

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2015)
Heft: 51-52

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 30.06.2025

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

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

Auch während den Festtagen Neues aus der Branche auf

www.htr.ch



Kochstar

Auf Anhieb 17 Gault-Millau-Punkte und ein Stern: Sven Wassmer, Koch im «7132 Hotel», legte dieses Jahr eine Blitz-Karriere hin.

Seite 19

Kampfansage

Hotrec sagt mit «Direkt Buchen» Online-Buchungsportalen den Kampf an. hotelleriesuisse beteiligt sich an der Kampagne.

Seite 4

Kritik

Das Heli-Taxi vom See in die Berge von Air Glaciers stösst in Vevey auf Kritik, Touristiker dagegen geben sich gelassen.

Seite 10

Kombiniert

Das Hotel Grand Ferdinand mischt Hotellerie und Airbnb unter einem Dach. Mit Erfolg.

Seite 17

Hotelketten

Konsolidierungsphase

Nach Megadeals von Accor und Marriott erwarten Analysten eine Hotelmarkt-Konsolidierung.

GUIDRUN SCHLENZKE

Im Monatsrhythmus gingen die Top Ten der internationalen Hotelbranche in den letzten Monaten auf Einkaufstour: Im Oktober angelte sich die chinesische Shanghai Jin Jiang International Hotel Group die ebenfalls chinesische Plateno-Gruppe und rückt damit in die Top Five vor, im November kündigte Marriott die Übernahme von Starwood an, was die

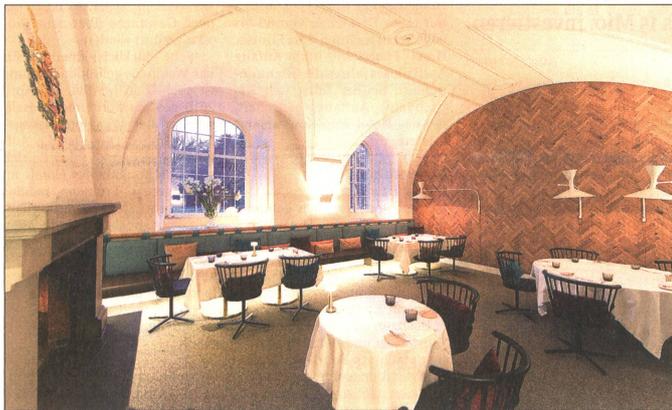
Kette mit dann über einer Milliarde Betten weltweit zur unangefochtenen Nummer eins macht, und letzte Woche schaffte Accor mit dem Kauf von FRHI den angestrebten Schritt ins Luxussegment. Nach Einschätzung international renommierter Analysten ist das nur der Anfang einer weiteren massiven Konsolidierung auf dem Hotelmarkt. Wichtiger Treiber dahinter sind die sinken-

den Margen aufgrund der Online-Preisvergleichbarkeit sowie neue Konkurrenten wie Airbnb. Doch während Treugast-CEO Stephan Gerhard schätzt, dass es langfristig weltweit nur noch 25 Hotelketten geben wird, rechnen Analysten von Morgan-Stanley eher mit einer Konsolidierung bei den mittelgrossen Hotelunternehmen.

Seite 5

«Igniv» im Grand Resort Bad Ragaz eröffnet

Andreas Caminadas neues «Nest»



Wo früher die «Äbtstube» war, ist jetzt das neue «Igniv by Andreas Caminada».

Nicola Pitaro

Es war der kulinarische Coup des Jahres: Seit das Grand Resort Bad Ragaz diesen Sommer die Zusammenarbeit mit Spitzenkoch Andreas Caminada bekannt gab, warteten die Branche und die nationale und internationale Gourmet-Szene gespannt darauf, wie das zweite Restaurant des Bündner Starchefs aussehen würde. Nach einem kompletten Umbau der früheren Äbtstube mit einer Investition im Bereich von 500'000 Franken ist gestern Mittwoch das «Igniv by Andreas Caminada» im 5-Sterne-Resort eröffnet worden. Konzeptionell auf «Fine-Dining-Sharing» ausgerichtet, teilen die Gäste an den Tischen die Gerichte untereinander, was die soziale Komponente stark herausstreicht. «Wir sind sehr stolz auf das neue Lokal», so Peter P. Tschirky, Vorsitzender der Geschäftsleitung.

Seite 20

Ferienland Schweiz

Fast alles inklusive für Gäste aus fern und nah

Nicht nur chinesische Gruppen-gäste schätzen es, wenn ihnen die Komplexität des Reisens reduziert wird. Der Churer Reiseveranstalter MANU Touristik zeigt, dass Packages auch deutsche Senioren ansprechen. Und er liefert Erfahrungswerte zur derzeit diskutierten Vision der Schweiz als «Spielplatz der Welt».

«fokus», Seite 11 bis 14

«Les Trois Rois» und sein Besitzer

«Es steckt viel Herzblut im Hotel»



«Trois Rois»-Besitzer Thomas Straumann. Melanie Barton

«Eine Trennung fällt schwerer, als wir gedacht hatten», erklärt Thomas Straumann, Besitzer des Basler Luxushotels «Les Trois Rois», im Interview mit der htr. Straumann suchte vor drei Jahren für das Hotel einen Käufer, «der unsere Philosophie versteht, regional verankert ist und das Haus entsprechend weiterführt». Heute ist er glücklich, dass er den Käufer nicht fand und das Hotel behalten hat. «Wir haben gemerkt, wie viel Herzblut

im Hotel steckt.» Straumann und die Hotel-Crew wollen künftig vermehrt junge Gäste ansprechen. «Dies, indem wir frischer und mutiger werden.» Einen neuen Spirit ins Traditionshaus gebracht hat bereits eine neue, sehr internationale Kundschaft. Buchungen aus Ländern, die zuvor nicht stark vertreten waren, führt Straumann auf die drei Michelin-Sterne von Chefkoch Peter Knogel zurück.

Seite 3

Kommentar

Aus den Augen aber nicht aus dem Sinn bis im 2016



SABRINA GLANZMANN

Eine tiefe Leidenschaft für ihr Metier, das zeigen die drei Weinspezialistinnen und -spezialisten, mit denen sich mein Kollege Alexandre Caldarà für einen Artikel im «cahier français» auf Seite 7 unterhalten hat. Es ist ein etwas anderer, ein subtiler Zugang zum typischen Festtags-Thema Wein. Es geht darum, was man aus ganz immaterieller Perspektive mit Wein verbindet, wie sich ein erster Schluck angefühlt hat, welche Emotionen und Erinnerungen man mit bestimmten Gewächsen verbindet. Besonders berührt haben mich die Schilderungen der drei Persönlichkeiten, welches immaterielle Geschenk sie zu Weihnachten verschenken würden. Sie nannten etwa ein Lachen, ein Stück ihrer eigenen Zeit oder ein Treffen mit jemandem, den man aus den Augen verloren hat. Banale wie simple Dinge, aber komplexe und fundamentale zugleich.

In diesem Sinne und mit einem Lachen auf dem Gesicht wünsche ich Ihnen, liebe Leserinnen und Lesern, frohe Festtage mit vielen Stücken Zeit für Ihre Lieben und einen guten Start in das neue Jahr. Und wenn wir uns kurzfristig aus den Augen verlieren, so ist das nur vorübergehend: 2016 treffen wir uns wieder. Und – so viel sei schon verraten – mit einigen neuen Ideen im Gepäck.

Die nächste htr hotel revue erscheint am 7. Januar 2016

Inhalt

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



ANZEIGE

Schweizer Hotel-Datenbank
www.swisshoteldata.ch

Das umfassende Hotelverzeichnis der Schweizer Hotellerie

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

HOREGO

Effiziente Prozesse | Einfache Zahlung

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

Jet-Cut
swiss made

blitzschnell glatte Folienabschnitte

economisiert die Profi-Arbeit

alustar *Bestseller* Jet-Cut

Ihr Grossist hat's

HOTEL AMBIENTE VOM KOMPLETTENRICHTER

HOTEL PLATEAU ROSA ZERMATT

BAUR
WOHNFAZINATION SEIT 1882

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

Swiss-Design-Hotels.ch

JETZT ANMELDEN

Keine Kommissionen & sofort mehr Besucher auf Ihrer eigenen Homepage!

Aus der Region

Bern

Raststätte an der A6 bei Münsingen wieder offen

Die sanierten Autobahnraststätten an der A6 bei Münsingen sind nach fast zehn Monaten Bauzeit wieder in Betrieb. Die Raststätten sind übersichtlicher geworden, für Lastwagen und Autobusse gibt es nun einen eigenen Platz. Auf der Raststätte befindet sich auch wieder je Fahrtrichtung eine Strom-Tankstelle. Die Raststätten in Münsingen sind ein beliebter Zwischenhalt für Reisende von und nach dem Berner Oberland.

Berner Oberland

Schilthornbahn will mehr beschneien



Jost von Allmen

Im Norden ihres Skigebiets oberhalb von Mürren will die Schilthornbahn AG zusätzliche Pisten beschneien. Mit einer Überbauungsordnung (UeO), die nun in die Mitwirkung geht, sollen dafür die planungsrechtlichen Voraussetzungen geschaffen werden. Neu beschneien will die Schilthornbahn Pisten im Gebiet vom Allmendhubel bis zur Winteregg. Laut Mitteilung reisen 40 Prozent der Wintersportler über die Winteregg ins Skigebiet und abends auch wieder ab.

Adelboden hat eine neue Sesselbahn

Mit der Höchstbahn am Chuenisbergl verfügt Adelboden über eine neue Vierer-Sesselbahn. Sie soll als Schlüsselstelle des Skigebiets fungieren, insgesamt wurden 10 Mio. Franken in das Projekt investiert. Die neue Bahn führt von der Zwischenstation Bergläger bis zum Höchsthorn auf über 1900 m. Wintersportler gelangen damit neu vom Gebiet Boden in die Skiregion Adelboden-Lenk und zurück. Parallel zur Höchstbahn verlaufe eine neue Piste mit dauerhaft guten Schneeverhältnissen, wie Adelboden Tourismus mitteilt.

Mittelland

Nordic Zentrum auf dem Weissenstein



Stefan Schlumpf

Auf dem Weissenstein oberhalb von Solothurn wird im kommenden Winter das Angebot durch eine Langlaufloipe ergänzt. Diese wird auf der Ebene zwischen dem Sennhaus und dem Hinter Weissenstein realisiert. Sie hat eine Länge von rund 6 Kilometern und umfasst eine klassische sowie eine Skating-Spur. Die Loipe ist bei guten Schneeverhältnissen jeweils von Freitag bis Sonntag geöffnet. dst

Amerikaner retten Waldhaus



Andrea Badrutt/Waldhaus Flims

Das Hotel Waldhaus in Flims geht mit einem neuen Eigentümer in die Wintersaison und in die Zukunft.

Das «Waldhaus» in Flims geht in amerikanische Hände über. Eine Beteiligungsgesellschaft bezahlt dafür 40 Mio. Franken und will zusätzliche 5 bis 15 Mio. investieren.

DANIEL STAMPFLE

Es geht Schlag auf Schlag mit den Verkäufen von Schweizer Luxushotels ins Ausland. Nachdem am Mittwochabend vergangener Woche der Verkauf des Hotels Palace in Luzern an einen chinesischen Investor bekannt gegeben wurde, ist am Freitag der neue Eigentümer des Hotels Waldhaus in Flims präsentiert worden. Es handelt sich um die amerikanische Investmentfirma Z Capital Partners. Obwohl die Z Capital Partners offiziell zum Kaufpreis nichts sagen wollen, ist es kein Geheimnis, dass sie für das Hotel Waldhaus in Flims 40 Millionen Franken bezahlt haben. Denn das Konkursamt Imboden aus Trin hat kürzlich mitgeteilt, dass der Zuschlag an das höchste Angebot von 40 Millionen Franken erteilt worden sei. Im Verkaufspreis nicht enthalten sind 12 land- und forstwirtschaftliche Parzellen, welche am 28. Januar 2016 zur öffentlichen Versteigerung kommen.

Die Strategie von Z Capital Partners für das Waldhaus Flims umfasst Investitionen in die Hotelzimmer. Die Pläne des neuen Eigentümers schliessen auch eine Erweiterung der Spa- und Fitness-Einrichtungen und damit die Entwicklung eines integrierten medizinischen Wellness-Bereichs mit ein.

reiches mit ein. Z Capital Partners will die Vermarktung des Hotels künftig auch auf Besucher aus Asien, Indien und dem Mittleren Osten ausweiten (siehe Interview).

Sämtliche Forderungen der 1. und 2. Klasse sowie sämtliche

Grundpfandforderungen seien vollumfänglich gedeckt, teilt das Konkursamt Imboden weiter mit. Die Gläubiger mit Forderungen in der 3. Klasse könnten mit einer Dividende von 80 bis 90 Prozent rechnen. Das Flims Hotel-Flaggschiff hatte Anfang April dieses Jahres die Bilanz deponiert. Seither führt den Betrieb eine Auffanggesellschaft, die das Hotel vom Konkursamt mietete.

Gemeinde bietet Unterstützung an

Erleichtert über den gefundenen Käufer für das Hotel Wald-

haus ist Gemeindepräsident Adrian Steiger. Die Gemeinde bietet dem neuen Eigentümer ihre Unterstützung an. Sie geht davon aus, dass in nächster Zeit sicher noch Gespräche über neue Projekte geführt werden.

«Sehr glücklich» über die für das Waldhaus gefundene Lösung ist auch Gion J. Fravi, seit April 2015 geschäftsführender Gesellschafter der WF Hotelmanagement GmbH. Diese ist die Auffanggesellschaft, die den Betrieb seit dem Konkurs des Hotels im vergangenen Frühjahr nahtlos weiterführt. Der Mietvertrag läuft laut Fravi noch bis Ende März

werden. Die Detailpläne für die Renovation und die geplante Expansion werden in den kommenden Wochen ausgearbeitet.

Sie wollen das Hotel künftig in Asien, Indien und dem Mittleren Osten stärker positionieren. Wie wollen Sie dies erreichen?

Zuerst wollen wir die Marketing-Strategie überdenken. Wir sind überzeugt, dass das Waldhaus Flims Millionen von Touristen und Gruppen auf der ganzen Welt anspricht. Es gibt eine steigende Nachfrage für Spa- und Wellness-Hotels weltweit, und wir wollen uns in diesem Markt erfolgreich durchsetzen.

Wer wird das Hotel künftig betreiben, und wie gehen Sie bei der Suche eines Betreibers vor?

Dazu äussern wir uns nicht.

2016. Man habe die Wintersaison gut vorbereitet und verfüge über einen guten Buchungsstand. In den nächsten Wochen würden zwischen der Auffanggesellschaft und der Z Capital Partners Gespräche über eine mögliche Übernahme der Auffanggesellschaft geführt. Dies darum, weil der Mietvertrag automatisch mit dem Grundbucheintrag vom 8. Dezember 2015 auf die Z Capital übertragen wurde.

Mehr Übernachtungen in der Sommersaison

James Zenni, der Präsident und CEO von Z Capital Partners, habe klar signalisiert, dass er die Mitarbeitenden übernehmen werde, so Fravi weiter. Letzterer geht davon aus, dass der aktuelle Direktor und Mitgesellschafter der WF Hotelmanagement GmbH, Daniel Füglistler, das Hotel Waldhaus auch in Zukunft führen wird. «Es würde mich sehr überraschen, wenn Daniel Füglistler ausgewechselt würde.» Dieser sei sehr innovativ, habe neue Ideen eingebracht, was in der Sommersaison zu 5 Prozent mehr Zimmernächten geführt habe, gegenüber einem Minus von beinahe 8 Prozent in ganz Graubünden.

«Es war zu erwarten, dass sich für dieses interessante Hotel ein Käufer findet. Allerdings war dafür notwendig, das breite Aktionariat loszuwerden», sagt Björn Zern, Gründungspartner der Plattform «schweizeraktien.net». Dies sei durch die Abwertung der Immobilien und die Deponierung der Bilanz gelungen. «Ärgerlich ist dies für die Altaktionäre, da sie wohl einen Totalverlust erleiden. Positiv ist für Hotel und Destination, dass in den Betrieb investiert wird», so Zern.

Z Capital verfügt über ein Portfolio von Hotellerie- und Gastronomie-Immobilien. Welche Häuser gehören dazu?

Wir besitzen das Carillon Miami Beach in Florida und verschiedene Casino- und Hotel-Liegenschaften in Las Vegas und in den übrigen USA.

Das Waldhaus Flims soll Ihre Marke Carillon erweitern. Wird also das Waldhaus Flims künftig den Namen Carillon im Namen tragen?

Wir beabsichtigen, den Namen Waldhaus Flims wegen seiner Geschichte und seiner Popularität im Markt zu behalten. Der Name Waldhaus Flims ist eine Institution, auf der wir aufbauen wollen.

In den letzten Tagen wurde das Hotel Palace in Luzern verkauft. Hat Sie dies nicht interessiert?

Dazu äussern wir uns nicht. dst



Nachgefragt

James Zenni

Präsident und CEO von Z Capital

Wie viel wollen Sie ins Waldhaus Flims investieren und wofür konkret?

Wir besitzen das Hotel seit dem 8. Dezember und nehmen jetzt eine detaillierte Beurteilung vor. Die Investitionssumme werden wir in den nächsten Monaten bestimmen, sie dürfte aber bei 5 bis 15 Mio. Franken liegen. Das Waldhaus Flims hat alles, was wir suchen. Es ist ein berühmtes Resort mit einer langen Geschichte. Basierend auf dieser Erbschaft werden wir dem Hotel zu einer dominierenden Position im Markt verhelfen. Wir werden die Zimmer upgraden, das Spa vergrössern und das Gastronomieangebot verbessern.

Wird der Betrieb während der Ausbauphase geschlossen, und bis wann soll die Ausbauphase abgeschlossen sein?

Der Hotelbetrieb soll möglichst uneingeschränkt weiter geführt

Geschäftsreisen zur Motivation

Viele Schweizer Travel Manager erachten Geschäftsreisen als Motivation für die Mitarbeitenden. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage von Air Plus.

Nur 3 Prozent der Schweizer Teilnehmer an der Umfrage von Air Plus International unter 941 Travel Managern aus 24 Ländern sind der Meinung, dass Geschäftsreisen bei den Mitarbeitenden generell für Frust sorgen. Global sind es deren 5 Prozent. In der Schweiz sind 36 Prozent der

Travel Manager überzeugt, dass Geschäftsreisen motivieren (41% global). 44 Prozent sind hingegen der Meinung, dass die Stimmung aufgrund verschiedener Faktoren auf die eine oder die andere Seite kippen kann.

Ist die Geschäftsreise gut geplant, sind in der Schweiz gemäss der Air-Plus-Studie 91 Prozent motiviert – egal wie komfortabel die Reise ist und wie lange sie dauert. Im globalen Vergleich haben die Studienautoren festgestellt, dass Schweizer offenbar verständnisvoller auf Verspätungen und unvorhergesehene Planänderungen reagieren.

Eine wichtigere Rolle als bei ihren ausländischen Kollegen scheint bei den Schweizern das Kennenlernen neuer Städte einzunehmen. 60 Prozent geben sogar an, dass die Reise auch mal über das Wochenende verlängert werden sollte, damit der Mitarbeitende die Destination selbst erkunden kann. Den Schweizern scheint generell wichtiger zu sein, was sie vor Ort erwartet, als wie sie dorthin gelangen. Die Berücksichtigung dieser Erkenntnisse könnte sich positiv auf die Reisekosten auswirken. Langstreckenflüge seien oft günstiger, wenn ein Samstag zwischen Hin- und Rückflug liegt. dst

Neue Tourismusstrukturen in der Zentralschweiz

GmbH übernimmt die Aufgaben der heutigen Tourismusvereine.

Die Gemeinden Morschach, Muotathal und Illgau haben eine GmbH gegründet. Sie übernimmt ab April 2016 die Aufgaben, welche bisher den Tourismusvereinen oblagen, wie am Dienstag mitgeteilt wurde. Die Geschäftsleitung der Gesellschaft, welche Stoos-Muotathal Tourismus GmbH (SMT) heisst, wird den Stoosbahnen AG im Mandat übertragen. Zusätzlich zu den Kurtaxenerträgen unterstützen die drei Gemeinden SMT mit jährlichen Gemeindebeiträgen von insgesamt rund 57000

Franken. Die Verbindung zu den touristischen Anbietern und der Bevölkerung nimmt in allen drei Gemeinden eine Kommission Tourismus und Freizeit wahr, deren jeweiliger zuständiger Gemeinderat, zusammen mit dem Tourismusvertreter, im Vorstand von SMT Einsitz nimmt. «Die Förderung des Tourismus in der Region Stoos-Muotathal erhält nun fortschrittliche Strukturen und kann auf eine breite Einigkeit zählen», erklärte der Morschacher Gemeindepräsident Silvan Kälin. dst



Dem Unternehmer Thomas Straumann wäre die Trennung vom Hotel Les Trois Rois im Nachhinein schwerer gefallen, als er zuvor gedacht hatte.

Melanie Barton

«Verkauf ist definitiv vom Tisch»

Hotelbesitzer Thomas Straumann über die Gründe, weshalb er sich letztendlich doch nicht vom Grand Hotel Les Trois Rois trennen konnte und was ihn heuer besonders freute.

DENISE MÜCHENBERGER

Thomas Straumann, «Bar des Jahres», «Bestes Hotelrestaurant Europas» und erstmals drei Michelin-Sterne für Ihren Chefkoch Peter Knogl. Mit welchen Emotionen blicken Sie auf dieses erfolgreiche Jahr zurück?

Gerade nach dem Entscheid, das Hotel zu behalten, ist das ein schöner Jahresabschluss. Wir haben lange gemeinsam auf einige Ziele hingearbeitet, vor allem auf den dritten Stern. Ihn nun zu haben, ist für alle Beteiligten, aber auch für unsere Familie irrsinnig. Nicht zuletzt, weil wir für die Region etwas erreichen und den Standort Basel etwas in die Welt hinausstrahlen konnten. Stolz empfinde ich ebenfalls, aber in erster Linie auf die gesamte Belegschaft. Wir stellen die Infrastruktur zur Verfügung, unsere Mitarbeitenden sind es aber, die auf unsere Ziele hinarbeiten und sie letztendlich erreichen.

Zur Person Hotel, Medizintechnik und Oldtimer

Thomas Straumann und seine Frau Ursula haben das Grand Hotel Les Trois Rois im 2004 gekauft und nach umfassenden Renovationsarbeiten im 2006 wiedereröffnet. Beide sitzen heute im Verwaltungsrat des Hauses. Im Jahr 2012 verkaufte das Ehepaar ihr zweites Hotel, das Hotel Bellevue in Gstaad, an die beiden Unternehmer Daniel Koetser und Rudolf Maag. Thomas Straumann ist hauptsächlich in der Medizintechnikbranche tätig. Die Straumann-Gruppe und die von ihm gegründete Firma Medartis sind auf Zahn- und Knochenimplantate spezialisiert. Der Familienvater hat einen Ehrendokortitel der Universität Basel, ist ein Oldtimer-Fan und Initiator der Reitsportveranstaltung CSI Basel. dm

Welche Auswirkungen erhoffen Sie sich von den drei Michelin-Sternen?
Wir spüren bereits, dass es Gäste gibt, die den 3-Sterne-Restaurants nachreisen. Wir hatten einige Buchungen aus Ländern, die zuvor nicht stark bei uns vertreten waren, wie beispielsweise China. Die Gäste essen im «Cheval Blanc» und logieren im Hotel, somit profitieren wir in doppelter Hinsicht. Diese neue, sehr internationale Kundschaft bringt einen neuen Spirit ins Hotel und ist ein grosser Motivationschub für das gesamte Team.

Sie investieren laufend in Renovationen des Hauses, erst im Herbst wurde das Gourmet-Restaurant Cheval Blanc neu gestaltet. Verdienen Sie mittlerweile etwas mit dem Hotel?
Das Geld, das ins Hotel fliesst, muss das Haus selber finanzieren können, und das tut es auch. Da sind wir in einer glücklichen Lage. Die umfassenden Renovationsarbeiten zu Beginn unseres Engagements haben sich auszahlt, das Haus ist heute sehr gut im Schuss. Einen Gewinn schütten wir nicht aus. Erträge werden für zukünftige Investitionen zurückgelegt, damit das «Trois Rois» längerfristig gut aufgestellt bleibt.

Dann ist ein Verkauf kein Thema mehr?

Ein Verkauf ist definitiv vom Tisch. Dass es ein Thema war, hat uns aber in vielerlei Hinsicht weitergebracht. Die Unruhen waren natürlich unangenehm, aber das Hotel aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten, hat gut getan. Wir haben gemerkt, wie viel Herzblut im Haus steckt und dass eine Trennung doch schwerer fällt, als wir gedacht hatten. Überhaupt über einen Verkauf nachgedacht haben wir, weil ich irgendwann zu stark in zu vielen Bereichen engagiert war. Ich wollte mich wieder auf mein Kerngeschäft konzentrieren und mich von anderen Verpflichtungen

befreien. Nun haben wir eine gute Lösung gefunden mit Rudolph Schiesser als Verwaltungsratspräsident. Und was uns rückblickend sicherlich zugutekam: Einen Käufer, der unsere Philosophie versteht, regional verankert ist und das Haus entsprechend weiterführt, haben wir nicht finden können. Sonst wäre es vielleicht anders herausgekommen.

Mit welchen Orten im Hotel verbinden Sie die schönsten Erinnerungen?

Der Lichthof ist ein Ort, an dem ich Kräfte bündeln kann. Im ersten Stock in der Bibliothek halte ich mich ebenfalls gerne auf. Dort war früher eine englische Kapelle zum Beten beheimatet. Die Lichtverhältnisse sind eindrücklich. Mit dem Saal im Gourmetrestaurant Cheval Blanc verbinde ich eine spezielle Erinnerung, das war kurz vor der Eröffnung: Als alle Bilder aufgehängt und der letzte Nagel eingeschlagen waren, haben meine Frau und ich uns in das leere Restaurant gesetzt, eine Flasche Champagner geöffnet und angestossen. Wir haben die Ruhe genossen, während draussen die Fasnacht lief. Wenn wir heute im «Cheval Blanc» essen, denken wir immer gerne an diesen Moment der Zweisamkeit zurück.

Das Grand Hotel ist ein sehr traditionsreiches Haus. Wie wollen Sie auch junge Gäste für das Hotel gewinnen?

Indem wir frischer und mutiger auftreten, das Hotelleben beziehungsweise ihre Mitarbeiter nach aussen tragen. Junge Gäste interessieren sich aber durchaus für die Historie unseres Hauses. Unsere Aufgabe ist es, diese in Filmen oder mit Publikationen aufzuzeigen, immer wieder in Erscheinung treten zu lassen und die Lust auf einen Besuch zu wecken. Ich bin auch offen für neue Projekte, neue Ideen. Es ist ein Prozess, an dem wir ständig arbeiten müssen. Mit der Zeit zu gehen, ist wichtig, auch für ein Grand Hotel.

In welchen Hotels steigen Sie gerne ab?

In Basel schätze ich den «Teufelhof», das finde ich ein tolles Haus. In Gstaad

gefällt mir das «Palace», in München steige ich gerne im «Bayrischen Hof» ab. Dann das «Atlantic» in Hamburg – dort habe ich immer das Gefühl, auf Weltenbummler zu treffen, die mit ihren grossen Koffern eine Reise auf hoher See antreten. Das «J» in Stockholm sagt mir vom Konzept her ebenfalls zu, und legendär war auch das «Ritz Carlton» in Boston. Wenn ich reise, muss es aber nicht zwingend ein 5-Sterne-Hotel sein. Die Lage ist sekundär, ich bin neugierig und möchte neue, ausgefallene Häuser besuchen, das kann beispielsweise ein Boutique- oder ein Designhotel im 3-Sterne-Bereich sein.

«Ich investiere etwa noch einen Tag pro Woche in das Hotel, das aber sehr gerne und aus vollster Überzeugung.»

Inwiefern sind Sie heute noch am operativen Geschäft beziehungsweise an strategischen Entscheidungen beteiligt?

Wichtige Entscheidungen und Verwaltungsratspräsident Rudolph Schiesser immer gemeinsam ab, ich suche den Austausch mit Hoteldirektor Reto Kocher und pflege den Kontakt zu Chefkoch Peter Knogl. Wenn wir neue Mitarbeitende bei einem Brunch begrüßen, möchten ich und meine Frau präsent sein, um die Philosophie des Hauses näherzubringen. Ich investiere heute etwa noch rund einen Tag pro Woche in das Hotel, das aber sehr gerne und aus vollster Überzeugung.

Wie schätzen Sie Basel als Hotelplatz ein?

Wir profitieren von der Pharmaindustrie, die uns ein beständiges, internationales Publikum bringt. Basel etabliert sich immer stärker als Kulturstadt, auch das bekommen wir zu spüren. Nicht zu vergessen die grossen Messen und Kongresse. Die Grenznähe und die Frankenstärke spielen auf unserem Niveau kaum eine Rolle. Und die Tatsache, dass wir seit der Schliessung des Hilton derzeit das einzige 5-Sterne-Hotel in Basel sind, ist ein weiterer Vorteil. Das ist zwar eine komfortable Situation, trotzdem freue ich mich auf ein zweites 5-Sterne-Hotel. Mitbewerber sind wichtig – denn sie halten uns auf Trab (lacht). dst

Standpunkt

Online-Bewertungen: Mehr Segen als Fluch



ANDREAS ZÜLLIG *

Kaum ein Hotel kann sich ihr entziehen; unsere Gäste aus dem In- und Ausland orientieren sich an ihr: Die Gästebewertung auf den unterschiedlichsten Online-Portalen hat enorm an Bedeutung gewonnen. Für uns Hoteliers bedeutet sie gleichermaßen Fluch und Segen. Fluch, wenn wir uns ungerecht bewertet fühlen oder gar damit erpresst werden. Segen, wenn wir uns über gute Noten und hohe Wiederempfehlungsquoten freuen dürfen.

