auf,

die allein vom Grünkohl verschiedene Sorten anbauen. Etwa der Ostfriesen Reinhard Lühring mit seinen rund 40 Sorten, bei dem die Autorin auf exotische Varianten wie den italienischen Palmkohl sties, eine milde Sorte, aus der sich schmackhafte Salate zubereiten lassen. Oder auf die alte ostfriesische Landsorte Holter Palme, die sich eher für rustikale Gerichte eignet. Natürlich kommt auch Hildegard Möller nicht darum herum, Smoothies-Rezepte oder Kohl-Chips vorzustellen. Aber das macht sie dann richtig ausführlich und abwechslungsreich, indem sie Kale-Chips nach Tandoori-Art oder Wirsingblätter-Chips à la Cajun oder Sweet-Chili vorstellt.

Sie setzt auf Kohlrabi-Pommes und Pasta mit Rotkohl-Pesto, auf Weisskohlrösti, Schwarzkohl-Risotto und Romanesco-Koteletts. Apropos Fleisch: In «Kohl» spielt es eindeutig eine Nebenrolle und wird selber zur Beilage. Die Rezepte sind ausnahmslos vegetarisch, aber viele Gerichte sind mit einer Box versehen, die auf ein passendes Stück Fleisch verweist. Und schliesslich: Kohl im Dessert, auch das darf heute nicht fehlen. Für ihre Grünkohl-Brownies püriert Möller Grünkohlblätter mit Öl, Milch, Ahornsirup und Apfelsaft und gibt das Püree der Backmischung bei. Für den Kohlschoko-Hupf fügt sie gefarbenen Blumenkohl samt Strunk geschmolzener Schokolade bei.

Hildegard Möller, **Kohl**, Kosmos Verlag, 160 Seiten, ISBN 978-3-440-14819-8, Fr. 26.90.

Die Bücher sind erhältlich auf [www.hotelleriessuisse.ch/buchshop](http://www.hotelleriessuisse.ch/buchshop)

Parlamentarier Parteiübergreifende Koch- und Tischrunden mit Robert Speth

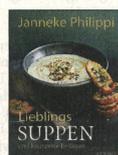
**E**ssen verbindet. Kochen verbindet auch – das belegen 34 Schweizer Parlamentarier, die gemeinsam den Kochlöffel geschwungen und mit einfachen wie raffinierten Gerichten Freunde, Familie, aber auch Parteikollegen und politische Gegner bewirtet haben. Unter der Ägide des Gstaader Sternekochs Robert Speth haben sich 17 Zweierteams – zusammengesetzt aus National- und Ständeräte jeglicher Couleur und aus allen Landesteilen der Schweiz – gebildet und an den Herd gesellt. Da schuf Kathy Rilkin (CVP) mit Alec von Graffenried (GPS) einen gefüllten Lammrücken mit Auberginen. Christophe Darbellay (CVP) kreierte mit Lorenz Hess (BDP) einen Rührkuchen im Saurehrntweig mit Selleriepüree und Preiselbeeren. Und Andrea Caroni (FDP) widmete sich mit Nadine Masshardt (SP) einem ganzen Steinbutt. Herausgekommen ist «Das Parlamentarier Kochbuch», ein stilvoll und grosszügig gestaltetes und reich bebildertes Werk (Fotos: Alain Bucher) mit über 50 Rezepten und einem Vorwort von Bundesrat Alain Berset. Zahlreiche Schwarzweissaufnahmen zeugen zudem davon, wie gesellig und gelöst die parteiübergreifenden Tischrunden, wie stolz die kochenden Politiker und dass auch so illustre Gäste wie Eveline Widmer-Schlumpf anwesend waren. fee



Das **Parlamentarier Kochbuch**. Kochen für Freunde – mit Robert Speth, Stämpfli Verlag, 256 Seiten, ISBN 978-7272-1460-8, Fr. 64.–.