«95 Prozent der Reisenden lesen Bewertungen auf Online-Portalen.»

Welchen Beitrag können wir leisten, damit aus unserer Gästebewertung viel mehr Segen als Fluch wird?

Benjamin Jost, Mitbegründer und CEO von TrustYou, hat uns an der Delegiertenversammlung von hotellerieuisse in Basel dazu einige konkrete Tipps präsentiert. Die digitale Informationsmenge hat gigantische Ausmasse erreicht. Um Beachtung zu finden, müssen wir den Kundenkontakt auch in der virtuellen Welt intensiv pflegen. Und die Bewertungsportale bieten uns dafür eine ausgezeichnete Plattform. 95 Prozent der Reisenden lesen Bewertungen auf Online-Portalen, und zwar im Durchschnitt fünf bis sieben Beiträge pro Hotel. Das Schöne daran: 82 Prozent der Bewertungen für Schweizer Hotels sind positiv! Lieber Hoteliers, nutzen wir alle diese Chance positiver Kommunikation und motivieren wir unsere Gäste dazu, unsere Leistungen auf den Online-Portalen zu bewerten. Ich wünsche Ihnen fantastische Bewertungen, frohe Festtage und ein gutes neues Jahr!

* Andreas Züllig ist Präsident von hotellerieuisse.

Aufgefallen

Illustre Hotelierin Paris Hilton beehrt Schindellegi



Remiller

Die 34-jährige Jetsetterin Paris Hilton hat sich selber auf der Gemeindeverwaltung angemeldet.

bestätigt Feusisbergs Gemeindegemeinschaft. Schindellegi, wo nun Hilton lebt, ist ein Ortsteil der Schwyz Gemeinde Feusisberg. Die Hotelierin plant aber nicht, in Schindellegi ein Hotelbusiness zu starten. Sie wohnt vielmehr bei ihrem 39-jährigen schwerreichen österreichischen Freund Thomas Gross. Freude an der prominenten Einwohnerrin dürfte insbesondere ein örtlicher Coiffeursalon haben. Die Coiffeuren werden offenbar regelmässig in die Luxusvilla gerufen. dst

Schweiz

Genügend Unterschriften für Fair-Food-Initiative

Die Volksinitiative «Für gesunde sowie umweltfreundlich und fair hergestellte Lebensmittel (Fair-Food-Initiative)» ist zustande gekommen. Sie will die Schweizer Lebensmittelstandards schützen und fordert ökologische und soziale Standards für Importprodukte. Eingereicht wurde die Initiative von den Grünen Schweiz mit dem Schweizer Tierschutz, der Kleinbauernvereinigung, Swissaid und KAGFreiland.

Aus der Region

**Zürich
Hauptsitz der Kuoni Group ist verkauft**

Die Kuoni Group hat die Liegenschaft «Neue Hard» in Zürich an die Zürcher Kantonalbank verkauft. Der Verkaufspreis beläuft sich auf 75 Mio. Franken. Damit kann der geschätzte Marktwert erzielt werden, wie Kuoni mitteilt. Das Konzernergebnis wird mit rund 40 Mio. Franken positiv beeinflusst. Alle bestehenden Mietverträge werden von der Zürcher Kantonalbank übernommen. Die Mitarbeitenden der Kuoni Group in der Schweiz werden voraussichtlich im zweiten Halbjahr 2016 ihren neuen Hauptsitz in Zürich-Oerlikon beziehen. **dst**

Gäste sollen direkt buchen

Die Hotellerie lanciert eine Kampagne, mit welcher sie ihre Gäste aufruft, direkt zu buchen. Damit soll den OTAs und ihren Konditionen entgegengewirkt werden.

DANIEL STAMPFELI



Buchen Gäste per Telefon oder an der Réception, können Hoteliers die Preise frei gestalten. 123RF

gedanke der Initiative ist, die Gäste auf die Möglichkeit einer direkten Buchung aufmerksam und neugierig zu machen. Durch den direkten Kontakt sollen auch das Vertrauen und die Beziehung zwischen Gast und Gastgeber gestärkt werden.

Alle sind bei der individuellen Umsetzung frei

Die Kampagne bietet individuell einsetzbare Tools an, um die «Direkt-Buchen»-Idee zu unterstützen. Dazu gehören etwa eine Integration des Kampagnenlogos auf der Website und in den Hotelinformationen, Aufkleber an der Eingangstür oder Aufsteller an der Réception. Es gibt für die Hoteliers



keinerlei verbindliche Vorgaben, wie sie die unterschiedlichen Marketing-Tools am besten verwenden sollen. Jeder Unternehmer ist in der individuellen Umsetzung frei und kann für sich selbst entscheiden, ob er teilnimmt und welche Vorteile einer direkten Buchung er besonders hervorheben möchte.

www.direkt-buchen.ch

Hotelleriesuisse schliesst sich der europaweiten Kampagne «Direkt Buchen» von Hotrec an und hat am Dienstag ihre Kampagne gestartet. Damit soll unterstrichen werden, dass das Herstellen eines direkten Kontaktes zwischen Gast und Gastgeber sowie das «Direkte Buchen» besonders deutliche Vorteile für beide Seiten, also für die Hoteliers und ihre Gäste hat.

Attraktive Angebote auf anderen Kanälen anpreisen

«Diese Kampagne ist eine direkte Folge der Entscheide der Wettbewerbsbehörden in Europa und in der Schweiz», erklärt Thomas Allemann, Mitglied der Geschäftsleitung von hotelleriesuisse. Denn nach dem Entscheid der schweizerischen Wettbewerbskommission (Weko) vom 19. Oktober 2015 haben die Hoteliers

weiterhin keine Möglichkeit, auf ihrer eigenen Website ihren Gästen direkt Buchungsvorteile anzubieten, das heisst auf ihren eigenen Online-Kanälen ihre Preise unabhängig von den Online Travel Agencies (OTAs) zu gestalten. Die Hoteliers sind somit in ihrer unternehmerischen Freiheit eingeschränkt. Die Preisparitäts- und Verfügbarkeitsgarantien, welche die Online-Buchungsplattformen von den Schweizer Hoteliers fordern, dürfen in den Allgemeinen Ge-

schaftsbedingungen von Booking.com, HRS und Expedia zum Teil verankert bleiben. «Also müssen die Hoteliers auf einem anderen Weg ihre attraktiven Angebote beziehungsweise Hotelzimmer zu günstigeren Preisen bewerben», sagt Thomas Allemann.

Vertrauen und Beziehung stärken

Möglich ist dies explizit im Offline-Buchungsmodus (mittels Brief, Fax, E-Mail, Telefon oder

direkt an der Réception). Empfohlen wird auch die direkte Kontaktaufnahme mit früheren Gästen, unabhängig davon, über welchen Kanal die erste Buchung im Hotel erfolgt ist.

Und genau hier setzt die von Hotrec lancierte länderweite Kampagne an, bei welcher auch der Dachverband der Schweizer Hoteliers mitmacht. Die Kampagne wird weder eine eigene Buchungsplattform beinhalten, noch irgendwelche verbindlichen Versprechen suggerieren. Der Kern-

ANZEIGE



Romer's wünscht frohe Weihnachten und ein knuspriges neues Jahr.

Romer's Bäckerhandwerk hat über vierzig Jahre Tradition. Sie schaffen das in wenigen Minuten! Mit unseren hochwertigen, in der Schweiz hergestellten Backwaren und Konditoreiprodukten. Damit Sie zu jeder Zeit offene, süsse und salzige Köstlichkeiten servieren können.

Rufen Sie uns an unter 055 293 36 36 oder besuchen Sie www.romers.ch.



Andermatt: Weiterhin optimistisch

Der ägyptische Investor bleibt durch und durch Optimist. Sein sich im Bau befindende Resort in Andermatt sei trotz Schwierigkeiten auf Kurs.

Samih Sawiris geht davon aus, dass sein Resort in Andermatt ab 2018 schwarze Zahlen schreiben wird, nach Fertigstellung des zweiten Hotels, des Golfplatzes und der Verbindung der Skigebiete von Andermatt und Sedrun. Ursprünglich sei dies bereits für 2014 geplant gewesen, wie Sawiris in einem Interview gegenüber dem «Tages-Anzeiger» und dem «Bund» erklärt.

Die Zweifel an seinem Projekt lässt Sawiris nicht gelten. Er bleibt



Zuversichtlicher Investor Samih Sawiris. Alain D. Bollat

optimistisch, «da ich Erfahrung mit solchen Projekten habe». Für die Schweiz sei es ein Sonderfall, für ihn hingegen nicht. Sawiris ist auch zuversichtlich, dass ab kommendem Jahr die Umsätze durch den Verkauf von Apartments in Andermatt stetig steigen werden.

Weniger rosig läuft derzeit das Geschäft im Hotel Chedi. Gemäss den publizierten Zahlen von Andermatt Swiss Alps liegt die Auslastung bei tiefen 29,5 Prozent. Von Juli 2014 bis Juni 2015 machte das 5-Sterne-Hotel bei einem Umsatz von 12,6 Mio. Franken einen Verlust von 4,2 Mio. Franken. Franz-Xaver Simmen, CEO der Andermatt Swiss Alps AG, begründet die schlechte Auslastung mit der ganzjährigen Öffnung des Hotels. **dst**

Vieux Manoir muss weiter warten

Die Ortsplanung in Meyriez soll revidiert werden. Dies kann bis 2018/19 dauern. Die Besitzer des «Vieux Manoir» müssen sich für den Umbau des Hotels gedulden.

Die Stimmbürger von Meyriez haben am Montagabend an einer Gemeindeversammlung einen Kredit in der Höhe von 104'000 Franken genehmigt. Dies für den erneuten Anlauf des Gemeinderates, die Ortsplanung zu überarbeiten, wie den «Freiburger Nachrichten» zu entnehmen ist. Ende 2014 hatte der Gemeinderat eine Revision der Ortsplanung nach Widerstand aus der Bevölkerung abgebrochen. Zu einem Konflikt führte damals eine geplante Umzonung für die Erweiterung des Hotels Le Vieux Manoir auf Gemeindegebiet.



Vorläufig kehrt ins Hotel Le Vieux Manoir kein Leben ein. zvg

Das Verfahren zur Ortsplanungsrevision umfasst vier Phasen. Die Genehmigung ist für 2018/19 vorgesehen. Das Areal rund um das «Vieux Manoir» wird dabei ein umstrittenes Element bleiben. Die Eigentümer möchten das Hotel erweitern so-

wie zusätzliche Gebäude bauen, wozu eine Umzonung notwendig ist. Das Hotel ist seit Herbst 2013 geschlossen. Ein Ausbau sei notwendig, um die Wirtschaftlichkeit des Betriebs sicherzustellen, begründeten die Eigentümer damals die Schliessung. **dst**

Weitere Fusionen erwartet

Innert eines Jahres stieg das Transaktionsvolumen der weltweiten Hotelindustrie um 25 Prozent. Die Käufe von Marriott und Accor waren nur der Anfang.

GUDRUN SCHLENCEK/HARALD WEISS

Das vom amerikanischen Fachmagazin «Hotels» wie jedes Jahr Ende Sommer aufgestellte Ranking der 325 grössten Hotelketten der Welt hatte dieses Jahr in seiner Gültigkeit nur kurz Bestand. Seit Herbst sorgten Übernahmen für markante Verschiebungen unter den weltweiten Top Ten: Anfang Oktober übernahm die chinesische Shanghai Jin Jiang International Hotel Group die ebenfalls in China ansässige Plateno-Gruppe. Und liegt damit punkto Anzahl Zimmer noch vor dem jüngsten Coup, der letzte Woche über die Bühne ging, als sich Accor die FRHI Hotels & Resorts mit den Luxusmarken Fairmont, Raffles und Swissôtel angete.

Eine neue Messlatte in Sachen Grösse setzt Marriott International mit der im November für kommenden Sommer angekündigten Übernahme von Starwood: 1,1 Millionen Zimmer wird der neu entstehende Hotelkonzern zählen - deutlich mehr als die je gut 700 000, mit denen Marriott, Hilton und IHG (InterContinental Hotels Group) aktuell die ersten drei Plätze für sich beanspruchen.

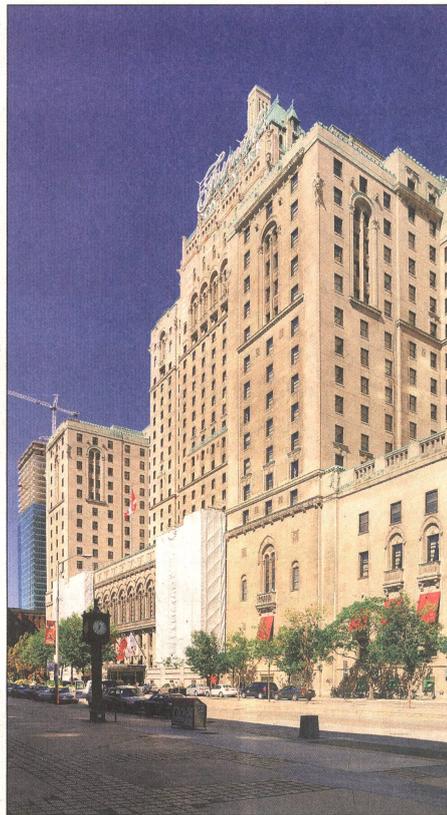
Die Marktzahlen bestätigen den aktuellen «Mergers & Acquisitions Boom» (M&A, Unternehmensfusionen und -käufe): Laut dem Finanz-Nachrichtendienst Bloomberg betrug der M&A-Umsatz in der Hospitality-Branche bis einschliesslich November 46 Milliarden Dollar, das waren schon 9 Milliarden mehr als im ganzen Jahr 2014.

Die meisten US-Analysten erwarten weitere Fusionen - bei IHG, Hyatt, Hilton und Four Seasons. «Hier wird es schon recht bald zu weiteren Gross-Akquisitionen kommen», heisst es in einer Research-Note der Citibank. «Ich glaube, dass jetzt viele grosse Hotelketten über eine Fusion nachdenken, um besser gegen die neuen Giganten ankämpfen zu können», sagt Douglas Quinby, Vice President bei Phocuswright. Auch Marriott setzt weiter auf Wachstum: Nach respektive dank der Übernahme

lauter das nächste Ziel: 1,5 Millionen Hotelzimmer weltweit.

Die Analysten von Morgan Stanley rechnen zwar ebenfalls mit einer massiven M&A-Welle, aber eher bei den kleineren Hotels. In einem entsprechenden Kommentar heisst es: «Von den geschätzten 17,5 Millionen Hotelzimmern weltweit gehören den zehn grössten Ketten weniger als ein Drittel, und keine hat einen Marktanteil von über 5 Prozent - selbst der neue Konzern Marriott-Starwood belegt nur 7 Prozent. Die weitere Konsolidierung wird also eher bei den mittelgrossen Hotelunternehmen stattfinden.»

Eine etwas andere Entwicklung prognostiziert der CEO des renommierten Beratungsunternehmens Treugast Stephan Gerhards: Langfristig werde es nur noch 25 weltweit agierende Hotelketten



Accor will mit dem Kauf der FRHI-Hotels, im Bild das Fairmont Toronto, den Umsatz im Luxussegment ausbauen. Wikipedia / Wladyslaw



Nachgefragt
Mark Wynne Smith

Global CEO,
Hotels & Hospitality Group,
Jones Lang LaSalle,
internationaler
Investment-Dienstleister

Wie wichtig ist heute Grösse für eine Hotelkette?

Grösse wird immer wichtiger. Die Hotelketten sind interessiert an den Brands und den Kundenbindungsprogrammen der Mitbewerber, damit wollen sie Marktdurchdringung und Kundenfrequenz erhöhen. Der Hotelmarkt befindet sich insgesamt gesehen in einer Konsolidierungsphase.

Und warum gerade jetzt? Der Hospitality-Markt hat sich gerade in den letzten fünf Jahren stark gewandelt. Das Hotel ist als Übernachtungsvariante nur noch eine unter vielen. Airbnb steht stellvertretend für diese Entwicklung. Diese Konkurrenz spüren die Hotelketten stark und sagen dieser nun den Kampf an.

Dabei hat man manchmal das Gefühl, dass einfach gekauft wird um des Kaufens willen: So war Accor auch an Starwood interessiert, wird nun aber FRHI übernehmen. Das Problem ist, dass die Marken vieler Hotelketten eine hohe Ähnlichkeit aufweisen. Alle sind im Zuge der ange-

spannten Marktverhältnisse aber auf der Suche nach Marken, die sich deutlich differenzieren, Brands, welche eine Sogwirkung auf den Gast haben. Denn die grosse Herausforderung ist, anders zu sein als die anderen. Für den Gast muss klar erkennbar sein, was er von einer Marke erwarten kann. Ein solcher Brand ist zum Beispiel W von Starwood.

Will man mit Akquisition auch die Kosten besser in den Griff bekommen?

Entscheidend ist, dass grössere Ketten mehr Geld einsetzen können, um auf dem Markt sichtbar zu bleiben. Sie können sich einen ganz anderen Auftritt bei den OTAs leisten.

Welche Rolle spielen die OTAs bei dieser Entwicklung?

Eine sehr bedeutende. Die Technologie, welche nötig ist, um in der oberen Liga mitzumischen, teilt den Markt sozusagen in Hotelketten mit weniger respektive mehr als 15 000 Zimmern. Erst ab dieser Grösse ist eine Kette in der Lage, entsprechend zu investieren. Jene mit weniger «keys»

geben. Bereits 2016 könnte es zu einer Übernahme einer grossen westlichen Hotelkette durch chinesische Investoren kommen. Chinesische Hotelgruppen mischen heute schon im internationalen Hotelranking aktiv mit, noch haben US-Unternehmen anzahlmässig bei den Top Ten jedoch deutlich die Nase vorn.

«Der Preis, den Accor zahlte, ist klar zu hoch, das rechnet sich nur sehr langfristig.»

Vicki Stern
Analystin bei Barclays

Wachstum beschert den Hotelketten neue Märkte und bessere Kostenstrukturen. Accor will mit dem FRHI-Kauf den Anteil der Luxus-Brands am Gesamtumsatz von 20 auf 35 Prozent erhöhen, 65 Mio. Euro möchte man einsparen. Warum genau das so nötig ist, erklärt Julien Nauri, Direktor des Hotelgeschäfts bei der internationalen Immobilienverwaltung Savills: «Die Online-Agenturen schaffen erstmals eine Preistransparenz, die ihrerseits wieder dazu führt, dass die Margen sinken.»

Der Druck unter den Hotelketten, bei einem Verkaufsangebot zuzuschlagen, bevor es der Mitbewerber tut, scheint gross. Accor zahlte - nachdem die Gruppe bei Starwood nicht zum Zuge kam - für die kanadische FRHI mit seinen 155 geführten Luxushäusern 2,9 Mrd. Dollar. Zu viel, urteilt Barclays Analystin Vicki Stern: «Der Preis ist eindeutig zu hoch, das kann sich nur sehr langfristig rechnen.»

werden sich auf den lokalen Markt konzentrieren müssen.

Schlechte Karten für kleine Ketten.

Kleine Ketten werden immer eine Zukunft haben. Dies, wenn sie dem Gast etwas Besonderes bieten und das auch kommunizieren. Dann ist dieser bereit, die höheren Kosten mitzutragen. Diese unabhängigen Ketten werden aber mehr im Luxussegment zu finden sein.

Können Hotelketten auch zu gross sein?

Das ist denkbar, hier fehlt jedoch die Erfahrung, wir bewegen uns in eine ungewisse Zukunft. Die Nähe zum lokalen Markt stellen die Ketten über lokale Betreiber sicher. Ich schätze, dass in fünf Jahren lokale Betreiber, «white labels» und die grossen Hotelketten das Geschäft dominieren. Von einer Konzentration wie bei der Autovermietung, wo fünf Firmen 90 Prozent des Weltmarktes bestimmen, ist die Hotellerie aber weit entfernt: Hier beanspruchen die grössten fünf gerade mal 25 Prozent des Marktes für sich. gsg

Aus der Region

Zentralschweiz

Engelberg: Neue Gondelbahn am Titlis



Roger Gruetter

Die Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG verfügen über eine neue Bahn, die **8er-Gondelbahn Titlis Xpress**. Auf der in zwei Sektionen unterteilten Gondelbahn-Anlage verkehren insgesamt 164 Fahrzeuge. Diese transportieren pro Stunde insgesamt 2475 Personen. Dank der neuen 8er-Gondelbahn verkürzt sich die bisherige Fahrzeit von Engelberg zur Station Stand um die Hälfte und dauert noch 16 Minuten.

Luzern will neue Veloparkplätze schaffen

Die Stadt Luzern setzt bei der Lösung ihrer Verkehrsprobleme unter anderem auf die Velos. In den nächsten zwei Jahren sollen 850 zusätzliche Veloparkplätze geschaffen und 2600 Abstellplätze verbessert werden. Der Stadtrat beantragt dem Parlament zur Umsetzung dieser Massnahmen 1,63 Mio. Franken. Diese werden aus einer Spezialfinanzierung entnommen, die ausserhalb des Investitionsplafonds abgerechnet wird. Die Stadt hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2020 den Anteil des Fahrrads am gesamten Verkehrsaufkommen von heute 2% auf 4% zu erhöhen.

Oberland

Bus alpin evaluiert Nutzen der Angebote



ZVG

In diesem Winter führt Bus alpin in den Regionen Ganttrich und **Habkern-Lombach** Fahrgasterhebungen durch. Damit will der Verein den Nutzen der Busalpin-Angebote evaluieren. Im Sommer sollen weitere Regionen folgen. Damit könne die Auswertung der vom Bund unterstützten Pilotphase der Jahre 2006 und 2007 auf eine neue und breitere Grundlage gestellt werden, teilt Bus alpin mit.

Mittelland

Weissensteintunnel kann weiter betrieben werden

Die diesjährige regelmässige Inspektion zeigt, dass der sich in schlechtem Zustand befindende Weissensteintunnel auf der Strecke Solothurn-Moutier für weitere zwei Jahre betrieben werden kann. Dies wenn zwingende Sicherungsmassnahmen vorgenommen werden, teilt die BLS mit. Mit jährlichen Inspektionen und entsprechenden Sicherungsmassnahmen könne die BLS den Weissensteintunnel bis maximal Ende 2020 betreiben. dst

Grundbildung auf hohem Niveau

Ab 2017 bietet die Hotellerie einen neuen Beruf: «Hotel-Kommunikationsfachfrau/-mann». Der Bund hat zugestimmt.

Ab Sommer 2017 wird die Hotellerie-Branche um eine Ausbildung reicher: Das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Entwicklung (SBFI) hat Anfang Woche grünes Licht für den neuen Beruf «Hotel-Kommunikationsfachfrau/-mann» gegeben. Zentrale Handlungskompetenz-

bereiche, welche die Grundbildung von anderen gastgewerblichen Berufen abgrenzt: Beraten und Betreuen von Gästen und Partnern, Gestalten und Organisieren von Marketingmassnahmen und Kooperationen, Organisieren und Umsetzen von administrativen Arbeitsprozessen, Sicherstellen der Nachhaltigkeit und Qualitätsvorgaben. Aktuelle Themen wie Nachhaltigkeit, Slow Food oder Food Waste werden berücksichtigt. Wert wird zudem auf Sprachkompetenzen gelegt: Unterrichtet wird Englisch sowie eine zweite Landessprache. Da-

mit sind die Absolventen gerüstet für einen Réceptionsposten oder als rechte Hand des Hoteliers in kleineren Hotels. Der Beruf spricht Jugendliche an, die ihre Karriere mit einer Hotelfachschule weiterführen wollen. Empfohlen wird Sek-Schulnote 5. Mögliche Unterrichtsorte sind noch in Abklärung. Die neue Grundbildung kann sowohl betrieblich als auch schulisches organisiert sein. Das hohe Niveau soll ein Absolventen der Berufsmaturität erleichtern. Starten will man im ersten Lehrjahr mit schweizweit 150 Lernenden. gsg

Doch mehr Schneesportzentren statt nur eines auf der Lenzerheide?

Der Nationalrat nimmt die Motion an und favorisiert eine andere Variante als der Bundesrat.

Zugunsten des BreitenSports sollen mindestens drei nationale Zentren für Schneesport geschaffen werden. Dies zumindest nach Ansicht des Nationalrats. Der Rat hat am Dienstag eine Motion von Christian Lohr (CVP/TG) mit diesem Anliegen angenommen. Lohr will eine «vernünftige regionale Verankerung des Schneesports sicherstellen». Es müsse ein Zeichen für den Jugendsport gesetzt werden. Ein Schneesportzentrum auf der Lenzerheide rei-

che für Schneesportler aus der Westschweiz, dem Wallis und anderen Regionen nicht.

Die Idee von drei Schneesportzentren lehnt der Bundesrat ab, obwohl er die Grundhaltung des Vorstosses teilt. «Primär finanzielle Gründe führen zur Ablehnung», sagte Sportminister Ueli Maurer. Das zur Verfügung stehende Geld liesse sich einmal zu, das Zentrum auf der Lenzerheide in erster Priorität finanzieren zu können. dst

Branche braucht die Politik

Jean-René Fournier und Jakob Büchler sind die tourismusfreundlichsten Parlamentarier 2015. hotellerieuisse und Parahotellerie Schweiz ehrten sie am **Polit-Dîner** im «Bellevue» Bern.

DANIEL STAMPFELI

Rund 30 National- und Ständeräte folgten am Montag der Einladung von hotellerieuisse und Parahotellerie Schweiz ins Hotel Bellevue Palace in Bern. Einer der Höhepunkte des Polit-Diners war die Auszeichnung zum tourismusfreundlichsten Parlamentarier, die in diesem Jahr an den Ständerat Jean-René Fournier (VS) und den Nationalrat Jakob Büchler (SG), beide CVP, ging. Die Auszeichnung basiert auf einer Abstimmungsanalyse, die hotellerieuisse im laufenden Jahr während den Sessions vorgenommen hat. Die beiden Geehrten machten sich unter anderem im Rahmen der Standortförderung und des Zweitwohnungsgesetzes für die Anliegen der Branche stark.

Ein Blick hinter die Kulissen des Hotels Bellevue Palace Bern machte den Parlamentariern die marktwirtschaftlichen Herausfor-

derungen der Branche spürbar. Hoteldirektor Urs Bühler führte die anwesenden Parlamentarier durch sein Haus und gewährte ihnen einen Einblick in die vielfältige Welt der Hotellerie. Dabei wurden aktuelle wirtschaftspolitische Herausforderungen in der Hotellerie thematisiert, wie etwa die Arbeitskräfte-Problematik.

hotellerieuisse-Präsident Andreas Züllig appellierte bei der Begrüssung an die Politik, dass die Schweizer Hotellerie weiterhin auf faire wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen angewiesen sei. Christophe Hans, Leiter Wirtschaftspolitik hotellerieuisse, hob mit der wirtschaftsfreundlichen Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative und dem Erhalt der bilateralen Abkommen sowie der definitiven Verankerung des MWST-Beherbergungssatzes die Schlüsselthemen des kommenden Jahres hervor.



Freuen sich über die Auszeichnung: **Andreas Züllig**, Präsident hotellerieuisse (l.), und **Roger Seifritz**, Delegierter Wirtschaftspolitik von Parahotellerie Schweiz (r.), umrahmen **Jean-René Fournier** (CVP/VS, 2. von links), den tourismusfreundlichsten Ständerat 2015, und **Jakob Büchler** (CVP/SG), den tourismusfreundlichsten Nationalrat 2015. Bilder: Melanie Barton



Verstehen sich gut: Die Nationalräte **Martin Candinas** (CVP/GR) und **Doris Fiala** (FDP/ZH).



Vertreterinnen aus dem Nationalrat: **Regine Sauter** (FDP/ZH, l.) und **Maja Ingold** (EVP/ZH).



CVP-Nationalrätinnen: **Ruth Humbel** (AG, l.) und **Elisabeth Schneider-Schneider** (BL).



Über Partei- und Regionsgrenzen: **Hansjörg Walter** (SVP/TG, l.), **Christine Bulliard-Marbach** (CVP/FR) und **Duri Campell** (BDP/GR).



Tourismus vereint Nationalräte: **Silva Semadeni** (SP/GR) und **Dominique de Buman** (CVP/FR).



Nationalräte mit Lobbyist: **Karl Vogler** (CVP/OW), **Christian Inark** (SVP/SO) und **Christophe Hans**, Leiter Wirtschaftspolitik hotellerieuisse (v.l.).



Vertreter aus dem Nationalrat: **Hans Grunder** (BDP/BE, links) und **Beat Arnold** (SVP/UR).

Ameron Hotel Collection eröffnet erstes Hotel-Resort in Davos

70 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Tourismus feierten das Grand Opening des **Ameron Swiss Mountain Hotel Davos**.

Das erste Hotel der Ameron Hotel Collection in den Schweizer Bergen wurde am vergangenen Freitag offiziell eröffnet.

Das Direktionshepaar Ingo und Silvana Schlösser und sein Team boten den angereisten Gästen einen herzlichen Empfang im neuen Davoser Design-Hotel.

Nach einer eingehenden Besichtigung des neuen alpenländisch inspirierten Hauses wurden die Gäste im Restaurant Campanello, das von Küchenchef Matthias Brust geführt wird, mit edlen Tropfen aus der Schweiz und Italien und einem bündnerischen Vergangenen kulinarisch verwöhnt.

Eigens angereist aus der Zentrale in Köln war Thomas H. Althoff, Inhaber der Althoff/Ameron Hotelgruppe, mit seiner Frau Elke Diefenbach-Althoff. «Nach Luzern ist uns mit dem zweiten Ameron Hotel in der höchsten Stadt Europas ein weiterer wegweisender Meilenstein gelungen. Wir haben hier in Davos unser erstes Resort-Hotel eröffnet, und

darüber freuen wir uns ganz besonders», so der deutsche Hotelier über sein neuestes, 148 Zimmer umfassendes Haus. Der Davoser Landammann Tarzisivus Caviezel ergänzte: «Dank der Präsenz des neuesten Ameron Hotel wird die Marke Davos mit deren Vielfalt nun in die Welt hinaus getragen».

Der Ausklang des fröhlichen Abends fand bei einem angenehmen Austausch zu DJ-Klänge in der Hotelbar statt.



Freude über den gelungenen Eröffnungs-Event bei den Gastgeber **Ingo** und **Silvana Schlösser**.



Ari Damhoff, ehem. Direktionsmitglied bei Delta Lloyd, mit seiner Frau **Gerda**; **Mark-Dennis van der Valk**, Inhaber Holland House Management GmbH; **Cor van Zadelhoff**, Zadelhoff Makelaars (v.l.).



Kai Böcking, gut.tut.gut Productions mit **Edgar Lichter**, Vizepräsident Ameron Hotels (v.l.).



Tarzisivus Caviezel, Landammann Davos; **Wolfram Kons**, RTL-Moderator; **Thomas H. Althoff**, Gründer Althoff Hotel Collection (v.l.).



Elke Diefenbach-Althoff, Mitgründerin Althoff Hotel Collection; **Rudolf** und **Elke Paffgen**, Brauerei Paffgen Deutschland (v.l.). Ameron Swiss Mountain Hotel Davos

Sesselrücken

Neuer Director of Spa im Victoria-Jungfrau

Hans-Peter Veit (48) wird im Laufe des ersten Quartals 2016 die Leitung des Wellness- und Spabereichs im Victoria-Jungfrau Grand



ZVG

Hotel & Spa Interlaken übernehmen. Der gebürtige Deutsche war in den vergangenen 16 Jahren im Brenners Park-Hotel & Spa Baden-Baden in verschiedenen Funktionen, unter anderem seit 2004 als Spa Manager, tätig. Seit 2010 zeichnete Hans-Peter Veit zusätzlich auch für die gesamte Oetker Collection als Director of Spa Development verantwortlich für die neuen Hotels in Marrakech, Courchevel, auf den Seychellen und St. Barth.

Verstärkung von Sales & Marketing im Hotel Margna

Felicitas Reich (27) ist neue Verantwortliche für Sales & Marketing im Hotel Margna in Sils. Bis Ende Sommer war sie als Resi-



ZVG

dences-Manager bei der St. Moritz Bäder AG für Sales & Marketing sowie für die Vermietung der Kempinski Residences ebenfalls in St. Moritz verantwortlich.

Radisson Blu Zurich Airport hat neuen Direktor

Daniel Twerenbold übernimmt per 1. Januar 2016 die Führung des Radisson Blu Hotel Zurich Airport. Er wird gleichzeitig



ZVG

District Director der Radisson Blu Hotels in der Schweiz. Er tritt als Direktor des Radisson Blu Zurich Airport die Nachfolge von **Werner Knechtli** an, der die Rezidor Hotel Group nach über 30 Jahren Dienst Ende Jahr verlässt. Zuletzt war Twerenbold als District Director für die Rezidor Hotel Group in Nordeuropa tätig, wo 12 Radisson Blu Hotels in Dänemark, Island und Schweden an ihn berichteten.

BMI Regional: neuer Sales Manager für die Schweiz

Maurizio Lavio ist von der Fluggesellschaft BMI Regional zum neuen Sales Manager der Schweiz in Bern ernannt worden. Die letz-



ZVG

ten 15 Jahre war Lavio als Key Account Manager beim Geschäftsreise-Spezialisten HRG in der Schweiz tätig. BMI fliegt unter anderem von Bern nach München. dst

Une dégustation immatérielle

À la veille des fêtes, un peu étouffé par la frénésie de la consommation, nous avons soumis trois spécialistes du vin et du champagne à des réflexions ayant trait aux sensations. Ils s'y sont prêtés de bon cœur et leurs réponses reflètent leur esprit de partage.

ALEXANDRE CALDARA



images kiki/reamstime, pixabay

«Mettre mes pieds dans le vignoble»

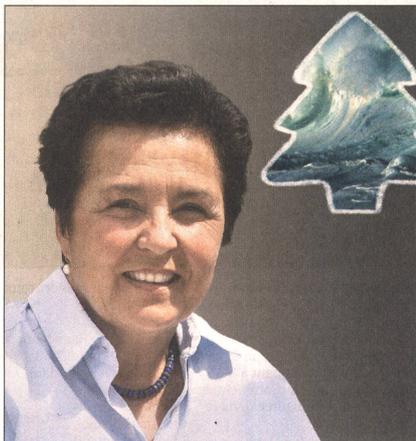
Kat Morse, comment définiriez-vous votre rapport immatériel au vin?

C'est simple je suis tombée amoureuse. Je me souviens du goût de mon premier vin, un Clos de Tart en Bourgogne. Je poursuivais mes études de droit et me suis dit «mon Dieu, voici un parfum parfait. Chaque verre possède son histoire, son caractère, son terroir. Si je déguste maintes fois un Clos de Tart je peux suivre en fil rouge son histoire. Quand Sylvain Pitiot reprend les sept hectares du Clos de Tart de 1995 à 2014, il divise tous les terroirs par sous-sols et tient compte des villages des vignes, il change le goût du vin. Comme avocate, je voyais des clients pas toujours heureux à qui l'on n'avait parfois fait du mal. Dans le monde du vin, on partage autour d'une dégustation des couleurs, de vraies tranches de vie autour de mes recherches. Je connais tous les producteurs et tiens à partager ces connaissances avec mes amis. Beaucoup de gens ne savent pas que lorsque l'on parle de Syrah et de Shiraz australien, il s'agit du même cépage. Je ris parce que c'est la même fille avec un autre maquillage. Le plaisir lié au vin s'apprend, on le cultive dans son cœur. Pour comprendre un vin je dois mettre mes pieds dans la vigne.

Quand je vois la colline en champagne, je comprends pourquoi on y a cultivé de la vigne et pourquoi les terrains plats sont consacrés à la betterave. Un goût dépend d'une touche de soleil et d'une rivière qui peut changer le climat. Je me souviens de mon premier petit pique-nique à Montrachet avec mon mari et mon meilleur ami, mais aussi avec un bon fromage et une baguette française. C'est un feeling incroyable. Si vous offrez une bouteille de 1982, vous avez raison car il s'agit d'une bonne année, mais surtout vous offrez une photo de votre esprit cette année-là.

Quel cadeau immatériel voudriez-vous offrir pour Noël?
Un sourire. Comme ceux que j'offre aux gens stressés par leurs achats à la rue du Rhône. J'adore la saison de Noël, les lumières, je commence à écouter des chants de Noël, en octobre. Je suis un peu folle, je me balade rue du Rhône avec mes faux bois de cerf et les enfants me demandent où je les ai achetés, alors je les leur donne.

Kat Morse, avocate de formation, est co-directrice de la start-up Wine.me, accent des Philippines et des Etats-Unis mêlé à celui de Genève, elle a créé le Salon du champagne.



«Pistil de l'acacia dans le Fendant»

Elisabeth Pasquier, comment définiriez-vous votre rapport immatériel au vin?

Un produit vivant et complexe, dont je retiens surtout les connexions qu'il crée lorsqu'on le partage. Il reste un passeur d'émotions entre nous. Au-delà d'être sec, moelleux ou étourdissant, il délie les langues, déstresse, révèle ce que l'on mange et trouble nos rapports amoureux. Quand les hommes consomment du vin entre eux on entend ce côté rigolard et les femmes ce moment entre copines, mais ce qui se passe entre les hommes et les femmes pendant qu'ils boivent ensemble me semble magique. J'aime le décorum qui l'entoure, je ne boirai jamais du vin dans un verre en plastique. Dans un bon restaurant, il me faut du vin, évidemment il ne s'agit pas de quantité, un demi verre peut être merveilleux, mais je ne peux concevoir un grand repas avec seulement de l'eau. Les grandes Arvines me ramènent vers les vagues de l'océan de mon enfance, avec ce sel des Landes qu'elles laissent sur le palais. Quand je perçois un arôme de cuir dans un grand rouge, je repense au

moment où je farfouillais dans le sac à main de ma maman, pour lui dérober des choses. J'aime les parfums de sous-bois comme quand je marche après la pluie. Dans certains Fendants de Fully, je repère le pistil des fleurs d'acacia que l'on démontait et croquait. Comme les livres, la dégustation me guide toujours vers de vieux souvenirs. Ah, les senteurs de cacao Van Houten, cette poudre amère, dans de grands vins rouges. A l'inverse je peux être déstabilisée par l'odeur de l'encre dans un vin qui me ramène au moment où je m'en mettais plein les doigts.

Quel cadeau immatériel voudriez-vous offrir pour Noël?

J'aimerais donner mon temps, on ne donne jamais assez de son temps, et aussi pouvoir renouer avec quelqu'un que l'on a perdu de vue, avec qui l'on s'est fâché, même si l'on ne se sent pas fautif, cela me semble super important.

Elisabeth Pasquier, directrice de l'Association Vinea, accent de Carcassonne mêlé à celui du Valais pour cette diplômée de l'École hôtelière de Lausanne qui aime la vie au mayen.



«Le vin mérite notre respect»

Tzvetan Mihaylov, comment définiriez-vous votre rapport immatériel au vin?

Je tiens tout d'abord à parler de cela autour d'un verre de vin, cela va m'aider. Je tente de réfléchir de temps en temps et suis surpris par la grande présence du matériel chez les professionnels du vin et donc chez tous ceux qui suivent leurs conseils, mais aussi de cette surenchère dans les descriptions olfactives du genre, exemple absurde: Je sens du poivre Cayenne de Madagascar. Tout cela nous écarte de notre centre, le vin. Notre amour, notre passion ne sera jamais liée à nos dépenses. J'achète un vêtement pour sa qualité, pas pour sa marque. L'autre jour des amis ont ouvert une bouteille et ne voulaient pas la boire parce qu'elle était passée. Oui c'était passé, mais pas vinaigré, je peux apprécier quand même ses qualités. Ou si l'on ouvre 50 bouteilles incroyables et l'on doit se dépêcher de passer au repas - non, je pense que l'on doit prêter attention à chaque bouteille, le vin mérite notre respect. J'aime l'odeur d'une cave. Je pense que le vin invite toujours au partage avec un bon repas et une bonne conversation, plus encore qu'un style de musique. On devrait vendre du champagne en disant «vous ne

payez que le vin, pas les bulles. Quand je me promène fin septembre ou début octobre le long des vignes et tombe sur une grappe de Pinot Noir oubliée, que je la goûte, j'ai l'impression de dépasser le matériel.

Quel cadeau immatériel voudriez-vous offrir pour Noël?

Je veux vous offrir une bouteille de champagne. Comme cela notre rapport se dématérialise, vous ne vous dites plus: oh là, c'était tellement cher ou j'ai dû me battre pour acheter cette bouteille. C'est comme si vous trouvez un billet de 1000 francs et décidez d'offrir un bon repas à plusieurs personnes que vous aimez, cela ne change pas votre vie, mais vous passez un super bon moment. Ce qui est à la fois très matériel et très immatériel, comme les débats philosophiques chez les Grecs anciens.

Tzvetan Mihaylov, professeur et interprète de guitare classique, accent bulgare mêlé à celui de Neuchâtel, il se passionne pour le vin. Après obtention «avec distinction» de divers certificats WSET, il est devenu professeur et responsable de la Swiss Hospitality Connoisseur Series à l'HTTI de Neuchâtel. En parallèle, il a créé sa propre entreprise pour l'importation de Champagnes fins et de gastronomie: vin-import.ch.

Un Romand premier d'une «Liste» à la française

Benoît Violier prend la tête de «La liste» lancée par Atout France en réponse au «50 Best». Mais la méthodologie, le financement et l'idéologie de ce classement ne font pas non plus l'unanimité.

En matière de gastronomie l'Etat français prend les choses au sérieux, le ministre des affaires étrangères Laurent Fabius remettra ce jeudi le titre suprême de «La Liste» au chef de l'Hôtel de Ville de Crissier, Benoît Violier. Une excellente nouvelle pour la gastronomie romande.

Même si ce nouveau classement voulant apporter une réponse au controversé «50 Best» de San Pellegrino, soulève lui aussi les questions. Les notes attribuées aux mille tables d'exception complètent les appréciations de 200

guides, sites participatifs, classements et journaux du monde entier et plus de 3000 restaurants auraient répondu à un questionnaire. Ce projet associatif a été piloté par Philippe Faure, ancien ambassadeur et directeur d'Atout France, organe de promotion touristique du pays. Il a été financé par plusieurs mécènes dont Nestlé et Moët-Hennessy. En Suisse, les deux sites référents furent Taste et Bestrest et le consultant Philippe Dubath, éditeur de la Suisse gourmande et du Guide bleu. Pour l'heure seul le Top 10 a été révélé, à

la deuxième place du podium Per Se, à New York, de Thomas Keller, et à la troisième le chef Kyo Aji, à Tokyo, le Parisien Guy Savoy arrive au quatrième rang et le Grison Andreas Caminada au cinquième. Les premiers de l'autre classement, les frères Rocca à Gérone pointent au sixième rang.

Le site internet Atabula du journaliste Franck Pinay Rabaroust qualifie ainsi le choix de Benoît Violier: «Il était le candidat parfait. D'abord sa cuisine tient sûrement la route, dans un mélange de tradition et de modernité

irréprochable. Il est Français, connu des professionnels mais peu du grand public - parfait pour faire croire que la Liste est une découverte de talents; il est en terre suisse, donc neutre; il est jeune, intelligent et volubile, parfaitement oublié par l'ennemi 50 Best, et, pour ne rien gêner, il est dans un pays tout proche de la France... Rien à dire, il était le candidat idéal.» Quant à François Simon sur son blog: «Doux Jesus, déjà qu'il y avait le classement des 50 meilleurs restaurants, en voilà un autre aussi absurde.»



Benoît Violier premier de «La Liste».

Bruno Vosser

En bref

Vaud

Le groupe Boas se consacrera qu'à l'hôtellerie

Le groupe vaudois Boas se sépare de ses activités liées aux personnes âgées (senior care) pour se consacrer à l'hôtellerie et au thermalisme. Le groupe a communiqué hier qu'il céda cette partie de son activité qui concerne les EMS et appartements protégés, à Tertianum, du groupe soleurois Swiss Prime Site, au premier trimestre 2016. «L'entrée en lice de ce nouvel actionnaire n'a aucune incidence sur les résidents et le personnel.» Jean-Michel Rupp devient directeur général du pôle hôtelier. aca

Fribourg

Un visuel géant pour accueillir les voyageurs

Fribourg Tourisme a installé un visuel géant en bordure des rails de la gare de Fribourg. Mesurant 16 mètres sur 3 mètres, il souhaite la bienvenue aux voyageurs en cinq langues, tout en offrant une vue panoramique sur la vieille ville. L'office du tourisme est parti du constat que «sur les 200 trains transitant chaque jour, la plupart des passagers ignorent qu'un joyau médiéval se cache derrière le centre ville». Cet affichage doit les inciter à descendre du train et à partir à sa découverte. lb

Chaînes hôtelières gloutonnes

En un an, le volume des transactions hôtelières mondiales s'est accru de 25%. Les récentes acquisitions de Marriott et d'Accor ne représentent toutefois qu'une première étape.

GUDRUN SCHLENCZEK/HARALD WEISS

Dressé par la revue spécialisée «Hotels», le classement des 325 plus importantes chaînes hôtelières mondiales a rapidement perdu de sa pertinence cette année. En effet, depuis l'automne, une vague d'acquisitions a redistribué les cartes parmi les dix premiers. Au début octobre, le Shanghai Jin Jiang International Hotel Group a absorbé la chaîne Plateno, également établie en Chine. Il continue donc de devancer Accor, malgré le récent coup du groupe français, qui a acquis la semaine dernière les FRHI Hotels & Resorts qui comprennent les enseignes de luxe Fairmont, Raffles et Swissôtel.

En reprenant Starwood, Marriott International a posé un nouveau jalon dans le domaine de la grandeur: le groupe compte désormais 1,1 million de chambres



L'enseigne de luxe Fairmont, ici représentée par le Montreux Palace, a été rachetée par Accor. ldd

soit bien davantage que les quelque 700 000 unités qui assureraient jusqu'à maintenant à Marriott, Hilton et InterContinental Hotels Group de figurer dans le trio de tête.

D'autres fusions en vue chez IHG, Hyatt et Four Seasons

La plupart des analystes américains s'attendent à d'autres fusions chez IHG, Hyatt et Four Seasons. Ainsi, la Citibank affirme dans une note que d'autres opérations majeures auront lieu dans un proche avenir. «Je suis convaincu que de nombreuses chaînes hôtelières envisagent de fusi-

onner afin d'affûter leurs armes pour s'opposer aux nouveaux géants du secteur», déclare Douglas

Quinby, vice-président de l'institut Phocuswright. Marriott n'entend pas non plus s'arrêter en si bon chemin et s'est d'ores et déjà fixé comme objectif d'atteindre à court terme 1,5 million de chambres d'hôtel dans le monde.

Morgan-Stanley prévoit également une vague de fusions et

d'acquisitions, plus marquée cependant pour les établissements de taille moyenne. La banque a ainsi publié un commentaire indiquant que

«Je suis convaincu que de nombreuses chaînes hôtelières envisagent de fusionner.»

Douglas Quinby
Vice-président institut Phocuswright

d'une part de marché supérieure à 7%. Stephan Gerhard, CEO de l'entreprise de conseil Treugast,

considère qu'il n'existera plus à long terme que 25 chaînes hôtelières à l'échelle internationale. En 2016 déjà, des investisseurs chinois pourraient jeter leur dévolu sur une grande chaîne hôtelière occidentale.

Accor renforce sa présence dans le segment de prestige

Ce processus de croissance ouvre aux opérateurs de nouveaux marchés et leur permet d'optimiser leur structure de coûts. Avec la reprise de FRHI, Accor entend faire passer de 20 à 35% la part de son chiffre d'affaires réalisé par ses enseignes de prestige et table sur des économies de 65 millions d'euros. Julien Naouri, directeur du secteur hôtelier auprès de l'entreprise de conseil immobilier Savills, explique: «Les agences en ligne créent une transparence des prix qui conduit à une réduction des marges». Les objectifs de Marriott et d'Accor sont parfaitement clairs, de l'avis de Douglas Quinby: «Ils souhaitent accroître leurs bénéfices grâce à une plus forte présence sur le marché.»

Accor a déboursé 2,9 milliards de dollars pour acquérir le groupe canadien FRHI et ses 155 établissements de prestige. Une somme excessive, de l'avis de Vicki Stern, analyste auprès de Barclays: «Un prix aussi élevé ne peut être rentabilisé qu'à très long terme.»

Traduction Jean Pierre Ammon
d'un texte en page 5

ANNONCE

htr hotel revue

*Chères lectrices, chers lecteurs,
Chers annonceurs, chers clients*

Nous vous remercions sincèrement de la confiance que vous avez témoigné cette année à l'égard de notre journal htr hotel revue, de notre portail d'informations htr.ch et de notre service de news htr.news.

Nous vous souhaitons à vous et à vos proches de joyeuses fêtes de fin d'année ainsi qu'une belle, heureuse et fructueuse nouvelle année.

La rédaction et l'édition

Jura de samourais et de vierges



Akiko Marquis, devant l'Hôtel de Ville de Porrentruy et le sanglier, symbole protecteur de la cité.

Images Mélanie Barton

Ecrivain mêlant histoire jurassienne et légendes nippones, Akiko Marquis ne pouvait que devenir guide touristique. Elle invente de nouveaux parcours pour ses compatriotes.

ALEXANDRE CALDARA

Une couverture jaune, une graphie nipponne puis deux images: le château de Porrentruy, dans le Jura et le gratte-ciel d'Osaka, au Japon, qui ressemble à l'arc de Triomphe. Des ramifications qui peuvent paraître improbables en couverture de «Lumière», édité au pays du soleil levant en 2007. Sauf qu'il s'agit du troisième roman d'Akiko Marquis, écrivain

et guide touristique arrivée en Suisse «à la veille de Noël en 1991», après avoir rencontré son mari dans une école de langues en Angleterre. Silhouette frêle et enthousiasme communicant, elle parle du Jura avec passion, de Porrentruy qu'elle connaît dans ses moindres recoins et où elle s'établit en 1993 en devenant, «à l'époque, la seule Japonaise de la ville». Et même de Mervelier où elle se marie et se rend compte que beaucoup de gens se nomment, désormais comme elle, Marquis.

Trouver des anecdotes pour raconter l'histoire européenne

Depuis plus de dix ans, elle guide des groupes de touristes de son pays d'origine, admet qu'ils se font hélas de plus en plus rares: «Avant 2009, on pouvait compter sur trois ou quatre groupes par année, après la crise économique, il s'agit plutôt d'un ou deux groupes. La majorité de mes compatriotes s'intéresse à l'Oberland Bernois, Lucerne, Zurich et Genève.

Seuls les plus curieux d'entre-eux ou ceux qui reviennent en Suisse pour la deuxième ou troisième fois sont susceptibles de s'arrêter dans le Jura.» Ces touristes-là adorent et sont surpris de constater l'influence de la France voisine sur la qualité de la gastronomie et pour ceux qui découvrent la Saint-Martin s'enivrent de son atmosphère unique. Akiko Marquis peut aussi compter sur le travail de l'agence de voyage Let's Swiss qui travaille avec une clientèle plutôt aisée, uniquement vers notre pays, pour mettre son canton d'adoption sur la carte touristique. Elle reste la seule guide en langue japonaise du Jura et a assuré les traductions pour les sites internet de Jura Tourisme et de Suisse Tourisme.

Mais si son amie Francine Chapatte, elle aussi guide, enseignante et flûtiste baroque lui a suggéré d'embrasser cette profession, c'est surtout parce qu'elle savait raconter des histoires. «En 2001, j'ai demandé à la famille de mon mari si je pouvais revisiter leur album,

comme un roman. Je me suis lancée dans l'étude de nombreuses archives à la bibliothèque cantonale. Puis ai créé le personnage de Cécile. Elle évolue dans un milieu de petits paysans, une famille de 7 enfants ayant grandi dans le Val-Terbi. J'étais aussi intéressée par

le grand-père caporal de régiment qui a protégé les frontières pendant la deuxième guerre mondiale. Les Japonais ignorent tout de cette histoire, il voit la Suisse comme un pays neutre pas du tout touché par ce conflit.» Elle reste consciente que l'histoire européenne reste très éloignée pour ces compatriotes: «Cela ne sert à rien de les étouffer de dates ou d'éléments trop précis sur l'Evêché de Bâle.» Par contre elle peut les captiver par des anecdotes comme ce petit médaillon de Napoléon sur une cheminée qui se trouve aujourd'hui dans le magasin de meubles Nicol.

Devant l'hôtel de Ville de Porrentruy et son majestueux sanglier en bronze, elle raconte la légende de cet animal désormais emblème et protecteur: «On raconte que il fut dévastateur pour notre ville, mais que cela avait permis de constater que les murailles de 3 mètres ne permettaient pas de protéger les habitants. Après son passage on a érigé une muraille plus haute et fortifiée.»

La guide peut aussi vous parler de l'Allée des soupirs, de la rivière de Creugenat le trou du sorcier en patois, de trois bulbes qui protègent la ville et des empreintes de dinosaures de Courtedoux.

«Seuls les touristes japonais curieux s'arrêtent à Porrentruy et ils adorent.»

Akiko Marquis
Ecrivain et guide

La légende du sanglier protecteur de la ville de Porrentruy

Ses visites sortent de l'ordinaire, elle cible ce qui peut éveiller l'attention d'un Japonais: «Devant ce petit portrait de Napoléon, je peux raconter l'histoire du général Delmas qui avait été mal poli avec l'Empereur et qui a vécu à Porrentruy en exil. On lui prête beaucoup d'aventures féminines et un chemin secret pour sortir le soir de sa maison. Malgré sa situation, il est toujours resté fidèle à Napoléon, ce qui me permet de le décrire comme un espèce de samouraï mort à la bataille de Leipzig.» Elle conduit aussi ses groupes jusqu'à Saint-Ursanne pour sa beauté médiévale: «Je peux évoquer le dessinateur John Howe qui a pris pour modèles ses ponts pour le Seigneur des anneaux.»

Série 3/4

Ces fonctions

dont on parle moins

Le «cahier français» d'hotel revue propose de clore l'année avec une série présentant des fonctions de l'industrie touristique dont on parle moins. Choix subjectifs de personnalités qui représentent la richesse du monde touristique en termes de capital humain. Kristina Kalz, digital & social media manager à Montreux-Vevvey Tourisme et Marc Valentin, voiturier et homme multifacettes du Grand Hôtel du Lac, à Vevey, furent les deux premiers acteurs de ces quatre volets. lb/aca

Ses objets d'encre et de papier

Au moment de choisir son objet fétiche Akiko Marquis hésite entre ses romans en japonais et une représentation de la sainte Vierge. Et comme précisément la couverture de «Requiem» montre l'église de Saint-Pierre de Porrentruy et un pentit de la Vierge de Guadeloupe au Mexique, elle opte pour cela.



Les couvertures des romans d'Akiko Marquis.

Plus tard, elle nous guidera vers la statue dite Sainte-Vierge miraculeuse à l'église Saint-Pierre, où Akiko Marquis fut baptisée.

«Ma mère était protestante, je me suis convertie au catholicisme en Suisse. J'écrivais ce livre pendant que j'aurais mes deux filles au catéchisme.»

Le personnage de Jake dans «Requiem» a perdu son épouse japonaise dans un accident: «Une situation hélas fréquente dans le Jura où les routes restent mauvaises et les traumatismes nombreux.»

Akiko Marquis avoue avoir été inspirée par le bassiste J du groupe de rock japonais Luna Sea et son amour de la vierge. aca

Point d'accueil au pied de Chasseral

Située au bas des pistes de ski, la Maison Chasseral-Les Savagnières accueille les premiers sportifs. Ce lieu d'accueil, complété d'un kiosque du terroir, servira en été de point de départ aux randonneurs.



Le bâtiment s'illustre par une construction écologique.

Un nouveau point d'accueil pour les visiteurs du massif du Chasseral reçoit ses premiers visiteurs, après sept mois de travaux. La Maison Chasseral-Les Savagnières, située au bas des pistes de ski, comprend un local de pique-nique, un magasin de location de matériel de ski et un kiosque du terroir. Des conférences, projections et présentations seront organisées. En hiver, ce sont quelque 100 000 skieurs qui profitent des installations mécaniques du domaine. Alors qu'en été, tout autant de visiteurs profitent du massif au travers de randonnées, estime un communiqué.

Point de connexion entre les cantons de Neuchâtel et de Berne, ce lieu devient «un point d'entrée». Avec pour objectif notamment: celui de «contribuer au développement harmonieux de l'ensemble de la région dans le respect de la nature et de l'environnement».

En été, la maison servira de point de départ à des sorties guidées. Il accueillera également

des classes d'école et des groupes venant découvrir le massif. Le bâtiment s'illustre par une construction écologique. Il est doté de panneaux solaires et d'un chauffage aux pellets d'origine régionale. Fruit d'un partenariat public-privé, le projet réunit les communes de Val-de-Ruz et de Saint-Imier, la station de ski Bugnens-Savagnières SA et le Parc Chasseral. lb

Les gens

Deux nouveaux dirigeants pour le site de Brigerbad

Olivier Foro sera le directeur opérationnel des bains thermaux de Brigerbad, dès le 1er janvier. Il a passé les 15 derniers mois à l'Office



du tourisme d'Anzère en tant que chef de projet chargé de mettre en place la nouvelle structure touristique. Le thermalisme lui est familier: il a auparavant travaillé aux Bains d'Ovronnaz. La direction générale sera confiée à Silvana Tomasino, actuelle directrice des Bains de Lavey. Ces nominations interviennent suite à la démission du directeur Paul Schnidrig.

Lausanne Tourisme se réorganise



Steve Pasche, directeur de Lausanne Tourisme, assumera la responsabilité du nouveau Pôle communication et médias, à compter du 1er janvier. Son but consiste à «assurer une transversalité de la communication à travers les différents supports médias». Il cède en outre sa place de chef de service Congrès et Manifestations, à Gwendoline Castro, actuelle coordinatrice d'événements. La destination annonce encore la création d'un service «Digital Solutions». Il sera placé sous la responsabilité d'Emmanuelle Rose.