Suppen 50 Rezepte und zahlreiche Beilagen, die für Abwechslung sorgen

**W**ir lieben Suppen», schreibt Janneke Philipp, schreibt Janneke Philipp eingangs ihres jüngsten Werks, das sie – wie schon ihre früheren Bücher – gemeinsam mit ihrem Mann, dem Foodfotografen und Grafiker Serge Philipp, herausgegeben hat. Entsprechend stellt sie in «Lieblingsuppen» nicht weniger als 50 Rezepte vor – von einfach und traditionell bis festlich, überraschend und abwechslungsreich. Schweinerippchen beispielsweise serviert die holländische Kochbuchautorin und Foodstylistin nicht wie sonst üblich mit Erbsen, sondern gibt sie in eine Paprika-Tomatensuppe. Fügt man dieser statt dessen Muscheln und Koriander bei, erhält man eine Fischsuppe ähnlich der portugiesischen Cataplana. Philipp ergänzt die Steckrübensuppe mit Minze, toppt die Avocadosuppe mit Lachs-Ceviche und setzt bei



vielen (Sommer-)Rezepten auf geröstetes Gemüse (geröstete Auberginensuppe, geröstete Tomatensuppe, Suppe aus gerösteten gelben Rüebli), des vollmundigen Geschmackes wegen. Ein besonderes Augenmerk richtet sie zudem auf die zahlreichen Beilagen, die zu den Suppen gereicht werden können, wie etwa Gougeres (Käsewindbeutel), Sauerteig-Croûtons oder Kräuterrostini. fee

Janneke Philipp, **Lieblingsuppen und knusprige Beilagen**, Matthes Verlag, 192 Seiten, ISBN 978-3-87515-400-9, Fr. 42.90.

Brasserie Gerichte und Geschichten aus «Frankreich am Main»

**E**s offenbart ein Design, das heutzutage kaum noch verwendet wird: Statt schlichte Speisen im Terroir-Stil auf mattem Papier zu zeigen, wurden die Kreativen im Buch «Die besten Brasserie-Rezepte» auf Hochglanz poliert, sind die Seiten bunt, ist die Bildwahl tüppig – und irgendwann passt das zum Inhalt. Denn das Buch ist eine Hommage an die Brasserie und Oyster-Bar Mon Amie Maxi, die vom Frankfurter Gastronom Christian Mook gegründet wurde und sich in der spektakulären Halle der Villa May in Frankfurt am Main befindet. Hier wird die herzhafte, französische Brasserieküche noch so richtig zelebriert. Hier wird gegrillt, frittiert, gesotten und kräftig gewürzt. Hier kommen Liebhaber von Inneereien und Meeresfrüchten noch voll auf ihre Kosten. Das Werk versammelt zahlreiche Klassiker



sowie weniger bekannte Leckerbissen und gibt Rezepte von Austern à la Rockefeller über «Plateaux de fruits de mer» und gratiniertes Knochenmark mit Röstbrot bis zu Profiteroles zum Besten. Da das Buch aber mehr ist als ein Kochbuch, zeigt es auch alle Personen, welche die Leidenschaft für dieses Stück «Frankreich am Main» teilen, und das vom Küchenchef bis zum Kellner. fee

Ralf Frenzel, **Die besten Brasserie-Rezepte**. Mon Amie Maxi, Tre Torri Verlag, 208 Seiten, ISBN 978-3-944628-60-8, CHF 36.90.

# PROFIL

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

GESAMT-  
AUFLAGE  
40.000

Nr. 44 · 29. Oktober 2015

htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

**HOTELLERIE  
GASTRONOMIE ZEITUNG**

[www.stellenPROFIL.ch](http://www.stellenPROFIL.ch)

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



THEMENBILD: KEYSTONE

## MEHR AUS MESSEN UND EVENTS MACHEN

In der Schweiz stehen rund 700.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche bereit und diese Flächen wachsen weiter. Auf Messen gilt es, die Aufmerksamkeit der Besucher durch Standlage und -gestaltung zu gewinnen und sie durch Beratungsleistung zu überzeugen. Testbesuche, Beobachtung von Kundenströmen und Interaktionspunkten sowie die Messung der emotionalen Reaktionen während des Messebesuchs ergänzen die Besucherbefragung. Schätzungen gehen davon aus, dass der Anteil am Kommunikationsbudget der Unternehmen für Messeauftritte zwischen 35 und 40 % liegt! Messen und Veranstaltungen haben den Angriff der neuen Medien auf das Budget mit Bravour bestanden. Das Zusammenspiel der elektronischen Medien mit der physischen Präsenz von Unternehmen an Messen ist eine wunderbare Symbiose.

### Wie die Auftrittsquale messen?

Entscheidend für den Erfolg von Live-Auftritten ist die Beratungs- und Verkaufsleistung. Für die Kontrolle dieser Faktoren werden Mystery Visits und Befragungen eingesetzt. Speziell geschulte Personen treten als Interessenten auf und beurteilen die Qualität des Auftritts, der Freundlichkeit, Kompetenz und Beratungsqualität. Mittels neutraler Beobachtung der Kunden und der Aufzeichnung der «Touchpoints» werden typische Kundenwege und -interaktionen analysiert. Mit der Ausrüstung von Testbesuchern mit einem Armband zur Messung der Hautleitfähigkeit wird untersucht, welches die aktuelle Spannungskurve eines Messebesuches ist.