L'organisateur de Air 14 à la tête de Lausanne 2020

Ian Logan sera le directeur général de Lausanne 2020, nouvelle étape clé en vue de la réalisation des Jeux olympiques de la jeu-



nesse. Choisi parmi 56 candidats, il a fait valoir son expérience dans la gestion d'événements d'envergure, à l'instar de Air 04 et Air 14. L'actuel chef de la régulation de l'aviation militaire suisse officie en qualité de conseiller pour d'autres manifestations telles que Gotardo 2016, la Fête de lutte 2016 et la Fête des vigneronnes 2019. Il entrera en fonction dès le début 2016. lb

Une offre d'héli-taxi attise le débat



La base d'Air Glaciers de Leysin dynamise son offre au départ de la Riviera: vol-taxi jusqu'au pied des pistes ou héliski pour ceux qui peuvent se le permettre.

Air Glaciers

Le débat écologique s'invite lors du lancement de la nouvelle offre d'héli-taxi d'Air Glaciers entre Leysin et la Riviera. La branche touristique relativise et évoque un marché de niche.

LAETTIA BONGARD

En faisant appel à Bastian Baker pour lancer sa saison d'hiver, la base d'Air Glaciers de Leysin cherchait avant tout à se faire connaître. C'était sans compter sur le contexte ambiant de la COP21, qui a rapidement transformé la promotion de la nouvelle offre d'héli-taxi entre la Riviera et Leysin en débat écologique.

L'argument «du lac à la neige en sept minutes» a fait frémir la ville de Vevey, détentrice du label Cité de l'énergie. Les milieux touristiques, enthousiastes à l'annonce de ce nouveau service jugé «novateur», estiment que le débat a pris trop d'ampleur, rappelant au passage que «d'autres font pire».

Selon eux, ce type de transport restera réservé à un marché de niche. Pourtant, Leysin a opté pour le slogan «Oxygène des Alpes», tandis que Les Diablerets poursuivent une stratégie verte et durable. Contradictoire?

La ville de Vevey dénonce, outre la question des autorisations «non délivrées» pour l'utilisation de la parcelle communale, l'usage annoncé par Air Glaciers: «L'essentiel de notre opposition porte sur l'inadéquation avec le label que nous défendons depuis neuf ans. L'hélicoptère n'est pas fait pour le tourisme de loisirs. En utilisant ce terrain, nous ne voulions pas être associés, même indirectement, à ce projet», indique le syndic Laurent Ballif. Pour lui, les transports publics et le réseau routier permettent parfaitement de desservir les deux stations vaudoises. Entre-temps, Air Glaciers aurait trouvé d'autres terrains privés dans les environs de Vevey pour assurer ce service de vol taxi. Officiellement, il pourrait démarrer dès samedi.

Air Glaciers a contacté des partenaires sur la Riviera, des hôtels notamment (lire ci-contre), pour implanter son offre. «L'argument du temps reste secondaire. Il s'agit avant tout d'un produit exclusif, pour un marché d'extrême niche, une clientèle aisée. La demande ne va pas exploser», estime Chris-

toph Sturny, directeur de Montreux-Vevey Tourisme.

La compagnie d'aviation semble hésiter entre deux discours: celui de «la démocratisation» du vol en hélicoptère et celui d'un service susceptible de parler à «une clientèle pointue, de luxe, qui veut se faire plaisir». Elle explique surtout son intention de rendre visible une offre existante, améliorée d'un service concocté avec les partenaires touristiques. Selon plusieurs formules: vol en hélicoptère avec ski à Leysin ou à Glacier 3000, une nuit à l'hôtel, un repas gastronomique, du tobogganing ou encore une balade avec des chiens de traîneaux. Pour la clientèle hôtelière, elle propose de fournir l'équipement de ski au complet, pour qui n'aurait pas songé à se rendre en montagne.

«Dynamiser une offre existante en ajoutant un petit plus»

«Il s'agit avant tout de dynamiser notre offre, en ajoutant un petit plus. L'héli-taxi ne constitue pas notre activité principale. Si nous pouvons réaliser une à deux rotations par weekend pour la première saison, nous sommes contents», défend Vincent Girardet, sales manager de l'héliport de Leysin. Ces activités sous-entendent de déposer les passagers à la

base de Leysin, puis un véhicule les emmènera au pied des installations. L'héliski, beaucoup plus onéreux, fait aussi partie du panel de services.

Selon le chef de la base, Vincent Pernet, l'héli-taxi représenterait à Leysin actuellement 3 à 4% du chiffre d'affaires. Lui tablaient sur 40 mouvements par an sur la Riviera. Air Glaciers démontre sa marge de progression par les chiffres: l'héliport de Leysin réaliserait entre 400 et 500 mouvements par an, alors que l'Office fédéral de l'avia-

«Si nous réalisons une à deux rotations par weekend, nous sommes contents.»

Vincent Girardet
sales manager de l'héliport Leysin

Potentiel vu par les 5 étoiles

Le Mirador Kempinski (5 étoiles) au Mont-Pèlerin, qui possède son propre hélicoptère, a été approché dans le cadre de cette offre d'héli-taxi en direction des Alpes vaudoises. De manière générale, son directeur Jean-Marc Boutilly observe: «Nous remarquons une augmentation de la demande pour l'utilisation de notre hélicoptère, principalement à des fins de transfert plutôt que d'excursions. Le fait que nous soyons le seul hôtel de la région à le proposer nous permet de capter un certain type de clientèle.»

A Vevey, l'Hôtel Les Trois Couronnes (5 étoiles) avoue avoir été séduit par le côté innovant de l'offre, tout en estimant la question écologique. «Il s'agit d'une idée vraiment novatrice et sympa. Le service clés en mains permet de réaliser le souhait d'un client en une demi-heure.»

Pour son directeur Jay Gauer, l'objectif premier n'est pas de vendre beaucoup. «En tant qu'hôtel, nous montrons l'univers des possibles, nous devons faire rêver, inspirer. L'offre peut créer la demande. A Vevey, nous ne nous trouvons pas dans un

cadre associé au ski, mais admettons qu'il neige toute la nuit, des clients pourraient avoir envie de se rendre sur les pistes.»

Sans vouloir créer «un aéroport à Vevey», le chef de la base de l'héliport de Leysin, Vincent Pernet, estime qu'il existe un «potentiel énorme à développer sur la Riviera». Il cite en exemple le Valais où le vol VIP à la demande est très développé. En dépit de cette ambition touristique, notons que les vols techniques demeurent l'activité principale de la compagnie. Et devraient le rester. lb

tion civile (OFAC) lui en autorise 1200. «La base de Leysin n'est selon nous pas totalement exploitée. En tant qu'entreprise, nous devons diversifier nos affaires pour survivre.»

L'offre ne contredirait pas les ambitions écologiques des stations

Le débat écologique dans les stations concernées est habilement contourné. «Cette offre restera un loisir exceptionnel. Tout en restant modéré dans le développement, il faut éviter l'hypocrisie: en tant que station de ski, nous avons des installations, des canons à neige, des constructions. Des hélicoptères se rendent de Gstaad et de Sion à Glacier 3000 depuis des années et personne ne dit rien», souligne Myriam Pichard, destination manager des Diablerets.

Son homologue de Leysin, Pierre-Alain Morard, en appelle au libéralisme économique. Il ne voit pas de réelle contradiction avec la politique énergétique de Leysin, également porteuse du label Cité de l'énergie: «Nous continuerons à développer nos actions pour rester en adéquation avec nos slogans et améliorer notre bilan énergétique. Air Glaciers est un partenaire de la station, présent depuis une dizaine d'années. Qu'il développe des activités de ce type ne me choque pas.» Christoph Sturny estime qu'il y a de la place pour tout le monde et comprend la réaction de la ville de Vevey: «Chaque compétiteur a des intérêts à défendre, c'est normal qu'il y ait des conflits. Il faut veiller à une cohérence des actions dans le tourisme.»

Pour se décharger face à ceux qui les fustigent, Air Glaciers précise que ces offres requièrent un minimum de quatre personnes pour avoir lieu. Quant à l'idée d'une compensation écologique, elle a été abordée, sans aboutir cependant. Une initiative qui aurait peut-être suffi à adoucir les critiques et à valoriser différemment cette action de promotion.

ANNONCE

www.hotelleriesuisse.ch/reseau_de_consultants

Pour le succès de votre entreprise –
notre réseau de consultants commun

CURAVIVA.CH hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

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!

Jet-Cut
system de recharge inox
swiss made

économise le travail des plats

alustar **Jet-Cut**
chez votre grossiste

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

hotellerieunion
protel

Das Ferienland Schweiz von morgen



Kinderleichtes, vernünftiges Reisen für Erwachsene mit und ohne Kinder: die Vision von der Schweiz als «Spielplatz der Welt».

Carla Barron

Schweiz alles inklusive Spielfreude

Das Ferienland Schweiz will über Pakete bei gleichen Preisen zusätzliche Leistung bieten. Diese alte Idee wird neu diskutiert und zum Teil bereits umgesetzt.

ALEX GERTSCHEN

Der St. Galler Tourismusprofessor Christian Laesser ist zurzeit als Handelsreisender unterwegs. Im Angebot führt er die Vision von der Schweiz als «Spielplatz der Welt». Diese Woche hatte er bei Jürg Schmid, dem Direktor von Schweiz Tourismus (ST), einen Termin.

Das Bild des Spielplatzes ist nicht neu. Der britische Schriftsteller Leslie Stephen hatte 1870 über seine Reisen in die Schweiz das Buch «The Playground of Europe» geschrieben. Vor zwei Jahren schwärmte ST in einer Familienkampagne vom «natürlichsten Spielplatz der Welt».

In welcher Absicht greift Laesser auf dieses Bild zurück? «Die Schweiz muss neue Wettbewerbsvorteile erarbeiten. Das ist nur über Dienstleistungen und Dienstleistungsprozesse möglich, die sich nicht einfach kopieren lassen», antwortet er. Die Vision sei ein Ferienland, in dem man so entspannt und komfortabel unterwegs sei wie nirgendwo sonst – kinderleichtes Reisen, sozusagen. Laesser schlägt für Gäste, die in der Schweiz fünf oder mehr Nächte verbringen, unter anderem den Einschluss folgender Leistungen

in den Übernachtungspreis vor: 1) freier öffentlicher Verkehr und auf bestimmten Strecken freier Gepäcktransport (die Führungsrolle bei Umsetzungskonzeption sieht er bei der Regionaldirektoren-Konferenz oder ST); 2) Übernacht-Wäscheservice auf Ebene Destination oder destinationübergreifend (hotelleriesuisse); 3) keine oder tiefe Roaming-Gebühren, verbunden mit einem günstigen «Sorgentelefon» in mehreren Sprachen (ST mit exklusivem Mobilfunkpartner); 4) eine aktive Gästebetreuung bei der Visumsbeschaffung in betroffenen Märkten.

Insgesamt geht es Laesser um eine stärkere, kundenorientierte Koordinierung aller Leistungsträger und Angebote, die das Erlebnis des Gastes beeinflussen. Bei Schmid stösst er auf offene Ohren: «Ich teile die These, dass wir uns nur über die Leistung und nicht über den Preis differenzieren können», sagt der ST-Direktor.

Zu den Vorschlägen, für die Laesser ST in die Pflicht nehmen möchte, meint Schmid: «Der freie ÖV und der gratis Gepäcktransport sind ein Thema für den Verband öffentlicher Verkehr, nicht für uns als Marketingorganisation. Man muss auch bedenken, dass wir mit dem Swiss Travel Pass bereits über ein Produkt verfügen, das weltweit als Best Practice gilt.»

Auch deutsche Gäste schätzen das einfache Reisen

Die Chance, dass die beste Praxis weiter verbessert wird, ist gering. Diesen Schluss lassen die Reaktionen zu, die die htr hotel revue bei Ueli Stückelberger, dem Direktor des Verbandes öffentlicher Verkehr, der SBB und anderen Leistungsträgern eingeholt hat. Alle erachten einen kostenlosen Leistungsträger eingeholt hat. Alle erachten einen kostenlosen Personen- und Gepäcktransport als wünschbar, niemand als finanzierbar (vgl. Seite 12). Laesser

Vorschlag, dass dieser Zusatzservice mit dem Aufbau eines Hotelbuchungsportals und den so eingesparten Kommissionen an Booking & Co. bezahlt werden könnte, ist ambitioniert. Die Switzerland Travel Centre AG (STC) lässt grüssen.

MANU Touristik zeigt, dass sich der Komfort einer Schweizreise ohne Millioneninvestitionen erhöhen lässt. Der von Ekkehard Beller gegründete Veranstalter beachtet den Markt für deutsche Senioren seit diesem Jahr nach dem Motto «So viel Freiheit, wie ich will – so viel Service, wie ich brauche».

Dafür hat die in Chur ansässige Firma drei Lücken in der Dienstleistungskette geschlossen: Erstens bietet sie mit der Rhätischen Bahn und Postauto Schweiz den «MANUgraubünden PASS» an. Weil der Gast mit diesem im ganzen Kanton gratis fährt, wirbt der Veranstalter mit einer «Erlebnispaketgarantie»: «Irgendwo in Graubünden scheint immer die Sonne!» Die zweite Lücke hat MANU Touristik bei der Anreise geschlossen. Ein Gast bucht sein Paket mitsamt der Flug- oder Bahnreise, wobei er vom Flughafen oder Bahnhof in der Schweiz per Car ins Hotel gefahren wird. Ab 2016 können sich Gäste aus Süddeutschland gar zu Hause vom Car abholen lassen. Schliesslich bietet MANU Touristik Erlebnispakete an, die geführte Wanderungen und andere Angebote enthalten.

Laut Beller ist die Relevanz des ÖV-Passepartout 100 Prozent, also



«Wir müssen Dienstleistungsketten schaffen, die sich schwer kopieren lassen.»

Christian Laesser
Tourismusprofessor Uni St. Gallen

für jede Buchung von entscheidender Bedeutung. Den Anreiservice schätzt er bei 60 Prozent der Buchungen als relevant ein (die restlichen Gäste reisen mit dem Auto an), die Erlebnispakete bei 30 Prozent. Der Gipfel der Einfachheit ist: Ein Leistungspaket kostet gleich viel, egal ob die Anreise per Luft, Bahn oder Bus erfolgt.

Damit Beller die Leistungen zu akzeptablen Preisen erbringen kann, braucht er Menge. Und die erreicht er mit einem «getakteten» Angebot. Die Pakete werden in Wochenintervallen angeboten. «Deutsche Senioren haben dafür das Geld und die Zeit», sagt er.

zeptablen Preisen erbringen kann, braucht er Menge. Und die erreicht er mit einem «getakteten» Angebot. Die Pakete werden in Wochenintervallen angeboten. «Deutsche Senioren haben dafür das Geld und die Zeit», sagt er.

Gewinn schreibt er ab 20000 verkauften Wochenpaketen. Im ersten Sommer waren es 1250. Die Kundenzufriedenheit sei «extrem hoch», freut sich Beller. «Es ist ein vielversprechender Start gewesen. Mehr lässt sich noch nicht sagen.»

Seine Erfahrungen sind für die Spielplatz-Vision aber durchaus aufschlussreich. Sie zeigen, dass die Reduktion der Reisekomplexität auf Fern- und Nahmärkten geschätzt wird, also nicht nur für das chinesische Gruppengeschäft relevant ist. Dann sind eben nicht vermeintlich national homogene Märkte zu bearbeiten, sondern Segmente – wie deutsche



«Graubünden ist für unser Segment genau richtig. Die Schweiz wäre schon zu gross.»

Ekkehard Beller
Inhaber MANU Touristik, Chur

Senioren. Und diesem Segment ist dann die Grösse des Spielplatzes anzupassen: Beller ist überzeugt, dass seine Gäste das selbe Angebot für die ganze Schweiz weniger nachfragen würden. «Graubünden ist genau richtig.» Demgegenüber wäre einem Chinesen ein Kanton als Spielplatz bestimmt zu klein.

Schliesslich zeigt Bellers Beispiel auch, dass nicht zwingend Tourismusorganisationen die Lücken in der Dienstleistungskette schliessen müssen, wie dies zurzeit vielerorts der Fall ist (vgl. Seite 13). Es kann, ja sollte dies die ureigene Aufgabe des Privatunternehmers sein.

Vertrieb Selber Touren machen?

Eine Ortsetzung der Integration der Schweiz zu einem einzigen touristischen Spielplatz ist ein Vertrieb aus einer Hand. Zumindest für das Geschäft mit den Fernmärkten hält Christian Laesser dies für vordringlich: «Wollen wir nicht zum Rohstofflieferanten absteigen und den grössten Teil der Wertschöpfung ausländischen Tour Operatoren überlassen, müssen wir wohl mittel- bis langfristig selber Touren gestalten.»

Ihm schwebt vor, dass die Schweizer Tourismusorganisation alleine oder – noch besser – in Kooperation mit Reiseveranstaltern «mit starkem Schweiz-

bezug» Pakete gestalten und über Wholesaler vertreiben.

Dabei könnte es sich laut Laesser um reine Schweizreisen, aber auch um Europareisen mit einem «Swiss Finish» handeln. Als Beispiele für die Machbarkeit dieses Ansatzes nennt Laesser Vancouver und Whistler (vgl. dazu die Seite 14).

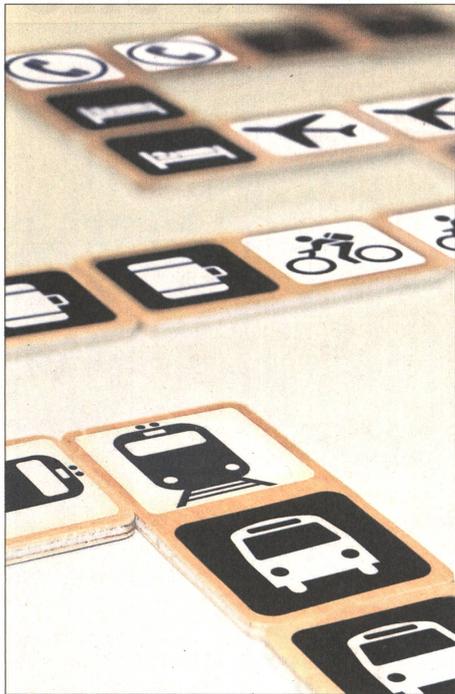
Jürg Schmid, der Direktor von Schweiz Tourismus, teilt die Analyse, nicht aber den Lösungsvorschlag. «Das Gros der Marge bleibt im Asiengeschäft bei den Veranstaltern und den Buchungsportalen, während Airlines und Hotels auf dem Zahnfleisch gehen», sagt er. Aber deswegen solle der

Schweizer Tourismus nicht selber Rundreisen gestalten. «Man muss die Bedeutung der Schweiz im globalen Tourismus beachten, der von wenigen grossen Wholesalern dominiert wird. Für einen solchen Alleingang sind wir zu klein.»

Für Schmid kann die Lösung nur von der Basis, insbesondere von der Hotellerie her kommen. «Sie muss gegenüber den Reiseveranstaltern und Buchungsportalen selbstbewusster auftreten und darf sich nicht die Preise diktieren lassen.» Die Frage, wer am längeren Hebel sitzt, stellt sich allerdings auch bei diesem Ansatz.

axg

Nur will niemand dafür zahlen



Mit einem gratis Gepäcktransportdienst den Komfort erhöhen? Gäste und Tourismusvertreter finden die Idee gut. Aber zumeist nicht so gut, dass sie auch dafür zahlen wollen.

GERHARD LOB

Leichter reisen ohne Gepäck, lautet ein Werbespruch der SBB. Doch zwischen Anspruch und Realität klappt häufig eine Lücke. So hat die SBB eben ihren Gepäckservice ins Ausland eingeschränkt. Zum Fahrplanwechsel am vergangenen Wochenende wurde der Gepäckversand aus der Schweiz nach Österreich und Luxemburg eingestellt, schon im Frühjahr war dieser Schritt im Verkehr mit Frankreich erfolgt. Fehlende Nachfrage nach diesem Angebot in Kombination mit hohen Kosten hätten zu diesem Entscheid geführt, bestätigt SBB-Mediensprecherin Lea Meyer einen Bericht der «NZZ».

Damit bleibt der Gepäckversand nur mit Deutschland bestehen. «Dort arbeiten wir eng mit der DB zusammen und bieten neu auch Tür-zu-Tür-Transporte aus der Schweiz nach Deutschland

an», so Meyer. Voraussichtlich im Sommer 2016 kann die Kofferaufgabe auch in umgekehrter Richtung ab Deutschland in die Schweiz erfolgen. Die Kosten sind allerdings happig. 12 Franken pro Gepäckstück zuzüglich einer Pauschale von 80 Franken.

Die SBB konzentriert sich künftig auf den Markt Schweiz und auf Fluggepäck. Dass Tür-zu-Tür-Angebote wichtiger werden, erstaunt nicht. Der Komfort, ein Gepäckstück zu Hause abholen zu lassen und direkt im Hotel oder in der Ferienwohnung vorzufinden, wird geschätzt. Zudem machen die immer eingeschränkteren Öffnungszeiten vieler Stationen den Reisegepäck-Versand zwischen Bahnhöfen zusehends unattraktiv.

ÖV-Nutzung ausländischer Gäste wächst trotz «Handicap»

Das betont auch Ueli Stüchelberger, der Direktor des Verbands öffentlicher Verkehr Schweiz (VÖV). Eine kleine Station wegen drei Gepäckstücken pro Tag offen zu halten, lohne sich einfach nicht mehr. «Tourismuspolitisch halte ich ohnehin ein Angebot von Direktzügen für wesentlich wichtiger als die Möglichkeit des Gepäckversands», so Stüchelberger. Ein gutes Beispiel in diesem Sinne seien die neuen ICE-Direktverbindungen aus Deutschland nach Chur.

Ähnlich argumentiert Maurus Lauber, der CEO der Marketingorganisation Swiss Travel System (STS), welche das Reisen durch die Schweiz mit öffentlichen Ver-

kehrsmitteln vermarktet. «Die Gepäckfrage ist ein Handicap, aber kein wirklich grosses.» Andernfalls liessen sich die hohen Zuwachsraten bei ausländischen Gästen, welche den ÖV in der Schweiz nutzen, nicht erklären.

Einzelreisende stellen sich laut Lauber in der Regel darauf ein,

das Gepäck selbst zu transportieren. Ein Problem könne durchaus bei grösseren Gruppen entstehen, da die heutigen Züge keine ausreichenden Gepäckstellflächen hätten. «Natürlich wäre es schön, wenn man morgens im Hotel einfach einen Koffer abgegeben kann und am Abend in einem anderen Hotel in Empfang nimmt», meint Lauber. Aber so weit sei man noch lange nicht.

Die Auffassung über die Wichtigkeit des organisierten Gepäcktransports hängt indes vom Segment ab, in welchem ein Leistungserbringer tätig ist. «Für uns ist das ein ganz wesentlicher Bestandteil unseres Angebots», sagt Ruedi Jaisli von Swiss Trails. Die Firma erbringt die buchbaren Angebote für das Veloland, Wanderland, Mountainbikingland, Skatingland und Kanuland von

Schweizmobil. «Endlich reisen ohne Gepäck- und Verladestress», lockt Swiss Trails die Outdoor-Gäste. Diese wollen keine schweren Rucksäcke tragen oder vollgestopfte Satteltaschen auf ihre Velos montieren.

Deshalb hat Swiss Trails ein landesweites, privates Netz mit Gepäckkurieren aufgebaut. Gepäck und Velos – darunter auch die schweren E-Bikes – werden an jeder Schweizer Adresse abgeholt, zum Ausgangspunkt der Tour und vom Ziel wieder nach Hause befördert.

Den Kunden ist dieser Gepäckservice derart wichtig, dass sie ihn auch finanzieren. Die Logistik sei allerdings schwierig, so Jaisli. «Da braucht es Menschen, das schafft kein Computer», witzelt er.

Eine Vision hat Jaisli: Er würde gerne mehr ÖV in sein Transportnetzwerk integrieren. Doch die Erfahrung zeige, dass dies sehr schwierig sei. Die Kunden wollten zudem einen konkreten Ansprechpartner, den sie im Falle von Problemen jederzeit anrufen könnten. Daher betreibt Swiss Trails eine telefonische Helpline.

Fortsetzung auf Seite 13



«Direkte Bahnverbindungen sind wichtiger als ein gratis Gepäcktransport.»

Ueli Stüchelberger
Direktor Verband öffentl. Verkehr

Die touristischen Leistungen müssen noch konsequenter zu einer lückenlosen Reihe zusammengefügt werden.

Carla Barron

ANZEIGE

htr hotel revue

**Liebe Leserinnen und Leser
Liebe Inserenten und Kunden**

Herzlichen Dank für das Vertrauen, das Sie unserer Zeitung *htr hotel revue*, unserem Newsportal *htr.ch* sowie unserem News-Service *htr.news* auch in diesem Jahr entgegengebracht haben.

Wir wünschen Ihnen und Ihrer Familie schöne Festtage und ein ebenso glückliches wie erfolgreiches neues Jahr.

Redaktion und Verlag

Fortsetzung von Seite 12

Dass die Kunden dafür zu zahlen bereit sind, hat mit dem spezifischen Segment und mit scheinbar wettbewerbsfähigen Preisen zu tun. Um diese zu ermöglichen, hat Swiss Trails sein Kuriernetz anderen Reiseveranstaltern geöffnet. «Es sind zwar Konkurrenten, aber so schaffen wir Volumen, was die Wirtschaftlichkeit verbessert», so Jaisli.

Einen hohen Stellenwert hat der Gepäcktransport auch bei der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM). Mehr noch: Der Gepäcktransport wird als Alleinstellungsmerkmal der Destination betrachtet. Mit dem Angebot «domicil da vacanza»



«Wir sehen unser gratis Gepäcktransportangebot als Alleinstellungsmerkmal.»

Urs Wohler
Tourismusdirektor Scuol-Samnaun

zas» wird dem Gast ein gratis Gepäcktransport vom Schweizer Heimatbahnhof bis in die Ferienunterkunft (Hotel oder Ferienwohnung) angeboten.

Der ÖV ist für die Destination wichtig. «Vor der Eröffnung des Vereintunnels 1999 reisten 7 Prozent der Gäste mit dem ÖV an, heute sind es über 20 Prozent», sagt TESSVM-Direktor Urs Wohler, für den die Bilanz von «domicil da vacanza» sehr positiv ausfällt. Das Angebot wird im Winter häufiger genutzt als im Sommer. Überraschend ist hingegen: Der Gepäcktransport in die Ferienunterkunft wird häufiger genutzt als der Gepäcktransport zurück zum Ausgangsbahnhof.

Ein Problem ist die Finanzierung. In der dreijährigen Pilotphase 2012–2015 erhielt TESSVM umfangreiche Subventionen vom



«Wir Hoteliers finanzieren schon viel, für weitere Services haben wir keine Marge.»

Andreas Züllig
Präsident hotellerieuisse

Bund. Nun müssen neue Quellen angezapft werden. Dabei weiss Tourismusdirektor Wohler vorab, von wem er keine Unterstützung verlangen kann: «Eine Abgabe auf die Logiernächte bei Hoteliers ist in der gegenwärtigen Situation nicht denkbar.»

Andreas Züllig teilt diese Meinung mit Blick auf mögliche Zusatzangebote auf nationaler Ebene. Der Präsident von hotellerieuisse und Gastgeber im Hotel Schweitzerhof in Lenzerheide sagt: «Ich begrüsse Angebote wie «domicil da vacanza», stelle aber auch fest, dass sie noch keine virale Verbreitung gefunden haben.» Das Problem sei die Finanzierung. «Wir Hoteliers finanzieren schon so viel, da gibt es momentan keine Marge mehr für zusätzliche Dienstleistungen», meint Züllig.



Welche Karte sticht? Immer mehr Destinationen und Regionen koordinieren touristische Angebote mit einer Gästekarte.

Bilder swiss-image/Montage Carla Barron

Viele regionale Spielplätze

Destinationen und Regionen bündeln mit Gästekarten Angebote und schaffen so Komfort. Was sich regional bewährt, ist auf nationaler Ebene schwer umzusetzen.

ANDREAS GÜNTERT

Der schwarz-weiße Farbverlauf der Gästekarte macht jedem Schweizer klar: Hier winken Vorteile im Kanton Fribourg. Auch geografisch weniger Versierte merken schnell, dass «Value for Money» lockt. Beim Claim setzt Fribourg Region auf globalisierten Worldspeak: «Be my Guest» steht auf der Gästekarte und dem dazugehörigen Armband geschrieben, aktiviert wird das Angebot im Januar 2016.

Fast ein Jahrzehnt Vorlaufzeit habe man benötigt, sagt Thomas Steiner, der Direktor von Fribourg Région, «umsetzbar ist das Projekt nun im Rahmen einer Bachelorarbeit geworden, dank massiv gesunkener Entwicklungskosten und einer Anschubfinanzierung durch die Neue Regionalpolitik». 35 Partner machen mit und offerieren mindestens eine Ermässigung von 20 Prozent auf Eintritte.

Mit «Be my Guest» gesellt sich Fribourg Région zu einer wachsenden Anzahl Destinationen und Regionen, die mit einer Gästekarte den Attraktivitätssturbo zünden wollen. So hat Thun-Thunersee Tourismus im Frühling 2014 eine solche Karte eingeführt, in Luzern sprach sich das Stadtparlament jüngst dafür aus, dass Touristen ab 2017 während ihres Aufenthalts kostenlos den öffentlichen Verkehr in Stadt und Region benutzen können.

Was solchen Angeboten, so unterschiedlich sie auch ausgestaltet sind, meist gemein ist: die Absicht, Gäste länger im Gebiet zu halten, sie auch an abgelegene Orte zu bringen und damit dem Ferienfranken mehr Wert zu geben. Gerade in der Währungsschleife ein wichtiges Argument, findet Harry John: «Es ist ein klarer Mehrwert für den Gast, besonders in Zeiten des schwachen Euros – und auch ein interessantes Marketinginstrument», sagt der Direktor der BEI Tourismus AG. «Alles, was dem Gast Convenience bietet, was er als Einfachheit,

Service und Komfort wahrnimmt, führt weg von der Preis-Diskussion.»