### Ernüchternde Realität?

Eine Untersuchung an einer Reisesmesse bringt dazu ernüchternde Ergebnisse. Mithilfe von Mystery Checks wurden «Hardfacts» wie z.B. Übersichtlichkeit und Botschaft und «Softfacts» wie z. B. Wartezeit, Gesprächsführung und Kompetenz getestet. Die Resultate sind aufschlussreich und überraschen. So ist z. B. die Grösse des Standes kein entscheidender Faktor für Attraktivität. Negativ ist, dass Schlüsselsituationen wie eine freundliche Begrüssung oder eine professionelle Verabschiedung nicht von allen Standteams beherrscht werden. Häufig enttäuschend sind Follow-up-Leistungen. Bei einem Test an einer Medizinalmesse haben 41 % der getesteten 100 Aussteller keine Informationen nachgesendet. Bei einer Fachmesse im Maschinenbau haben nur gerade 10 % der Unternehmen, die Informationen versandt haben, telefonisch nachgefasst!

Mystery Checks und Erforschung des Besucherverhaltens sind für Unternehmen, deren Planung nicht bei der Standkonzeption aufhört, ein Muss, um eine Messe optimal vorzubereiten. So werden in Zukunft die Investitionen für Veranstaltungen und Messen die Unternehmensergebnisse spürbar verbessern.



Rolf-Peter Pfaff  
Inhaber pfaffconsulting GmbH  
[www.pfaffconsulting.ch](http://www.pfaffconsulting.ch)

ZITAT  
DER WOCHE

«Ein frei denkender  
Mensch bleibt nicht da  
stehen, wo der Zufall  
ihn hinstösst»

Heinrich von Kleist, deutscher Lyriker (1777-1811)

AGENDA

### 3. NOVEMBER

«Ganzheitliche Sicherheit in der Hotellerie»,  
von hotelleriesuisse,  
im Hotel Cascada, Luzern  
[www.hotelbildung.ch/agenda](http://www.hotelbildung.ch/agenda)

### 4. NOVEMBER

«eHotelmarketing: Hotel-Webseite»,  
von hotelleriesuisse,  
im Hotel Cascada, Luzern  
[www.hotelbildung.ch/agenda](http://www.hotelbildung.ch/agenda)

### 14. NOVEMBER

«Lern- und Leistungsdokumentation»,  
vom Schweizer Kochverband,  
bei GastroBaselland, Liestal  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 30. NOVEMBER

«eHotelmarketing: Distribution»,  
von hotelleriesuisse,  
im Hotel Cascada, Luzern  
[www.hotelbildung.ch/agenda](http://www.hotelbildung.ch/agenda)

### 17. FEBRUAR & 23. MÄRZ

«Gastrozesse Basis & Upgrade»,  
vom Schweizer Kochverband,  
Luzern  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 3. MÄRZ

«Lernende trimmen sich fit»,  
vom Berufsverband Restauration,  
bei Hotel & Gastro formation-  
Aargau  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

## Planen Sie ein neues Projekt?

Hier finden Sie den passenden Berater: [www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk](http://www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk)

Professionelle Beratung  
für die Schweizer Hotellerie

Gemeinsames Beraternetzwerk von:

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

## ARBEITSSICHERHEIT

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

## Mitarbeiterführung

Situation/Gefährdung:

Stress, fehlende Motivation, gestörte Zusammenarbeit, psychosoziale Probleme

Massnahme/zu beachten:

- Führungsverantwortung wahrnehmen. Führungsaufgaben erfüllen.
- Arbeitsabläufe klar regeln. Klare Weisungen, eventuell Betriebsreglement erstellen.
- Handlungsspielräume und Entscheidungsmöglichkeiten schaffen.
- In Stress-Situationen für Unterstützung sorgen und Leistungen anerkennen.
- Sozial-ethische und -moralische Beziehungen beachten.

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

## LÄCHLE - AUCH WENN DIR NICHT DANACH IST

Wer Gästekontakt hat, von dem wird erwartet, dass er stets freundlich und zuvorkommend ist. Er soll immer ein Lächeln auf den Lippen haben, selbst im grössten Stress. Wer das nicht kann, kann es immerhin lernen. Und so geht's.

Es ist eine Tatsache: Wer lächelt, wirkt sympathischer, attraktiver, kompetenter und erfolgreicher. Das belegen verschiedene wissenschaftliche Untersuchungen. Bei einer dieser Forschungsarbeiten wurden den Versuchspersonen Fotos mit männlichen und weiblichen Gesichtern gezeigt. Jede porträtierte Person war in der Versuchsreihe mit mehreren Bildern und Gesichtsausdrücken vertreten. Die höchsten, positiven Bewertungen erhielten jeweils die Fotos mit den lächelnden Gesichtern.

Wer im Service tätig ist, braucht keine wissenschaftliche Untersuchung, um den Wert seines Lächelns bestimmen zu können. Ein Blick aufs gemachte Trinkgeld reicht dazu völlig aus. Nun ist es ja so, dass man nicht jeden Tag fröhlich ist. Auch gibt es Gäste, Chefs und Arbeitskollegen, die sich so unausstehlich verhalten können, dass einem das Lachen respektive das Lächeln vergeht. Gerade für solche Situationen ist es wichtig, dass man die Fähigkeit entwickelt, sich immer wieder selbst aufzubauen und zum Lächeln zu bringen.

Barbara Fredrickson, Professorin für Psychologie, an der University of North Carolina, hat dazu die «Horizont erweitern und wachsen»-Strategie entwickelt. Im ersten Teil geht es darum, in und um sich herum möglichst viel Positives wahrzunehmen. Dadurch gelangt man selber in eine positive Aufwärtsspirale. Im zweiten Teil der Theorie geht es darum, aus diesem Glücksgefühl heraus eine optimistischere Grundhaltung zu etablieren und zu verankern.

Zwar bleiben auch Menschen mit einer optimistischen Grundhaltung, die sich an Kleinigkeiten erfreuen und Glücksmomente geniessen können, nicht von unangenehmen Begegnungen oder Ereignissen verschont. Aber sie werden davon nicht gleich aus der Bahn geworfen, sondern höchstens durchgerüttelt. Auch erholen sie sich schneller von negativen Erlebnissen und finden rascher zu ihrem Lächeln zurück.

Eine Möglichkeit, sich das Lächeln anzutrainieren, heisst «Fake it till you make it» (Tu so als ob, bis du es wirklich tust). Am besten stellt man sich dazu vor einen Spiegel, schaut sich selbst in die Augen und zieht die Mundwinkel zu einem Lächeln hoch. Was sich anfangs wie eine Grimasse anfühlt, wird sich mit etwas Übung schon bald in ein echtes Lächeln verwandeln. Das wusste schon Charlie Chaplin. In seinem Lied «Smile» plädiert er dafür, selbst dann zu lächeln, wenn einem das Herz gerade bricht. Denn nach einer Weile werde man merken, wie schön das Leben ist, wenn man sich nur tapfer durch alle Sorgen hindurchgelächelt hat.

Erkenntnisse aus der Neurobiologie zeigen, dass selbst so ein «künstliches» Lächeln positive Gefühle und Wohlbefinden auslöst. Durch das Lachen respektive Lächeln entstehen im Gehirn neue neuronale Verknüpfungen. Zudem hat Lächeln positive Auswirkungen aufs Herzkreislauf-System. Es fördert die Bildung von weissen Blutkörperchen und Antikörpern und stärkt so das Immunsystem. Die Sprichwörter: «Lachen ist Gesund» und «Lachen ist die besten Medizin» treffen also zu.

Riccarda Frei

## BUCHTIPP

## HAPPY SALES - ERFOLG IM VERKAUF

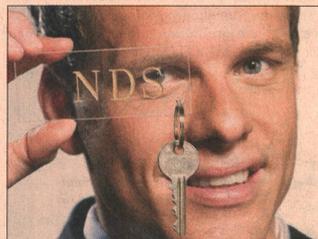
Sandra Schubert verspricht «Happy Sales - aktiv und glücklich (nicht nur) im Verkauf. Wie man dies erreicht, zeigt die Autorin und Verkaufsexpertin in ihrem Buch «Happy Sales - mit positiver Psychologie und Zeitmanagement zum Erfolg im Verkauf».