John ist ein Veteran der Gästekarte: «Vor genau zehn Jahren haben wir in meiner Zeit als Direktor von Montreux-Vevy Tourismus die «Riviera Card» eingeführt. Für Karteninhaber wurde der öffentliche Verkehr (ÖV) gratis, auf Tickets für Schiffe, Museen und andere Bahnen erhielten sie 50 Prozent Ermässigung.

Wie eine Gästekarte strukturiert sein sollte, darüber gehen die Meinungen auseinander. Sie sollen möglichst einfach gebaut sein, findet John: «10 Prozent hier, dort ein Fünfränker günstiger, am dritten Ort ein kostenloses Birchermüesli – so funktioniert es nicht.» Dass es in der Region Fribourg mal mehr und mal weniger Discount gibt, ist für Thomas Steiner hingegen keine Erschwernis: «Bei «Be my Guest» sind es

durchs Band mindestens 20 Prozent. Dies ist für die Leistungsträger die Eintrittsbedingung. Sie entscheiden danach selber, wie viel sie schlussendlich geben.» Die Besucher überfordere man damit nicht: «Wir glauben, dass die heutigen Gäste mit mehreren Angeboten, ja auch mit mehreren Karten, umgehen können. Gäste wissen genau, wo sie von was profitieren können.»

In Arosa profitieren nicht nur Übernachtungsgäste

Und wie profitiert die Destination? In Arosa, das 2003 Pionier war mit der Einführung der All-inclusive-Karte im Sommer, habe sich ein klarer Effekt gezeigt, sagt Pascal Jenny, Kurdirektor seit 2008: «Die Umsätze dürften zwischen 10 und 20 Prozent angehoben worden sein – vor allem in der Gastronomie in den Bergen.» Das System funktioniert in Arosa nicht nur für übernachtende Gäste, sondern auch für Tagestou-

risten, die sich für 18 Franken einen Tagespass besorgen können. «Hier spielt der Europapark-Effekt», sagt Jenny, «man reist für einen Tag an und hat dann alle Leistungen inklusive. Wir kommen sommers auf einen Umsatz von rund 280 000 Franken, verkaufen also über 15 000 solcher Tageskarten.»

Der nächste Schritt sei nun, mittels Gästekarten mehr über die Besucherströme zu erfahren. «Das ist ein riesiges Thema. Mittels Drehkreuzen beim Eintritt

der jeweiligen Leistungsträger können wir an Informationen zu Vorlieben der Gäste kommen und diese dann mit personalisierten Newsletters informieren», erklärt Jenny.

Auch Fribourg Région will mit der Gästekarte Wissen gewinnen. Das Armband enthalte selber keine Daten, erklärt Thomas Steiner, aber eine aufgedruckte Nummer. Diese werde beim

Check-in aktiviert und vom Leistungsträger abgefragt. «Da wir für die Aktivierung das Herkunftsland, die Postleitzahl und die Aufenthaltsdauer verlangen, können wir aus der Datenmasse Verhaltensmuster herausfiltern.»

Einig sind sich die Touristiker darin, dass Gästekarten Suchtpotenzial innewohnt und sie deshalb kein taktisches Mittel sein können. Sind sie einmal eingeführt, lassen sie sich nicht ohne Weiteres abschaffen. Zu gross ist die Gefahr, Stammgäste zu verärgern, die sich an die Grundversorgung gewöhnt haben.

Sollte, was kleinzellig spriest, zusammenwachsen und ein grosses Ganzes werden im Sinne der Schweiz als «Spielplatz der Welt»? Politisch wäre dies schwierig durchzusetzen, glaubt Harry John, in dessen Gebiet der kostenlose ÖV in Destinationen wie Thun-Thunersee und Bern angeboten wird: «Grundsätzlich wäre das eine gute Sache. Aber solche

Pläne müssen von unten her wachsen. Alles, was von oben her verordnet wird, kommt nicht gut an.»

Es gibt weitere «Aber» zur Idee eines landesweiten gratis ÖV: «Gefällt, aber zur Finanzierung muss man ein grosses Fragezeichen setzen.» Und zum kostenlosen Gepäcktransport: «Eine gute Idee, aber sie müsste finanzier- und umsetzbar sein. In einer Region mit sehr vielen Talschaften würde so etwas wohl zu schwierig oder zu aufwendig.»

Auch lokal können Hürden für integrierte Angebote zu hoch sein

Wie schwer sich nur schon Städte tun mit solchen Angeboten, muss Visionären Bauchschmerzen bereiten. Was in Basel, Bern oder Lausanne funktioniert, konnte in Zürich trotz jahrelangem Ringen nicht durchgesetzt werden und kommt auch in St. Gallen nicht voran.

Das gilt auch für die jüngste Variante einer Gästekarte. «Eine systematisch freie Fahrt mit dem ÖV, wie dies der Kanton Neuenburg auf den 1. Januar 2016 einführt, gibt es bei uns nicht», sagt Thomas Steiner von Fribourg Région. Am ÖV interessierte Gäste könnten den «Fripass» erwerben, in dem der ÖV und viele Eintritte komplett inbegriffen seien. Dies sind nicht Aussagen, die vermuten lassen, dass ein ganzes Land schon bald freie Fahrt für freie Touristen offerieren wird.

Fans findet die Vision der Schweiz als Spielplatz gleichwohl. Zum Beispiel in Arosa. Sie treffe den Zeitgeist absolut, sagt Pascal Jenny. «Natürlich ist eine landesweite Finanzierung aufwendig. Man kann sich in dieser Hinsicht immer fragen, ob man vorhandene Mittel nicht sinnvoller einsetzen kann.»

Jenny selber dreht ein eigenes Rad. «Wir sind mit einem Projekt beim Kanton Graubünden vorgestellt geworden. Die Idee: Jeder Gast, der sommers mindestens zwei Nächte in einem Bündner Hotel verbringt, kann von jedem Punkt der Schweiz aus kostenlos anreisen. Bei der SBB hatte man offene Ohren für die Idee, beim Kanton waren wir zu spät dran. Ich verfolge dieses Projekt für 2016 weiter.»



Harry John

Chinas Kapital löst die Grenzen auf



Wer im chinesisch-kanadischen Geschäft zum Zug kommen will, braucht einen Doppelpartner auf der anderen Pazifikseite.

Carla Barron/Montage/Magnus Larsson, pd4pic, Hans-Johnson, J. Kos-Read

Ein Abkommen Kanadas und Chinas soll sicherstellen, dass der Tourismusboom für beide Seiten profitabel ist. Das Kapital verwischt die Grenzen allerdings zunehmend.

HARALD WEISS

Vancouver und der nördlich davon gelegene Skifort Whistler sind seit Langem ein bevorzugtes Reiseziel für Chinesen. Was einst als politische Verbindung zwischen den britischen Domänen Hongkong und Kanada begann, hat sich aufgrund der vielen chinesischen Emigranten zu einer stabilen Familien- und Business-Verbindung entwickelt. Heute baut Vancouver seinen gesamten China-Tourismus auf diese gewachsenen Verbindungen auf.

Das geht umso leichter, als viele unabhängige Hotels in Vancouver chinesischen Investmentfirmen oder reichen Chinesen gehören. «Wir sehen einen immensen Investitionsboom in attraktive Hotels im Grossraum Vancouver. Die meisten liegen im Bereich von 15 bis 30 Mio. Dollar», sagt Alice

Chen, die Chef in der auf chinesische Investitionen spezialisierten Agentur Sky Capital. In vielen Fällen sind die Investmentfirmen auch an chinesischen Reiseagenturen und Airlines beteiligt. Die Frage, ob die Wertschöpfung in China oder Kanada stattfindet, ist ihnen deshalb mehr oder minder egal.

Diese fließenden Übergänge bewirken für die kanadischen Tourismusmanager keinen Interessenskonflikt. «Uns geht es vor allem darum, Vancouver touristisch attraktiv zu machen. Wir sehen das Wertepotenzial des Tourismus nicht auf Reise und Unterkunft beschränkt. Mindestens ebenso wichtig sind für uns die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt, den Einzelhandel, die Restaurants und die Unterhaltungseinrichtungen», sagt Ty

Speer, der Chef von Vancouvers Tourismusbüro. Er verweist darauf, dass in der Stadt rund 66000 Arbeitsplätze vom Tourismus abhängig sind.

Chinesische Buchungssysteme schreiben Verluste

China gehört zu Vancouvers wichtigsten Quellmärkten. Die Zahl der chinesischen Gäste stieg von 2013 auf 2014 um 26 Prozent auf 450000. Im laufenden Jahr soll dieser Wert erneut übertroffen werden. «Wir hatten den besten Sommer aller Zeiten, und 2015 wird alles Bisherige weit in den Schatten stellen», schwärmt Speer über die aktuelle Entwicklung.

Er sieht kein Problem darin, dass die Chinesen über dortige Online-Reisebüros buchen. «Es ist praktisch unmöglich, vom Ausland aus den chinesischen Markt

anzusprechen. Mit den jetzigen Kooperationen erschliessen wir uns einen Millionenmarkt, der zwar nicht so profitabel ist wie beispielsweise das Geschäft mit den USA, der aber extrem hohe Auslastungen bedeutet, die ihrerseits zu erheblichen Kostensenkungen führen.»

Was für Kooperationen meint Speer? Aufgrund eines Rahmenabkommens zwischen China und Kanada muss an einer Buchung stets eine Reiseagentur aus beiden Ländern beteiligt sein. Eine kanadische Agentur muss im Incoming-Geschäft mit einer speziell für Kanada lizenzierten chinesischen Agentur arbeiten, und eine chinesische Agentur muss im Outgoing-Geschäft mit Kanada mit einer für China lizenzierten kanadischen Agentur zusammen-

arbeiten. Diese Lizenzen, die dafür sorgen, dass auf beiden Seiten des Pazifiks Wertschöpfung anfällt, können auch von Leistungsträgern wie Airlines, Kreuzfahrt-Reedereien oder Hotels erworben werden, wenn sie gewisse Bedingungen erfüllen.

So kann etwa Air Canada die Lizenz erwerben, um in China Buchungen entgegennehmen zu können. Der Vertriebspartner vor Ort muss aber zudem eine chinesische Bewilligung haben.

Ähnlich verhält es sich für die Airlines Cathay Pacific, China Eastern und Air China oder die chinesischen Online-Buchungsportale, die sich in Kanada einen lokalen Partner suchen müssen.

Die Hotellerie in Vancouver oder Whistler steht diesem Modell positiv gegenüber und unterstützt die chinesischen Reiseveranstalter nach Kräften. Hilton hat in zwei seiner Häuser im Grossraum Vancouver ein spezielles Willkommens-Paket eingeführt. Zu dem sogenannten Huanying-Package gehören unter anderem ein traditionelles chinesisches Früh-

stück (Dim Sum), Übersetzungsdienste, chinesische Slipper fürs Zimmer und ein hauseigener Fernsehkanal in Mandarin. Starwood bietet ebenfalls Übersetzungsdienste an, ausserdem ein Set zum Teekochen auf dem Zimmer sowie alle Broschüren in Chinesisch. Auch selbstständige Hotels haben sich auf die neuen Gäste eingestellt. So bietet das Château Granville ein chinesisches Frühstück an, Hotelunterlagen in Chinesisch, wie auch eine chinesische Tageszeitung.

«China ist für uns ein besonders attraktiver Markt, denn Chinesen bevorzugen Orte mit einer starken chinesischen Sprach- und Esskultur», sagt Duncan Chiu vom Vancouver-Büro der Hotel-Consulting-Agentur HVS. Dank der massiven Immigration der vergangenen Jahrzehnte weist die kanadische Pazifik-Metropole diese Vorteile auf.

Trotz des Booms im chinesischen Outgoing-Geschäft wird die Entwicklung der dortigen, massgeblich beteiligten Online-Buchungsplattformen kritisch betrachtet. Mehrere Akquisitionen in diesem Jahr deuten auf eine Konsolidierung hin. Besonders spektakulär war die Fusion der beiden grössten Plattformen, Ctrip.com und Qunar. Qunar ist führend bei Flugtickets, Ctrip bei Hotelbuchungen.

Beide Buchungssysteme sind von Verlusten geplagt. Bei Qunar waren es im letzten Quartal 129 Mio. Dollar. Ctrip meldete zwar einen Gewinn von 22 Mio., doch im Quartal zuvor hatte es einen Verlust von 21 Mio. Dollar abgesetzt. Auch die schärfsten Konkurrenten, Tuniu und eLong, meldeten Quartalsverluste von 56 bzw. 47 Mio. Dollar. Auch für diese Plattformen ist es demnach eine Herausforderung, das Geschäft, das sich quantitativ so erfreulich entwickelt, profitabel zu gestalten.



«Dass Hotels oder Agenturen Chinesen gehören, löst keinen Interessenkonflikt aus.»

Ty Speer
Tourismusdirektor von Vancouver

ANZEIGE

AUS DER NATUR INSPIRIERT

SPA BERATUNG / PLANUNG / REALISATION / SERVICE



Bei der Übergangspflege muss der Patient die Hotelleriekosten selber tragen. Entsprechend marginal fällt die Nachfrage aus. Eine teure Lösung, warnen Experten.

GUDRUN SCHLENZKEZ



Übergangspflege macht ältere Personen nach einem akuten Eingriff wieder fit für den Alltag. So kann ein dauerhafter Heimaufenthalt hinausgezögert werden. D. Drubig/Fotolia

Besser rechnen mit der Hotellerie

Wer nach einem Spitalaufenthalt aus gesundheitlichen Gründen noch nicht selbstständig leben kann, gleichzeitig aber keine Rehabilitation benötigt, darf gemäss KVG Akut- und Übergangspflege beanspruchen. Anbieter einer solchen sind Spitäler, Langzeitpflegeinstitutionen oder auch ambulante Versorger. Der Haken daran: Im Gegensatz zum Spital- und Rehaufenthalt muss der Patient die Hotelleriekosten vollumfänglich selber bezahlen. Zudem entspricht die Zeitdauer von zwei Wochen nicht der Praxis, hier sind vier bis sechs Wochen keine Seltenheit.

Reha ist eine teure «Übergangslösung»

Die Parlamentarische Initiative von Nationalrätin Ruth Humbel zur Gestaltung der Übergangspflege hat zum Ziel, diese Finanzierungslücke zu schliessen. Humbel fordert eine volle Kostenübernahme nach den Regeln der Spitalfinanzierung. Die Initiative ist im Moment bei der Kommission für soziale Sicherheit und Gesundheit SGK des Ständerates hängig; nachdem die erstberatende Kommission (SGK-NR) grünes Licht gegeben hat.

Denn die fehlende Kostenübernahme bedingt, dass es die Übergangspflege per Gesetz zwar gibt, sie faktisch aber kaum beansprucht wird. «Heute gibt es praktisch keine Nachfrage nach Übergangspflege», konstatiert Christian Streit, Geschäftsführer des

Verbandes privater Pflegeheime Senesuisse, da diese nur unzureichend über das KVG finanziert werde. Die Bedeutung der Übergangspflege für die Pflegeheime sei deshalb faktisch null. Streit zitiert Daten der Samed-Statistik: Pro sozialmedizinische Institution entfielen durchschnittlich nicht einmal 20 Pflegetage pro Jahr auf die Akut- und Übergangspflege. Die Senevita AG weist schweizweit gerade mal 15 explizit für Übergangspflege bewilligte Betten aus. Die Anzahl Fälle pro Jahr seien vernachlässigbar, meint Marketingleiterin Fabienne Engel. «Wegen der ungenügenden Tarifierung sind diese Betten auch wesentlich schlechter ausgelastet als die übrigen Pflegebetten.»

Eine Annahme der Initiative von Ruth Humbel könnte das ändern. Doch spätestens wenn die Initiative im Ständerat beraten wird, könnte eine Mehrheit für diese ebenso knapp werden. Denn neben den Krankenkassen würden auch die Kantone für eine Vollfinanzierung der Übergangspflege zur Kasse gebeten. Trotzdem wäre das noch deutlich preiswerter als die heutige Lösung, betont Christian Streit: Erlaube

der Gesundheitszustand nach dem Spitalaufenthalt keine direkte Rückkehr in die eigenen vier Wände, so würden gerade ältere Personen oft gleich für längere Zeit in ein Pflegeheim eingewiesen. Wird alternativ ein Rehabilitationsaufenthalt, sozusagen als «Übergangslösung», verschrieben, so sei ein solcher ebenfalls deutlich teurer als eine adäquate Übergangspflege im Pflegeheim.



«Hoch Betagte überfordert ein Reha-Aufenthalt häufig physisch und kognitiv.»

Renate Monego
Direktorin Pflegezentren Zürich

Nachfrageanstieg bedingt erwartet
Mit der Einführung der Fallpauschale Swiss DRG im 2012 hat man bei den Zürcher Pflegezentren deshalb zeitgleich die Akut- und Übergangspflege ins Leben gerufen, um Zürcher Spitalpatienten eine adäquate Zwischenlösung zu bieten. 87 Betten der insgesamt 1625 in den zehn Zürcher Pflegezentren der Stadt sind dieser Pflege nach einem akuten Eingriff gewidmet. Belegt werden sie von Genesungsbedürftigen in hohem Alter, jüngere würden in der Regel in den Genuss einer Rehabilitation kommen. «Hoch Betagte überfordert ein Reha-Aufenthalt häufig physisch und kognitiv», begründet Renate Monego, Direktorin der Zürcher Pflegezentren. Rehabilitative

Massnahmen wie Ergo- oder Physiotherapie bieten die Zürcher Pflegezentren während der Akut- und Übergangspflege ihren Kunden gleichwohl: Allerdings erlaube das Rehabilitationsprogramm den Betagten mehr Erholungsphasen und sei mehr auf eine Alltagsbewältigung ausgerichtet.

Monego betont die Bedeutung der Einrichtung: Rund 65 Prozent könnten nach diesem zeitlich begrenzten Aufenthalt wieder in die eigenen vier Wände zurückkehren. Ohne eine solche Übergangspflege würde nach dem Spitalaufenthalt deutlich häufiger ein direkter Eintritt ins Pflegeheim folgen. Sie begrüsse deshalb natürlich eine Annahme der Initiative von Ruth Humbel im Sinne einer finanziellen Entlastung der Betroffenen – und insbesondere auch eine über das KVG geregelte längere Finanzierung der Übergangspflege: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrage in Zürich heute schon vier Wochen, fällt also noch länger aus als die von der Initiative geforderte Finanzierung. Einen markanten Anstieg der Nachfrage oder eine Verlagerung von der Rehabilitation hin zur Akut- und Übergangspflege erwartet Monego bei einer Finanzierung der Initiative durch Krankenkassen und öffentliche Hand per se jedoch nicht.

Kurhäuser positionieren sich als preiswerte Alternative

Mit einer starken Zunahme der Übergangspflege im Pflegeheim rechnet auch Christian Streit nicht, aber nicht aufgrund fehlen-

der Nachfrage, sondern aufgrund eines limitierten Angebots. Pflegeheimplätze müssen vom Kanton bewilligt werden, in der Regel ist das Kontingent bereits ausgeschöpft. An einer Erhöhung der Anzahl Pflegeplätze sind die Kantone aufgrund der damit entstehenden Kosten aber nicht interessiert. Die Spitäler wiederum hätten kaum die Kapazität und Strukturen, um auch noch die Übergangspflege im nötigen Umfang abzudecken.

Im Kanton Graubünden hat man sich deshalb dafür entschieden, betreute Wohnungen zu fördern (siehe Zweittext) und so den Bedarf an Pflegeheimplätzen zu reduzieren. So entstünden even-

tuell auch neue Kapazitäten für die Übergangspflege.

Auch die Kurhäuser könnten eine Rolle spielen. Sie «sind in der Lage, die Akut- und Übergangspflege günstiger zu erbringen», meint Max Nadig, Präsident des Verbandes Heilbäder und Kurhäuser Schweiz. Grund: Die kantonalen Vorgaben punkto Zimmergrösse, Personalbestand etc. seien weniger umfassend. Problem: Die wenigsten Kantone bewilligen heute den Kurhäusern Pflegebetten. Um diese neue Angebotsmöglichkeit reist sich Max Nadig trotzdem nicht: «Akut- und Übergangspflege ist ein sehr begrenzter Markt. Das ist kein Bombengeschäft.»

Graubünden Kanton sieht im betreuten Wohnen echte Alternative

Der Kanton Graubünden sieht in Alterswohnungen mit Serviceleistungen eine valable Ergänzung zum bestehenden Pflegeheimangebot. Das letzte Woche im Grossen Rat angenommene revidierte Krankenpflegegesetz sieht vor, dass Personen, welche sich solche betreuten Wohnungen finanziell nicht leisten können, wie bei einem Pflegeheimaufenthalt Ergänzungsleistungen beziehen können. Die finanzielle Bevorzugung von Pflegeheimplätzen gegenüber übrigen Wohnformen soll so beseitigt, eine Lücke zwischen Zuhause leben und Pflegeheim eintritt

geschlossen und dem Wunsch nach individuellen Wohnformen Rechnung getragen werden. Der Kanton hofft, auf diese Weise aber auch Kosten einzusparen: Um die 290 Pflegebetten müssen mittelfristig nicht erstelt werden. Zudem fallen die Preise bei Wohnungen mit Service deutlich tiefer aus: Die Bündner Regierung rechnete in ihrem erläuternden Bericht zur Teilrevision des Krankenpflegegesetzes vor, dass bei Besa-Stufe 0 (ohne jeglichen Pflegebedarf) die Differenz bei 57 Franken liegt, was rund einem Drittel der Kosten pro Bewohner und Tag im Pflegeheim entspricht. gsg

impresum

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

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Ressortleitung:

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

fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita/online & technic:
Sabrina Glanzmann/sbg

Redaktorinnen:

Laetitia Bongard/lb; Gudrun Schlenzke/zsg
Grafik und Produktion:
Carla Barron-Secchi/cbs (Leitung);
Natalie Siegenthaler/ns;
Melanie Barton/mb
Korrektur: Paul Le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Danijela Bosnjak

htr Online

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

Verlag

Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Häni
Stellensinerte: Angela Di Renzo Costa
Praktikum: Francine Egger/fg
Geschäftsanzeigen: Michael Müller,
Simona Manelli

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

Montbijoustrasse 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 eingesandene Manuskripte und
Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.
Nous déclinons toute responsabilité pour les
documents envoyés sans concertation préalable.

Lernen worauf es ankommt

Lars Hellenbrand war Chef Patissier im Dolder Grand in Zürich. Seit August unterrichtet er die Studierenden der Hotelfachschule in Passugg in der süsssen Kunst. Die angehenden Hoteliers sollen lernen, worauf es in der Praxis ankommt.



Internationale Studierende lernen an der Hotelfachschule in Passugg das Rüstzeug für ihre Zukunft. Die Patisserie-Kunst gehört dazu. ZVG

Lars Hellenbrand, Sie waren Chef Patissier im Dolder Grand, nun unterrichten Sie seit diesem Semester Hotelfach-Studierende in Passugg: Das klingt nach sehr unterschiedlichen Welten. Oder gibt es doch Gemeinsamkeiten?
Die gibt es schon. Das Ziel der praktischen Arbeit ist dasselbe: Süssspeisen auf hohem Niveau zu kreieren, die sowohl visuell als auch geschmacklich die Sinne erfreuen. Der permanente Druck seitens Gästen, Geschäftsleitung und Mitarbeitenden, wie er in einem öffentlichen Hotel den Alltag bestimmt, der ist in einer Schulküche natürlich nicht in dieser Form vorhanden.

Einen Patissier leisten sich heute in der Regel nur gehobene Häuser: Wollen Sie, dass Ihre Schüler das als Hotelmanager dann anders machen?

In erster Linie sollen sie sämtliche Facetten unterschiedlicher Arbeitsbereiche in der Hotellerie kennenlernen, die Patisserie ist eine davon.

Was erzählen Sie den künftigen Hotelmanagern, worauf legen Sie besonders Wert?

Mir ist wichtig, dass die Studierenden die Produkte wertschätzen und die jeweilige Aufgabe seriös und aufmerksam ausführen. Die Freude, welche dieses bewusste Kreieren und die Liebe zum Detail mit sich bringen, sollen sie dann wiederum mit Gästen und Mitarbeitenden teilen. Das wirkt sich positiv auf die Kundenbeziehung aus.

Wie muss man sich eine Unterrichtseinheit bei Ihnen vorstellen? Gibt's auch was zum Geniessen?
Die zu produzierenden Desserts, Feingebäcke oder französischen Patisserie-Stücke werden per Briefing erklärt und dann anhand von Rezepten erarbeitet, ausgarriert oder für den Mittagsservice als Mise en Place vorbereitet. Bei uns in Passugg betreiben die Studierenden verschiedene Inhouse-Restaurants, in diesen werden Süssspeisen auch à la Minute und auf Bestellung angerichtet und serviert. Punktuell ergänzen themenspezifische Kurse und Demos wie beispielsweise der Schokoladen-, Pralinen- und Dekor-Kurs den Unterricht. Hier werden die spezifischen Techniken vertieft geschult. Und natürlich kommt auch

der Genuss nicht zu kurz: Alles was wir für die Inhouse-Restaurants unserer Hotelfachschule produzieren und anrichten, wird von den Studierenden wie auch den Mitarbeitenden und Gästen konsumiert.

Wie viel ist Theorie, wie viel ist Praxis bei einer erfolgreichen Patisserie?

Man muss Rezepte lesen und umsetzen können. Das Wesentliche lernt man bei uns in der Schulküche wie auch on the Job, indem man praktisch ausprobieren und viele Erfahrungen sammelt.



Das Dessert als Krönung einer Hotel-Küche. ZVG

Ihre Studierenden bekleiden künftige Managementposten, trotzdem sollen Sie an der SSTH den Studierenden die Praxis näher bringen: Warum macht das Sinn?

Ein Manager, der selber die Abläufe eines Hotelbetriebes praktisch erlebt und erlernt hat, nimmt seine Mitarbeitenden und deren Arbeit ganz anders wahr und kann diese verständnisvoller leiten, als wenn er die praktischen Tätigkeiten seiner Mitarbeitenden ausschliesslich aus Büchern kennt. Er wird so auch mehr Erfolg haben, will er sie motivieren und bei seinen Entscheidungen mitnehmen kann.

Sie arbeiteten sich mit viel Ausdauer in der Sterne-Gastronomie hoch, wie Sie selber sagen: Braucht es für eine Karriere in der Hotellerie einen langen Atem?
Die Ansprüche sind sehr hoch,

Lars Hellenbrand ZVG

und man muss sich unentwegt den Marktbedingungen anpassen, Trends verfolgen oder gar setzen. Der Weg ist sehr steinig, stressig und nicht immer dankbar. Leider geben viele schon in jungen Jahren frühzeitig auf, da ihnen dieser Stress oder die wechselnden Arbeitszeiten nicht zusagen. Mit Achteinhalb-Stunden-Arbeitstagen werden sie jedoch in keinem Job dieser Welt wirklich an die Spitze gelangen.

Und: Wo geht der Trend bei der Patisserie hin?

Der grosse Kostendruck im Gastgewerbe einerseits und auch das Fehlen geeigneter respektive motivierter Patissiers andererseits

«Bei uns betreiben die Studierenden verschiedene Inhouse-Restaurants.»

wird wohl dazu führen, dass Hotels und Restaurants in Zukunft Desserts oder Ähnliches von externen Firmen nach ihren individuellen Vorstellungen produzieren und diese dann nur noch vor Ort von ihren Mitarbeitenden anrichten lassen – oder gar auf dem Markt bereits vorhandene Convenience-Produkte verwenden. Nur wenige erlesene Betriebe, die sich bewusst mit gutem Handwerk profilieren, werden

weiterhin auf hausgebackene Patisseries setzen. Unsere zukünftigen Hotelmanager lernen bei uns Wertschätzung für das Handwerk.



Das Rezept Elisen-Lebkuchen

Zutaten für 10 bis 15 Personen

Teig
5 Stk. Eiweiss
350 g Zucker
125 g Marzipanrohmasse
60 g Orangeat/Zitronat fein gehackt
150 g gehackte Haselnüsse
180 g feingeriebene Mandeln
80 g Mehl
12 g Lebkuchengewürz
3 g Natron (Ammonium)

Backplatten (70 mm Ø) geschälte und halbierte Mandeln Belegkirschen

Zubereitung

Den Zucker mit der Marzipanrohmasse anwirken, Eiweiss nach und nach zugeben und zu einer glatten Masse

verarbeiten. Abkühlen lassen. Anschliessend 50 g schwere Kugeln drehen und auf den Backplatten kuppelförmig andrücken.

Halbe geschälte Mandeln und je nach Geschmack noch eine Viertel Belegkirsche andrücken.

Mindestens 2 Stunden antrocknen lassen. Dann bei 170°C ca. 10 bis 12 min backen und mit Fadenzuckerlasur noch im warmen Zustand glasieren.

Fadenzuckerlösung
250 g Zucker
100 g Wasser

Zucker und Wasser auf 106°C aufkochen. Bei 37°C warmes Gebäck glasieren.