«Happy Sales» ist eine Symbiose aus den wichtigsten Erkenntnissen der positiven Psychologie und des modernen Selbst- und Zeitmanagements. Sandra Schubert wendet dazu erprobte wissenschaftliche Erkenntnisse praktisch auf die Herausforderungen im Verkauf, im Vertrieb und in der Selbständigkeit an. Dabei schöpft sie aus ihrer über 25-jährigen Vertriebs Erfahrung und aus hunderten von Trainings- und Coaching-Tagen. Dank «Happy Sales» sollen die Leser erfahren, wie sie ihr Glück im Verkauf täglich bewusster erleben und so ihren Glückspegel dauerhaft anheben können. Sie erhalten wertvolle Impulse und wirksame Werkzeuge, wie sie verkäuferisch aktiv bleiben und ihre Zeit strategisch besser planen. Durch den effektiven und effizienten Einsatz ihrer Ressourcen behalten sie ein langfristig hohes Energie- und Motivationslevel. Das führt unweigerlich zu mehr Erfolg im täglichen Verkauf.



«Happy Sales - mit positiver Psychologie und Zeitmanagement zum Erfolg im Verkauf»  
Sandra Schubert  
Wiley-VCH Verlag  
ISBN  
978-3-527-50832-7  
CHF 28.90

## AUS- UND WEITERBILDUNG



Besuchen Sie eine Informationsveranstaltung!

[www.hotelbildung.ch/nds](http://www.hotelbildung.ch/nds)

Infos/Anmeldung: Tel. +41 31 370 43 01, [unternehmerbildung@hotelleriesuisse.ch](mailto:unternehmerbildung@hotelleriesuisse.ch)

## Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

## 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](http://www.hotelleriesuisse.ch)

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22  
6002 Luzern  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

VERLAGE

htr hotel revue  
Monbijoustrasse 130  
3001 Bern  
[www.htr.ch](http://www.htr.ch)

## Hotellerie Gastronomie Verlag

Adligenswilerstrasse 27  
6006 Luzern  
[www.hotellerie-gastronomie.ch](http://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](mailto:angela.direnzo@htr.ch)

Karin Huwyler

Tel. 041 418 24 44  
[karin.huwyler@hotellerie-gastronomie.ch](mailto:karin.huwyler@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](mailto:inserate@stellenprofil.ch)  
[inserate@immoprofil.ch](mailto:inserate@immoprofil.ch)

## PREISE

Stellenanzeigen  
Millimeter-Tarif  
s/w CHF 1.80  
4-farbig CHF 2.35  
Kaderubrik 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](http://www.hoteljob.ch) / [www.gastrojob.ch](http://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](http://www.htr.ch) / [immobilien.aufgeschaltet.ch](http://immobilien.aufgeschaltet.ch) aufgeschaltet. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt werden. Die genauen Konditionen sind unter [www.stellenprofil.ch](http://www.stellenprofil.ch) resp. [www.immoprofil.ch](http://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

## 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 verwendet werden. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

**swisspersonal**

EINE GELUNGENE VERBINDUNG



## RESORTLEITER/IN

**Ihr neuer Arbeitgeber:** Das Urlaubsresort Walensee zeichnet sich durch seinen einzigartigen Baustil und die fantastische Lage aus. Eingebettet in die malerische Umgebung des Walensees gibt es den Blick frei auf das Churfirstengebirge. Es besteht aus einem gemütlichen Hotel, attraktiven Ferienwohnungen, verschiedenen Restaurants, interessanten Einkaufsmöglichkeiten und einem vielfältigen Freizeitangebot.

**Stellenprofil:** Als Gastgeber kümmern Sie sich um das Wohl der Gäste und repräsentieren den Betrieb gegen aussen. Sie leiten Verkaufsförderungsmaßnahmen ein, vermarkten Freizeitangebote und setzen Optimierungen zielgerichtet um. Im Weiteren obliegt Ihnen die Erstellung und Einhaltung des Budgets sowie die Überwachung des Kostencontrollings. Zudem sind Sie für die Personalführung und -rekrutierung zuständig und stellen den Informationsfluss sicher.

**Anforderungen:** Im Auftrag der Geschäftsleitung suchen wir eine fachkompetente Persönlichkeit mit Flair im Umgang mit Gästen. Idealerweise haben Sie eine Hotel- oder Tourismusfachschule absolviert und bringen bereits Erfahrung in einer ähnlichen Position mit. Sie verfügen zudem über betriebswirtschaftliches Know-how, Führungserfahrung und Englischkenntnisse. In Ihrer neuen Aufgabe werden Sie durch das bestehende, sehr gut funktionierende Team tatkräftig unterstützt.

» swisspersonal ag

Ihre Beraterin: Sonja Schwendeler  
Alexanderstrasse 1 · CH-7000 Chur · Tel. +41 81 258 48 38  
info@swisspersonal.ch · www.swisspersonal.ch

38750-12378



Ich, die weisse Kuh aus Lauenen bei Gstaad, suche für meinen «STALL»

### HOTEL WILDHORN

einen neuen Gastgeber für mich und alle Gäste aus nah und fern.

Ab 1. Mai 2016.

Freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme:  
033 744 63 76

38753-12385

**HOTEL KRONE**  
LENZBURG  
\*\*\*\*

Für das traditionsreiche Hotel Krone in Lenzburg suchen wir einen engagierten und gästepflegenden

### Hoteldirektor (m/w)

Das Hotel Krone hat 69 moderne Zimmer, eine Vielzahl an Tagungsräumen für bis zu 500 Personen, ein gut frequentiertes Restaurant sowie einen grossen und leistungsfähigen Cateringbereich.

In dieser anspruchsvollen Position sind Sie verantwortlich für:

- Aktive Gästebetreuung und Sicherstellung der Gästezufriedenheit
- Akquirierung von Neukunden und persönliche Betreuung
- Auswahl, Weiterentwicklung und Betreuung der Mitarbeiter
- Erstellung und Umsetzung der Marketing- und Sales-Pläne
- Erstellen des Jahresbudgets, monatliches Reporting
- Führen von rund 65 festangestellten Mitarbeitern und 60 Aushilfen

Wir erwarten von Ihnen:

- Erfahrung in dieser oder einer vergleichbaren Position
- Kunden- und Führungskompetenz
- Verhandlungs- und Organisationsgeschick
- Sie haben die Fähigkeit, ein gut ausgebildetes Team zu motivieren
- Sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift, weitere Fremdsprachen von Vorteil

Sie sind Gastgeber mit Leidenschaft und schätzen den Kontakt mit Menschen? Dann freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme. Diskretion ist selbstverständlich.

Nur elektronische Bewerbungen können berücksichtigt werden.

Dominik Wyss  
Hotel Aarau-West  
dominik.wyss@aarau-west.ch  
www.krone-lenzburg.ch

Ein Betrieb der  
**AARGAUHOTELS.CH**  
LEBENSBEREICH

38750-12382



Weltweit erblindet jede Minute ein Kind. Schenken Sie Augenlicht!

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

Online-Spende auf  
[www.cbmswiss.ch](http://www.cbmswiss.ch)



christoffel blindermission  
gemeinnützige Organisation

## «Der L-GAV schafft landesweit faire Rahmenbedingungen – für einen lebendigen Tourismus.»

Anne-Marie Minder, Direktorin Hôtel du Rhône, Sion,  
Vizepräsidentin hotellerieuisse

[www.l-gav.ch](http://www.l-gav.ch)

hotellerieuisse 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.



hotellerieuisse ist für die Organisation und Durchführung der interkantonalen Berufsschulkurse in vier Schulhotels in den Kantonen Bern, Waadt und Graubünden verantwortlich. Das Schulhotel Regina in Matten bei Interlaken ist ein ganzjähriges Schulhotel mit 160 Betten. Für den Internatsbetrieb im Schulhotel Regina suchen wir per 1. März 2016 oder nach Vereinbarung einen/eine

### Internatsleiter/in 100%

Besuchen Sie unsere Website  
[www.hotellerieuisse.ch/jobs](http://www.hotellerieuisse.ch/jobs) und erfahren Sie mehr über diese spannende Stelle.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche oder elektronische Bewerbung.

hotellerieuisse - Kompetent.  
Dynamisch. Herzlich.  
Ursula Imhasly Bevc  
Leiterin Human Resources  
Monbijoustrasse 130  
Postfach, 3001 Bern  
hr@hotellerieuisse.ch  
[www.hotellerieuisse.ch](http://www.hotellerieuisse.ch)

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association  
Schulhotels

38706-12368



## Der Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Gastgewerbe: Gut für alle

HOTEL & GASTGEBER  
**UNION**  
EST. 1884

**SYNA**

**UNIA**  
Im Gastgewerbe

**SCA**  
Schweizerische  
Kaufmännische  
Gesellschaft

**GASTRO SUISSE**  
Für Hotellerie und Restauration

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association

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

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

**htr** hotelrevue

**HOTELLERIE<sup>et</sup>  
GASTRONOMIE ZEITUNG**

**AUFLAGE  
40.000**

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

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

**htr** hotelrevue **HOTELLERIE<sup>et</sup>  
GASTRONOMIE ZEITUNG**

**LEHRT GOOGLE DIE OTAS DAS FÜRCHTEN?**

Genischt: Salztrenner  
Gefunden: [www.hotelmarktplatz.ch](http://www.hotelmarktplatz.ch)