Talentschmiede: Fundierte Praxiserfahrung und breite Managementkompetenz

Die SSTH Swiss School of Tourism and Hospitality in Passugg bietet eine erstklassige, eidgenössisch anerkannte duale Ausbildung. Sie bildet auf verschiedenen Stufen Fach- und Führungskräfte für Hotellerie und Gastronomie aus: Das Angebot reicht von der Grundbildung bis hin zum akademischen Bachelor, der den Absolventen international ganz neue Möglichkeiten eröffnet. Gepaart werden die hochstehenden akademischen Programme mit einer praktischen Ausbildung auf

höchstem Niveau. Die Studierenden rotieren zwischen verschiedenen Inhouse-Restaurants und bekleiden dabei unterschiedlichste Posten: in der Küche, im Service, an der Reception sowie im Housekeeping. Zudem planen sie Events oder erarbeiten Projekte für den realen Markt. So sammeln sie wertvolle Erfahrungen für ihr künftiges Berufsleben.

Swiss School
of Tourism and Hospitality
A MEMBER OF ÉCOLE HÔTELIÈRE DE LAUSANNE GROUP

Mischen possible

Hotellerie und Airbnb – natürliche Feinde auf der freien Wildbahn? Nein, sagt ein Gastgeber in Wien. Und bringt beide Systeme unter einem Dach zusammen.

ANDREAS GÜNTERT

Der Lift ist mit dunkelgrünem Chesterfield-Leder ausgepolstert. Auf der Terrasse im achten Stock lockt ein Outdoor-Pool. Im ganzen Haus dominiert ein aufgefächertes historischer Glanz, und wer stillvoll ausfahren möchte, dem wird die Wahl zwischen einem Jaguar Baujahr 1964 oder einem Maserati Quattroporte geboten. Keine Frage: Das Hotel Grand Ferdinand spielt in der oberen Liga des Gastgeberturns. «Wiener Eleganz» heisst das Hotel-Stück, das hier gegeben wird.

Doch wer sich im ersten Stock des Hauses umschaut, trifft dort auf Zimmernummern, wie man sie sonst nie sieht in der Haute Hotellerie: «No. 107, 1-8» steht auf der einen, «No. 106, 9-14» auf der anderen Türe. Rein arithmetisch kann man sich vorstellen, dass da hinter der einen Pforte acht und hinter der anderen sechs Betten

warten. Und genau so ist es: Florian Weitzer, Chef der österreichischen Weitzer Hotels, hat im «Grand Ferdinand» zwei Schlafsäle einbauen lassen. Mit insgesamt 14 Betten, die man online über Airbnb buchen kann.

Hotelschreck Airbnb soll Eintrittsschwelle wegräumen

Dass sich ein hochstehendes Haus – das «Grand Ferdinand» schmückt sich zwar nicht explizit mit Sternen, kann aber der höchsten Klasse zugerechnet werden – mit dem Hotelschreck Airbnb ins gleiche Bett legt, ist ebenso neu wie erstaunlich. Zumal sich Hoteliers in Wien immer wieder lautstark gegen Airbnb einsetzen. Bis zu 5000 Airbnb-Schlafmöglichkeiten sollen sich dort gemäss Informationen der Stadtverwaltung befinden, Hoteliers vermuten, dass rund ein Sechstel aller Betten im Wiener Tourismus von Privatpersonen angeboten wird. Ähnlich

...



5-Sterne-Komfort in der Suite im Hotel Grand Ferdinand in Wien ...

Bilder zvg

wie in der Schweiz richtet sich der Zorn der Hoteliers weniger gegen Privatpersonen, die ihre Wohnung dann und wann Touristen abtreten, sondern gegen die Profi-Variante: «Unser Problem sind jene, die in ganzen Häusern zehn, fünfzehn Wohnungen aufkaufen und damit ein gewerbliches Geschäft betreiben», sagte Michaela Reitterer, Chefin der Österreichischen Hoteliervereinigung, jüngst im Österreichischen Rundfunk ORF. Hotelier Florian Weitzer (siehe auch Box) will die Modelle kombinieren.

Die klassischen Betriebe müssten sich neu erfinden, sagte er kürzlich in «Die Presse»: «Wir sind an einem Zenit angekommen, wo es mit den bestehenden Mitteln nicht mehr weitergeht.» Das Kalkül dahinter: Bietet man Airbnb-Gästen quasi eine Kapsel im Hotel, räumt das für neue Kunden eine gewisse Eintrittsschwelle weg. Und es kann den Weg dazu ebnen, dass Schiffsaal-Gäste ein nächstes oder übernächstes Mal ins klassische Hotelzimmer übersiedeln. Airbnb mit seiner riesigen Reichweite könnte so im optimalen Falle beitragen; das Kernangebot der Hotellerie zu popularisieren und in Kreise – etwa die Generation Y – zu bringen, die nicht für Hotels zu begeistern sind. Im weniger optimalen Falle könnten die Budget-Gäste der Airbnb-Schlafsäle vom Stammespublikum des hochstehenden Hotels als – gelinde gesagt – etwas unpassend empfunden werden.

Der Orient-Express an der Ringstrasse

Erfahrungswerte für die Mélange der beiden «Users»-Gruppen liegen noch nicht vor. Das «Grand Ferdinand» wurde gerade erst im Oktober 2015 eröffnet, wegen baulicher Unpässlichkeiten wird es Januar, bis auch die zwei Airbnb-Schlafsäle fertig sind. Hoteldirektor Michael Spangl zeigt die beiden Grosszimmer trotzdem gerne schon her. Dem Hotel ist es gelungen, die Ambiance des Hauses auch in die «Mini-Jugendherberge», wie Spangl sagt, einzubringen. Stockbetten in Mahagoni und Kristallleuchten sollen das



«Wir haben einen Zenit erreicht, an dem es mit bestehenden Mitteln nicht weitergeht.»

Florian Weitzer
Weitzer Hotels Österreich

Gefühl vermitteln, im Orient-Express unterwegs zu sein. Separiert werden die Airbnb-Gäste im Hotel Grand Ferdinand von den anderen gnädigen Damen und Herren nicht: Sie benutzen den gleichen Eingang, haben kostenlosen Zugang zum Fitness-Angebot und sind auch im Restaurant «Grand Etage» im achten Stock zugelassen, das Haus-Gästen vorbehalten ist.

Grosse Differenzen zeigen sich bei den Kosten. Während die Preise für ein Doppelzimmer bei 220 Euro beginnen, kommt die Nacht im Airbnb-Stockbett auf 30 Euro zu stehen. Im Pricing-Modell des «Grand Ferdinand» ist das Frühstück nicht inbegriffen. Sollte sich ein Airbnb-Gast fürs grosse Buffet begeistern, wird ihm dies 29 Euro kosten. Fast gleich viel also wie die Nacht im Airbnb-Zimmer.

Vor allem für Familien ein attraktives Angebot

Es seien, sagt Spangl, bereits einige Direktbuchungen für die Schlafsäle hereingekommen. Vom Alter her seien die Buchenden «bunt gemischt», unter den Interessenten fänden sich auch Polterabend-Gesellschaften und viele Familien. Beim letzteren Segment ist die Rechnung schnell gemacht: Buht eine sechsköpfige Familie einen ganzen Schiffsaal, kostet das 180 Euro pro Nacht. Wollte man die ganze Sippe in zwei Doppelzimmer quetschen, so würde dies 440 Euro kosten.

Als eine Art «Mini-Jugendherberge» im Hotel sieht Spangl das neue Angebot. Ein Angebot übrigens, das preislich für Hotel-wer für Airbnb-Gäste noch einen kleinen, aber wichtigen Aufpreis bringt pro Nacht: 3,2 Prozent des Nächtigungsentgeltes, die sogenannte Ortstaxe. Schliesslich will der neue Airbnb-Player im Hotel ein fairer Mitspieler sein.

www.grandferdinand.com

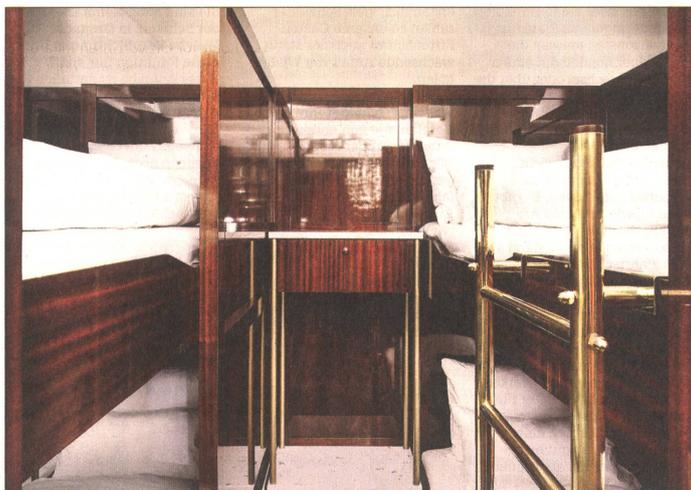
Weitzer Hotels Familienunternehmen mit der vierten Generation am Steuer

Mit der Vermischung von Rucksack- und 5-Sterne-Gästen unter dem gleichen Dach begibt sich der österreichische Hotelier Florian Weitzer auf neue Pfade. Das passt zum Hospitality-Profi, der das Familienunternehmen Weitzer Hotels in vierter Generation führt. «Seelenfutter» nennt der Chef die Mischung aus urbaner Lässigkeit und Eleganz, die er in historischen Mauern einziehen lässt. Das Gebäude des «Grand Ferdinand» war bis zur Zerstörung im Zweiten Weltkrieg ein Stadtpalais, wurde danach als Bürogebäude wieder aufgebaut und diente bis zu Weitzers Wag-

nis als Sitz des Verfassungsschutzes. Das Hotel Grand Ferdinand (188 Zimmer, drei Restaurants) liegt am Schubert-ring, einem Abschnitt der Wiener Prachtmeile Ringstrasse.

Das «Grand Ferdinand» ist das jüngste und fünfte Haus der Gruppe, die ein weiteres Hotel in Wien (Daniel Vienna) sowie drei Häuser in Graz (Wiesler, Weitzer und Daniel Graz) führt. Insgesamt kommt die Gruppe auf 1434 Betten in 717 Zimmern und erwirtschaftete 2014 mit rund 300 Mitarbeitenden um die 20,5 Millionen Euro. ag

www.weitzer.com



... und ein Hauch Orient-Express-Ambiente im Airbnb-Schlafsaal im selben Haus.

Hier bestimmen Sie den Inhalt!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr hotelrevue

ANZEIGE



Karibisches Ferienidyll: Mit dem «Le Phare Bleu Boutique Hotel & Marina» auf Grenada haben sich Jana Caniga und ihr Mann Dieter Burkhalter einen Traum erfüllt. Bilder: zvg

«Langsam in der Gewinnzone»

Blick ins Ausland Die frühere «10 vor 10»-Moderatorin Jana Caniga über ihre Erfahrungen, als Quereinsteigerin in der Karibik eine Hotel- und Ferienanlage zu führen.

DETLEF BERG

Le Phare Bleu Boutique Hotel & Marina – das ist der vollständige Name der Anlage, die in der Petite-Calvigny-Bucht in Grenada liegt. Neben einem Jachthafen mit 60 Liegeplätzen gehören 14 Strandvillen und Apartments dazu, alle mit einer Küche, zwei Schlafräumen, zwei Bädern und einer grossen Veranda ausgestattet. Einige Villen haben Meerblick, andere liegen eingebettet im tropischen Garten, und eine Villa verfügt über einen eigenen Pool. Mit dem «The Deck» gehört auch ein Restaurant inklusive Bar zur Anlage. Inhaber sind die ehemalige «10 vor 10»-Moderatorin Jana Caniga und ihre Mann Dieter Burkhalter, der in der Schweiz als Musiker, Produzent und Toningenieur gearbeitet hatte. 2006 sind die beiden nach Grenada ausgewandert, um sich auf der karibischen Insel mit der Hotel- und Ferienanlage eine neue Existenz aufzubauen und einen lang gehegten Traum zu erfüllen. Wie die Quereinsteigerin in der Hotelbranche angekommen sind und wie das Geschäft heute läuft, erzählt Jana Caniga im Interview mit der htr hotel revue.

Jana Caniga, ist Ihr Traum von einem Ferienresort unter Palmen in Erfüllung gegangen?
Dieter und ich waren ja beruflich in der Schweiz sehr aktiv und auch erfolgreich. Doch wir wollten im letzten Drittel unseres Lebens noch ein gemeinsames Projekt auf die Beine stellen. Dieter ist begeisterter Segler, also sollte es etwas mit Booten sein. Weil die Karibik die längste Segelsaison hat, fiel unsere Wahl auf diese Region, und schliesslich haben wir dieses Stück Land kaufen können. Wir sind mit viel Euphorie an die Sache gegangen, haben gesagt, das machen wir. Allerdings waren wir keine Spezialisten und hatten auch keinen Businessplan aufgestellt. Für manche Fehler mussten wir ordentlich Lehrgeld bezahlen. Aber wir haben unser Projekt langfristig angelegt, hier wollen wir leben. Reichtümer verdie-

nen wir nicht, aber wir erreichen jetzt langsam die Gewinnzone.
Welche Fehler meinen Sie?
Wir hatten zum Beispiel nicht berechnet, wie viele Zimmer für einen rentablen Hotelbetrieb sinnvoll wären. Wir hatten auch nicht einkalkuliert, dass für die Marina und den Hotelbetrieb umfangreiche Lagerräume benötigt werden. Probleme bereitete am Anfang auch die Ableitung des Wassers. Aus heutiger Sicht würde ich jedem Investor empfehlen, einen Businessplan aufzustellen und fachkundigen Rat einzuholen.

Wie kam es zum Bau der Villen?

Es gibt auf Grenada grundsätzlich nur Konzessionen für Projekte, die auch die Schaffung von Hotelkapazitäten einschliessen. Wir hätten andernfalls hohe Zölle und Steuern bezahlen müssen,

«Wir hatten die Anzahl Zimmer für einen rentablen Hotelbetrieb nicht berechnet.»

Jana Caniga
«Le Phare Bleu» Grenada

und das wäre betriebswirtschaftlich nicht zu vertreten gewesen. Wir dachten damals, dass es doch möglich sein sollte, ein schönes Hotel hinzusetzen und die Gäste zu verwöhnen. Wir haben dann aber gelernt, dass Hotellerie auch ein knallhartes Geschäft ist.

Welche Probleme gibt es beim Betreiben der Hotelanlage?
Grenada braucht insgesamt mehr Gäste. Andere Inseln in der Karibik sind da einfach bekannter. Dabei bietet Grenada alles, was die anderen Inseln auch haben und dazu noch den Vorzug, dass es kaum Kriminalität gibt. Wir haben auch unterschätzt, wie wichtig Flugverbindungen sind. Im Winter gibt es zwar einen Direktflug mit der Condor aus Frankfurt, aber ansonsten müssen die Gäste über London mit einem Flughafenwechsel oder über die USA anreisen.

Wie sieht es mit den Mitarbeitenden aus?
Grundsätzlich ist es nicht einfach, gut ausgebildete Mitarbeiter zu finden. Es gibt zwar inzwischen eine Art Hotelfachschule, doch viele Absolventen arbeiten dann auf Kreuzfahrtschiffen oder gehen ins Ausland. Deshalb suchen wir selbst junge Leute aus und versuchen, ihnen das notwendige Wissen beizubringen. Das ist nicht immer einfach, schliesslich haben wir ja durch den Hafen verschiedene Gewerke und nicht nur Mitarbeiter für das Hotel. Bei uns arbeiten zum Beispiel vier Gärtner, einer davon hat sich so gut entwickelt, dass wir ihn als Teilneh-

mer zur Chelsea Flower Show nach London geschickt haben.

Wie sieht es mit der Auslastung aus?
Da besteht durchaus noch Potenzial. Über das Jahr gesehen kommen für auf etwa 40 Prozent Belegung. Traditionell kommen besonders viele Besucher aus Grossbritannien und den USA, aber auch erstaunlich viele Schweizer zählen zu unseren Gästen. Erfreulich ist auch der stetig wachsende Anteil von Wiederholern.

Was unterscheidet Ihre Hotelanlage von anderen Häusern auf der Insel?
Wir haben mit den grosszügig gestalteten Villen ein sehr familienfreundliches Angebot. Ausserdem bieten wir sehr viele Freizeitaktivitäten – ich denke dabei nicht nur ans Segeln. Wir bieten Kajaks zur kostenfreien

Nutzung an, und man kann in der Bucht schnorcheln. Manchmal organisieren wir auch ganz spontan kostenlose Ausflüge, etwa einen Trip mit dem Boot zur Hog Island oder zu einer Musikprobe einer Steelband.

Apropos Musik, was hat es mit den Dinghy-Konzerten auf sich?

Dieter hatte in der Schweiz eine Musikschule. Musik ist neben dem Segeln sein zweites grosses Hobby, von dem er auch hier in der Karibik nicht lassen kann. Das Besondere an diesen Konzerten ist, dass eine schwimmende Plattform die Bühne bildet und die Besucher mit ihren Booten in die Bucht kommen. Wer kein Boot hat, wird von uns auf eine andere Plattform gebracht, auf der es auch eine Bar gibt. Die Konzerte klingen bei untergehender Sonne aus, und anschliessend wird im Restaurant weitergefesteiert. Dort haben wir auch regelmässig jeden Freitag Live-Konzerte. Das hat sich inzwischen auf der Insel herumgesprochen und bringt uns auch viele einheimische Gäste.

Welche Pläne gibt es für die kommenden Jahre?

Wir sind gerade mit den Vorbereitungen für ein Musikfestival beschäftigt, das im April nächsten Jahres stattfinden wird und zu dem wir über 100 Musiker einladen wollen. Baulich passiert auch wieder etwas: Es entsteht ein neues Gebäude mit zwei Apartments und Seminarräumen.

Sie sind auch Honorarkonsulin der Schweiz in Grenada.

Welche Verpflichtungen bringt diese Funktion mit sich?

Diese Aufgabe ist natürlich eine grosse Ehre für mich. Viel Arbeit ist damit nicht verbunden – es leben nur etwa 25 Schweizer auf Grenada, dazu kommen noch die Touristen. Zumeist sind es repräsentative Verpflichtungen, die ich wahrnehme. Aber ich stehe selbstverständlich bei Problemen mit Rat und Tat zur Verfügung.



Dieter Burkhalter und Jana Caniga.

Letzte Woche war ich in Berlin, nächtigte zweimal im Riü Hotel, einem noch sternelosen Hochhaus mit über 380 Zimmern und einer Tapas-Bar. Die Manager des spanischen Riü-Konzerns, an dem auch die TUI beteiligt ist, haben es sich in den Kopf gesetzt, statt Strand-Resorts nun auch City-Herbergen zu eröffnen. Ich habe an Riü schon immer den Pragmatismus geschätzt: hohe Qualität, aber kein Firlefanz, das Beste und Nötigste für den Feriennmenschen.

In Berlin, im ersten Riü-Stadthotel Europas, wacht weder ein Doorman an der Pforte, noch stöckeln Girls von den Guest Relations durch die Halle. Auf dem Bett in der Juniorsuite liegen zwei Bademäntel, aber ein Spa oder Indoor-Pool fehlt im Haus. All das interessierte mich eigentlich nur am Rande: Ich schätzte dafür den einfach zu benutzenden Lift und die logisch angeordneten und gut zu ertastenden Etagenknöpfe darin.

Die Lichtregie in meiner Bleibe erfolgte über normale Kippschalter, das Kabel-

Kolumne



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

Reisen und Logieren mit Handicap

telefon hatte Tasten. Die outgesourcete Putzquipe gab sich wunderbar unkreativ und stopfte das Pyjama unters Kopfkissen, statt den Schlafanzug an einem abenteuerlichen Ort kunstvoll zu drapieren oder gar in den hintersten Schrank zu verbannen.

Ich freue mich persönlich über einfach gestaltete Hotelzimmer ohne Touchscreens, Tablets oder verschlungene Pfade durchs Entree oder Bad. Der General Manager in einer Hongkonger Nobelherberge wollte mir eine besondere Freude bereiten und wies mir eine seiner grössten Suiten zu. Wenn der Butler klingelte, musste sich der dienstbare Geist in Geduld üben, bis ich den Weg durch Sitzgruppen um Ecken und Flure zur Tür gefunden hatte.

Ich bin – das wissen mittlerweile viele in der Branche – praktisch blind, seit fünf Jahren. Retinitis pigmentosa (Netzhautdegeneration) heisst die Erbkrankheit. Diese machte mich innert einem halben Jahr vom halbwegs Normalsehenden

und selbstständigen Zeitgenossen zum Behinderten. Die Erblindung hat die Leidenschaft für Reisen und Hotels nicht geändert, wohl aber die Perspektiven verändert. Für den Eigengebrauch beurteile ich ein Hotelzimmer nicht mehr nach raffiniertem Layout, tollem Farbkonzept oder ungewöhnlicher Aussicht vom Balkon.

Es zählt Rudimentäres: Wie einfach sind Licht, Telefon, Fernseher (man kann ja auch News und Champions League hören) zu bedienen? Wie logisch ist das Bad eingerichtet? Verstecken sich die Tübbel und Fläschli mit den wohlriechenden Essenzen in einem Spiegelschrank – oder sind sie greifbar? Ist die Dusche ein Meisterwerk der Ingenieurskunst oder mit einem einzigen Hebel zu manövrieren? Finde ich Wasserflaschen und Steckdosen an einem «normalen» Ort, kann ich den Vorhang manuell schliessen? Drohen Treppenstufen oder Schwellen? Und wie leicht komme ich ins WLAN, um das Notebook mit der Sehbehinderten-Technologie in Gang zu setzen?

Blinde sind natürlich eine rare Gästegruppe, vor allem in hochsternigen Hotels. Aber ich denke, auch alte Menschen mit dem Geld für Luxusunterkünfte haben ähnliche Bedürfnisse wie ich mit meinem speziellen Handicap. Doch letztlich entscheidet bei einem Hotel das Personal über die Blindentauglichkeit.

In Thailand etwa sind die Hotelangestellten empathisch und besonders hilfsbereit, stets auf Zack. In Deutschland habe ich mit einer Ausnahme, als mein Berliner 3-Sterne-Hotel die Scherben im Badezimmer auch nach 24 Stunden nicht vom Boden geräumt hatte, auch fast nur gute Erfahrungen gemacht. In der Schweiz kennt man mich in der Regel und weiss Bescheid über die Bedürfnisse. Der Russe hingegen scheint sich eher schwerzutun mit Blinden: In einem renommierten Moskauer Hotel liess mich der Bursche, der mich an der Zimmertür abholte und ins Restaurant begleiten sollte, einfach an der nächsten Ecke im Flur stehen – und verschwand im Nirgendwo.

Erfolgreich in der Natur der Sache

2016 war das Jahr von Sven Wassmer: Der Titel «Entdeckung des Jahres» von Gault Millau und der Stern für das Restaurant Silver hieften ihn in den Koch-Olymp.

SABRINA GLANZMANN

Zauberer. Künstler. Grösstes Talent der Schweizer Kochszene. Wenn es um Sven Wassmer geht, überschlagen sich die positiven Attribute und Superlative in den Medien regelrecht. Seit Gault Millau Schweiz den Chef des Restaurants Silver im Valsler «7132 Hotel» zur «Entdeckung des Jahres in der Deutschschweiz 2016» gekürt und mit 17 Punkten ausgezeichnet hat, gilt er als der hiesige Koch-Shootingstar. Noch nie ist ein Schweizer Küchenchef auf Anhieb so hoch im roten Gastro-Guide gestartet – in Wassmers Fall geschah der Einstieg ausserdem nur zehn Monate nach der Restauranteröffnung. Und: Zwei Tage nach den Gault-Millau-Ehren Anfang Oktober zog auch gleich der Guide Michelin mit dem ersten Stern nach.

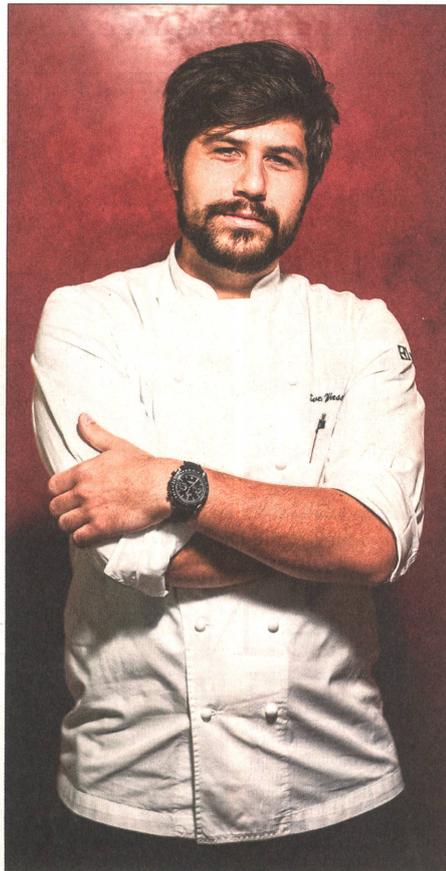
Mit seiner ersten Küchenchef-Stelle ist ihm ein fulminanter Start von null auf hundert gelungen – dafür klingt Sven Wassmer ziemlich entspannt beim Telefongespräch fast drei Monate nach dem Punkte- und Sterne-Regen. «Das Ganze ist schon mega genial und eine riesige Ehre für mich und mein ganzes Team. Anfangs ging es schon ziemlich drunter und drüber, klar. Ich war total perplex und konnte das alles gar nicht richtig realisieren. Aber nach zwei Wochen stand ich eines Morgens auf und sagte mir: Das ist alles schön und gut, aber jetzt musst du wieder in die Kü-

che und über das Essen nachdenken. Genau darum geht es ja.»

Nach dem Schloss Schauenstein direkt nach London

Genau darum geht es ihm, dem gebürtigen Aargauer aus dem Fricktal, seit seiner Kochlehre im Swisshotel Le Plaza in Basel. Als er dort von der A-la-carte- über die Bankett- und Catering-Küche bis hin zur hauseigenen Chocolate-rie vielseitig zum Einsatz kam, war dem heute 29-jährigen klar, «dass ich im absolut richtigen Beruf bin». Es zog ihn dann weiter ins Fine Dining und in eine «Weniger-ist-mehr»-Haltung, um mit den besten Produkten zu arbeiten. «Das ist das, was ich von Anfang an machen wollte.»

Dafür setzte er sich zum Ziel, künftig nur bei den besten Chefs anzuhelfen. Das klappte: Die erste Station führte ihn zu Marcus G. Lindner ins Zürcher «Mesa», die nächste zu Andreas Caminada nach Fürstenaub, was ihn zusammen mit Nenad Milinarevic heute zum bekanntesten Vertreter der viel zitierten «Generation Caminada» macht: «Andreas' Perfektionismus und sein Auge fürs Detail, auch im Gastraum, das hat mich schon sehr geprägt und als Koch geformt. Und natürlich auch, dass ich dort arbeitete, als es den dritten Stern, den 19. Punkt und den zweiten «Koch-des-Jahres»-Titel gab. Danach gab es für mich keine andere Stelle in der Schweiz, die darauf hätte folgen können.» Was dafür folgte,



«Wieder über das Essen nachdenken»: Top-Chef Sven Wassmer.

war der Schritt nach London, wo er bei Nuno Mendes und Leandro Carreira an der Top-Adresse «Viajante» anheuerte und sich innerhalb von drei Jahren bis zum Souschef hocharbeitete. «Und dann kam der Anruf von Nenad, ob ich sein Souschef im neuen «Focus» im Park Hotel Vitznau werden wollte. Klar wollte ich!» Und klar führte ihn dieser Entscheid weiter in die Top-Liga: Wenige Monate nach der Eröffnung gab es für das «Focus» zwei Michelin-Sterne.

Naturnahe Saisonalität durch und durch

Es war ein kluger Schachzug von Unternehmer Remo Stoffel, diesen jungen Getriebenen im Dezember 2014 ins «7132 Hotel» nach Vals zu holen, ihn zum Fine-Dining-Chef zu machen. Die Gourmet-Szene und Fachpresse beobachtete von Anfang an genau, was das Talent im Bündner Dorf kreiert. Sein hausgemachtes Öl aus Valsler Tannen sorgte rasch für Furore, seine Kombination von Königskrabbe mit Valsler Karotten und Urkarotten aus Landquart, kombiniert mit Amalfi-

Zitrone, liess die Gault-Millau-Tester in ihrer Kritik schwärmen. Spätestens seit den Auszeichnungen der Gastro-Guides ist das «Silver» – und damit auch das Hotel – eine kulinarische Topdestination geworden: Reservierungen hätten laut Wassmer «enorm angezogen» und an den Wochenenden sei man jetzt meist ausgebucht. Es ist eine sehr naturnahe Küche, welche die Gäste bei Sven Wassmer erwarten, eine aus Überzeugung komplett an der Saisonalität orientierte. «Saisonalität gilt nicht nur für Gemüse, sondern auch für Fleisch und Fisch. Das wird heute erstaunlicherweise oft nicht mehr richtig beachtet, und das will ich meinen Gästen weitergeben. Es geht ja nicht nur darum, wann eine Sellerieknolle Saison hat. Es ist auch wichtig, wann ein Edelhuhn seine natürliche Schlachtreife erreicht hat oder in welcher Zeitspanne es handgetauchte norwegische Jakobsmuscheln gibt.» Aus dieser Haltung heraus bedient der junge Spitzenkoch in seiner Produktebeschaffung ziemlich entgegenge-

«Dass auch Fleisch und Fisch eine Saisonalität haben, wird heute wenig beachtet.»