**marktplatz.ch**

**PROFIL**

**SO MUSS EIN LEBENS-LAUF AUSSEHEN**

22. Juni  
8. August  
17. August  
31. August  
1.-5. September  
30. September

**WER SIND SIE?**

**GOOD HOTEL, IN DER SCHWEIZ, IST DIE BESTE WIRTSCHAFTS-GEHEIMNISSE**

**PROFIL**

**Leitfaden Food & Beverage**

**SCHAFER & PARTNER**

**Küchenchef**

**Switzerland**

**Küchenchef sein**

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

**PROFIL**

**HUNDE IM HOTEL -  
EIN THEMA FÜR SICH**

**HESSE**

**RESTAURANT**

**GASTROJOB.ch**

**Die Stellenplattform  
für Hotellerie,  
Gastronomie und  
Tourismus**

**JETZT  
40000**

hotelleriessuisse 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. hotelleriessuisse bietet ihren Mitarbeitenden ein attraktives Arbeitsumfeld und ausgezeichnete Sozialleistungen.



Wir suchen ab 1. November 2015 oder nach Vereinbarung, mit Arbeitsplatz in Bern, eine kontaktfreudige und verkaufsstarke Persönlichkeit als

**Kundenberater/in Schweizer Hotel-Datenbank 60-80%**

In dieser Funktion sind Sie zuständig für die erfolgreiche Positionierung der Schweizer Hotel-Datenbank [swisshoteldata.ch](http://swisshoteldata.ch). Sie stellen den telefonischen Erstkontakt her und pflegen die Schnittstellen der Hoteldatenbank zu regionalen, nationalen und internationalen Informations-, Buchungs- und Bewertungsportalen.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche oder elektronische Bewerbung.

hotelleriessuisse - Kompetent.  
Dynamisch. Herzlich.  
Ursula Imhasly Bevc  
Leiterin Human Resources  
Monbijoustrasse 130  
Postfach, 3001 Bern  
[bewerbung@hotelleriessuisse.ch](mailto:bewerbung@hotelleriessuisse.ch)  
[www.hotelleriessuisse.ch](http://www.hotelleriessuisse.ch)

Besuchen Sie unsere Website  
[www.hotelleriessuisse.ch/jobs](http://www.hotelleriessuisse.ch/jobs) und erfahren Sie mehr über diese spannende Stelle.



38754-12384

**Gastro Express**



Die führende Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe

[www.gastro-express.ch](http://www.gastro-express.ch)

38196-11732

Kanada - Hotel/Restaurant sucht:

**Mitarbeiter für alle Bereiche**

Mile 462 Alaska Hwy, Box 8  
Muncho Lake, B.C. V0C1Z0 KANADA  
[www.northernrockieslodge.com](http://www.northernrockieslodge.com)

38447-12265

Für nur 150.- Franken können Sie hier ein

**Stelleninserat schalten**

Direkte Online - Erfassung unter:  
[www.htr.ch/jobdispo](http://www.htr.ch/jobdispo)  
htr hotel revue - Tel. 031 370 42 42/77

ANZEIGEN

**Neues Christofle-Besteck (Baguette), versilbert**

Kaffeelöffel, Tafelgabel, Tafellöffel, je 36 St.

Beim Kauf total 108 St.,  
15% Rabatt vom Katalogpreis.  
Tel. 079 763 66 51

38756-12386

**SCHWEIZER MEDIEN**  
MÉDIAS SUISSES / STAMPA SVIZZERA / SWISS MEDIA

**DAS INSERAT. JEDEN EFFIZIENT ERREICHEN.**

**COOL,**



**WERBUNG.**

Das Inserat ist der beliebteste Werbeträger der Schweizer. Anders als bei TV-Spots empfinden

82% der Leser Inserate weder als aufdringlich noch als störend.

**printwirkt.ch**

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

# WAS FÜR EIN SOMMER!



THEMENBILD: KEYSTONE

**Falsch, es war kein Sommer. Viele leere Zimmer, immer weniger Gäste, sinkende Preise und kein Geld für Investitionen.**

Das aktuelle wirtschaftliche Umfeld führt dieses Jahr landauf, landab zu markant rückläufigen Erträgen. Dabei spricht einiges dafür, dass dieser – für viele Hotelbetriebe – schwierige Zustand auf Dauer angelegt ist. Es ist weder angebotsseitig noch nachfrage-seitig eine Entspannung der Marktlage in Aussicht. Zusätzliche Kapazitäten werden gebaut und das in einer Zeit, in der das Nachfrageverhalten, insbesondere in Form einer gestiegenen Sensibilität für Preis-Leistungs-Verhältnisse, für sich genommen bereits eine Belastung für Auslastung und Zimmerpreis bedeutet. Gleichzeitig ist die Hotellerie durch Konzentrationsprozesse geprägt. Im Vordergrund stehen Verdrängung und Preiskampf.

Damit einhergehend haben sich die Anforderungen an die Entscheidungsträger in der Hotellerie verändert. Entscheidungen müssen unter einem höheren Zeitdruck getroffen werden. Hinzu

kommt, dass fehlerhafte Entscheidungen meist sehr problematische Auswirkungen haben. Dies gibt dem Hotel-Controlling einen hohen Stellenwert. Neben betriebswirtschaftlichen Techniken (klassische Soll-Ist-Vergleiche, Deckungsbeitragsrechnung, Kennzahlensysteme, Break-Even-Analyse etc.) beinhaltet Hotel-Controlling auch Techniken des Marketing (Benchmark, Trendbarometer, Gästezufriedenheit etc.).

**Entwicklungsszenarien**

Die Optimierung von Einnahmen und Kosten wird oftmals nicht als permanente Aufgabe verstanden. Die aktuelle Situation zwingt die Hotelbetriebe, umsatz- und kostenseitige Massnahmen auszuschöpfen, um ihre Ergebnissituation zu optimieren. Das Controlling liefert fundierte Grundlagen, um rechtzeitig zu handeln und schneller und besser zu entscheiden. Die Spannweite der wahrscheinlichen Entwicklungsszenarien sind:

1. Die Verdrängung, welche früher oder später zum Marktaustritt führt.

2. Die Konversion, in welcher eine mehr oder weniger sanfte Überführung in eine Hotelgruppe oder Hotelkette erfolgt.
3. Die Individualisierung, welche dann gegeben ist, wenn im Leistungsangebot Komponenten enthalten sind, die sich gegenüber standardisierten und uniformen Leistungskomponenten positiv abheben.
4. Die Kooperation, in welcher es darum geht, überbetrieblich Kosten, Qualität, Service und Zeit bei konsequenter Kundenorientierung zu verbessern.



Dr. Marcus Frey  
 Managing Partner  
 CFB network AG  
 www.cfbnetwork.ch



[www.sternenmuri.ch](http://www.sternenmuri.ch)

**Ab Sommer 2016 vermieten wir das Vierstern Hotel-Restaurant Sternen Muri bei Bern.** Der weit herum bekannte Betrieb liegt nur 3 Kilometer vom Stadtzentrum Bern entfernt und ist bequem erreichbar mit öffentlichen Verkehrsmitteln – Tramstation vor dem Haus – oder über die nahe gelegene Autobahnausfahrt Muri.

In den letzten Jahren wurden die Zimmer, die Restaurants, die Seminar- und Banketräume umfassend erneuert. Tradition seit 1834 verbindet sich nun mit modernem Ambiente, der Betrieb präsentiert sich heute in einem ausgezeichneten Zustand. Er umfasst

- 44 Hotelzimmer
- zwei Restaurants (Gaststube und Speiserestaurant)
- Zahlreiche modernst eingerichtete Gruppen-, Seminar- und Banketräume (4 bis 200 Personen)
- Fitnessraum
- Tiefgarage

Gerne erwarten wir ihre Bewerbung an nachfolgende E-Mail Adresse:  
[pacht.sternen@bluewin.ch](mailto:pacht.sternen@bluewin.ch)

**STERNEN**  
 MURI  
 \*\*\*\*\*

38709-1220

Langfristig zu verpachten in Thailand  
**35 Bungalow Resort / Hotel**  
 auf Koh Samui, Maenam  
**Bamboopark, +66819028778,**  
**contact@bambooparksamui.com**

38749-1231

**De privé, à 10 km de Lausanne**

A remettre ou à vendre complexe complètement rénové:  
 1 discothèque indépendante 115 places  
 1 cabaret 120 places  
 11 studios, licence restauration  
 Maison pour exploitant  
 Le tout agencé.

Ecrire sous chiffre 38755-12385, htr hotel revue,  
 Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Berne.

38755-12385

**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](http://www.hesser-consulting.ch)

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ  
 055 410 15 57 – [hesser@bluewin.ch](mailto:hesser@bluewin.ch)

38907-1165

**Liegenschaften verkaufen – neu auch online**  
**[www.htr.ch/immobilien](http://www.htr.ch/immobilien)**

**htr hotel revue**