Sven Wassmer
Chef Restaurant Silver, Vals

Serie Über Gewinner, Geehrte, Ausgezeichnete

Das Portrait über Sven Wassmer ist der letzte Teil unserer Serie «Köpfe 2015». Darin haben wir Persönlichkeiten aus Hotellerie, Gastronomie oder Tourismus vorgestellt, die heuer dank einer Auszeichnung, einem Wettbewerbsgewinn oder mit einem besonders hohen Dienstleistungsbeitrag über den Kaffee-Verkoster Michal Otte, amtierender Schweizer Meister im Cup Tasting, Michael Freudrich, während 30 Jahren Küchenchef im Hotel Walther in Pontresina, Geraldine Maras, die als Swiss Chocolate Master 2015 an der WM in Paris war, sowie Lisa-Marie Fricke und Tiago Venancio Silva, die Junior-Servicemeisterin bzw. der Servicemeister 2016. sag

Gastronomie

Spitzenküche für Patienten in Berner Hirslanden-Kliniken

Patienten und Besucher der Berner Hirslanden-Kliniken können diesen Winter ein saisonales Menü auf Spitzenküche-Niveau genießen: Den Dreigänger kreiert hat Jan Leimbach, Küchenchef des mit 17 Gault-Millau-Punkten und einem Michelin-Stern ausgezeichneten Restaurants Meridiano im Kursaal Bern. Er selbst hat das Küchenteam der Kliniken vor Ort geschult. Serviert wird das Wintermenü ab sofort in den Hirslanden-Kliniken Beau-Site, Permanence und Salem-Spital in Bern.

www.kursaal-bern.ch
www.hirslanden.ch

Hôtel de Ville als weltbestes Restaurant klassiert



Arnaud Gallard

Das Hôtel de Ville im waadtändischen Crissier ist «das beste Restaurant der Welt». Das mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnete Gourmet-Lokal von Benoît Viollier führt die Liste «mille tables d'exception» aus Frankreich an, die als Antwort auf das britische Ranking «50 Best Restaurants» lanciert wurde. Das Hôtel de Ville hat das New Yorker Restaurant Per Se von der Spitze der Liste gedrängt; das «Schloss Schauenstein» von Andreas Caminada in Fürstenaub (GR) belegt Platz 5.

Hotellerie

Swisshotel mit positivem Nachhaltigkeitsbericht

Die Swisshotel Hotels & Resorts haben ihren neuesten Nachhaltigkeitsreport veröffentlicht. Daran geht hervor, dass die Hotelgruppe in den vergangenen Jahren einen Rückgang des Energie- (-27%) und Wasserverbrauchs (-18%) sowie der CO₂ Emissionen (-25%) verzeichnen konnte. Der Report wurde erstmals 2012 veröffentlicht und legt die Errungenschaften in Design, ökologischer Verantwortung, Stärkung der jeweiligen Kommunen, Partnerschaften sowie Awards und Zertifizierungen über einen mehrjährigen Zeitraum dar.

25hours: achttes Haus ab 2016 in Hamburg



Dreimeta Armin Fischer, «Augsburg für 25hours»

Im März 2016 eröffnet die Hotelgruppe 25hours im Überseequartier in Hamburg mit dem 25hours Hotel Altes Hafentor ihr achttes Haus. Es liegt direkt neben dem 25hours Hotel HafenCity. Auch am neuen Ort wird wie bereits in anderen Häusern der Gruppe das Restaurant Neni mit seiner ostmediterranean Küche von Haya Molcho präsent sein. Des Weiteren wird eine Dependence der etablierten Hamburger Boilerman Bar im 25hours Hotel Altes Hafentor entstehen. sag

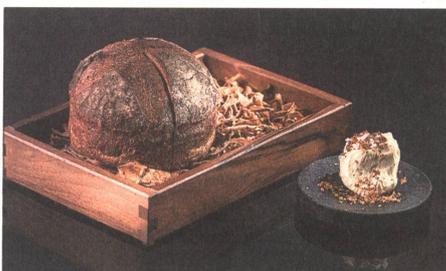
Neue Schweizer Küche Charta und Fachtagung im Februar 2016

Sven Wassmer ist es ein Anliegen, sich auch ausserhalb seiner «Silver»-Küche für das Renommee der Schweizer Kochkunst und die Anerkennung von Schweizer Produkten einzusetzen: So arbeitet er zum Beispiel an einer «Charta zur neuen Schweizer Küche» mit, die von Marmite, der Schweizer Zeitschrift für Ess- und Trinkkultur, gemeinsam mit weiteren Branchenexperten in Angriff genommen worden ist. Im ersten Entwurf der Charta werden unter anderem Punkte wie «Förderung der

Geschmacksherkunft», die «Bewahrung des Handwerks» oder «Wahrgenommene Verantwortung» aufgeführt.

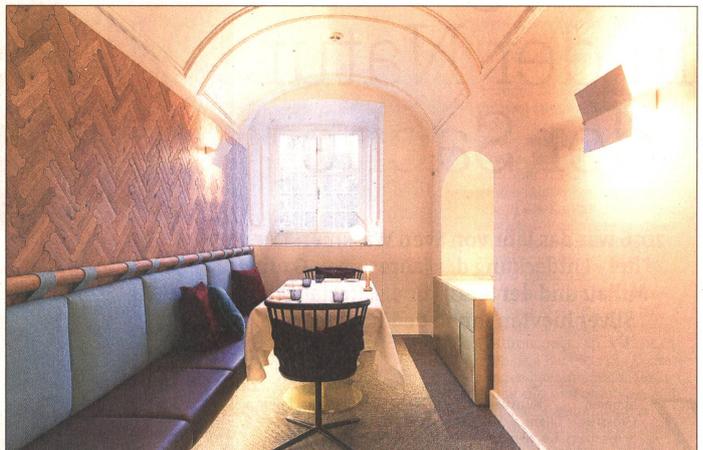
Zum Thema «Zukunft der Schweizer Kochkunst» war Sven Wassmer auch Gast an der sechsten Ausgabe der Fachtagung «Marmite Food Lab» Anfang November. Am Montag, 8. Februar 2016 wird die Diskussion darüber fortgesetzt mit einem inhaltlichen Fokus auf die Produzenten, das Handwerk und die Tradition. sag

www.marmite-events.ch



Sven Wassmers Gerichte vereinen lokale, regionale und internationale Spitzenprodukte (von links nach rechts): Fermentiertes Kartoffelbrot mit Valsler Alpenbutter; Blumenkohl, Tanne, Reh; Grapefruit, Aged Negroni; King Crabs, Karotte, Amalfi-Zitrone.

Bilder: Jeremy Mason McGraw



Das neue Restaurant «IGNIV by Andreas Caminada» besticht mit ruhigem, stimmigem Design. Einzelne Tische sind auch etwas abgetrennt in Nischen platziert.

Bilder Nicola Pitaro

Neue kulinarische Nestwärme

Gestern Mittwoch ist im Grand Resort Bad Ragaz das zweite Restaurant von Spitzenkoch Andreas Caminada eröffnet worden. Das «IGNIV» setzt auf Spitzenküche, die man teilt.

SABRINA GLANZMANN

Kreationen wie «Rote Bete Knusper», «Foie gras Blütenduft» oder «Ei im Nest» liegen in verschiedenen schönen Kristalltellern nebeneinander auf dem Tisch. Diese kleinen Häppchen eröffnen das Mittagessen am Presse-Event zwei Tage vor der Eröffnung des neuen Restaurants Igniv im Grand Resort Bad Ragaz. Etwas verstohlen sieht sich die Runde aus Journalistinnen und Journalisten am Tisch an – die Frage «Und jetzt kann man sich einfach so bedienen?» steht ihnen ins Gesicht geschrieben. Man kann nicht nur, man soll sogar. Die achte Person am Tisch, der Geschäftsleitungs-Vorsitzende Peter P. Tschirky, macht den Anfang. «Bitte, meine Damen und Herren, bedienen Sie sich!», sagt und nimmt sich eine der Eierschalen, aus denen köstlicher Trüffelduft steigt. Später, als beim Hauptgang sieben verschiedene Gerichte von Kalbskotelett mit Pilzen und Schalotten über geschmorten Kalbsbacken bis hin zum Zweierlei vom Kürbis auf dem Tisch stehen, ist die anfängliche Zurückhaltung längst verflogen. Ganz selbstverständlich reicht man sich die Töpfe, Pfannen und Teller weiter, tauscht sich über die Gerichte aus, lacht mit-

einander, erzählt sich Anekdoten, nippt am Weinglas. Das «Essen-Teilen» auf hohem Niveau funktioniert. Diese Grundidee macht das Konzept von «IGNIV» aus, dem neuen, zweiten Restaurant des Bündner Spitzenkuchs Andreas Caminada, das gestern Mittwoch nun offiziell eröffnet wurde.

Menüs aus je 14 oder 18 Gerichtskomponenten

«Zuerst dachte ich, ob wir hier in Bad Ragaz wohl zu nahe am «Schauenstein» sind. Aber die Konzepte konkurrieren sich in keiner Weise, sie ergänzen sich, und das Grand Resort ist für uns der perfekte Ort, um unser Nest einzupflanzen» so der 19-Punkte-Koch Caminada. «IGNIV», das heisst «Nest» auf Rätomanisch, und ein solches Nest will das Restaurant dank seines «Fine-Dining-Sharing»-Konzeptes sein. Und das heisst eben: Es gibt keine klassischen Mehrgang-Folgen wie in der Spitzgastroonomie sonst üblich, sondern Menüs aus je 14 oder 18 Gerichtskomponenten, die gemeinsam am Tisch geteilt werden. Ein solches «3-Gang-Sharing-Erlebnis» kostet pro Person 138 Franken, in 4 Gängen 156 Franken und jeder zusätzliche Gang liegt bei 60 Franken. Ausserdem gibt es ein A-la-carte-Menü, das ebenfalls auf das Sharing-Konzept ausgerichtet ist. «Seit Jahren habe ich die Idee für ein zweites Lokal im Kopf, und diese Umsetzung passt nun absolut zu uns und auch zur Gesellschaft, die heute ja so stark und in den verschiedensten Bereichen vom Gedanken des Teilens beeinflusst ist», so Andreas Caminada. Er greift damit einen Trend auf, der international schon stärker im Gespräch ist und mit «Sharing Tables» etwa in den USA schon einige Verbreitung findet. Hierzulande ist er aber gerade als Spitzenkoch im höchsten Bereich klar der Pionier in dieser Richtung.

Das neue «Nest» für alle Altersklassen ansprechen – gerade auch für Familien soll es eine attraktive Location werden, weshalb das Restaurant auch am Sonntagmittag geöffnet ist. Andreas Caminada hat die grosse Verantwortung des Küchenchef-Postens vor Ort einem jungen Talent aus seiner Schmiede übergeben: der 26-jährige Silvio Germann gehört seit drei Jahren zum Team im 3-Sterne-Lokal Schloss Schauenstein und will in Bad Ragaz «die DNA von Andreas und vom «Schauenstein» auf die Teller bringen». Zu den Erfahrungen von Silvio Ger-

mann gehören auch Stages bei internationalen Top-Adressen wie den Restaurants Quique Dacosta in Spanien, dem Landhaus Bacher in Österreich oder dem Frantzén in Schweden. «Er war meine erste Wahl, weil er alle nötigen Facetten abdeckt: Er ist teamfähig, ein super Koch und ein reisesiges Talent», rühmt Caminada

Weinkarte mit insgesamt rund 600 Positionen

Geblichen ist der bisherige Restaurantleiter und Sommelier Francesco Benvenuto, der schon bei Roland Schmid zum Team gehörte. Dieser freut sich auf die neue Herausforderung des Sharing-Konzeptes, das auch für den Service der 30 Plätze einiges an Anpassung bedeutet: «Die Art des Servierens ändert sich für uns, wir müssen viele Gerichte auf verschiedenen Tellern gleichzeitig an den Tisch bringen, das braucht höchste Präzision, damit es ein gutes Bild ergibt. Es ist aber eine spannende Herausforderung.»

Für das Sharing-Konzept hat man sich entschieden, die Champagner-Positionen auf 54 aufzustoeken und mehr Positionen aus der Bündner Herrschaft anzubieten, um mehr Jahrgangstiefe zu haben, so Benvenuto. Neu konnte



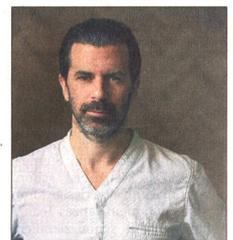
Francesco Benvenuto, Chef de Service (l.), und Silvio Germann, Küchenchef im «IGNIV by Andreas Caminada».

Bilder mauricehaus.ch

zudem die renommierte Domaine de la Romanée-Conti auf der Karte integriert werden, die insgesamt neu um die 600 Positionen umfasst.

Mit einem straffen Zeitplan wurde das frühere Gourmet-Lokal Äbtestube, wo Chefkoch Roland Schmid bis zu seiner Neuorientie-

rung zwölf Jahre lang gewirkt hat, seit diesem Sommer komplett renoviert. Die renommierte spanische Innendesignerin Patricia Urquiola zeichnete für das Interior-Konzept verantwortlich, bei dem nur der Kamin in der Mitte des Raums an das frühere Lokal erinnert. Entstanden ist eine sehr



Andreas Caminada geht mit dem «IGNIV» neue Wege.

stimmige, feinfühlig-einrichtung mit einer ruhigen Farbsprache. Ein Hingucker und ein Highlight der Ausstattung ist die ungewöhnliche Wand aus Parkett. Das «IGNIV by Caminada»-Logo wurde von Grafiker Remo Caminada kreiert.

www.igniv.com



Nachgefragt
Peter P. Tschirky

Vorsitzender der Geschäftsleitung der Grand Resort Bad Ragaz AG

Peter P. Tschirky, viele Hoteliers werden ziemlich neidisch auf Sie sein, dass Sie Andreas Caminada für sein zweites Restaurant ins Grand Resort Bad Ragaz holen konnten ...

Ja, es macht uns sehr stolz und glücklich, dass die Zusammenarbeit zustande gekommen ist. Als Roland Schmid im Juli nach zwölf Jahren in unserem Gourmet-Lokal Äbtestube kündigte, war das zunächst ein grosser Verlust für uns und eine traurige Nachricht. Wir mussten uns dann überlegen, ob und wie wir auf ein nächstes Fine-Dining-Konzept setzen sollen. Als klar war, dass es im Top-Bereich weitergehen soll und wir eine Shortlist mit den Wunschkandidaten erstellt haben, stand der Name Caminada zuoberst.

Wie entstand der Kontakt?

Roland Schmid hat ihn angerufen und unser Interesse signalisiert. Andreas Caminada bat um einige Tage Bedenkzeit, was für mich sehr spannende und angespannte Tage waren (lacht). Als er dann zurückrief und direkt mit mir sprechen wollte, wusste ich: Das ist ein gutes Zeichen.

Mit dem neuen Konzept des 3-Sterne- und 19-Punkte-Kochs im Haus ist das Grand Resort plötzlich zur neuen Trendlocation geworden ...

Die Partnerschaft passt generell dazu, in welche Richtung sich das Resort entwickelt: Wir sind immer mehr im ganzen Gesundheitsbereich daheim, denn auch das ist ein Trend, den wir aufgenommen haben. Wir sind aber dank der Art, wie wir aufgestellt sind, in der glücklichen Lage, die finanziellen Möglichkeiten zu haben, auf Trends zu reagieren und einen solchen Umbau zu stemmen. Es gibt in der heutigen Zeit nicht viele Hotels hierzulande, die ihr Restaurant in so kurzer Zeit neu machen können.

Wie viel wurde in den Umbau investiert?

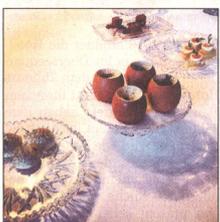
Bei den Investitionen liegen wir nahe bei 500'000 Franken. Dazu kommt 2016 noch eine Anpassung der Lobby; diese soll in einzelnen Interior-Elementen den Nest-Gedanken des «IGNIV» künftig mit aufnehmen.

Wie hat der Verwaltungsrat auf den Namen Caminada reagiert?

Das wurde von Anfang an mit grosser Begeisterung aufgenommen. Kritischer war man mit der Idee, dass die Äbtestube komplett umgebaut werden sollte, schliesslich war es ein etablierter Name, in den viel Geld investiert wurde. Gerade was die Einrichtung betraf, erhielt der Verwaltungsrat auch von aussen skeptische Inputs, weil man diese stark mit der Äbtestube verband. Zur Zündung verhalf schliesslich, dass wir jedes einzelne Täfer, jede Lampe und jedes Dekorationselement aufgehoben und nummeriert haben, sodass es später wieder eine Verwendung finden kann, falls gewünscht.

Wie ist die Zusammenarbeit vertraglich geregelt?

Es handelt sich um einen klassischen Managementvertrag mit Bonus- und Malussystem. Der gesamte Betrieb mit den Standards und Qualitätsbestimmungen läuft als Management-Nehmer über uns, Andreas Caminada und sein Team haben freie Hand für das Bespielen von Thema und Inhalt.



Foie gras Blütenduft, Ei im Nest oder Rote Bete Knusper auf dem «IGNIV»-Tisch.

sag

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. 51/52 · 17. Dezember 2015

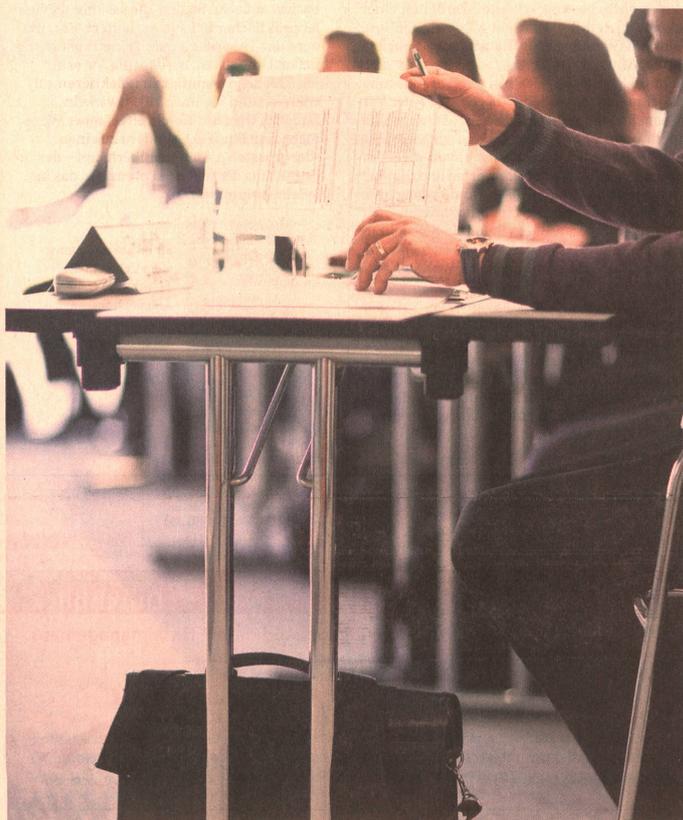
htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

**HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

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



THEMENBILD: KEYSTONE

WAS IST GUTER UNTERRICHT?

Mit dieser Frage sollten sich alle Leute auseinandersetzen, die einen Lehrauftrag haben. Ob der Besuch einer Weiterbildung von den Teilnehmenden als Erfolg betrachtet wird, hängt nämlich in erster Linie davon ab, wie gut der Unterricht ist. Stimmt der Kern der Dienstleistung nicht, nützen die schönsten Seminarlokalitäten und die freundlichsten Administrationsmitarbeitenden nicht viel.

KUNDENNUTZEN

Die Planung guten Unterrichts beginnt mit einer Analyse der Teilnehmerliste. Weiss man, aus welchem beruflichen Umfeld die Teilnehmenden stammen, kann man die richtigen Beispiele und Fallstudien zücken. Zudem gilt es, bereits zu Beginn die gegenseitigen Erwartungen zu klären. Ob es den Teilnehmenden darum geht, gute Instrumente für ihre tägliche Arbeit kennen zu lernen oder ob vor allem der Prüfungserfolg im Vordergrund steht, ist für die Unterrichtsgestaltung entscheidend.

AKTUALITÄT

Die Absolventen einer beruflichen Weiterbildung haben in der Regel bereits eine entsprechende Grundausbildung hinter sich gebracht. Sie beginnen eine Weiterbildung oft aus der Überlegung heraus, die Basis für ihren nächsten Karriereschritt zu legen oder zumindest die bisher erreichte Position zu sichern. Dementsprechend erwarten sie aktuelle Methoden und Praxisbeispiele von den Dozierenden. Wer

fit sein will für den Arbeitsmarkt, muss über ein aktuelles Know-how verfügen!

KOMPETENZ

Weitere Erwartungen betreffen die Kompetenz der Dozierenden. Dass diese ihr Fachgebiet beherrschen, wird als selbstverständlich vorausgesetzt und stellt in der Regel kein Problem dar. Viele Dozierende in der beruflichen Weiterbildung gehen der Lehrtätigkeit nebenberuflich nach. Als Fachspezialisten verfügen sie nicht immer über eine fundierte, methodisch-didaktische Ausbildung und inszenieren ihren Unterricht so, wie sie ihn im Rahmen ihrer eigenen Weiterbildungen erlebt haben: frontal. Es gibt Sequenzen, wo sich Frontalunterricht gut eignet. Mit einem smarten Methodenmix steigert man aber die Aktivität sowie die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden und damit den Lernerfolg. Das hat in den letzten Jahren einen Wandel im Rollenverständnis der Dozierenden bewirkt. In den Zeiten von «Blended Learning» machen die «allwissenden Köhner» immer mehr den «Unterrichtsmoderatoren» Platz. Diese streuen während des Präsenzunterrichts Praxisbeispiele zur Veranschaulichung ein.



Alexander Lees
Leiter Bildungsangebote
www.hotelleriesuisse.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Fehler sind das Tor zu neuen Entdeckungen»

James Joyce, irischer Schriftsteller (1882–1941)

AGENDA

15. JANUAR

«Informationsnachmittag HF Thun»,
von hotelleriesuisse,
an der Hotelfachschule, Thun
www.hotelbildung.ch/agenda

26. JANUAR

«Evento informativo CCNL»,
von hotelleriesuisse,
im Hotel Delfino, Lugano
www.hotelformazione.ch

24. FEBRUAR

«Neuerung für eidg. dipl. Küchenchefs»,
vom Schweizer Kochverband,
Luzern
www.hotelgastrounion.ch/bildung

19. ODER 26. JANUAR

«Lernende trimmen sich fit»,
vom Berufsverband Restauration,
im Gastgewerbezentrum
GIBB, Bern
www.hotelgastrounion.ch/bildung

17. FEBRUAR & 23. MÄRZ

«Gastrozesse Basis & Upgrade»,
vom Schweizer Kochverband,
Luzern
www.hotelgastrounion.ch/bildung

5. APRIL

«e-hotelmarketing: Newsletter-Marketing»,
von hotelleriesuisse,
im Hotel Cascada, Luzern
www.hotelbildung.ch/agenda



Planen Sie ein neues Projekt?

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

Professionelle Beratung
für die Schweizer Hotellerie

Gemeinsames Beraternetzwerk von:

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

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

Körperhaltung/dauerndes Sitzen oder Stehen/häufiges Heben und Tragen – Probleme im Bewegungsapparat

Massnahmen/zu beachten:

- Wechsellarbeitsplätze schaffen, welche ein Stehen und Sitzen erlauben.
- Für Steharbeitsplätze Stehhilfen und weiche Fussunterlage einsetzen. Genügend Pausen einschalten.
- Arbeitsplätze individuell anpassen und gegebenenfalls eine ergonomische Beratung beanspruchen.
- Für immer wiederkehrende Transporte und insbesondere schwere Lasten geeignete Transportmittel vorsehen.
- Im Lager schwere Produkte unten, leichte oben einlagern.
- Lasten körpernah heben und tragen.

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

IM NEUEN JAHR WIRD ALLES BESSER – WENN MAN WILL

Der Jahreswechsel ist für viele Menschen die Zeit, in der sie kurz Rückschau halten und sich gegebenenfalls neue Ziele setzen und gute Vorsätze fassen. Letztere verlaufen oft im Sand, doch das muss nicht sein.

Man muss nur wollen, dann klappt es schon. – Ganz so einfach ist es nun doch nicht, aber etwas Wahres ist an dem Spruch schon dran. Ohne den Willen zur Veränderung geht es nämlich wirklich nicht.

Egal ob man sich beruflich oder privat verändern möchte, bevor man den Wandel einläutet, muss man wissen, warum und vor allem in welche Richtung man etwas verändern will. «Kleine Kursänderungen haben oft eine grosse Wirkung», sagt die Managementtrainerin und Buchautorin Diana Dreessen. Auch sie hat in ihrer Biografie Kursänderungen und Richtungswechsel. Vor ihrer Selbständigkeit als Managementtrainerin war sie 18 Jahre lang Börsenhändlerin an der Frankfurter Börse.

Bevor man in einer spontanen Frust- oder Euphorie-Reaktion alles Bisherige über den Haufen wirft und sich in den Veränderungsprozess stürzt, sollte man die Situation, mit der man unzufrieden ist, analysieren. Dazu nimmt man ein Blatt und zeichnet drei Kolonnen drauf. In die erste schreibt man alles, was rund läuft, gut ist, einen glücklich macht. In die zweite kommt alles, was okay ist, aber durchaus besser sein könnte/sollte. Und in die letzte Spalte schreibt man alles, was nicht gut läuft, einen ausbremst, ärgert oder Energie kostet. Dann freut man sich über das, was in der ersten Kolonne steht und lenkt seine Aufmerksamkeit auf die zweite Spalte. Welche Punkte in dieser Liste kann man selber so verändern, dass sie von «okay» zu «gut» werden? Wer oder was müsste sich am Umfeld ändern, dass sich die

Themen von Spalte zwei in die Spalte eins verschieben? Am meisten Aufmerksamkeit muss man den Themen in Spalte drei widmen. Dazu wird diese Kolonne in drei Unterkolonnen aufgeteilt. Sie tragen die Titel: «Daran kann/will ich nichts ändern, weil zu viele finanzielle oder persönliche Verluste mit einer Veränderung verbunden wären», «Ich brauche/hole Hilfe von aussen» und «Ich gehe das Risiko ein und nehme allfällige Einbussen/Verluste in Kauf».

Das ehrliche, ungeschönte Erarbeiten einer solchen Liste hilft, Klarheit zu gewinnen und dient als Grundlage für die nächsten Schritte. Sei es hin zur Akzeptanz dessen, was sich nicht ändern lässt, oder hin zur Veränderung. Manchmal macht es Sinn, diese Liste einer Vertrauensperson zu präsentieren. Diese sollte einem emotional nicht zu nahe stehen. Ihre Aufgabe ist es, einen möglichst unvoreingenommenen Blick auf die Liste zu werfen und die dort gesammelten Erkenntnisse und gemachten Feststellungen sachlich zu hinterfragen oder aus einem anderen Blickwinkel zu beleuchten. Gegebenenfalls fallen dieser Vertrauensperson Aspekte auf, die noch fehlen und auch in Erwägung gezogen werden müssten.

So oder so – eine Kursänderung will gut überlegt sein und sollte möglichst nie im Affekt erfolgen. Wer ohne Zeitdruck einen neuen Weg einschlagen kann, hat die grössere Chance, diesen auch wirklich bis zum Ziel zu gehen. Denn er kann sich Etappenziele für die Veränderung setzen und wenn nötig auch mal pausieren um neue Kraft zu tanken.

Riccarda Frei

BUCHTIPP

STEH AUF UND NIMM DEIN LEBEN IN DIE HAND

Manchmal gerät man im Berufs- oder im Privatleben in eine Sackgasse. Man fühlt sich gefangen. Der Mut zum Umdrehen fehlt. Man ist nicht glücklich, aber auch noch zu wenig unglücklich, um sich aufzuffressen und etwas Entscheidendes zu verändern. Mit ihrem Buch «Steh auf und nimm dein Leben in die Hand – Kurskorrektur für Anfänger und Fortgeschrittene» bietet Diana Dreessen allen eine Hilfestellung, die ihrem Berufs- und Privatleben einen Richtungswechsel geben wollen. Eines macht die Autorin gleich zu Beginn des Buches deutlich: Niemand ist Opfer seines Schicksals. In jedem ruhe die Stärke, sein Leben neu auf Kurs zu bringen. Diana Dreessens Anleitung zur Kurskorrektur basiert auf zehn Säulen, die sie anhand vieler praktischer Beispiele erläutert. Ergänzt wird der Theorie durch einen ausführlichen Übungsteil, bei dem die Autorin die Lesenden ermutigt zu reflektieren, zu träumen und Visionen zu entwickeln. Dadurch wird das Beschränkte neuer Wege nicht zum Kraftakt, sondern zu einem «der grössten Abenteuer überhaupt – der Entfaltung des wahren Potenzials, das in jedem schlummert».



«Steh auf und nimm dein Leben in die Hand»
Diana Dreessen
dtv Verlag
ISBN
978-3-423-26094-7
CHF 21.90



Durchblick
Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

Besuchen Sie eine Informationsveranstaltung!

www.hotelbildung.ch/nds
Infos/Anmeldung: Tel. +41 31 370 43 01, unternehmerbildung@hotelleriesuisse.ch

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue
HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG

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

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

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

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

LEITUNG
Barbara König
Mario Gsell

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

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

Karin Huwyler
Tel. 041 418 24 44
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
inserate@immoprofil.ch

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

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

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

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

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

ANZEIGENSCHLUSS
Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG
Martin Reznicek (Creative-Direction)
Luka Beluhan, Solange Ehrlar
Ursula Erni-Leupi,
grafila (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 verwertet werden. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



Erstklassige Adresse. Sport & Lifestyle. Wellness & Nightlife.

Ein noch fast neues Hotel im coolen Design, gediegene Ambiente, zwischen dreissig und vierzig komfortable Zimmer, Familien- und Mini-Suiten, grosszügige Seminar-Infrastruktur, Wellness-Bereich, Restaurant, Event Bar mit Live Musik und Nightlife. Ideal gelegen, attraktive beliebte D-CH-Resort-Destination wo sich sowohl Relax-Ferien und Alpinski als auch Eleganz und Life-Style optimal ergänzen. Max. eineinhalb Stunden von der Stadtgrenze ZH entfernt.

Idealprofil: Solide ausgebildete, frontorientierte Hoteller-/Hoteliere-Persönlichkeit, bestens vertraut mit Front Office, F&B Management (Ihre Stärke!) und Vermarktung. Dank geschickter Delegation von Aufgaben und effizienter Führung Ihres Teams ermöglichen Sie sich genau den Freiraum, den Sie direkt am Gast einsetzen wollen! Denn Sie sind Gastgeber. Durch und durch. Müssen Sie auch sein als Chef/Chefin des führenden Hauses am Platz.

Sportlicher Hoteldirektor w/m
Es darf auch ein Gastgeberpaar/-duo sein

Mit dem Blick für das Ganze stellen Sie die hohen Ansprüche an Qualität und Wirtschaftlichkeit sicher. Sie sind selbstbewusst, abgeklärt und kommunizieren brillant auf allen Ebenen. Dass Sie bereits einen Hotelbetrieb wirtschaftlich erfolgreich geleitet haben bzw. als Nachwuchskraft einen Leistungsausweis als starker Vize oder als versierter F&B Manager mitbringen, ist beides vorstellbar.

Schweizerische Resortheotelier-Erfahrung und «Macher-Qualitäten» bringen Sie mit. Trotz saisonaler Struktur sind Sie und Ihr Kaderteam selbstverständlich ganzjährig engagiert. Eintritt: Per sofort oder nach Vereinbarung; spätestens jedoch auf März/April 2016. – Ihr Interesse vorausgesetzt: CV/Foto elektronisch einsenden oder ganz einfach anrufen. Wir freuen uns auf Sie!

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER

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



38986-12417



Die Zukunft eines einzigartigen Betriebes mitgestalten.

Die spannende Leitungsfunktion dieses Kleinod mit attraktiven F&B-Outlets, Wellness/Spa und Meeting-, Banqueting- & Event Facilities beinhaltet alle operativen Aufgaben eines Hands-on Hotel Managers Typ Gastgeber. Der exzellente Angebotsmix, die beeindruckende Lage – unweit einer grösseren Metropolregion – und die ideale Kombination aus «Relax- & Business-Ambiente» bilden ein Alleinstellungsmerkmal.

Optimale Ausgangslage für jüngere Hotelprofis, die sich nahe beim Gast sehen, Guest Relation hoch einstufen, Front of House, F&B sowie Marketing gleichermassen beherrschen und dank exzellenter Führung Ihrer Teams die Erreichung der wirtschaftlichen Ziele sichern. Im Gegenzug dürfen Sie schlanke Strukturen, kurze Entscheidungswege und eine perfekte Infrastruktur erwarten.

Hotel Manager Typ Gastgeber w/m
Sehenswertes Erstklasshotel mit Boutique-Charakter

Überzeugender Auftritt, Ausstrahlung, geschickte Kommunikation auf allen Ebenen und Unternehmenseist sind Ihre Markenzeichen. Mit solidem Allrounder-Know-how unterstützen Sie die Front wirkungsvoll und verstehen sich als Teampartner. Einen CH-Hotelbetrieb haben Sie bereits als Direktor geführt oder waren hierzulande in der Position als Vizedirektor erfolgreich tätig. Wollen Sie die Zukunft eines einzigartigen Betriebes mitgestalten und weiterentwickeln? Dann sollten wir uns kennenlernen! Flexibler Eintritt möglich: Per sofort oder nach Vereinbarung. Für den Erstkontakt: CV/Foto via E-Mail senden oder zum Hörer greifen. Falls Sie Randzeiten bevorzugen bzw. ausserhalb der Büroöffnungszeiten – auch Sa/So – anrufen möchten: Mobile +41 79 402 53 00

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER

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



38986-12456

RESTAURANT COL DU PILLON

Wiederoöffnung am 1. Februar 2016

Wir suchen

Alleinkoch (m/w)

- Ist Gastronomie Ihre Leidenschaft?
- Suchen Sie eine neue Herausforderung in einem lebhaften Tagesbetrieb?
- Möchten Sie bei entsprechendem Lohn mehr Verantwortung übernehmen?
- Interessieren Sie sich für einen abwechslungsreichen Arbeitsplatz mit attraktiven Anstellungsbedingungen?
- Interessieren Sie sich für neue Kochmethoden?

Unser gemütliches, traditionelles Restaurant befindet sich auf der Passhöhe zwischen dem Gstaad-Saanenland und Les Diablerets.

Über Ihre Bewerbung würden wir uns freuen. Bitte senden Sie Ihre Kurzbewerbung mit Referenzen an:

Restaurant Col du Pillon, Les Diablerets
Marlene Berchten und Manuela Thoenen Bettler
Saalstrasse 15
3785 Gsteig
bettler.thoenen@bluewin.ch
Tel. 033 744 94 31

38952-12448

Wir suchen per 1. Januar 2016
Rezeptionistin
mit Erfahrung, 100%.

Airport Hotel Bern-Belp
Flugplatzstrasse 57, 3123 Belp
info@airhotel.ch, 031 961 61 81

38967-12459

LANDGASTHOF
«ZUM RÖSSL»
SCHAFFHAUSEN

www.roessli.schaffhausen.ch

Gesucht Schweizer
Serviceaushilfe

für Bankette und A-la-carte-Bereich.
Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.
Verlangen Sie Cornelia Niffenegger.
Telefon 034 461 13 41

38967-12459

Leiter Catering & Events

Henris Catering & Events
Badenerstrasse 500, 8048 Zürich

Nach Vereinbarung

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

Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch

38959-12443



Hotelleriesuisse, das Kompetenzzentrum der Schweizer Hotellerie, vertritt die Interessen von rund 3000 Mitgliedern. Sie ist in allen Landes- und Sprachregionen präsent und zählt zirka 100 Mitarbeitende. Gesucht wird infolge der anstehenden Pensionierung des bisherigen Stelleninhabers per Sommer 2016 ein

Direktor (m/w)

Er/Sie führt den Verband operativ und setzt die Strategie der Verbandsleitung konsequent um. Kernaufgaben des Verbandes sind die Hotelklassifikation, der Aus- und Weiterbildungsbereich über alle Stufen sowie die wirtschafts- und tourismuspolitische Interessenvertretung mit dem übergeordneten Ziel, für die Mitglieder des Verbandes optimale politisch-wirtschaftliche Rahmenbedingungen zu schaffen. Weitere wichtige Aufgaben liegen in der Rechtsberatung der Interessenvertretung mit Sozialpartnern sowie in der Publikation der «Hotel Revue». Entsprechend sind ein souveräner Auftritt mit exzellenten kommunikativen Fähigkeiten, professionelles Netzwerken, das Schaffen von Allianzen und das Aufbauen sehr tragfähiger Verbindungen zu unterschiedlichen Stakeholdern unabdingbare Voraussetzungen für eine erfolgreiche Führung des Verbandes.

Gesucht wird eine unternehmerische, erfahrene und geerdete Managerpersönlichkeit mit umfassender Führungs- und Managementfahrung in gleicher oder vergleichbarer Position, welche die erfolgreiche Verbandsarbeit der letzten Jahre fortsetzt und aktiv – gestaltend, nicht verwaltend – weiterentwickelt. Hotellerfahrung ist kein Muss, ausgeprägte Affinität zu Tourismus und Hospitality hingegen schon. Sie rapportieren direkt dem Verbandspräsidenten.

Sie verfügen über einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss in Wirtschaft, Jurisprudenz, Kommunikation, Tourismus und/oder Hotellerie, allenfalls über zusätzliche Weiterbildungen (MBA o. Ä.), sind mit guten konzeptionellen und analytischen Fähigkeiten ausgestattet, erkennen das Wesentliche rasch und arbeiten zielorientiert und ausdauernd. Sie führen gerne Menschen und verstehen sich auf erfolgreiche Teamentwicklung.

Sie sind mindestens 35 Jahre alt, kennen die Schweiz, deren Mentalität und Kultur und wissen um die zentrale volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für das Land. Ihre Muttersprache ist Deutsch oder Französisch, Ihr Französisch bzw. Deutsch ist mündlich wie schriftlich auf sehr gutem Niveau, ebenso Ihr Englisch. Italienischkenntnisse sind von Vorteil. Arbeitsort ist Bern.

Wenn Sie diese anspruchsvolle und interessante Position anspricht und Sie die Bedingungen erfüllen, freuen wir uns über Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen inkl. kurzem Motivationsschreiben und Foto per e-mail an: info@hitchman.ch – Roy C. Hitchman AG, Bellerivestrasse 3, 8008 Zürich. Für Fragen oder ergänzende Auskünfte steht Ihnen Sandro Rüeegger gerne zur Verfügung: Tel. +41 43 499 12 50.

38992-12454

Die Jungfrauabnahmen bestehen aus zwei wirtschaftlich und rechtlich unabhängigen Unternehmen – Jungfrauabnahme Holding AG mit Tochtergesellschaften und Berner Oberland-Bahnen AG. Die beiden Unternehmen werden über die **Jungfrauabnahmen Management AG** geführt.

Per 1. März 2016 oder nach Vereinbarung suchen wir Sie als

Sales Manager 100% (w/m)
Arbeitsort Interlaken

Nach einer Einführung übernehmen Sie folgende Aufgaben:

- ✓ Betreuung und Steuerung von eigenen internationalen Märkten
- ✓ Erstellung von Angeboten und Kundenbetreuung
- ✓ Budgetverantwortung für Ihre Märkte
- ✓ Mitarbeit bei Projekten und Messen

Sind Sie
ein Verkaufsprofi und haben internationale Erfahrung, vorzugsweise mit Kenntnisse des Indischen Marktes. Sind Sie zudem verhandlungssicher in Deutsch und Englisch und wollen dies bei weltweiten Verkaufsfahrten anwenden? Haben Sie bereits mehrere Jahre Berufserfahrung im Tourismus oder im Verkauf? Zeichnen Sie sich durch hohe Selbstständigkeit und Ihr ausgeprägtes unternehmerisches Denken aus? Dann sollten wir uns kennen lernen.

Wir bieten Ihnen
Einen abwechslungsreichen und vielseitigen Arbeitsplatz mit attraktiven Anstellungsbedingungen in einer einzigartigen Region.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen Matthias Bütler, Leiter Marketing, Telefon 033 828 72 40
Schriftliche Bewerbung bitte an: Jungfrauabnahmen, Human Resources, Martina Michel, Harderstrasse 14, 3800 Interlaken oder elektronisch an martina.michel@jungfrau.ch

Weitere Stellenanzeigen unter jungfrau.ch

38992-12441



Chef de Rang (m/w)

Sorell Hotel Rigiblick
Germaniastrasse 99, 8044 Zürich

per sofort

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

SORELL
HOTELS SWITZERLAND



38963-12455

Bocken:

Unser stilvolles und aussergewöhnliches Seminar- und Eventhotel hat eine auf vier Häuser verteilte einmalige Ambiance. Es verfügt über 40 Hotelzimmer und 18 Seminarräume sowie einer Eventhalle für 200 Personen und weitere In- und Outdoor-Möglichkeiten. Das Hotel, im Besitz einer Schweizer Grossbank, liegt in einer grossen Parkanlage, von einzigartigen Kunstwerken eingebettet, in der Natur und doch in Stadtnähe. Unsere anspruchsvollen Gäste geniessen internationale Gerichte sowie den Charme und die Professionalität unserer Mitarbeiter.

Für unser vierköpfiges Réceptionsteam suchen wir per 1. Februar 2016 oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in Réception 100 %

Als frontorientierte Persönlichkeit sind Sie verantwortlich für unsere Hotel Réception und gewährleisten eine tadellose Führung der Abteilung. Zu Ihrem vielfältigen Aufgabengebiet gehören neben dem Check-in und Check-out das Beraten der anspruchsvollen Gäste als auch die Sicherstellung der Kunden- und Gästezufriedenheit.

Wir bieten

- Hohe Eigenständigkeit
- Interessantes und spannendes Umfeld
- Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- Strukturierte Betriebsabläufe

Sie bieten

- Lehre im Gastgewerbe sowie Berufserfahrung (Hotelfachschule von Vorteil)
- Mehrjährige Tätigkeit in gleicher oder ähnlicher Funktion
- Gepflegte Umgangsformen und Führungserfahrung
- Sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse mündlich und schriftlich

Haben wir Sie neugierig gemacht? Wir freuen uns auf Ihre vollständige Online-Bewerbung.

Seminarhotel Bocken
Stephan Schué
Hoteldirektor
www.bocken.ch/ueberuns/jobs

38966-12456



Haben Sie Appetit auf Karriere? Sie führen mit Freude und leben die Gastfreundschaft? Das ist Ihr Erfolgs-Rezept bei SV Schweiz.

Restaurant Manager (w/m) 100%

Abwechslungsreich und vielseitig ist Ihre Aufgabe: Per 1. März 2016 oder nach Vereinbarung führen Sie zusammen mit Ihrem Team das **UBS Restaurant Elite**.

Ihr Einsatzort

Gemeinsam mit 70 Mitarbeitenden überraschen Sie im **UBS Restaurant Elite** in Zürich täglich bis zu 1500 Gäste mit Ihrem vielfältigen Angebot: kreative, saisonale Gerichte, frisch und abwechslungsreich zubereitet.

Das Restaurant setzt **ONE TWO WE** um, das von SV Schweiz gemeinsam mit dem WWF Schweiz entwickelte Programm für eine klimafreundliche Gemeinschaftsgastronomie. Es verpflichtet sich, den CO₂-Ausstoss schrittweise zu reduzieren. Beim Angebot liegt der Fokus auf saisonalen, regionalen Produkten und einer attraktiven vegetarischen Küche.

Ihr Verantwortungsbereich

Sie sind die geborene Gastgeber-Persönlichkeit! Kompetent und herzlich führen Sie zusammen mit Ihrem Kaderteam das Selbstbedienungsrestaurant **Elites**, das bediente Restaurant **«La Cucina»** im Casual Style mit italienischem Flair, das Direktionsrestaurant **«Turicum»** im High-End-Bereich und Sie betreuen ebenfalls das Konferenzrestaurant **«Grünenhof»**. Sie arbeiten aktiv im direkten Kundenkontakt mit und sorgen für die Zufriedenheit Ihrer Gäste. Zudem gestalten Sie das Angebot, führen das Personal, verantworten den Einkauf sowie das Inventar, erstellen Tages-/Monatsabschlüsse und – gemeinsam mit dem Key Account Manager – das Jahresbudget. Ihr Flair als kreativer Organisator ist bei der Verpflegung von Sitzungen, bei Spezialereignissen und der Planung und Durchführung von Caterings gefragt. Sie sind initiativ und motivieren Ihr Team zu Höchstleistungen. Die Ziele erreichen Sie dank Enthusiasmus und Ihrem exzellenten Gespür für Qualität. Anpacken und präsent sein: Sie setzen die Akzente am richtigen Ort.

Sie arbeiten von Montag bis Freitag zwischen 07.00 und 17.00 Uhr, je nach Dienstanfall. Bei Sonderanlässen abends und an Wochenenden sind Sie flexibel einsetzbar.

Ihr Hintergrund

- Abgeschlossene Lehre in der Gastronomie EFZ sowie Abschluss einer Hotelfachschule
- Mehrjährige Berufserfahrung in ähnlicher Position
- Führungserfahrung sowie hervorragende Fachkenntnisse und eine hohe Sozialkompetenz
- Fundiertes betriebswirtschaftliches Denken und Handeln
- Sehr gute Deutschkenntnisse, Englisch- und/oder Französischkenntnisse von Vorteil
- Gute Umgangsformen und stilvolles Auftreten vor dem Gast

Als führendes Unternehmen in der Gemeinschaftsgastronomie betreibt SV Schweiz über 300 Restaurants und Mensen – nachhaltig und zukunftsgerichtet. Freuen Sie sich auf ein dynamisches Arbeitsumfeld, abwechslungsreiche Aufgaben, fortschrittliche Personalnebenleistungen sowie interne Förderungsprogramme und Weiterbildungsangebote.

Sind Sie überzeugt? Dann senden Sie uns Ihre Online-Bewerbung mit Foto und Lohnvorstellung.

SV (Schweiz) AG

Rahel Keller

HR Recruiter

rahel.keller@sv-group.ch



Bewerben svgroup

38969-12457

Für nur 150 Franken können Sie hier ein

Stelleninserat schalten

Direkte Online-Erfassung unter:
www.htr.ch/jobdispo
htr hotel revue – Tel. 031 370 42 42/77

RESTAURANT COL DU PILLON Wiedereröffnung am 1. Februar 2016

Wir suchen

Servicefachpersonal (m/w)

- Ist Gastronomie Ihre Leidenschaft?
- Suchen Sie eine neue Herausforderung in einem lebhaften Tagesbetrieb?
- Möchten Sie bei entsprechendem Lohn mehr Verantwortung übernehmen?
- Interessieren Sie sich für einen abwechslungsreichen Arbeitsplatz mit attraktiven Anstellungsbedingungen?
- Haben Sie Erfahrung im Servicebereich, sind motiviert, natürlich und kreativ?

Unser gemütliches, traditionelles Restaurant befindet sich auf der Passhöhe zwischen dem Gstaad-Saananland und Les Diablerets.

Über Ihre Bewerbung würden wir uns freuen. Bitte senden Sie Ihre Kurzbewerbung mit Referenzen an:

Restaurant Col du Pillon, Les Diablerets
Marlene Berchten und Manuela Thoenen Bletter
Saalstrasse 15
3785 Gsteig
bletter.thoenen@bluewin.ch
Tel. 033 744 94 31

38962-12446

Bocken:

Unser stilvolles und aussergewöhnliches Seminar- und Eventhotel hat eine auf vier Häuser verteilte einmalige Ambiance. Es verfügt über 40 Hotelzimmer und 18 Seminarräume sowie einer Eventhalle für 200 Personen und weitere In- und Outdoor-Möglichkeiten. Das Hotel, im Besitz einer Schweizer Grossbank, liegt in einer grossen Parkanlage, von einzigartigen Kunstwerken eingebettet, in der Natur und doch in Stadtnähe. Unsere anspruchsvollen Gäste geniessen internationale Gerichte sowie den Charme und die Professionalität unserer Mitarbeiter.

Für unser sechsköpfiges Technikteam suchen wir per 01. März 2016 oder nach Vereinbarung eine/n

Stv. Leiter Technik & Unterhalt

(80-100 %) Seminar- und Konferenztechnik

In Ihrer Funktion als AV- und Seminartechniker sind Sie für die Installation und Betreuung der umfangreichen und modernen Ton- und Multimediaanlage zuständig. Weiter unterstützen Sie als Stellvertreter des Abteilungsleiters das Technikteam bei deren Arbeiten im Bereich des Betriebs- und Gebäudeunterhaltes.

Wir suchen eine offene und kommunikative Persönlichkeit, die gerne auf unsere internationalen Gäste zugeht. Unregelmässige Arbeitszeiten, Wochenendeinsätze und Pikettdienst sind in diesem Bereich selbstverständlich.

Wir bieten

- hohe Eigenverantwortung
- spannendes und herausforderndes Umfeld
- strukturierte Betriebsabläufe
- Weiterbildungsmöglichkeiten

Sie bieten

- Ausbildung im technischen Bereich
- Erfahrung in der Seminartechnik (Audio- & Videotechnik von Vorteil)
- sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse (mündlich)
- selbstständige und sichere Arbeitsweise

Haben wir Sie neugierig gemacht? Wir freuen uns auf Ihre vollständige Online-Bewerbung.

Seminarhotel Bocken
Stephan Schué
Hoteldirektor
www.bocken.ch/ueberuns/jobs

38965-12457

GASTROJOB.ch



Die Stellenplattform
für Hotellerie,
Gastronomie und
Tourismus

JETZT
BUCHEN

Küchenverantwortlicher (m/w)

Jobcode hoteljob.ch: J104525

Tavolago AG
 Werftstrasse 5, 6002 Luzern
 041 367 61 61, personal@tavolago.ch

38984-12442



Wir suchen per 1. Januar 2016

Servicemitarbeiterinnen
 mit Erfahrung, 100%.

Airport Hotel Bern-Belp
 Flugplatzstrasse 57, 3123 Belp
 info@airhotel.ch, 031 961 61 81

38901-12430

SUISSE ROMANDE



Hotelleriesuisse, le centre de compétences pour l'hôtellerie en Suisse, défend les intérêts de ses quelque 3000 membres. Présente dans tout le pays et toutes les régions linguistiques, l'association emploie une centaine de collaborateurs. En raison du départ à la retraite du titulaire du poste, elle recherche pour une entrée en fonction à l'été 2016 un

Directeur (m/f)

Il/Elle assure la gestion opérationnelle de l'association et met en oeuvre la stratégie de la direction exécutive. Les missions de l'association sont les suivantes: classification des hôtels, formation initiale et continue à tous les niveaux et défense des intérêts en matière de politique économique et touristique, dans le but de générer des conditions cadres optimales pour ses membres. Parmi ses autres tâches figurent le conseil juridique, la défense des intérêts vis-à-vis des partenaires sociaux et la publication du magazine «Hotel Revue». En plus d'une présentation convaincante, les qualités requises pour assurer le succès de l'association comprennent d'excellentes compétences en communication, un réseau professionnel, la capacité de générer des alliances et d'établir des relations fructueuses avec les différents intervenants. Nous recherchons donc un(e) manager expérimenté(e), pragmatique et faisant preuve d'un grand esprit d'entreprise. Il/Elle doit disposer d'une grande expérience du management dans un poste identique ou similaire, et être à même de poursuivre et de développer activement le travail fructueux effectué par l'association au cours des dernières années – non pas en gérant, mais en façonnant l'avenir. Le poste ne requiert pas impérativement une expérience du secteur hôtelier, mais implique une affinité marquée avec le tourisme et le secteur Hospitality. Vous rapportez directement au président de l'association.

Vous êtes diplômé(e) d'une université ou d'une haute école en économie, jurisprudence, communication, tourisme et/ou hôtellerie et avez éventuellement suivi des formations complémentaires (MBA, par ex.). Vous vous distinguez par vos capacités de conception et d'analyse; vous identifiez rapidement les priorités, faites preuve de persévérance et travaillez avec un focus sur l'objectif. Vous aimez diriger des équipes et savez comment les mener au succès.

Vous êtes âgé(e) de 35 ans au minimum, connaissez bien la Suisse, sa mentalité et sa culture, ainsi que l'importance économique capitale du tourisme dans le pays. Votre langue maternelle est l'allemand ou le français, vos capacités d'expressions orale et écrite dans l'une ou l'autre langue étant excellentes. Il en va de même pour l'anglais. Des connaissances en italien constituent un atout. Le lieu de travail est situé à Berne.

Si vous êtes intéressé(e) par ce poste exigeant et passionnant, et correspondez au profil requis, envoyez votre dossier de candidature complet, accompagné d'une courte lettre de motivation et d'une photo, par e-mail à: info@hitchman.ch – Roy C. Hitchman AG, Bellerivestrasse 3, 8008 Zurich. Sandro Rüegger se tient à votre disposition pour tout complément d'information. Tel. +41 43 499 12 50.

38981-12453

RESTAURANT EGGHÖLZLI

Unser Betrieb besteht aus einem gut frequentierten Restaurant mit Terrasse, Atrium und einem Speisesaal, in dem die Bewohnerinnen und Bewohner der Senioren-Appartements Egghölzli mittags verpflegt und abends Bankette abgehalten werden.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir einen

Jungkoch/Koch (m/w)

Engagieren Sie sich gerne kreativ, sind motiviert, flexibel und haben Freude, unsere Gäste kulinarisch zu verwöhnen? Geben Sie gerne Ihr Fachwissen als gelernter Koch im Team und an Lernende weiter? Dann bieten wir Ihnen ein interessantes, vielseitiges und herausforderndes Aufgabengebiet in einer modernen Infrastruktur zu attraktiven Konditionen. Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an folgende Anschrift:

Restaurant Egghölzli
 Herr Christian Joye, Küchenchef
 Postfach 192, 3000 Bern 15
 Tel. 031 350 66 40
 www.egghoelzli.ch / info@egghoelzli.ch

38988-12447

Gastro Express

Die führende
 Stellenbörse für
 das Schweizer
 Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

38195-11732

DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte

Ferienträume werden wahr.
 Dank Ihrer Spende auch für
 Menschen mit Behinderung.

PC 40-1855-4
www.denkanmich.ch

SCHWEIZER MEDIEN
 MEDIAS 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

LEO BURNETT SCHWEIZ

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



THEMENBILD: KEYSTONE

TELEFONIEREN MIT IP

Ein mobiles Kassensystem, WLAN im Hotel oder ein Online-Reservationstool – die Digitalisierung hinterlässt in der Hotel- und Gastronomiebranche sichtbare Spuren. Auch die Festnetztelefonie erlebt eine Modernisierung. Denn die herkömmliche Technologie ist veraltet, Betrieb und Wartung werden zeit- und kostenintensiver. Folglich stellen Telekommunikationsanbieter weltweit auf die zukunftsorientierte IP-Technologie um.

Swisscom plant, in der Schweiz bis Ende 2017 diesen Technologiewechsel vorzunehmen. Das bedeutet für Hoteliers und Gastronomen nicht nur einen Schritt in ein neues Telefoniezeitalter. Es ist zugleich eine Chance, die bestehende Kommunikationsinfrastruktur zu überdenken und diese nach den künftigen Bedürfnissen auszurichten.

Neben E-Mail und Fax ist das Festnetztelefon nach wie vor eines der wichtigsten Kommunikationsmittel in der Hotellerie und Gastronomiebranche. Gerade deshalb gilt es, die Umstellung auf die IP-Technologie rechtzeitig in die Wege zu leiten. Damit der Technologiewechsel reibungslos verläuft, sollte dieser mit dem

jeweiligen Telekommunikationsanbieter oder IT-Partner geplant und koordiniert werden. Umso früher der Wechsel auf die moderne IP-Technologie erfolgt, desto eher profitieren Hotel- und Gastronomiebetriebe von den Vorzügen.

Die IP-Telefonie bringt eine bessere Sprachqualität. Zudem erlaubt sie eine flexible Kommunikation zu transparenten Kosten. Das heisst zum Beispiel, dass Betriebe ihre Telefonanlage ganz einfach den jeweils aktuellen, saisonalen Bedingungen entsprechend anpassen können. Werden in der Hauptsaison mehr Telefonanschlüsse benötigt, fügt der Betrieb diese selbst mit wenigen Klicks hinzu. Dazu muss kein Techniker mehr aufgeboden werden. Es können so viele Gespräche gleichzeitig geführt werden, wie Rufnummern vorhanden sind. Verrechnet wird zu einem Pauschaltarif und nur für Anschlüsse, die auch tatsächlich genutzt worden sind. Die Kosten für die Telefonie sind damit individuell planbar und jederzeit transparent. Zusatzdienste wie Anrufe blockieren oder Anrufumleitung gehören ebenfalls zu den Möglichkeiten der IP-Telefonie.

Besonders beliebt bei Gastronomen und Hoteliers ist unter den IP-Angeboten das sogenannte Full-Service-Modell. Statt zu kaufen, nutzt hier der Betrieb eine Telefonanlage, die ihm der Anbieter zu einem fixen Preis zur Verfügung stellt. Dieser kümmert sich anschliessend auch um den Betrieb und die Wartung. So bleibt mehr Zeit für die Gäste. Nicht nur das Festnetztelefon ist von der Umstellung auf IP betroffen. Auch Lifttelefone oder Anlagen, die via Modem über das Festnetz kommunizieren (z. B. Alarmsysteme, Haussteuerungen oder Fernüberwachungen von Kühlmöbeln) müssen geprüft und entweder aufgerüstet oder ersetzt werden. Hier kann der jeweilige Hersteller Auskunft geben.



Thomas Bachofner
Leiter Produktentwicklung KMU, Swisscom
www.swisscom.ch/ip

Liegenschaften finden – neu auch online www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue

HESSER

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

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



Hôtel Restaurant
Les Rangiers

A louer:

Hôtel-Restaurant des Rangiers, situé au sommet du Col des Rangiers, Commune de la Baroche (Jura), à 15 km de Delémont et de Porrentruy
Salle pour banquet – Terrasse – Parking – Hôtel de 10 chambres
Logement de fonction – Rendez-vous des motards
Date d'entrée: 1er avril 2016 à convenir.
Renseignements: Bourgeoisie de Boécourt-Séprais, Bout-Dessus 51C, 2856 Boécourt (JU), Tél. 032 426 56 07
www.bourgeoisieboecourt.ch – info@bourgeoisieboecourt.ch

38914-12430

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
Wir verkaufen ein
Geschäftshotel
130 Zimmer, Wohnungen
und Läden – Kt. Zug

Das Hotel mit Baujahr 2013
ist langfristig vermietet.
Weitere Angaben erteilen wir Ihnen
gerne persönlich.

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

38969-12480

Gestalten, berechnen und disponieren
Sie Ihr Immobilieninserat selber unter
www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue