

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2017)
Heft: 26

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: 01.07.2025

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

28. Dezember 2017

Nr. 26

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus | Avec cahier français



Beilage

Die Winterausgabe
des Magazins
Top hotel Schweiz.

Tourismusjahr Schweiz-China 2017 – die Bilanz

Erfreuliche Perspektiven

Vier Jahre vor der Winter-Olympiade ist die Schweiz beim Tourismus aus China auf Kurs.

Mit dem Jahreswechsel endet auch das gemeinsame «Tourismusjahr Schweiz-China», welches letzten Januar mit dem medienwirksamen Handschlag zwischen Bundespräsidentin Doris Leuthard und dem chinesischen Staatspräsidenten Xi Jinping eingetauscht wurde. Viel Fassbares wurde nicht erreicht, dies sei jedoch auch gar nicht der Anspruch gewesen, heisst es bei

Schweiz Tourismus. Im Hinblick auf die Olympischen Winterspiele 2022 in Peking sei es dennoch gelungen, die Winterdestination Schweiz den Chinesinnen und Chinesen stärker ins Bewusstsein zu rücken. Diese positive Dynamik wollen die Schweizer Touristiker nun bis zur Olympiade weitertragen und so in vier Jahren die Marke von zwei Millionen chinesischen Logiernächten pro Jahr

knacken. Langfristig soll die Schweiz gar zur beliebtesten Winterferndestination der Chinesinnen und Chinesen aufsteigen. Der Asien-Verantwortliche bei Schweiz Tourismus, Simon Bossart, glaubt allerdings nicht daran, dass die neuen Gäste aus Fernost dereinst den europäischen Stammkundenmärkten den Rang ablaufen könnten. **pt**
Seite 5

Editorial

2017: Kein Jahr zum Vergessen



GERY NIEVERGELT

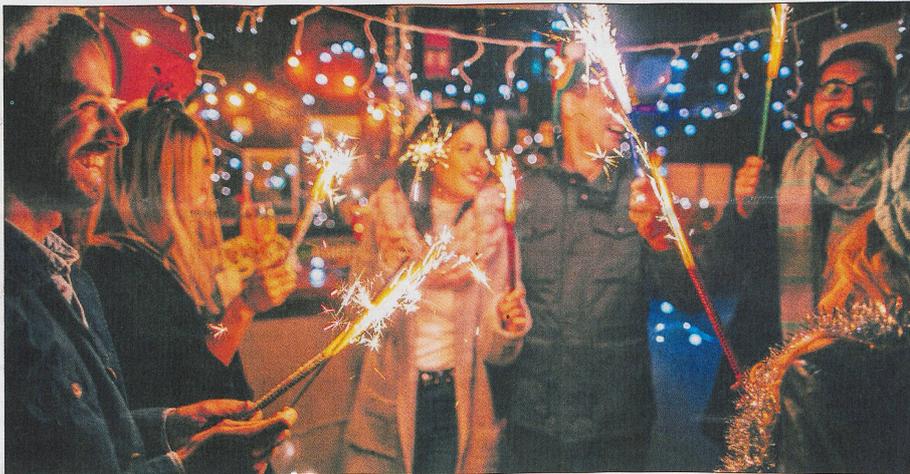
Wir erinnern uns. Das Jahr, das sich nun dem Ende zuneigt, erscheint für unsere Branche im Rückblick in aufgehellen Farben. Das überraschende Comeback des Euro hilft, der rechtzeitig und ausgiebig gefallene Schnee ist ein Segen für die Feriendestinationen. Was uns – Herausgeber, Verlag und Redaktion – von 2017 in guter Erinnerung bleiben wird, lesen Sie auf Seite 3.

Wir feiern. Unsere Website kommt an – und wie! Jahr für Jahr können wir mit htr.ch und dem Newsletter htr.news Rekordwerte vermelden. Gegenüber 2016 besuchten uns 6,5 Prozent mehr User, gar um 21 Prozent stiegen die Seitenaufrufe an. Stark ist mittlerweile auch unsere Präsenz in den Sozialen Medien. Diese führende Stellung innerhalb der Tourismusbranche wollen wir weiter ausbauen. Mit neuem Auftritt und erweitertem Angebot soll sich htr.ch im kommenden Frühjahr noch stärker von der Newsplattform zum Online-Medium entwickeln. Und: Die Romands werden 2018 ihre eigene, französischsprachige Seite erhalten.

Wir danken. Liebe Leserinnen und User, Inserenten und weitere Partner, wir danken Ihnen allen für das Interesse an unseren Produkten und Berichten, für Ihr Lob und Ihre Kritik. Wir hoffen, dass sich das neue Jahr in noch schöneren Farben präsentieren wird, und wünschen Ihnen von Herzen Erfolg, gute Gesundheit und das Glück des Tüchtigen.

2018: Der Countdown läuft

Auf ein glückliches neues Jahr!



(iStock/AleksandarNakic)

ANZEIGE

ConnectedCooking 2.0
Die vernetzte Küche
Made by RATIONAL
ConnectedCooking.com

Kreativität
Wie Fritz Erni, langjähriger Direktor im Luzerner Hotel Montana und «Hotelier des Jahres 2017», seine Mitarbeitenden führt und fördert.
Seite 2

Konkurrenz
Noch bevor Domo Reisen den geplanten Fernbusverkehr in der Schweiz aufnehmen kann, bemüht sich mit Eurobus ein zweiter Anbieter um eine Konzession.
Seite 4

Bücher 2017

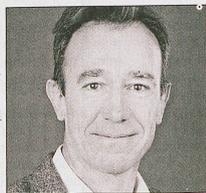
Werke rund um Leute, Gerichte und Geschichte

Die Zürcher Legende Jacky Donatz, der Lieblingsitaliener der hiesigen Köche Claudio del Principe, der Genfer Sterne Koch Michel Roth: 2017 haben zahlreiche Branchenleute mit Neuerscheinungen für Aufsehen gesorgt. Wir haben ein paar herausragende Bücher ausgewählt. **fee**
Seite 9, 11 und 12

Fêtes de Genève mit schlechtem Ergebnis: Direktor Vignon entlassen

Radikaler Schnitt notwendig

In touristischen Kreisen Genfs hat die Nachricht wie eine Bombe eingeschlagen: Philippe Vignon, seit 2010 Direktor der Stiftung Genève Tourisme & Congrès (GT&C), musste vergangene Woche per sofort seinen Sessel räumen. Der Stiftungsrat hat sich zu dieser radikalen Massnahme entschlossen, nachdem die durch GT&C organisierten Fêtes de Genève 2017 einen Verlust 3,2 Millionen Franken



Philippe Vignon

geschrieben. Budgetiert war ein solcher von 500 000 Franken. Ein Jahr zuvor hatte gar ein Verlust von 6 Millionen Franken resultiert. Trotz des Lochs in der Kasse in der Höhe von nun insgesamt 9,2 Millionen Franken ist die Stiftung laut deren Präsident Yves Menoud zurzeit nicht gefährdet. Im Falle eines weiteren Verlusts könnte es jedoch doch noch so weit kommen. **lb/dst**
Seite 10

Kennen Sie unseren täglichen News-Service? Ihre Anmeldung unter

htr.ch

Inhalt	
meinung	2-3
thema	4-7
cahier français	8-10
hotel gastro welten	11-14
brands, impressum	16
service	15-19
people	20

DER INNENAUSBAU-GU
Für Renovierungen und Neubau

VOGLAUER
hotel concept
Tel. +43 6743 2700-0
voglauber.com

BADAG GmbH
Alles für Ihr Bad...

GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

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

Effiziente Prozesse

Unterstützung strategischer Entscheidungen
Optimierung Ihrer Einkaufskosten
Digitalisierung aller Einkaufsprozesse

Suchen Sie dafür Lösungen? Dann sind Sie bei uns richtig! Kontaktieren Sie uns, wir helfen Ihnen gerne weiter.

HOTELAMBIENTE VOM KOMPLETTEINRICHTER

BAUR
WOHNFAZINATION SEIT 1892
Fon +49(0)7755-9393-0
www.baur-bwf.de

ROTOR Lips

www.RotorLips.ch
Rotor Lips AG • 3861 Utendorf
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

Jet-Cut INOX
Nachfüllsystem

economisiert die Profi-Arbeit
alustar *Bechter* **Jet-Cut**
Ihr Grossist hat's



«Montana»-Direktor Fritz Erni: «Ich schaue mir leidenschaftlich gerne andere Hotels an.»

Marianne Schulte

«Ich führe die Mitarbeitenden an einer langen Leine»

Fritz Erni, «Hotelier des Jahres» und langjähriger Direktor im Montana Art Deco Hotel Luzern, zu seinen Highlights 2017, Führungsstil und kreativen Ideen.

DANIEL STAMPFELI

Fritz Erni, kürzlich wurden Sie als «Hotelier des Jahres 2017» ausgezeichnet. Wie umschreiben Sie selber Ihre Leistung, welche in diesem Award gipfelte?

Eigentlich müssten Sie meine Mitarbeitenden fragen, die mich ohne mein Wissen für den Wettbewerb «Hotelier des Jahres» angemeldet haben. Für den Award-Gewinn hat sicher meine nun 22-jährige Tätigkeit als Direktor im Montana Art Deco Hotel beigetragen. Diese Zeit war geprägt durch hartnäckiges Dranbleiben. Ich habe mich stets intensiv mit den Branchenseitigen auseinandergesetzt, was unsere Branche morgen und übermorgen benötigt und wohin die Reise geht.

Spätestens mit diesem Award stieg Ihr Bekanntheitsgrad weit über Luzern hinaus. Ändert sich in Ihrem beruflichen Alltag dadurch etwas?
Nein, absolut nichts. Hingegen freue ich mich selbstverständlich sehr über die vielen positiven Reaktionen, die ich nicht nur aus der Region Luzern, sondern aus der ganzen Schweiz erhalte. Soeben bekam ich ein sehr nettes Gratulationsschreiben von Thomas Mack von der Eigentümer-Familie des Europarks Rust. Damit brachte Thomas Mack auch der wichtigen Bedeutung der Schweizer Hotellerie Anerkennung entgegen.

Welches waren neben der Auszeichnung zum Hotelier des Jahres im 2017 für Sie die Highlights?

Die Realisierung des Ausbaus in der fünften und sechsten Etage mit den Penthouse- und Spa-Suiten in nur drei Monaten. Spannend war auch die Weiterentwicklung des im Herbst 2015 eröffneten Kitchen Club, unsere inszenierte und begehbbare Erlebnis-küche.

Wie Sie eingangs erwähnt haben, bekleiden Sie seit 22 Jahren den Direktorenposten im Montana. Im Vergleich zu vielen Ihrer Branchenkollegen sind Sie ein Dinosaurier. Welches ist Ihr Geheimrezept für die langjährige Treue?

Trotz meiner vielen Jahre im Montana sehe ich mich keineswegs als Dinosaurier. Ich liebe die täglichen Herausforderungen, aus denen immer wieder Neues entsteht. Da die Eigentümerschaft des Hotel Montana immer bereit ist, Neuerungen anzupacken und neue Wege einzuschlagen, Investitionen mitzutragen und uns den Freiraum zu lassen, die Betriebsführung frei gestalten zu können, bereitet mir mein Job viel Freude und Spass. Es ist auch sehr motivierend zu sehen, wie sich die 90 Mitarbeitenden entwickeln. Rund 60 Prozent unserer Mitarbeitenden verfügen über eine abgeschlossene Branchen-Berufslehre. Den Mitarbeitenden die Steigbügel für ihre Karriereschritte und ihre Weiterentwicklung zu halten, ist eine tolle Sache und für das gesamte Kader sehr befriedigend.

Wie lange wollen Sie noch bleiben?
Dies steht zurzeit noch nicht fest. Wie die Zukunft gestaltet werden soll und was in den kommenden drei Jahren bis zu meiner ordentlichen Pensionierung und darüber hinaus geschieht, wird sich noch weisen müssen.

Aus Branchenkreisen wird Ihnen besondere Kreativität und Innovationskraft attestiert. Wie kommen Sie zu immer neuen Ideen?

Dies geschieht, wenn man das Glück hat, das Hobby zum Beruf machen zu können. Ich schaue mir leidenschaftlich gerne andere Hotels an. Vor einem Monat beispielsweise schaute ich mir die neuen trendigen Betriebe in Hamburg an. Ich habe es mir zur Angewohnheit gemacht, Aussergewöhnliches anzuschauen und dies zu verstehen. Dann ist es auch möglich, gewisse Dinge für den eigenen Betrieb und die eigenen Bedürfnisse zu adaptieren. Neue Ideen entstehen auch an unseren regelmässig stattfindenden Kreativitäts-Sitzungen, an welchen Kaderangehörige und Mitarbeitende teilnehmen. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass neun von zehn Ideen, die wir anreissen, erfolgreich sind.

Sie haben das Hotel Montana zum schweizweit einzigen 4-Sterne-Superior-Hotel gemacht, welches gleichzeitig über Zimmer und Suiten im 5-Sterne-Segment verfügt. Wie kamen Sie auf eine derartige Idee?
Damit haben wir auf die veränderten Kundenbedürfnisse reagiert. Businessgästen werden von ihren Unternehmungen gewisse Einschränkungen bezüglich Übernachtungen in der Luxushotellerie auferlegt. Privatpersonen wiederum haben andere Bedürfnisse. Hinzu kam, dass in unserer Nachbarschaft das 5-Sterne-Hotel Palace während eineinhalb Jahren saniert wird. Mit unseren Zimmern und Suiten im 5-Sterne-Segment in den Etagen fünf und sechs können wir den Gästen einen adäquaten Aufenthalt anbieten.

Mit welchem Führungsstil führen Sie Ihre Mitarbeitenden?
An einer langen Leine. Ich würde es als Mischung zwischen kooperativem und situativem Führungsstil bezeichnen. Eigenverantwortung ist ein sehr wichtiges Stichwort in unserer

Organisation. Entsprechend übernehmen Abteilungsleiterinnen und -leiter selber eine grosse Verantwortung und können vieles selber entscheiden. Aber in einzelnen Situationen müssen wir relativ schnell handeln können. Dann wird entschieden.

«Den Mitarbeitenden die Steigbügel für ihre Karriereschritte zu halten, ist eine tolle Sache.»

Entsprechend haben Sie eine geringe Fluktuationsrate?

Ja. Aber auch wir haben in ausführenden Funktionen Mitarbeitende, die verständlicherweise die sogenannten Wanderjahre absolvieren und deshalb den Betrieb nach zwei oder drei Jahren verlassen, um sich neu zu orientieren. Unsere Kadermitarbeitenden sind jedoch zehn Jahre und länger bei uns.

Der chinesische Investor Yunfeng Gao hat das Hotel Palace in Luzern von der Credit Suisse erworben und investiert rund 100 Millionen Franken in das Traditionshaus. Macht Ihnen die neue Konkurrenz Sorgen?

Dass in das Haus so viel investiert wird, finde ich fantastisch. Dies eröffnet Luzern und dem Palace neue Perspektiven. Luzern wird künftig über ein saniertes, neuzeitliches 5-Sterne-Hotel verfügen. Dies verleiht auch Impulse zur verstärkten Bearbeitung und Betreuung des Gäste-Premium-Marktes.

Zur Person Wanderjahre in Kanada und bei Hilton

Fritz Erni (62) ist seit 1996 Direktor des Art Deco Hotel Montana in Luzern. Zuvor – ab 1994 – war er Vizedirektor der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern. Nach seiner Ausbildung ging Fritz Erni nach Kanada, wo er während sechs Jahren für Hilton International tätig war. Zurück in der Schweiz übernahm er 1984 in Zürich die Geschäftsführung eines Möbepick-Betriebs, zwei Jahre später wechselte er ins Zürich Airport Hilton. 1993 wurde er zum Regional Food & Beverage Director Hilton Switzerland befördert. Fritz Erni ist kanadisch-schweizerischer Doppelbürger, verheiratet und Vater von zwei Kindern. dst

Das ist doch etwas gar schön geredet. Immerhin steht das Palace in nächster Nähe vom Montana und wird Ihnen Ihr Geschäft kaum einfacher machen.

Ich sehe darin überhaupt kein Problem. Der weltweite Tourismus ist derart gross; da sollten wir doch in der Lage sein, unsere 62 Hotelzimmer zu füllen. Erst recht als Nischenprodukt im Sinne eines Boutique-Hotels. Für schweizerische

«Damit der Tourismus verträglich bleibt und nicht zu einem Overkill führt, macht man sich viele Gedanken.»

sche Verhältnisse sind wir ein Hotel mittlerer Grösse und international betrachtet ein kleiner KMU-Betrieb.

Aus Luzern waren in letzter Zeit vor Overtourism warnende Stimmen zu vernehmen. Sind derartige Sorgen angebracht?

Diese Aussagen drücken eine Besorgnis aus, dass das Verhältnis von Tourismus und Bevölkerung dereinst nicht mehr im Lot sein könnte. Umso wichtiger ist, dass sowohl die Bedürfnisse des Tourismus als auch jene der lokalen Bevölkerung ernst genommen werden. Damit der Tourismus verträglich bleibt und nicht zu einem Overkill führt, macht man sich in Luzern zurzeit viele Gedanken. Man ist sich vonseiten des Tourismus der Verantwortung bewusst, dies auch der Gesellschaft gegenüber.

Das Hotel Château Gütsch scheint nie aus den medialen Schlagzeilen zu kommen. Gut oder schlecht für Luzern?

Es wäre sicher ideal, wenn das Château Gütsch in etwas ruhigerer Gewässer zu segeln käme. Mit wiederkehrender Regelmässigkeit kommen Spekulationen um Verkaufsabsichten des Eigentümers und mögliche Kaufinteressenten auf. Geschehen ist jedoch bisher nichts, und ich gehe davon aus, dass es auch so bleiben wird. Dass jede Nachricht über einen möglichen Verkauf für grosse Wellen sorgt, ist darauf zurückzuführen, dass das Château Gütsch für die Luzerner beinahe ein Heiligtum ist. Insbesondere die ältere Generation hat einen engen Bezug dazu und ist daran interessiert, dass ihrem Château nichts Unerwünschtes widerfährt.

Sie selbst durften dort oben auch Ihre Erfahrungen machen. Mit dem Hotel Montana führten Sie von Herbst 2011 bis Frühling 2012 die Gastronomie. War es eine tolle Erfahrung oder ein Altraum?

Es war eine ganz tolle Geschichte. Wir hatten während den neun Monaten eine absolut sensationelle Zeit. Viele Luzerner profitierten vom Angebot. Unser Engagement beendeten wir, da das Restaurant geschlossen wurde. Dies im Hinblick auf den damals geplanten Ausbau mit Investitionen in der Höhe von 70 Millionen Franken durch den aktuellen Eigentümer, den russischen Oligarchen Alexander Lebedev. Die Realisierung dieses Ausbaus wurde aber dann doch nicht realisiert.

Welche Erwartungen haben Sie für das Jahr 2018?

Wir befinden uns zurzeit in der Konzeptionsphase für einen neuen Schwerpunkt im Bereich Gastronomie im kommenden Frühling. Wir möchten damit für die Zentralschweiz einen neuen Level setzen. Vor zwei Wochen traf dazu der Verwaltungsrat einen Grundsatzentscheid. Spruchreif ist die Idee zurzeit jedoch noch nicht.

Und Sie persönlich? Gesund bleiben und Gas geben. Auf keinen Fall stehen bleiben.

blickfang

Unser Bild des Jahres 2017

Das grösste Aviatik-Magazin der Welt, die amerikanische «Aviation Week», hat die Flugzeug-Fotos des Jahres gewählt. Gewonnen hat in der Kategorie «Best of the Best» der Schweiz-Kanadier Peter Lewis mit dem spektakulären Bild eines Schweizer F-5E Tiger II. Der Pilot schiesst über dem Berner Oberland zur Täuschung verwendete Leuchtkörper ab.



2017: Was uns in Erinnerung bleiben wird



htr im netz / sur la toile
«Best of» des Jahres 2017



Temporeiche Tourismusstrategie

Als ich Bundesrat Johann Schneider-Ammann nach der letzten Sitzung der Begleitgruppe zur Erarbeitung der Tourismusstrategie des Bundes fragte, ab wann denn nun umgesetzt werde, antwortete er zu meinem Erstaunen: «Unverzüglich nach der Verabschiedung durch den Bundesrat.» Eine solche Geschwindigkeit hätte ich nicht erwartet, freut mich aber umso mehr, da die Strategie für hotelleriessuisse den richtigen Weg einschlägt. Das ist nicht ganz zufällig, konnten wir doch seit Frühling 2017 in der Begleitgruppe mitdiskutieren. Es ist nicht selbstverständlich, aber klug, dass der Bundesrat die betroffenen Branchen mitreden lässt. So präsentiert sich die Strategie nun pragmatisch mit Blick auf das Machbare und trotzdem mit Visionen für die Zukunft. Besonders wichtig finde ich die beiden Schwerpunkte «Unternehmertum fördern» und «Chancen der Digitalisierung nutzen». In dem Sinn freue ich mich auf ein spannendes und inspirierendes 2018.

Andreas Züllig, Präsident hotelleriessuisse



Hotellerie meets Landwirtschaft

Von den zahlreichen Begegnungen mit Hoteliers und Touristikern werden mir die Sommertage, die ich bei Paul-Marc Julen und seiner Familie in Zermatt verbrachte, bestimmt in Erinnerung bleiben. Ich half beim Heuen und machte mich als Schafreiter nützlich – intensiver lässt sich die grossartige Bergwelt kaum erleben. Zudem erhielt ich einen vertieften Einblick in ein erfolgreiches Geschäftsmodell. Unter der Marke «Tradition Julen Zermatt» hat die Familie ein auf ganzheitlichem Denken und Handeln basierendes Unternehmen mit drei 4-Sterne-Hotels, diversen Gastrobetrieben, Bauernhof und mittlerweile landesweit bekannten Schwarznasenschenfischen geschaffen. Ein leuchtendes Beispiel unternehmerischer Exzellenz unserer Branche. Wie nahe Tourismus und Landwirtschaft im Berggebiet zusammenrücken, erfuhri ich übrigens auch am eigenen Leib. Wir mähten in den Streusiedlungen Zermatts um all die schicken Villen herum, Grasflecken um Grasflecken, ziemlich viel Arbeit für einen schlechten Ertrag. Da fühlte ich mich irgendwie nicht mehr als Bauernknecht, sondern als Mitglied im Verschönerungsverein der Destination. Alles für das Wohl der Gäste – und der Zweitwohnungsbesitzer.

Gery Nievergelt, Chefredaktor all media htr hotel revue



Das Wir-Gefühl hat sich verstärkt

Erfolg haben ist schön, gemeinsam Erfolg haben noch schöner. Ich blicke auf ein mehrfach erfolgreiches 2017 zurück. Wirtschaftlich freuen wir uns über die sich vielerorts erholenden Logiernächtezahlen. Politisch dürfen wir stolz sein über die Verankerung des MWST-Sondersatzes auf die nächsten zehn Jahre hinaus, über die Annahme der Motion Bischof für mehr Preisparität in den Verträgen der Onlinebuchungsplattformen und über die Einreichung der Fairpreis-Initiative. Diese politischen Erfolge waren nur möglich, weil die ganze Branche am selben Strick gezogen hat und es uns gelungen ist, die Hoteliers zu mobilisieren. Auf dieser Erfahrung und dem verstärkten Wir-Gefühl können wir im nächsten Jahr aufbauen, um noch wirksamer etwas gegen den Fachkräftemangel zu unternehmen oder bei der laufenden Anpassung unsere Dienstleistungen an die Bedürfnisse unserer Mitglieder. Gemeinsam wollen wir auch 2018 Erfolg haben.

Claude Meier, Direktor hotelleriessuisse



Der Kunde steht im Vordergrund

In diesem ersten Jahr bei hotelleriessuisse begann ich, neben dem Verlagsgeschäft auch andere Luft schnuppern – die Hotel- und Tourismusluft. Ich wollte etwas Neues und Unbekanntes kennen lernen. Meine Affinität zur Hotellerie basierte zwar auf starker Sympathie, aber weniger auf konkretem Wissen. Diese Zuneigung hat sich in diesem Jahr dank vielen intensiven Erlebnissen zum Glück verstärkt und vertieft. So denke ich zum Beispiel sehr gerne an die tollen Veranstaltungen zurück, etwa den Ferientag oder unseren Tourismuspreis «Milestone», welche den Teilnehmenden Wissen vermitteln und wertvolle Kontakte ermöglichen und so den Sinn für das Gemeinsame stärken. Es ist schön, in einer Branche zu arbeiten, in welcher der Kunde und seine Bedürfnisse im Vordergrund stehen. Es geht um das tägliche und permanente «Besserwerden» in allen Bereichen. Und dies verknüpft mit Systematik, Kreativität und einem partnerschaftlichen Grundverständnis für die Zusammenarbeit mit all unseren Mitgliedern, Kunden und Partnern. Daher freue mich sehr auf mein zweites Jahr mit wiederum interessanten Herausforderungen und tollen Begegnungen.

Bernt Maulatz, Verlagsleiter und Leiter Marketing Mitglieder hotelleriessuisse



Kreativität kostet nichts

In diesem Jahr begleiteten mich viele kleine, innovative und erfolgreiche Projekte, die nicht viel Geld kosten. Sie zeigen: Kreativität kostet nichts. Offen sein für Neues und ab und zu die Perspektive wechseln hilft manchmal auch schon. Ein gutes Beispiel ist die Event-Location «Brasilea» in Basel. Dort fand der diesjährige Milestone Innovation Day statt. Die brasilianischen Künstler reisen nach Basel, lassen sich in der Schweiz inspirieren und kreieren neue Kunstwerke vor Ort. Die Künstler befassen sich während dieser Zeit sehr intensiv mit der Schweiz und definieren ihre Werke neu. Ein weiteres herausragendes Beispiel ist für mich auch das Milestone-Gewinnerprojekt 2017, dzin – die partizipative Tourismusplattform aus der Region Fribourg. Einheimische zeigen dort den Gästen ihr ganz persönliches Highlight und lassen sie daran teilhaben. Es sind solche Geschichten im Schweizer Tourismus, die mich jeden Tag aufs Neue inspirieren.

Sabrina Jörg Palau, Geschäftsführerin Milestone, Excellence in Tourism



Souvenirs, souvenirs

Je me souviens d'un réceptionniste d'hôtel, à Athènes, se souvenant de ses années d'études, à Glion. Je me souviens de l'effervescence d'un mariage portugais aux portes d'une dégustation de Bordeaux, au Beau-Rivage de Lausanne. Je me souviens de l'ancien président d'hotelleriessuisse à qui je trouvais bonne mine et qui me trouvait bonne mine. Je me souviens d'un troquet de plage dans les Landes qui servait de la bière que si on commandait à manger. Je me souviens de la forme d'une bouteille d'eau de source conçue par le chef Emmanuel Renault. Je me souviens de la sonnerie de la récréation au collège de Crissier pendant la remise du prix Gault Millau du chef de l'année. Je me souviens des beaux mouvements de l'enfant trisomique qui mangeait à côté de nous pendant la Veggie Week. Je me souviens de l'archevêque Michel demandant la carte de visite du président de la Croix-Rouge, au vernissage du Ritz Carlton Hôtel de la Paix. Je me souviens de la petite Rita à la voix grave au bord d'une piscine qui disait: «C'est pas grave...» Je me souviens du livre de Georges Perec.

Alexandre Caldara, responsable du cahier français

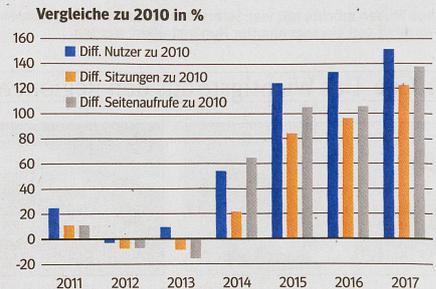
meistgeklückt

- 1 Das «Spenglers» in Davos wird zum Hard Rock Hotel
- 2 Neue Direktion im Bündner Parkhotel Margna
- 3 Hotelier des Jahres 2017: Drei herausragende Gastgeber
- 4 «Chesa Rosatsch» in Celerina unter neuer Führung
- 5 Wechsel im Sales & Marketing-Bereich des Hotels Schweizerhof in Bern

les actualités les plus lues

- 1 Marc-Antoine Nissille reprend la direction de l'Hôtel Les Armures à Genève
- 2 «Michel Roth me laisse carte blanche»
- 3 Thyon mise sur le «tiny chalet» pour promouvoir ses atouts naturels
- 4 Nouveaux visages au comité exécutif d'hotelleriessuisse
- 5 Parker: 90 vins suisses avec plus de 90 points

htr.ch weiterhin auf Erfolgskurs



Noch sind nicht alle 365 Tage des Jahres 2017 gezählt, dennoch zeichnen sich bereits zum vierten Mal in Folge Rekordwerte für die Newsplattform htr.ch ab (Stand 27.12.2017):

Seit Messbeginn im Jahr 2010 stieg die Zahl der Besucher (Visitors/User) um 150 Prozent, die einzelnen Sitzungen (Unique Visits) konnten um 120 Prozent gesteigert werden und die Seitenaufrufe (Clicks) um knapp 140 Prozent. Gegenüber dem bisherigen Rekordjahr 2016 besuchten 6,5 Prozent mehr User die Website und generierten 13 Prozent mehr Sitzungen. Gar um 21 Prozent stiegen die Seitenaufrufe gegenüber dem Vorjahr. Die positive Entwicklung ist zum einen auf den beliebten täglichen Newsversand htr.news zurückzuführen. Aber auch auf die starke Präsenz von htr.ch auf den Sozialen Medien – vor allem Facebook und Twitter. Erfreulich sind auch die Aufrufe der Unterseite htr.ch/actu, die seit 2016 täglich mit französischsprachigen News aus der Romandie aktualisiert wird.

Noch bevor Domo Reisen den geplanten Fernbusverkehr in der Schweiz aufnehmen kann, bemüht sich mit Eurobus bereits ein zweiter Anbieter um eine Konzession.

DANIEL STAMPELI

Nachdem die Pläne von Domo Reisen schon seit längerem bekannt sind, will sich nun auch Eurobus einen Teil des nationalen Fernbusverkehrs abschneiden. Laut Eurobus-Projektleiter Roger Müri beabsichtigt das Transportunternehmen mit Sitz in Windisch AG sieben Fernbuslinien zu betreiben und hat dafür beim Bundesamt für Verkehr (BAV) ein Konzessionsgesuch eingereicht. Vorgesehen seien unter anderem täglich zwei bis vier Verbindungen von Flughafen Zürich nach Grindelwald und Davos. Täglich bis zu sechs Mal will Eurobus von Bern nach Montreux fahren. Vorgesehen sind laut Müri auch Verbindungen zu den Flughäfen Basel und Genf sowie ins Tessin.

Eurobus sieht sich nicht als grosse Konkurrenz zu Domo Reisen
Bis wann Eurobus im Besitz der Konzession sein könnte, sei derzeit schwer abschätzbar. Man müsse jetzt erst mal die Reaktionen der Kantone und verschiedenen regionalen Verkehrsbetriebe abwarten. «Unser Ziel ist es, den Fernbusverkehr in der Schweiz im Sommer 2018 aufnehmen zu können. Dass es mit dem Angebot von Domo Reisen zu einer Konkurrenzsituation kommen wird,



Eurobus beabsichtigt, unter anderem Bern, Montreux und das Tessin zu bedienen.

Pixabay/Eurobus AG/Montage htr

Buhlen ums Schweizer Fernbusgeschäft

davon kann aufgrund der unterschiedlichen Ausrichtung der Angebote nicht ausgegangen werden», so Müri. Zur Frage, ob Eurobus dereinst Kooperationen

mit Hotels etwa in Grindelwald, Davos oder im Tessin einzugehen beabsichtigt, will Roger Müri zurzeit nichts sagen. «Wir haben das Konzessionsgesuch eingereicht und warten den Verlauf des Verfahrens ab und demzufolge, wie wir mit den geplanten Linien starten können.»

Domo Reisen: erstes Quartal
Beim Bundesamt für Verkehr geht man davon aus, dass die Einteilung der Konzession im Verlaufe des Jahres 2018 an Eurobus erfolgen könne. Auf einen genaueren Zeitpunkt will sich BAV-Spre-



«Wir möchten den Fernbusverkehr in der Schweiz im Sommer 2018 aufnehmen.»

Roger Müri
Projektleiter Eurobus

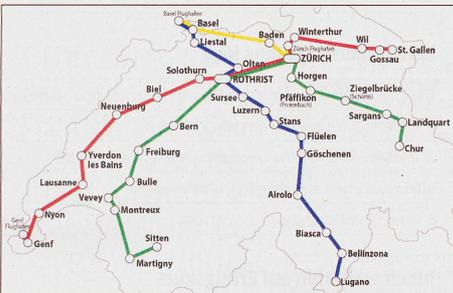
der Fall sein wird, wie er gegenüber der htr erklärt. Die Aufnahme des nationalen Fernbusbetriebs sei für März vorgesehen. Ursprünglich hatte Domo Reisen

der Fall sein wird, wie er gegenüber der htr erklärt. Die Aufnahme des nationalen Fernbusbetriebs sei für März vorgesehen. Ursprünglich hatte Domo Reisen

beabsichtigt, den nationalen Fernbusbetrieb per 10. Dezember 2017 aufzunehmen. Die Prüfung der eingereichten Unterlagen durch das BAV benötigt jedoch nun mehr Zeit, da es sich um eine erstmalige Durchführung eines derartigen Verfahrens handelt.
Das Bundesamt für Verkehr steht Gesuchen für nationale Fernbuslinien offen gegenüber, sofern die rechtlichen Bedingungen erfüllt sind. Gemäss den Vorgaben des Bundesrates stellen nationale Fernbuslinien eine Ergänzung des bestehenden öffentlichen Verkehrs dar und sollen ins heutige ÖV-System eingebunden werden. So müssen Anbieter nationaler Buslinien etwa Halbtax- und General-Abonnemente anerkennen. Für die Zulassung nationaler Fernbuslinien braucht ein Unternehmen eine Bewilligung für den gewerbemässigen Personentransport sowie eine Konzession für die einzelnen Linien.

Kooperation mit Hotels aufgeschoben

Nach der Gesuchseinreichung beim BAV vor einem Jahr hatte Patrick P. Angehrn gegenüber der htr erklärt, er sei sehr an Kooperationen mit Schweizer Hotels interessiert. Er habe bereits gewisse Kontakte aufgenommen und Gespräche geführt, so seine damalige Aussage. Angehrn schwebte vor, dass Hotels Packages schnüren könnten, in welchen sie ab einer bestimmten Anzahl Übernachtungen die An- und Rückreise der Gäste bezahlen könnten. Im Verlaufe des Jahres sei diese Absicht nicht weiter verfolgt worden, erklärt Angehrn. Man habe sich 2017 auf den Erhalt der Konzession konzentriert. Künftige Kooperationen mit Hotels schliesst Angehrn aber nicht aus. Kooperationsvereinbarungen sei Domo Reisen mit diversen Bergbahnen für das Sommer- und Wintergeschäft eingegangen.



Domo Reisen möchte mit vier Strecken alle Landesteile bedienen. In Rothrist soll ein sogenannter Hub installiert werden.

Skibus Kooperation von Twerenbold mit der Ski-Arena Andermatt-Sedrun

Ab 23. Dezember 2017 fahren Twerenbold-Busse jeweils Samstag und Sonntag sowie während Feiertagen und Schulferien an zusätzlichen Tagen ab Aarau, Zürich, Luzern und Zug nach Andermatt. Das Package beinhaltet für 69 Franken neben der Busfahrt auch eine Tageskarte in der Ski-Arena Andermatt und Sedrun. In Andermatt besteht für die Wintersportler ein direkter Zugang zur Talstation der neuen Gondelbahn «Gütsch-Express» ins Skigebiet Nätchen-

14 Tage Das Wichtigste aus den Regionen

alle News auf htr.ch



stoos-muotatal.ch



screenshot/siontourisme/nicolas sedlatchek



zvz



Pascal Gertschen



zvz

bergbahnen Die steilste Standseilbahn der Welt steht in der Schweiz

Im Beisein von Bundespräsidentin Doris Leuthard wurde die neue **Stoosbahn** in Betrieb genommen. Bei einer maximalen Steigung von 110 Prozent ist die Standseilbahn die steilste weltweit. Mit vier zylindrischen Personenabteilen, die durch eine hydraulische Neigungskompensation immer waagrecht gehalten werden, und mit zwei Motoren angetrieben, befördert die Bahn 1500 Personen pro Stunde und Richtung. Der Bau der Bahn von Schlattli bis auf den Stoos dauerte fünf Jahre und kostete 52 Mio. Franken.

gondelbahn Mit der Gondel von Sitten ins Skigebiet 4-Vallées

Geht es nach den Plänen von Sittens Stadtpräsident Philippe Varone, soll der **Walliser Kantonshauptort** mit einer Gondelbahn ans Skigebiet 4-Vallées angeschlossen werden. Die Bahn mit vielen Gondeln für je 10 Personen soll mit Zwischenstationen auch dem öffentlichen Verkehr dienen. Bereits vor zwei Jahren brachte der damalige Stadtpräsident Marcel Maurer die Idee vor. Er präsidiert heute die Gesellschaft TéléSion, die nun bis April 2018 beim BAV eine Konzession einreichen muss. Baubeginn ist 2020 geplant.

logiernächte Saastal profitiert auch im Sommer von Wintercard

Im Saastal schaut man nicht nur auf eine erfolgreiche Wintersaison 2016/2017 zurück, wo ein Logiernächteplus von 16,6 Prozent resultierte; auch im Sommer konnte eine Steigerung von 6,1 Prozent erzielt werden, wie es in einer Mitteilung der Tourismusorganisation heisst. Im Herbst verzeichnete das Saastal sogar 23,6 Prozent mehr Übernachtungen. Den Grund für diesen deutlichen Anstieg sehen die Tourismusverantwortlichen in der erfolgreichen Umsetzung des Crowdfundings zur **Wintercard**.

digitalisierung Zermatt lanciert umfassende Digitalisierungsstrategie

Die **Destination Zermatt-Matterhorn** führt ein neues elektronisches Meldesystem ein zur effizienten, nutzungsstiftenden und destinationsübergreifenden Kommunikation mit Gästen. Das Projekt «Bonfire» soll die Kurzenabrechnung und die Statistik vereinfachen. Alle Leistungsträger der Destination, die Einwohnergemeinde Zermatt und Zermatt Tourismus beteiligen sich am Projekt. Die Projektleitung übernimmt Stefan Linder, Mitgründer des Swiss Economic Forums. Gestartet werden soll im Mai 2018.

skigebietsverbindung «Gütsch-Express» bei Andermatt in Betrieb genommen

Mit der **offiziellen Einweihung** der neuen Gondelbahn «Gütsch-Express» von Andermatt (UR) über Nätchen zum Gütsch ist ein zentraler Zubringer für die Skigebietsverbindung Skiarena Andermatt-Sedrun fertiggestellt. In Betrieb genommen wurde zudem der neue Sessellift Lutersee-Flyer. Damit können die Wintersportler einseitig von Urner Seite her ins Bündnerland gelangen. Gebaut wird noch am Schneehüenerstock. Die Gondelbahn dort soll bis Winter 2018/2019 mit dem OberalpPASS verbunden sein. npa/dst

Touristische Brückenbauer



Vertreter von Schweiz Tourismus und der chinesischen Tourismusbehörde CNTA am 7. Dezember auf dem «Peak Walk» (Glacier 3000).

Schweiz Tourismus/Valentin Flauraud

Die Schweiz und China sind im gemeinsamen «Tourismusjahr» etwas näher zusammengerückt. Schweiz Tourismus glaubt weiterhin an das Potenzial chinesischer Gäste.

PATRICK TIMMANN

Ein Panda mit Schal und Ski neben einem Bernhardiner, eingerahmt von Matterhorn und Chinesischer Mauer, das Ganze in rot-weiss: Das Label zum Tourismusjahr Schweiz-China 2017 ist hübsch. Zu sehen war es freilich fast nirgends, jedenfalls nicht in der Schweiz. «Es gibt schon genug Labels», erklärt Simon Bosshart, Director Asia Pacific bei Schweiz Tourismus (ST), zuständig für den chinesischen Markt. Man habe das Signet bewusst sparsam und nicht primär fürs Marketing eingesetzt.

Allgegenwärtig war es dafür beim Abschlussvent am 7. Dezember in Lausanne. Formeller Höhepunkt des festlichen Anlasses unter Teilnahme ranghoher Touristiker aus beiden Ländern sowie Seco-Direktorin Marie-Gabrielle Ineichen-Fleisch und dem Schweizer Botschafter in China, Jean-Jacques de Dardel, war die Unterzeichnung einer gemeinsamen Absichtserklärung zur «brei-

ten und kontinuierlichen touristischen Zusammenarbeit der beiden Länder». Das Memorandum setzt einen leisen Schlusspunkt unter ein gemeinsames Tourismusjahr, das mit einem PR-Paukenschlag begann: der Händedruck zwischen Bundespräsidentin Doris Leuthard und ihrem chinesischen Amtskollegen Xi Jinping am 17. Januar am Rande des WEF in Davos. «Das Bild ging durch alle Medien in China. Die Präsenz, die die Schweiz bekam, war grandios», freut sich Bosshart.

Olympia: eine historische Chance
Trotz gelungener Initialzündung wurde es danach aber recht ruhig. Bosshart erklärt dies mit der kurzen Vorbereitungszeit. Man habe das gemeinsame Tourismusjahr nämlich relativ spontan ausgeru-

fen. «Wir wussten es erst am 22. Dezember 2016», so Bosshart. Entsprechend begrenzt seien auch die Mittel gewesen, ein dezidiertes Zusatzbudget habe es nicht gegeben. Stattdessen habe man ohnehin geplante Anlässe wie die World Winter Sports Expo oder das Chinesisch-Schweizerische Hotelmanagement-Forum in Peking kurzerhand in einen neuen Kontext gestellt und ein paar wenige zusätzliche Events veranstaltet. So habe man mit relativ wenig Aufwand viel Wirkung erzielen können, gerade in Hinblick auf die Olympischen Winterspiele 2022 in Peking. «Der Winter ist für uns in China momentan das Thema»,

«Der chinesische Markt ist gross, es gibt noch viel zu holen.»

Simon Bosshart
Schweiz Tourismus

Bosshart. Er spricht gar von einem «historic window of opportunity». Die nächsten fünf Jahre über werde in China das Bewusstsein für

Wintersport stark anwachsen. «Dort versuchen wir, die Schweiz so präsent wie möglich zu halten.»

Li Jinzao, Vorsitzender der China National Tourism Administration (CNTA) bestätigt das grosse Potenzial der chinesischen Wintergäste: «In vielen chinesischen Schulen werden jetzt Schneekurse angeboten. Hinsichtlich der kommenden Olympiade wird der Stellenwert des Schneesports weiter zunehmen.» Bis 2022 werde die Zahl der chinesischen Wintersportler auf 300 Millionen ansteigen – die Zahl gilt in China als offizielle Zielgrösse. Schweiz Tourismus hat sich für die Gäste aus China derweil eigel-

ne Ziele gesetzt: Von aktuell 1,5 Millionen soll die Zahl der chinesischen Logiernächte (mit Hongkong) bis zur Olympiade auf jährlich 2 Millionen ansteigen. Kein unrealistisches Ziel, glaubt man Zhang Rungang, Vize-Vorsitzender der China Tourism Association (nicht zu verwechseln mit der CNTA). Er, der vor 35 Jahren an der EHL studiert hat und die Schweiz als seine zweite Heimat bezeichnet, wisse um die steigende Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Dienstleistungen. Die Schweiz als Gastland mit gutem Ruf und Wiege des Wintersports sei hier optimal aufgestellt.

Ein kurzer Blick auf die Entwicklung in den vergangenen Jahren scheint den Optimisten recht zu geben: 2017 legten die Logiernächte aus China um 10,8 Prozent zu (Januar bis Oktober). In der Fünfjahresbilanz (2012 – 2016) beträgt die Zunahme gar 52,8 Prozent. 2016 haben chinesische Gäste in der Schweiz einen Umsatz von rund 422 Millionen Franken generiert. Durchschnittlich gaben sie 330 Franken pro Person und Tag aus, gegenüber den nur 180 Franken, die ein durchschnittlicher ausländischer Gast ausgibt. Zwei Drittel der Chinesen bereisen die Schweiz allerdings im Sommer. Bei ST werde es laut Bosshart bis zur Olympiade deshalb darum gehen, «das gewonnene Momentum aufrechtzuerhalten» und das Image der Schweiz als Wintersportdestination in den Köpfen der Chinesinnen und Chinesen noch stärker zu pflegen. Noch weiter geht Martin Nydegger: Die Vision sei, in China zum Winterferienziel Nr. 1 aufzusteigen, erklärte der angehende ST-Direktor während des Abschlussvents in Lausanne.

«Die Chinesen sind nicht die neuen Deutschen»

Simon Bosshart äussert sich im persönlichen Gespräch nicht ganz so überschwänglich.

«Die Chinesen sind nicht die neuen Deutschen.» Dafür sei ihr Reiseverhalten zu verschieden. China sei noch weit davon entfernt, für die Schweiz zu einem Stammkundenmarkt zu werden. Überhaupt bezweifelt er, dass China als Überseedestination jemals diese Rolle wird ausfüllen können. Dennoch glaubt auch Bosshart: «Der Markt ist gross, es gibt noch viel zu holen.»



Händeschütteln zum Anfang und zum Ende des gemeinsamen Tourismusjahrs Schweiz-China 2017: Der Kickoff am 17. Januar mit Bundespräsidentin Doris Leuthard und Chinas Staatspräsident Xi Jinping in Davos. Rechts: Der angehende Schweiz-Tourismus-Direktor Martin Nydegger mit seinem chinesischen Amtskollegen Li Jinzao am 7. Dezember in Lausanne.



WEF/Destination Davos Klosters/Mattias Nutt, ST/Valentin Flauraud

Am Puls der Branche!

htr – für Werbung die
auffällt.

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr **hotel revue**

Auf zwei Schienen im Engadin



Extravagant: Dieses Adjektiv soll mit der Implementierung der neuen Strategie für St. Moritz im Fokus stehen. St. Moritz Tourismus/Filip Zuan

Ab dem 1. Januar 2018 werden die beiden Marken Engadin und St. Moritz separat positioniert und vermarktet. Dies der Hauptfeiler der neu verabschiedeten Strategie.

DANIEL STAMPFLI/PATRICK TIMMANN

In Zukunft werden die Marken Engadin und St. Moritz separat positioniert und von dafür zuständigen Teams getrennt vermarktet, teilte die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz mit. Da die Reismotive für das Engadin und für St. Moritz unterschiedlich seien, liessen sich

beide Marken getrennt schärfer positionieren als bisher. Für das Engadin soll dabei die Emotion «Sehnsucht» im Fokus stehen, und bei St. Moritz das Adjektiv «extravagant». Die Unternehmensmarke Engadin St. Moritz bleibe jedoch bestehen und verantworte die beiden Marken.

Unter Einbezug von Partnern, Einheimischen und Gästen hat der neue Verwaltungsrat der Tourismusorganisation in den letzten Monaten einen Strategieprozess lanciert.

Die bisherige Strategie aus dem Jahr 2006 und die gemachten Erfahrungen wurden überprüft. In den letzten zehn Jahren hat der Tourismus wichtige Entwicklungen erlebt, wie zum Beispiel die Veränderung von Reismotiven, die Digitalisierung mit neuen Buchungsmöglichkeiten und Entscheidungsmöglichkeiten, die Frankenschocks 2011 und 2015 oder die Zweitwohnungsinitiative. Diese

Neuorganisation Die neue AG übernimmt Aufgaben

Die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz ist seit dem Jahr 2007 für die Vermarktung der Destination verantwortlich. Sie entstand aus dem Zusammenschluss der Tourismusorganisationen der elf Oberengadiner Kreisgemeinden. Die politischen Kreise im Kanton Graubünden und somit die Trägerschaft der Tourismusorganisation werden per Ende dieses Jahres aufgelöst. Aus diesem Grund sei mit der Zustimmung sämtlicher Gemeinden die Engadin St. Moritz Tourismus AG gegründet worden, die ab dem 1. Januar 2018 die bisherigen Aufgaben der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz übernimmt.

haben die Ausgangslage bedeutend verändert.

Wie Gerhard Walter, CEO der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz in einem Interview

gegenüber der htr vom 14. Dezember erklärte, verfolgte die Destination bisher eine Dachmarkenstrategie, von welcher man sich jetzt verabschiede. Bis Ende Februar 2018 soll der Verwaltungsrat die Strategie nun finalisieren und verankern: Dazu gehören die Bestimmung der Geschäftsfelder, der bearbeiteten Märkte und des Erscheinungsbilds.

«Wir stellen alles auf den Prüfstand. Bei uns könnte sich optisch, grafisch und vom Erscheinungsbild her einiges verändern», erklärte Gerhard Walter in besagtem Interview. Er rechnet nicht damit, dass es Widerstand geben könnte, so wie es beim Markenprozess von Davos Klosters zu Beginn der Fall war. Zusammen mit den Partnern soll die Strategie ab dem Frühling 2018 heruntergebrochen werden, um entsprechende Produkte und Massnahmen zu entwickeln.

richteten Internetplattform am Strategieprozess beteiligt. 255 Partner haben an Workshops Themen wie Hotellerie, Gesundheit, Sport, Kultur, öffentlicher Verkehr, usw. teilgenommen und die bisherige Strategie unter die Lupe genommen. Knapp 500 Personen haben sich auf der Internetplattform www.strategie.engadin.ch registriert und über 250 Wünsche, Vorstellungen und Bedürfnisse zur touristischen Zukunft des Oberengadins eingereicht und diskutiert.

Die Ideen würden in den kommenden Wochen bearbeitet und beantwortet. Wo nötig, werde die Tourismusorganisation die Vorschläge an die zuständigen Stellen mit entsprechenden Empfehlungen weitergeben. Die Internet-Plattform soll auch in Zukunft als Ideengenerator weiter betrieben werden.

Marcus Gschwend, Präsident der Engadin St. Moritz Tourismus AG betont, dass der Verwaltungsrat einen genauen Plan habe, wie die nächsten Schritte angegangen werden: «Die Erfahrung zeigt nämlich, dass strategische Prozesse nicht an der Konzeption, sondern an ihrer Umsetzung scheitern können.»



«Strategische Prozesse können allenfalls an der Umsetzung scheitern.»

Marcus Gschwend
Präs. Engadin St. Moritz Tourismus AG

Beteiligung von Partnern, Einheimischen und Gästen

Mit dem «Open-Innovation»-Ansatz habe man bisher gute Erfahrungen gemacht: Über 750 Personen haben sich an Workshops und auf einer eigens einge-

ANZEIGE

hotelbildung.ch
hotelleriesuisse



Herzliche Gratulation!

Dipl. Hôtelière-Restauratrice/Hôtelier-Restaurateur HF der Swiss School of Tourism and Hospitality Passugg
Diplomfeier vom 14. Dezember 2017

Von links nach rechts:
Städeli Sarah (Nürensdorf)
Margadant Tamara (Zuz)
Riccardi Roberto (Steinhausen)
Weber Farah (Urnäsch)
Haas Stefanie (Chur)
Ziegler Nina (Chur)
Megnet Michèle (Buchs)

Auf dem Foto fehlen:
Boog Jan (Samedan)
Coviello Claudio (Meisterschwanden)

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
CH-3001 Bern
Telefon +41 31 370 41 11
Telefax +41 31 370 44 44
bildung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelbildung.ch



Wertschöpfung in der Region stärken

Die Gründung der Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee AG in Einsiedeln ist Tatsache. Die neue Gesellschaft soll den Tourismus in der gleichnamigen Region fördern.

Nach etwas mehr als einem Jahr Vorbereitungszeit ist nun auch die vierte Region des Touristischen Masterplans Kanton Schwyz startklar. «In unserer Region bestehen viele touristische Chancen für die Zukunft – diese wollen wir nutzen», so die erste gewählte Verwaltungsratspräsidentin der Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee AG, Patricia Lazzarini.

Die Gesellschaft will künftig den Tourismus in der Region fördern und zur Steigerung der Wertschöpfung beitragen. Dazu zählen die Entwicklung, Positionierung und Vermarktung der touristischen Angebote. Dabei soll mit Gastro Schwyz und den anderen drei touristischen Regionen Stos-Muotatal, Rigi und Mythen-Schwyz-Brunnen-Sattel, zusammengearbeitet werden, etwa beim Schwerpunkt Digitalisierung.



Einsiedeln soll mit der neuen Organisation touristisch mehr Gewicht erhalten.

Schweiz Tourismus/Christof Sonderegger

Mit der Gründung der Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee AG ist die Arbeit des Steuerungsausschusses, der bisher das Projekt der Neuen Regionalpolitik (NRP) geleitet hat, abgeschlossen. Er übergibt die Verantwortung an den neu gewählten Verwaltungsrat der neuen Aktiengesellschaft. Der Verwaltungsrat hat als Erstes den Auftrag, den operativen Betrieb vorzubereiten. Unterstützt wird dabei von Projektleiter Cornel Züger, dessen Mandat bis Ende

Mai 2018 verlängert wurde. Hinter dem Aktienkapital von 100 000 Franken steht eine breit gefächerte Besitzerstruktur: Insgesamt 21 Aktionäre – zusammengesetzt aus Bezirken, Gemeinden, Genossenschaften, Verkehrsvereinen, Leistungsträgern und Tourismusorganisationen – haben Aktien gezeichnet. Zuhanden der Gründungsversammlung hatte der Steuerungsausschuss zehn Verwaltungsräte vorgeschlagen, die allesamt gewählt wurden. npa

Les pods ou le glamping gagnant

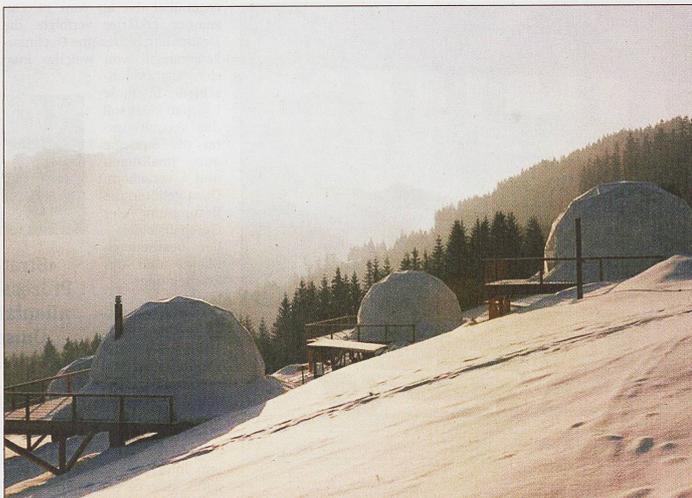
Vous ne logez pas dans une chambre, mais dans un pod. Vous êtes aux Giettes, à 1300 mètres, dans le Chablais valaisan. Cet établissement, marche fort. Un hôtel pourrait voir le jour.

CLAUDE JENNY

L'affaire n'a pas toujours été belle. Ces logements hôteliers qui ont la forme d'un igloo, reposent sur une conception écologique et sont posés sur une plateforme dans la nature, ont eu de la peine à devenir rentables. Aujourd'hui, la formule cartonne. «Depuis que je suis devenu le propriétaire unique, nous avons beaucoup travaillé autour du concept d'éco-tourisme. Depuis trois ans, l'affaire est bénéficiaire», confie Patrick Delarive. Depuis l'ouverture de la saison d'hiver, mi-décembre, trois nouveaux pods, plus spacieux – on parle de suites – sont venus compléter le village de 15 pods.

Un taux de fréquentation de 87%

Loger au Whitepod se paie au prix d'un hôtel luxueux. Entre 490 francs la nuit pour un pod cosy et 1250 pour l'un des trois nouveaux pods à la décoration originale



Trois nouveaux pods viennent compléter le parc du lodge des Giettes, dans le Chablais valaisan. Ils proposent des ambiances James Bond, Forest ou Swiss.

(ambiance James Bond, Forest ou Swiss). Mais le prix n'est pas un obstacle à une bonne fréquentation. «Nous avons atteint un taux de fréquentation de 87% l'année dernière», peut se targuer le patron. Cette année, ce sont 10 000 hôtes qui sont attendus. C'est donc que la formule séduit.

«Nos hôtes apprécient ce concept de luxe dans un espace privé.

Ils vivent une expérience hors du temps», confie Emilien Sommier, directeur. Un hôtelier qui a roulé sa bosse notamment au Canada, qui affectionne la montagne et qui prend un évident plaisir à satisfaire aux impératifs d'une fonction qui, dans un tel contexte, prend les chemins les plus insolites. Le matin de notre visite, il avait conduit l'enfant d'une fa-

mille hôte pour une promenade avec le chien du village

«Nous avons énormément travaillé l'expérience clients. C'est clairement notre valeur ajoutée», explique Patrick Delarive. «Nous avons consenti à d'importants investissements pour répondre aux attentes de nos hôtes», confie le propriétaire: «Grâce à une équipe performante et engagée, nous of-

frons une valeur ajoutée qui fait toute la différence. Nos clients vivent une expérience nature en venant chez nous.»

Ce souci de répondre aux attentes de chaque client se traduit par la possibilité de pratiquer une multitude d'activités tant en hiver qu'en été. Des parcours de randonnées ont été balisés, une demi-douzaine de guides de moyenne montagne vous emmènent vivre une aventure nature. Tout est fait pour que l'hôte garde un souvenir mémorable de son séjour aux Giettes. «Nous offrons un séjour émotionnel», lance Patrick Delarive

Un projet low-cost de 30 chambres

Aux hôtes individuels – en provenance à 70% de Suisse mais aussi des pays les plus éloignés – s'ajoutent les groupes qui viennent occuper les jours creux. Les entreprises sont friandes de l'endroit pour y organiser des séminaires de team-building. La formule séduit les managers désireux d'emmener leur personnel dans un cadre insolite et de pratiquer les activités les plus diverses, comme la confection d'un igloo, une randonnée en haute neige ou un

parcours en traineau. Fort d'avoir réussi dans le luxe, Patrick Delarive entend se lancer dans le low-cost. Il a élaboré un projet d'hôtel de 30 chambres sur trois niveaux en terrasses. Le concept sera identique aux pods en recourant un maximum à des matériaux naturels et en confiant la réalisation exclusivement à des artisans de la région. Un hôtel qui permettra d'accueillir des groupes plus importants et des hôtes individuels à un prix sympathique (120 francs la nuit en chambre double).

Si l'hôtel s'appellera Sakado, ce n'est pas uniquement en lien avec le cadre du lieu. Les hôtes recevront un vrai sac à dos qui fera office de sésame et contiendra tous les ustensiles utiles (linges, produits pour la salle de bain, etc.). Un village de chalets est également en phase de projet qui vise à proposer des chalets clés en mains selon un concept standard pour un



«Nous avons énormément travaillé l'expérience clients.»

Patrick Delarive
Entrepreneur

prix attractif.

Pods, hôtel, chalets, agrandissement du restaurant: Patrick Delarive veut faire des Giettes un pôle mariant éco-tourisme et authenticité. Il croit fort à une offre qui sort largement des sentiers battus.

ANNONCE

hotelformation.ch

hotelleriesuisse



Hôtel-école pour la Suisse romande

Les hôtels-écoles d'hotelleriesuisse sont des écoles professionnelles reconnues par la Confédération et les cantons. Les apprenti-e-s y suivent l'enseignement professionnel ainsi que l'enseignement de culture générale durant deux blocs de cours de cinq semaines chacun par année.

Nous recherchons pour l'automne 2018 un établissement hôtelier prêt à s'engager comme hôtel-école durant l'entre-saison. L'établissement doit disposer de l'infrastructure suivante :

- environ 60 lits
- 4 à 5 salles de cours indépendantes et convenables pour jusqu'à 25 personnes
- Très bonne connexion WIFI dans tout l'établissement et notamment dans les salles de classes
- structure hôtelière complète avec espaces adéquats pour des cours interentreprises
- espaces communs pour les apprentis (salons, salle de repas etc.)

Idéalement l'établissement servant d'internat à nos élèves sera fermé à la clientèle pendant les cours-blocs (2 x 5 semaines au printemps et 2 x 5 semaines en automne), ou au moins les parties réservées pour l'école doivent être bien séparées afin que les clients de l'hôtel n'interfèrent pas avec la bonne marche des cours.

Pour les conditions financières et critères de sélection, ainsi que de plus amples informations, veuillez contacter Jérôme Bühlmann, Responsable Hôtels-écoles, tél. 031 370 42 64, jerome.buehlmann@hotelleriesuisse.ch

Faites parvenir votre dossier complet d'ici au 15 février 2018 à l'attention de

hotelleriesuisse

Jérôme Bühlmann

Responsable Formation initiale & Hôtels-écoles

Monbijoustrasse 130, Case postale, 3001 Bern

Telefon +41 31 370 42 64

jerome.buehlmann@hotelleriesuisse.ch

www.hotelformation.ch/hotels-ecoles

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Schulhotels | Hôtels-écoles

Les livres de gastronomie phares de la saison

«Humains» de Guillaume Sanchez, la puissance d'entretiens à vif. Itinéraire turbulent d'un pâtissier passé par la télévision et devenu chef du radical Nomos.

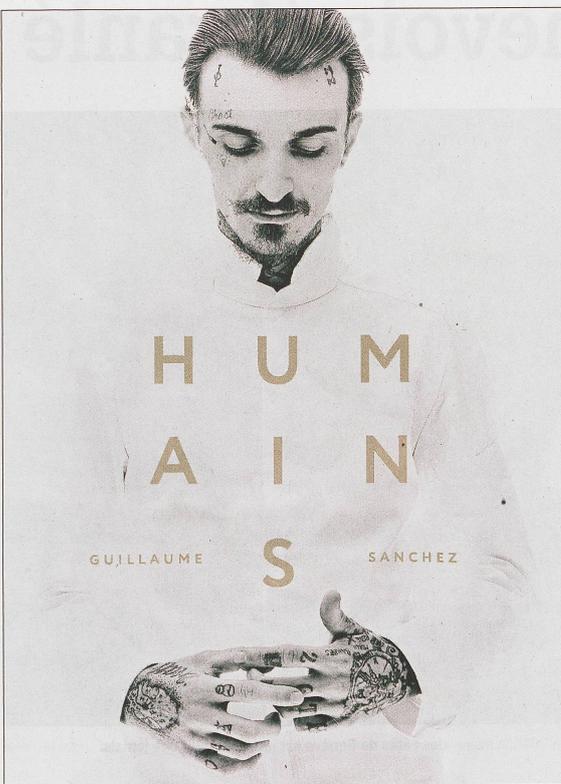
ALEXANDRE CALDARA

Le livre ressemble à un disque de rock aux plages mutantes, un réveil-matin qui se déclenche au milieu de la nuit, un encéphalogramme d'émotions contraires. Sa gestation arrive dans une période de crise où Guillaume Sanchez écrit: «J'étais un restaurateur, pas David Lynch.»

Ici on lit «rentrer de la technique» en référence à une terminologie de skate, on se gave de bons, on mange ce qui pousse et on ne fait plus pousser en espérant vendre. L'ouvrage respicille de la franchise brute de Guillaume Sanchez. On surfe dangereusement sur une cuisine de claques: «Le foie de lotte, c'est d'une amertume iodée extrême, c'est laid comme un crapaud, je dois le cacher sous un fil noir gélifié, et la réaction des clients a toujours valu le détour.» Pour se laisser dorer, apaiser sur un menu de caresses: «Crème de foie gras et oignons, oignons pickles dans un vinaigre de fleurs de sureau, noisettes torréfiées et une poudre de truffe blanche hyper effervescente par-dessus.»

«Profiteur et victime d'un système dingue»

Sur la couverture des lettres détachées or qui forment «Humains» et un portrait noir et blanc frontal du chef au visage et aux mains tatouées sur la quatrième: «Un cuisinier ne doit pas sortir de livre. Ou alors un livre de recettes.» Cela ressemble en effet plus à un brulot de Virginie Desperantes lucide, parfois désespéré, qu'au énème manuel genre «simplicissimes diners chics les + faciles du monde». Au niveau des images ça décoiffe, une poire brutalisée précède une nature morte de feuilles, de branches légendées «quelque part en France» et une



Menu de claques et de caresses

accumulation goudronnée, représentant un praline noisette du Lot-et-Garonne.

Le livre du jeune chef du Nomos, à Paris repose largement sur des entretiens où il se raconte. Mais pas de vulgaire ego trip. Il laisse aussi une page entière à chaque membre de son équipe

comme le très souriant plongeur Booba. Et part en même temps, profond dans son enfance. Dans une caserne, son père fut militaire de carrière, puis Guillaume Sanchez détaille son long parcours d'apprenti-pâtissier, qui mange très peu de desserts, chez les compagnons. «Je ne savais pas à quoi

ressemblait une fête parisienne et tu n'as pas idée du nombre de chefs ou d'artisans qui ont été privés d'adolescence ou de légèreté comme ça», explique-t-il au blogueur Henry Michel qui comme des millions de français a découvert «que ce gars était différent» pendant l'émission Top Chef.



Le plat «boeuf et caviar». Ci-dessous le chef dessiné par Vainui de Castelbajac.

images ldd

Alors que le chef déclare: «Je suis même aller chercher la tempête: j'ai dit oui à Top Chef...»

Après les compagnons du devoir: «J'ai vite pris conscience que j'étais à la fois le profiteur et la victime consentante d'un système dingue, qui me donnait absolument tout le carburant nécessaire dont un gamin de 15 ans a besoin quand il nourrit une obsession.»

Un salon de thé et de tatouages

Il décrit ensuite comment toutes les vannes libertaires s'ouvrent en rencontrant «ce gars à peine trente ans, torse nu, derrière son ordi, en train de faire son planning de la journée et répondre à des mails pendant qu'on comait.» Suivent quatre années de créativité débridées pas toujours maîtrisées qui culminent avec le Horror Picture Tea, un salon de thé à l'esprit rock avec des concerts, des expos et un salon de tatouage au sous-sol ouvert de 2010 à 2012 et qui hante encore l'imaginaire parisien.

L'impact terrible du drame du Bataclan

Après de multiples aventures de consultant auprès de marques prestigieuses et la création de l'Atelier noir une tentative d'expression formelle dans son propre appartement, en 2015, il veut ouvrir une pâtisserie. Guillaume Sanchez visite des locaux qui ne le permettent pas, il écoute un pote qui lui dit: «T'es con ou quoi, ouvre un

restau...» Mais un petit hic subsiste: «J'avais jamais cuisiné ne serait-ce qu'une omelette de ma vie.» Pourtant très vite arrive Nomos, il aime les deux significations du grec «la foi la loi, gastro-noms, la loi du ventre, les affaires du ventre, et c'est la portion à partager, la part». Il ne cache pas la fragilité de ses convictions: «Je voulais que les clients apprennent en même temps que moi. A ce moment-là, c'était un aveu de faiblesse d'être radical. Je n'ouvrais pas le midi, c'était trop vulgaire, mes investisseurs me laissaient tranquille parce qu'il y avait du monde.» Puis arrive le choc du «BA/ TA/ CLAN», un mot que le graphiste du livre morcèle sans coquetterie: «Des garçons et des filles se faisaient mitrailler dans la salle de concert, pendant un live auquel j'aurais dû assister si je n'avais pas bossé ce soir-là. J'y ai perdu onze de mes connaissances.» Il révèle ensuite, même s'il ne voulait pas donner d'importance aux contingences matérielles, que dans les premières semaines qui ont suivi les attentats du 13 novembre les établissements gastronomiques et bistrotoniques parisiens perdent entre 50 et 70% de leur chiffre d'affaires. Après moult péripéties où il vend des sandwiches et ouvre à midi, il doit finalement virer tout le monde et ne voit plus aucune solution. Il décide d'aller voir ses producteurs, de s'excuser de ses retards de paiement, de les suivre sur leur raftot ou leur tracteur. «Les éleveurs sont très différents des gens que je connais. Ils sont heureux de travailler et de te livrer. Ils gagnent peu.»

Après une telle déferlante de vie assénée en pleine figure on a envie de se reposer un peu, de laisser au lecteur le soin de découvrir les côtés plus glamour de ce qui sera in fine une «success story». Et de dire que ce livre iconoclaste en diable permet aussi d'admirer des oiseaux pêcheurs. Au Nomos, Guillaume Sanchez cuisine «crevettes & abîme», pêche verveine et blanquette de veau.

Guillaume Sanchez, «Humains», Editions Tana, 235 pages, 4770 francs.

hotellerieuisse.ch/librairie



L'odeur du pâté d'enfance version haute cuisine

Le chef du Président Wilson se présente en cuisinier d'hiver qui confectionne une boule de neige au cidre. Michel Roth propose un livre entre élégance et rusticité.

ALEXANDRE CALDARA

L'approche à pas feutrés du livre éponyme de Michel Roth on aimerait parler de haute cuisine. Pas seulement parce que les aliments se retrouvent dans des collections automne/hiver printemps/été. Mais pour le raffinement de la proposition où les photographies pleine page passant allégrement de gauche à droite pour laisser place à une recette directe, expliquée à feu doux. Son drapé de chocolat noir miel de ruche et crémeux calamondin dévoile qu'un morceau de ruche, par son côté «légerement incisé» comme le dos d'une robe qui à peine laisse entrevoir la

peau. Les fruits rouges s'habillent de cuirs, alors que les pulpes chauffent séparément. Toile légère pour celui qui pourtant se dit cuisinier d'hiver. Sa boule de neige arrive immaculée dans l'assiette et finit brisée en bouche par des éclats de vinaigre au cidre.

On peut aussi penser à un nez de parfumerie: «J'ai toujours aimé la cuisine et ses odeurs.» Il cite le fumet du pâté en croûte lorsqu'il rentrait de l'école ou raconte son ris de veau au citron confit par l'alliance du souvenir de la senteur d'agrumes et du goût de la ratatouille. Grande élégance et rusticité se disputent dans le parcours de cet enfant des maisons



«Mousse de brebis au miel de fleurs et rhubarbe dans tous ses états» de Michel Roth.

Grant Symon/scan

de pierres de Moselle, devenu le cuisinier emblématique du Ritz Paris pendant près de 30 ans, arrivé à Genève en 2012 pour y construire une nouvelle aventure avec des cuisiniers complices venus dans ses bagages.

La Suisse dans l'assiette vit à travers notamment le Vieux Gruyère que l'on retrouve sur les asperges comme sur la sole meunière. Les photos très précises en lumière et composition de Grant Symon rendent bien la complexité graphi-

que des plats du chef comme ce «carré de thon rouge et daikon acidulé, mousseux de raifort», qui jamais ne dissimule la grande variété des textures. Les vins conseillés par le mutin Geoffrey Bentari se retrouvent en bas de page et brillent par leur exotisme comme ce «Koshu», 2015, de Magrez-Aruga, au Japon pour accompagner la recette citée ci-dessus.

Michel Roth travaille aussi les reliefs et les trompe l'œil avec des macarons à la verticale qui soutiennent un œuf de poussine parfait et des éclats marbrés de truffes noires. Il donne des astuces, une simple mayonnaise peut se transformer avec des huiles de sésame et de pépins de raisins, du jus de citron, du vinaigre de riz, de l'encre de seiche et de la sauce soja. Il finit souvent de donner des conseils par cette phrase: «Rectifier l'assaisonnement.» Sa grande rigueur n'empêche pas une touche de fantaisie canaille lorsqu'il met du ketchup dans un caramel de tomate ou du jus à la réglisse sur

un ris de veau d'alpage rôti, petit pois, speck. Renseignez le conseil du sommelier «Felton Road» winery 2008, Central Otago, Nouvelle Zélande. On entend alors la chanson de Dominique A: «Els ont demandé d'où tu viens / Elle a dit Central Otago / Personne ne savait où c'était mais / Tous aimèrent aussitôt ces mots.» Comme la cuisine de Michel Roth la voix du rockeur peut former de petites gouttes à l'aide d'une poche à douille.



Michel Roth et Knut Schwander, «Michel Roth», 220 pages, Editions Favre, 78 francs

hotellerieuisse.ch/librairie

Fêtes de Genève: entre crise profonde et malaise

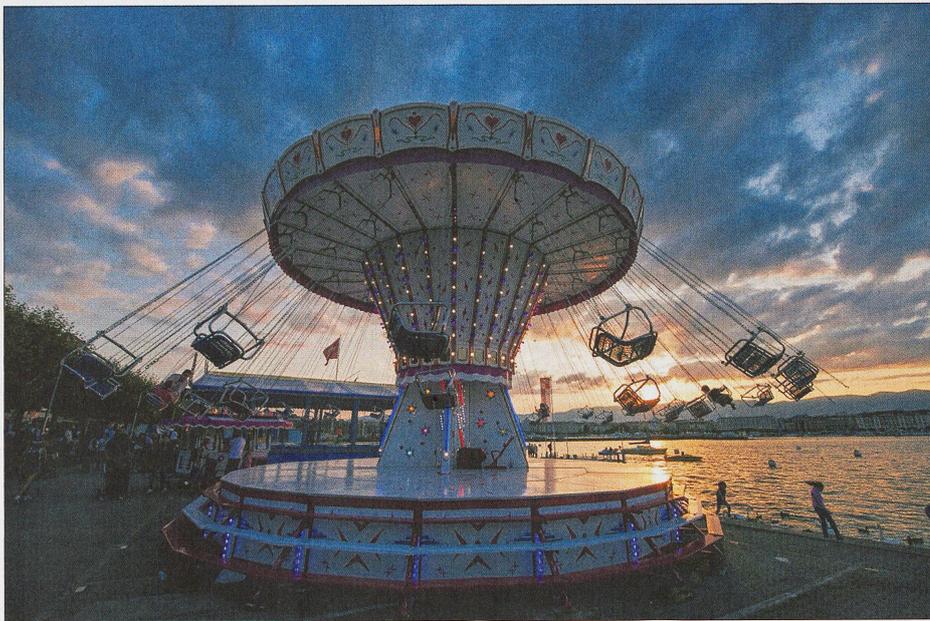
Le tourisme genevois ébranlé

Double licenciement et des Fêtes en sursis. Le comité de Genève Tourisme a réagi radicalement au déficit de 3,2 millions des Fêtes de Genève. Il en va de la pérennité de la fondation.

LAETITIA BONGARD

L'annonce a fait l'effet d'une bombe à Genève et dans les milieux touristiques. Philippe Vignon, directeur de la fondation Genève Tourisme & Congrès (FGT & C) depuis 2010, a été licencié avec effet immédiat la semaine dernière. Le conseil de fondation a pris cette mesure radicale face à un constat sans appel: l'édition 2017 des Fêtes de Genève, organisées par la FGT & C se sont soldées par un déficit de 3,2 millions de francs. Soit largement au-delà du montant budgété de 400 000 francs. Il s'agit du second exercice consécutif déficitaire, celui de 2016 s'étant soldé par une perte de 6 millions. Le comité a également «enjoint» Christian Kupferschmid, responsable de l'organisation de la manifestation 2017, à quitter ses fonctions.

Capacité à éponger le déficit: deux c'est assez, trois serait trop
Ce trou de 9,2 millions de francs en deux ans peut-il mettre en péril la fondation? «Non, cette situation ne met pas en danger la fondation, affirme Yves Menoud, président du conseil de fondation. Nous avons suffisamment de réserves pour faire face, mais après deux exercices déficitaires, celles-ci seront épuisées. Si ce scénario se répète, oui, cela pourrait mettre la fondation en péril.»
Genève Tourisme dispose d'un budget opérationnel de 10 millions de francs, financé par les taxes de séjour et de promotion touristique. Quant aux Fêtes de Genève, elles bénéficient d'un budget à



Pas sûr que les manèges reviendront animer la Rade en 2018. L'avenir des Fêtes de Genève est plus incertain que jamais. Fêtes de Genève

part, le but visé étant l'autofinancement, ce qui fut le cas jusqu'en 2015 lorsqu'elles s'étendaient sur 25 jours avec les pré-Fêtes. Pour rappel, l'édition 2017 des Fêtes reposait sur un budget de 4 millions de francs, dont 500 000 francs de sponsoring.
Yves Menoud se veut rassurant: «Ce n'est pas parce que nous avons un déficit de 3,2 millions que nous allons couper ailleurs. Les autres budgets de la fondation – tels que le marketing, l'accueil, les congrès – sont maîtrisés.» Quoi qu'il en soit, les pertes seront bel et bien éponnées par les réserves de la fondation, composées des excédents de précédentes Fêtes, des taxes de séjour et touristiques. Indirectement donc, l'argent des hôteliers servira à payer la dette. La perte de l'équilibre financier



«Si ce scénario se répète, oui cela pourrait mettre la fondation en péril.»

Yves Menoud
Vice-président FGT&C

place la fondation devant un défi de taille: si elle souhaite continuer à organiser des Fêtes, elle n'aura plus le droit à l'erreur. «Pour les Fêtes, les voyants sont au rouge», concède Yves Menoud.

Une étude devra élucider les raisons «d'un tel dépassement»
Mais reprenons: pourquoi cette débâcle? Si les recettes de l'ordre de 4 millions de francs ont répondu aux prévisions, les charges n'ont en revanche pas été maîtrisées. On évoque des factures imprévues, par exemple de la Ville pour des pelouses endommagées, des frais supplémentaires liés à la sécurité. Une enquête interne en cours devra élucider les causes «d'un tel dépassement».

Yves Menoud soulève encore le temps de traitement réduit et une nécessité de travailler dans l'urgence depuis 2016. Pour les trois dernières éditions, on a parlé de «Fêtes sauvées de justesse». Le conseil de fondation avait prévu: les pré-Fêtes garantissaient la rentabilité. Depuis qu'elles ont dû être abandonnées pour répondre aux exigences de la Ville, la manifestation a démontré sa fragilité. «Beaucoup de facteurs entrent en ligne de compte. La suppression des pré-Fêtes est l'un des responsables», estime Yves Menoud. Celles-ci généraient 500 000 francs de recettes. Les causes de ce dysfonctionnement sont vraisemblablement plus profondes.

On s'abstient de commenter les agissements de Philippe Vignon. «Les faits dicent nos décisions, même si elles sont sévères», admet Yves Menoud. Il fait comprendre l'importance d'un double déficit consécutif, évoque «un cumul de plein de petites choses», «une gestion insuffisamment rigoureuse», «l'absence de contrôle des 4 yeux». Il exclut cependant toutes malversations.
L'audit commandité par l'Etat sur l'édition 2016 pointe un manque de professionnalisme de Genève Tourisme. Il relève aussi l'absence de contrôles et de suivi à l'interne. Dès lors, un nouveau poste de directeur financier a été mis au concours, celui-ci sera prochainement désigné. Quant au

poste de directeur général de la fondation, il est à l'étude. «Nous retravaillons le profil, mais cela ira très vite», indique Yves Menoud qui assure en attendant l'intérim «uniquement pour les affaires courantes».

A ce stade, l'avenir des Fêtes demeure très incertain. Le comité dévoilera en début d'année le scénario qu'il aura retenu. Pour 2018, tout est encore ouvert, l'éventualité de renoncer aux Fêtes existe réellement. «Une chose est sûre: si nous organisons des Fêtes, ce sera beaucoup plus petit qu'en 2017», prévient Yves Menoud. Il ne peut dire si Christian Kupferschmid dont le contrat est résilié à fin juin 2018 participera ou non à l'organisation. A ce stade, seule la présence de la grande roue sur quatre mois est assurée.

Les hôteliers ont besoin des Fêtes «mais comprennent»
Si les Fêtes de Genève doivent passer à la trappe, les hôteliers subiront les conséquences. «Supprimer les Fêtes signifie un outil marketing en moins», résume Marc-Antoine Nissille, vice-président de la fondation GT&C et directeur de l'Hôtel Les Armures. Une certaine ambivalence demeure: «Il s'agit d'une situation particulière pour les hôteliers,

conçède le vice-président. Nous avons toujours défendu les Fêtes et prôné pour un événement le plus long possible. Nous avons besoin d'une animation l'été autour de la Rade. En même temps,



«Nous devons sauver la mission première de la fondation, qui est la promotion.»

Marc-Antoine Nissille
Vice-président FGT&C et hôtelier

les hôteliers comprennent que nous devons prendre une décision pour sauver la mission première de la fondation, qui est de faire la promotion de Genève, et non d'organiser des Fêtes.»

Selon Yves Menoud, la fondation tient à défendre la mission qui lui a été confiée d'organiser une manifestation touristique. Reste à savoir comment. Dès 2019, les organisateurs – s'ils sont encore là – devront prendre en considération l'issue du vote du 4 mars 2018 (lire ci-dessous). L'équation déjà complexe n'est pas prête de se simplifier. A moins que la machine ne s'arrête totalement.

Rappel des faits Des Fêtes à rebondissements

Été 2016: première édition du Geneva Lake Festival et première fois que les Fêtes se déroulent sans les pré-Fêtes, passant de 25 à 10 jours. Budget: 7,5 millions.

Février 2017: suite au déficit du Geneva Lake Festival, Emmanuel Mongon, le producteur exécutif, est licencié.

Avril 2017: retour à un concept plus traditionnel pour les Fêtes. Christian Kupferschmid est désigné pour les organiser. Budget: 4 millions.

Novembre 2017: un audit révèle que le déficit du Geneva Lake Festival 2016 s'élevait à 6 millions, et non à 3,5 millions.

Décembre 2017: les Fêtes de Genève 2017 accusent un déficit de 3,5 millions. Philippe Vignon et Christian Kupferschmid sont licenciés. lb

Peu de réactions hôtelières



Une des nombreuses animations de rue qui marquent les Fêtes de Genève. On aperçoit les grands hôtels au loin. Fêtes de Genève

Souvent les hôteliers genevois abordent les Fêtes de Genève avec les médias. Leurs sentiments paraissent souvent confus, ils semblent bénéficier de cette offre, mais certains établissements de luxe les jugent parfois trop populaires sous leurs fenêtres.
«La Tribune de Genève» soulignait cette semaine encore une

certaine ambiguïté: «Ces Fêtes ont longtemps été présentées comme un événement indispensable aux yeux des hôteliers.» Pourtant au vu des événements récents, les hôteliers ne semblaient vraiment pas pressés de nous répondre, nous en avons contacté plusieurs, notamment ceux situés physiquement au centre de la manifestation. Au

con n'a daigné nous rappeler. Multiplication de silences, dont on en déduit un certain malaise.

Seul Lars Wagner, directeur du Mandarin Oriental Genève, qui se définit lui-même avec humour comme l'hôtelier le plus éloigné des Fêtes de Genève a bien voulu souligner leur importance: «Tout le monde connaît les Fêtes de Genève. Leur notoriété agit comme une publicité extraordinaire pour cette belle ville et ses citoyens. Cela doit continuer dans le futur, c'est notre priorité à nous tous qui nous préoccupons de l'image de la ville à l'extérieur.»

Pour lui la question du trou financier doit se régler à l'interne et ne doit pas concerner les hôtes. Lars Wagner se rend fréquemment au Moyen-Orient: «Quatre, à cinq fois par année pour des voyages d'affaires, dans une dizaine de villes. A chaque fois, on parle des Fêtes de Genève. Elles ont une reconnaissance, on doit prendre conscience de leur valeur.»

Il estime sa voix représentative de l'opinion de la plupart de ses collègues. aca

Votation le 4 mars Une initiative et un contre-projet sur l'avenir des Fêtes

L'avenir des Fêtes se joue aussi dans les urnes. Les Genevois se prononceront le 4 mars 2018 sur l'initiative populaire communale «Pour des Fêtes de Genève plus courtes et plus conviviales» et le contre-projet du conseil municipal.

Il est tout d'abord question de durée: les initiateurs demandent que les Fêtes se limitent à une semaine au maximum. Le contre-projet accepte en revanche que la manifestation comprenne deux week-ends et s'étende sur onze jours. La localisation est également sujette à discussion. Les initiateurs souhaitent que les forains se déplacent sur la plaine

de Plainpalais et libèrent la Rade. La Ville demande simplement que les animations soient disposées «sur le domaine public en fonction de leurs impacts sonores et visuels». Elle précise que les accès au lac doivent être garantis.

La Ville et les initiateurs se rejoignent sur plusieurs points. Tous deux souhaitent le maintien du feu d'artifice. De manière générale, les Fêtes doivent être «conviviales» et «accessibles» à l'ensemble de la population. La valorisation des artistes et des savoir-faire locaux et régionaux fait également partie des revendications communes. lb

Claudio del Principe und die wertvollste aller Zutaten: Zeit



Er ist der Lieblingsitaliener der hiesigen Kochgarde: Claudio del Principe. Keiner bereitet den Sugo hingebungsvoller zu als er, kaum einer widmet sich intensiver der Lievito Madre (Mutterhefe) und der daraus resultierenden Pizza Bianca oder faltet Cappelletti virtuoser als der Basler Kochbuchautor und Foodblogger («Anonyme Köche»). Entsprechend ist auch sein jüngstes Werk, schlicht «A Casa», der Langsamkeit gewidmet, der Achtsamkeit, der Sorgfalt. Tagebuchartig führt er einen durch sein kulinarisches Jahr und sein Leben, das sich oft und gerne in seiner Küche und am Familientisch abspielt. Brot ist ein grosses Thema im Hause del Principe, seit er seinen eigenen Sauerteig angesetzt hat, dessen Zubereitung und Pflege er ausführlich beschreibt. Überhaupt erzählt er Tag für Tag grossartige Geschichten rund um die Schlichtheit italienischer Kulinarik, der Pasta, ihrer Füllung, der Bohnen und Linsen, der vielfach verschmähten Catalogna und gerne unterschätzten Sardinien und zeigt, wie mit einfachen Rezepten Grosses geschaffen werden kann – mit der wertvollsten aller Zutaten: Zeit. «Ein sinnliches Kochtagebuch mit 200 italienisch inspirierten Rezepten» nennt er sein Werk. Nicht nur Rezepte und Texte stammen aus seiner Küche, del Principe hat – in schönster Foodporn-Manier – auch alles selber fotografiert.

Claudio del Principe, **A Casa. Gut kochen. Besser essen. Jeden Tag.** AT Verlag, 320 Seiten, ISBN 978-3-03800-970-2, CHF 49.90.–

Claudia Zaltenbach und das asiatische Multitalent Miso



Sie ist stets auf der Suche nach neuen Geschmackserlebnissen – und wurde fündig: im Miso. Der fermentierten Sojabohnenpaste, Basis vieler asiatischer Gerichte, widmet Claudia Zaltenbach, Gründerin des mehrfach ausgezeichneten Food- und Reiseblogs «Dinner um Acht», ihr erstes Buch. Für Miso ist die Badnerin an die Produktionsstätten in Japan und Korea gereist, wurde aber auch im heimischen Schwarzwald fündig. Schritt für Schritt zeigt sie, wie man Miso selber herstellt und welch geschmackliches Potenzial in ihm steckt. «Miso ist die herzhafte Form des Umami-Geschmacks, gepaart mit feiner Säure und salzigen Noten», so der Physiker und Kochbuchautor Thomas Vilgis, der im Vorwort erklärt, wie es zu dieser «mundfüllenden Paste mit einem Aromaspektrum, das durch nichts nachzuahmen ist» kommen kann. Anhand zahlreicher Rezepte zeigt Zaltenbach auf, wie vielseitig die Würze auch eingesetzt werden kann: Sie fügt es Tomatensuppe ebenso bei wie in Rotwein geschmorter Rinderhüfte oder – jawoll – Brownies. Miso, so ihre Erfahrung, macht alles Gute noch besser, «runder», nennt sie es. Recht bekommt sie von hochdotierten Köchen wie Tanja Grandits oder Tohru Nakamura, die Gastrezepte beisteuern.

Claudia Zaltenbach, **Miso. Rezepte – Kultur – Menschen.** Häddecke Verlag, 216 Seiten, ISBN 978-3-7750-0772-6, CHF 34.–



Mit «The French Chef» erreichte sie ein Millionenpublikum: TV-Köchin Julia Child.

Pixabay/Screenshot/Montage Yanik Gasser

Die Überbringerin der «French Cuisine»

Sie brachte Amerikanerinnen die französische Küche bei: Julia Child's Klassiker «Mastering the Art of French Cooking» liegt – endlich – auf Deutsch vor.

FRANZISKA EGLI

Über ein halbes Jahrhundert hat es gedauert. 1961 war es, als Julia Child zusammen mit Simone Beck und Louise Bertolle Band das Standardwerk «Mastering the Art of French Cooking» herausbrachte – und damit die US-amerikanische Kochkunst sowie die Esskultur massgeblich beeinflusste. Dabei hat sie lediglich die Grundlagen der französischen Küche für die amerikanische Hausfrau zugänglich gemacht, sie weggeführt vom Portehouse-Steak und Aspik und stattdessen in die Kunst des Coq au vin oder des französischen Omeletts eingeweicht.

Wie sie das gemacht hat, mit welcher Akribie (allein die Zubereitung des Omeletts etwa umfasst acht Seiten), lässt sich jetzt endlich auf Deutsch nach-

lesen. Die Übersetzung basiert auf der englischsprachigen Erstausgabe, ist ungekürzt und nur minimal bearbeitet, schlicht ergänzt mit Zeichnungen von Sidonie Coryn. In ihrer für sie typischen, flapsigen Art erläutert Child die Entstehung klassischer Gerichte wie Bœuf bourguignon und Bouillabaisse, erklärt all die Sauces, Beurre, Mayonnaises und Soufflés. Herausfordernd war, die Komplexität der Küche eines Auguste Escoffier mit den Möglichkeiten der Amerikanerinnen in Einklang zu bringen. Sie jedoch fand, wer die französische Küche beherrscht, sei bestens gerüstet, um fast jede Art von Küche zu meistern.

Tatsächlich galt das Buch schnell als Klassiker und hat zahlreiche Köchinnen und Köche der nachfolgenden Genera-

tion in der Kochkunst beeinflusst. Dafür gesorgt hat auch die auf das Buch folgende Kochsendung «The French Chef», mit der sie ein Millionenpublikum mit der französischen Küche und deren Techniken vertraut machte. Episode am Rande: Ursprünglich war Child für den amerikanischen Geheimdienst tätig. 1948 übersiedelte sie mit ihrem Mann, einem Diplomaten und Feinschmecker, nach Paris, wo sie sich in der legendären Kochschule Le Cordon bleu in die französische Kochkunst einweihen und ausbilden liess und mit ihren zwei Mitstreiterinnen selber eine Kochschule, die «Ecole des 3 Gourmandes», gründete. Aus dieser ging das Buch hervor, das noch heute als zeitloser Klassiker gilt.



Julia Child, **Französisch kochen.** Echtzeit Verlag, 640 Seiten, ISBN 978-3-906807-01-0, CHF 58.–

Jacky Donatz und das Vermächtnis seiner Kochkunst



Er ist eine lebende Legende: Jacky Donatz, gebürtiger Bündner und kulinarischer Herrscher während 17 Jahren über das mit 15 GM-Punkten ausgezeichnete Fiffa-Restaurant

Sonnenberg hoch über den Dächern Zürichs. Seinen (theoretischen) Ruhestand hat er mit einem Kochbuch besiegelt, in dessen 50 Rezepten sich seine ganze Karriere widerspiegelt: seine Capuns mit Hummerfüllung, der überbackene Brie mit Trüffeln und Sauerrahm, aber natürlich auch seine Mezzelune, sein Siedfleisch und sein legendäres Kalbskotelett. Aber das Buch ist viel mehr als ein Kochbuch. Das Vorwort stammt von niemand Geringerem als Sepp Blatter. Der Journalist Thomas Renggli fasst das Leben Donatz in Worte, erzählt, wie es ihn einst vom bescheidenen Samedan ins Unterland verschlug und berichtet unterhaltsam über seine Sicht der Dinge (kurze Hosen: verpönt; gerüsteter Salat: Sündenfall par excellence). Der ganze erste Teil des Werks ist zudem reich bebildert und zeigt Jacky mit Kimi Raikönen, mit Kylie Minogue, mit Gérard Depardieu und enthält zahlreiche Danksgespräche von Michail Gorbatschow über Don Johnson bis Shakira. Das zeugt davon, was Jacky Donatz über sein Lebenswerk hinaus war: ein grosser Gastgeber.

Jacky Donatz, Thomas Renggli, **Mein Beruf – meine Rezepte.** Fona Verlag, 288 Seiten, ISBN 978-3-03780-596-1, CHF 78.–

Cihan Anadolglu und die 250 besten Drinks der Welt



Er ist einer der renommiertesten Bartender unserer Zeit: Cihan Anadolglu, dessen Cocktailkreationen weltweit ausgezeichnet sind und schon an Oscarverleihungen serviert wurden. Zuvor war er Chefbarkeeper in der legendären Schumann's Bar in München, heute ist er Inhaber des «Circle by Cihan Anadolglu», eine Bar, die sich im «Heart-house», dem Münchner Private Member Club, befindet. Und für all jene, die da keinen Zutritt haben, für die gibt es nun die «Bar Bibel», ein grossartiges Werk mit tollen Aufnahmen von Daniel Esswein! Darin widmet sich Anadolglu nicht nur den «200 besten Drinks der Welt» von Apricot Lady bis Zombie. Er verrät auch seine fünfzig besten Eigenkreationen, die einem vor Augen führen, warum er zu den Besten gehört: «Walking in the forest» besteht aus Tanqueray No. 10 Gin, infundiert mit Steinpilzen, Barolo Chinato und Eucalyptus Bitters. «Meer, ich sehe das Meer» aus einer Handvoll Früchte der Saison, Sake, Tequila infundiert mit Seetang und Ingwersirup. Des Weiteren steuerten befreundete Bartender ihre Top-Drinks als Gastbeiträge bei. Und Anadolglu, der immer schon gerne gemeinsame Sache mit Gastronomen machte, nimmt sich auch dem Pairing an: Zu Rezepten von «Hearthouse»-Chef Florian Gürster liefert er dazu passende Cocktails.

Cihan Anadolglu, **Bar Bibel.** 240 Seiten, Callway Verlag, ISBN 978-3-7667-2280-5, CHF 52.90

Alle Bücher sind erhältlich auf hotelleriesuisse.ch/buchshop

Herausragende Bücher 2017

Spitzengastronomie als Vorbild für gute Verkaufsstrategien

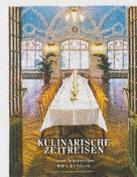


Ein gutes Verkaufsgespräch ist wie ein hervorragendes Essen in einem Spitzenrestaurant, ist der Vertriebsprofil Uwe-Jürgen Günter-von Pritzbuer überzeugt. In seinem Buch «Nur vom Feinsten!» legt er

dar, dass der heutige, durchaus anspruchsvolle Kunde nicht noch mehr Infos, noch mehr Produkte braucht, er möchte einzig und allein individuell angesprochen werden – das, was man in der Gastronomie als à la carte bezeichnet. Anhand von konkreten Tipps aus der Praxis der Gastronomie zeigt Günter-von Pritzbuer auf, wie man für den Premiumkunden das Kaufen zu einem Genussenerlebnis macht – und so treue Kunden gewinnt. Der Untertitel des Werks – «Was Verkäufer von der Spitzengastronomie lernen können» – nimmt er dabei wörtlich: So hat der 3-Sterne-Koch Harald Wohlfahrt das Vorwort beigegeben. Anhand konkreter Beispiele zahlreicher ausgezeichnete Gastronomen, von Sommeliers und Kellnern trägt er Wissen zusammen, erläutert etwa – analog der Weinberatung –, wie zentral das Storytelling ist, oder am Beispiel des Kellners die Wichtigkeit des dicken Fells, aber auch des Charmes, Charismas und Humors.

Uwe-Jürgen Günter-von Pritzbuer, **Nur vom Feinsten! Was Verkäufer von der Spitzengastronomie lernen können**, Haufe Verlag, 256 Seiten, ISBN 978-3-648-09230-9, CHF 52.90.–

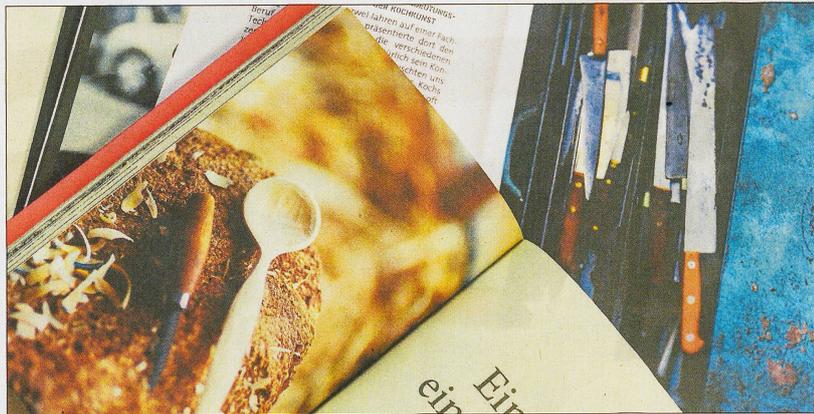
Kulinarische Reise zu den historischen Hotels der Schweiz



Zander-Ceviche mit Edamame-Crème oder Gâteau Savésan: Ersteres gibts im Zürcher Marktgasse Hotel, Zweiteres wird im Kurhaus Arolla im Val d'Hérens, im französischsprachigen Teil des Schweizer Kantons Wallis, serviert. Den beiden Betrieben gemein ist: Beide sind «Swiss Historic Hotels». Insgesamt 54 historische Hotels sind gelistet – vom einfachen historischen Gasthaus bis zum luxuriösen Grand Hotel aus der Belle Epoque,

insgesamt 54 historische Hotels sind gelistet – vom einfachen historischen Gasthaus bis zum luxuriösen Grand Hotel aus der Belle Epoque,

Handwerker im Dienst der Kulinarik



Inspiration für Küche mit Ambitionen über das Kochen hinaus: Bücher über selber Schleifen und Schnitzen. Yanik Gasser

Sie sind mehr als Gebrauchsgegenstände: Messer und Löffel stehen heute auch für eine authentische Kochkunst. Zwei Bücher nehmen sich dem Handwerk an.

FRANZISKA EGLI

Das Bedürfnis vieler Köche nach Authentischem geht längst über die Kochkunst hinaus. Sie suchen sich ihr Tabletop sorgfältig zusammen, servieren Gerichte auf Holzern und Blättern, lassen von Hand essen und Geschirr anfertigen. Und auch vor dem Besteck macht die Entwicklung nicht Halt. Welchen Stellenwert gerade Letzteres derzeit genießt, beweisen gleich zwei Bücher, die kürzlich erschienen sind: Was nach zwei neuen Comic-Helden klingt – Marius le Remouleur und Barn the Spoon – sind in Wahrheit Handwerker erster Güte, der eine Messerschmied, der andere Löffelschnitzer.

Didier Mouche, auch Marius der Messerschleifer genannt, ist ursprünglicher Koch und Autor von «Messer - Rezepte & Techniken». Für ihn, der heute mit seinem ambulanten Messertaxi als mobiler Messerschleifer für Hunderte Restaurants und Pächtergeschäfte in London unterwegs ist, sind Messer mehr als rei-

ne Werkzeuge, es sind Statements der Küche und wollen entsprechend gepflegt werden. Anhand von 50 Rezepten der Köchin Mélanie Martin stellt er in seinem Buch (Fotos: Emanuela Cino, Vorwort: Pariser Kochlegende Thierry Marx) die verschiedenen Messer- und Scherentypen als auch ihre Schneidetechnik vor. Der erste Teil jedoch ist dem Schleifen gewidmet: In Schritt-für-Schritt-Anleitung zeigt er, wie man seine Messer schleift und wetzt – was dem derzeitigen Trend insoweit entgegenkommt, dass sich viele Köche heute auch intensiv mit der Schärfetechnik auseinandersetzen und ihr Werkzeug selber pflegen.

Wer in seiner ganz persönlichen Ausrichtung noch weiter gehen mag, versucht sich im Schnitzen. Schlicht «Löffel» heisst das Buch des Möbelschreiners Barnaby Carder alias «Barn the Spoon», das nicht nur die Geschichte des Löffels aufgreift, sondern sich auch seinem Material, dem Holz, annimmt. «Es erfordert

erstaunlich viel, damit ein Löffel richtig gut ist», sagt Carder über den vordergründig schlichten Gebrauchsgegenstand, der im Grunde ein kleines Schüsslechen mit einem Griff zum Festhalten ist. Er erklärt die Werkzeuge, die Schnitztechniken und schliesslich, wie man einen einfachen Löffel schnitzt oder einen Messlöffel, eine Schöpfkelle, Salatbesteck, aber auch Esslöffel und Besondere wie ein schwedischer (mit grosser, flacher Laffe) oder ein walisischer Löffel (schmal und mit langem Stiel). Wer es ausprobieren will: Carder teilt sein Wissen auch in Online-Videos.



Barnaby Carder, **Löffel, Schnitzen – Das Handwerk und die neue Kultur vom Holz**, AT Verlag, 224 Seiten, ISBN 978-3-03800-983-2, CHF 29.90.–

Didier Mouche, **Messer – Rezepte & Techniken**, Callwey Verlag, 192 Seiten, ISBN 978-3-7667-2282-9, CHF 52.90.–

denen mit dem Bilderband «Kulinarische Zeitreisen» ein weiteres Denkmal gesetzt wird. Die Autorin Anita Brechbühl und der Fotograf Nicolas Glauser haben alle Betriebe aufgesucht und den Küchenchefs über die Schultern geschaut. Herausgekommen ist ein sorgfältig bebildertes Werk, gegliedert in fünf saisonal aufgeteilte Routen vom Frühling im Schweizer Mittelland über den Sommer im Tessin und in der Zentralschweiz bis zum Herbst im Berner Oberland und Wallis, und es endet bei klirrender Kälte im Engadin. Das Buch stellt nicht nur die historischen Häuser vor und gibt Ausflugstipps, es gibt auch spannende Einblicke in den reichen Fundus der Schweizer Kulinarik.

Anita Brechbühl, **Kulinarische Zeitreisen. Genuss in historischen Hotels der Schweiz**, Mattenbach Verlag, 280 Seiten, ISBN 978-3-905172-76-8, CHF 82.–

Schweizer Hochgebirgshütten im Wandel der Zeit



Nebst Berg- wie auch Bergbahnbetrieben rüsten auch die Hütten an spektakulärer Lage deutlich auf. Wie sehr, zeigt der Band «SAC-Hütten-Architektur».

Die Funktion einer SAC-Hütte – die erste, die Grünhornhütte, wurde 1863 im Kanton Glarus errichtet – ist an sich simpel: Sie soll dem Berggänger Schutz bieten. Das hat sich im Laufe der letzten Jahre stark verändert – spätestens mit der Eröffnung der neuen Monte-Rosa-Hütte im Jahr 2010, welche international für Aufsehen sorgte. Entsprechend sind heutige Hütten nicht selten auch futuristisch anmutende Neubauten, zeigt Architekt Martin Zettel im schön bebilderten Buch. Anhand von 24 Hütten aus der ganzen Schweiz präsentiert der Fachmann Betriebe von der alten, kaum sanierten Hütte über An- und Nebenbauten bis zu modernsten Neubauten. Des Weiteren erzählt er die Geschichte der Hütten-Architektur und zeigt anhand von ihr auf, wie herausfordernd die Hochgebirgsarchitektur ist – aber auch wie mitentscheidend sie für das Bergenerlebnis sein kann. gsg/fee

Martin Zettel, **SAC-Hütten-Architektur. 24 Hüttenporträts mit Ein- und Mehrtageswanderungen**, Weber Verlag, 352 Seiten, ISBN 978-3-03818-088-3, CHF 49.–

Alle Bücher sind erhältlich auf hotellerieuisse.ch/buchshop

In Kürze Nationale und internationale News aus der Branche

alle News auf htr.ch



systemgastronomie Burgergrill «Hans im Glück» kommt in die Schweiz

Die deutsche Burgergrillkette «Hans im Glück» eröffnet ihren ersten Schweizer Franchise-Betrieb Ende März 2018 im Kitag-Multiplexkino in Muri bei Bern auf einer Fläche von circa 600m². Bekannt ist «Hans im Glück» für sein Ambiente mit raumhohen, echten Birkenstämmen. Neben Burgern serviert man andere Fleisch- und vegane Varianten sowie Cocktails. 2010 von Thomas Hirschberger in München gegründet, betreibt die Hans im Glück Franchise GmbH aktuell 51 Burgergrills.



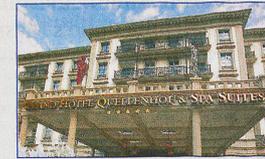
hotelgastronomie Aus Gourmetlokal wird Delikatessenladen

Das Hotel Mirabeau Alpine Residence in Zermatt lancierte im Dezember ein neues Restaurantkonzept. Das **Marie's Deli Zermatt** vereint Delikatessenladen, Restaurant und Take-away in einem. Die Öffnungszeiten von 7 Uhr morgens bis Mitternacht mit durchgehend warmer Küche bezeichnet «Mirabeau»-Vizedirektorin Marie Reichenbach-Julen selbst als gewagt. Das Deli ersetzt das 15-Gault-Millau-Punkte-Restaurant Corbeau d'Or. Die Speisen, meist im Glas serviert, können auch mitgenommen werden.



hotelgruppe «b_smart» eröffnet im Sommer 2018 fünftes Haus

Die Hotelgruppe b_smart selection wächst und hat den **Vaduzerhof** in Liechtenstein aufgenommen. Das historische Hotel ist für die auf rationelle Businesshotellerie spezialisierte Gruppe Neuland und unterscheidet sich durch mehr Serviceleistungen: Kleine Wellnessanlage, auf Wunsch persönlicher Check-in, der sonst bei b_smart online erfolgt. b_smart eröffnete 2014 das erste Motel in Sevelen, inzwischen zählt man auch zwei Motels in der Schweiz (Basel und Landquart). Total sind es mit Vaduz fünf Betriebe.



luxushotellerie Umfassende Renovation des Grand Hotel Quellenhof

Das **Grand Hotel Quellenhof** des Grand Resort Bad Ragaz wird zum 150-Jahr-Jubiläum im Juli 2019 nach einem fünfmonatigen Umbau neu eröffnet. Gesamthaft werden rund 40 Millionen Franken investiert. Komplett erneuert werden Lobby und Bar, realisiert werden ein innovatives Restaurantkonzept und klimatisierte Hotelzimmer mit modernisierter Innenausstattung. Als Architekt wurde Claudio Carbone verpflichtet. Mit dem Hotelumbau soll das Hotel zu einem der führenden Grand-hotels Europas werden.



fachsymposium Die Gastköche der Chef Alps 2018 sind bekannt

Am 27. und 28. Mai 2018 steigt das 7. International Cooking Summit im «Stage One» in Zürich-Oerlikon mit einem hochkarätigen Line-up: Dabei sind der 3-Sterne-Koch **Massimo Bottura** aus Modena, **Paco Morales** aus Cordoba, die Schwedin **Titti Övnröström**, der Österreicher **Harald Irka**, der Belgier **Dominique Persoone** sowie **Ryan Clift** aus Singapur. Aus der Schweiz reisen **Amanda Wassmer Bulgin** und **Sven Wassmer** an. gsg/fee

chef-alps.com

Aus dem Schatten Dubais treten

Katar gilt als sicheres Land der Welt, bietet zuhauf Kultur, weisse Strände und angenehme Wintertemperaturen. Ein Problem ist das Alkoholverbot, welches Dubai nicht kennt.

GU DRUN SCHLENCZEK

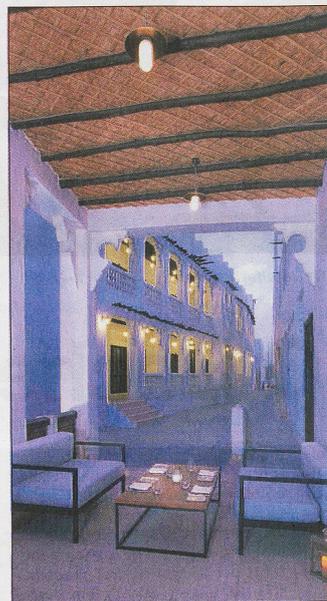
Als Reiseland ist Katar Schweizern wenig bekannt, die Katarer als Gäste schon: Gemessen an den Ankünften besucht rund jeder zehnte Katarer jährlich die Schweiz, immer wieder auch für die Geldanlage, die Bürgerstock-Investition ist das jüngste Beispiel dafür in der Hotellerie. Dabei wären Schweizer für Katar gute Gäste: Die Zahlungskraft für das mit der Schweiz vergleichbare Preisniveau ist gegeben, für welches man touristische Leistungen mit perfektem Service erhält. Und sogar mehr Sicherheit als zu Hause: Die Halbinsel im Persischen Golf gilt als sicherster Fleck der Welt überhaupt. So sicher fühlt man sich als Frau nachts allein auf der Strasse sonst wohl nirgends.

Die angenehmen Temperaturen des katarischen Winters lassen einen auch gut der europäischen Kälte entfliehen. «Wir bieten das Gleiche wie die Malediven, nur ist der Flug drei Stunden kürzer», wirbt Thomas Fehlbier, General Manager des Banana Island Resort Doha by Anantara. Gleiches heisst: endlose weisse Sandstrände, türkisblaues Wasser, Luxusvillen, Hotels und diverse Freizeit- und Wellnessanlagen. Und Exklusivlage: Banana Island ist eine natürliche Halbinsel, in rund 40 Minuten mit dem Schnellboot von Doha erreichbar. Ein Vorteil, wie Fehlbier betont: Der traumhafte Inselaufenthalt im Persischen Golf lässt sich mit einem kulturellen Trip leicht verbinden. Auch das erinnert an den Bürgerstock mit seiner Nähe zu Luzern. Und Doha hat einiges zu



Moderne Skyline von Doha (L) gepaart mit Tradition: Restaurants führen Séparés zum Speisen (r. im «Shangri-La»), Katarer schätzen die Privatsphäre. Die Souq Waqif Boutique Hotels betreiben 182 Zimmer in Doha in mehreren traditionell erbauten Gebäuden (u.).

Bilder zvg



Katar Tourismus Gästebonus erreicht nicht Hotelzuwachs

Aktuell zählt Katar 132 Hotels, fast alle in und um Doha, mit rund 24 900 Hotelzimmern, 2012 waren es noch 13 400 (+85%). Um zwei Drittel kleiner die Entwicklung der Gästeankünfte. 2012: 2,32 Mio. Gäste, 2016: 2,94 Mio. (+26%). Erst 1982 eröffnete mit dem «Sheraton» das erste internationale Hotel. Aufgrund des Alkoholverbots und den Kleidervorschriften für einheimische Frauen entfällt ein Grossteil des Hotel-F&B-Umsatzes auf den Roomservice (Banana Island Resort Doha: 50%). gsg

visitqatar.qa

Thani bevölkerten diesen Sommer Einheimische Touristenattraktionen und füllten Hotelbetten. «Die Auslastung entsprach jener vom Vorjahr», freut sich Alex Willats, General Manager des «Shangri-La» in Doha. Erkauft allerdings mit tieferen Preisen: Die grossen Zimmer des 5-Sterne-Hotels sind aktuell für rund 200 US-Dollar pro Nacht zu haben.

In der Katar-Krise besinnt man sich aufs eigene Land. Das Warenimportland soll mehr selber produzieren. Willats erhofft sich in Folge ein anziehendes Corporate-Business. Erreichbar ist Katar gut, Qatar Airways gilt als eine der exquisitesten Fluggesellschaften der Welt, ebenso wie der Hamad-Flughafen in Doha mit einem Terminalbereich für Business-Gäste, der keine Wünsche offen lässt.

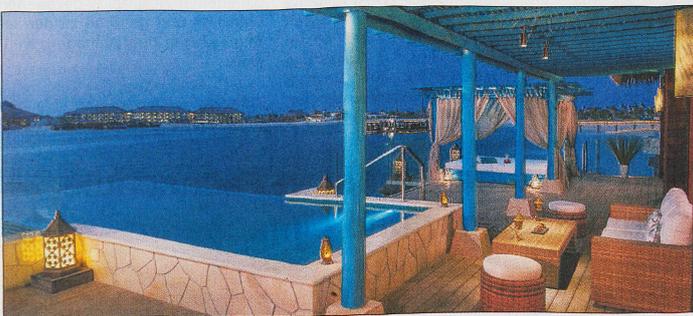
Viel erhofft sich der katarische Tourismus von der Fussball-Weltmeisterschaft 2022. Damit das Emirat auf der Weltbühne beste Figur macht, wird investiert: 12 Fussballstadien, U-Bahn, neue Wohn- und Geschäftsviertel. Trotzdem befürchtet Hotelier Fehlbier, dass das international weit besser bekannte Dubai mehr vom WM-Aufschwung profitieren wird. Dort kann der Alkohol fliessen, in Katar dürfen heute nur internationale Hotels Alkohol ausgeben, in der Öffentlichkeit ist Alkoholtrinken untersagt. «Dubai wird das Geschäft machen», vermutet Fehlbier.

Touristisch aus dem Schatten Dubais zu treten, ist eines der Hauptziele, Katar will bekannter werden. Die staats-eigene Fluggesellschaft offeriert seit Mai ein Stopover-Programm mit Gratisübernachtung im Luxushotel. In Folge stieg die Zahl der Zwischenstopp-Besucher um ein Drittel. Hoffnung setzt man auch auf ein sich im Bau befindendes Kreuzfahrtschiffterminal. Der Neuhafener Effekt von Katar könnte ziehen, so das Kalkül von Hotelier Willats.

Der Artikel entstand auf Basis einer Medienreise von Qatar Airways.

bieten: Das Museum islamischer Kunst, erbaut von dem Grand-Louvre-Architekten Ming Pei, ein eindrückliches Amphitheater, welches dem Colosseum in Rom

nachempfunden ist, der künstlich als Insel angelegte Stadtteil «The Pearl», der an Venedig erinnert, genauso wie die Villaggio Mall mit Wasserkanälen und mietbaren

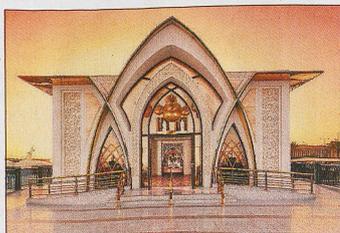


Eine der 28 Luxusvillen des Banana Island Resorts bei Doha: Sechs Personen haben Platz, die Nacht gibts ab 2500 US-Dollar (o.). Ein Resort mit zwei Réceptions: Von jener in Doha (u. l.) gelangt man per Schnellboot zum Eiland. Als touristische Attraktionen locken in Katar Natur und Kultur: Die Wüstensafari (r.) ist ein Klassiker, das Museum der islamischen Kunst in Doha steht für das Bewusstsein der Katarer für ihre Geschichte (u. r.).

Katar Kleiner, reicher Wüstenstaat mit vielen Expats

Katar ist ein kleiner Wüstenstaat im Persischen Golf, die Nord-Süd-Erstreckung beträgt nur 180 Kilometer. Katar wirtschaftlich bedeutend gemacht haben die in den 1830er-Jahren entdeckten Erdgasfelder. Gemessen am Brutto-Pro-Kopf-Einkommen ist es das reichste Land der Welt. Mit wenigen Einwohnern: 320 000 Katarer stehen 2,4 Millionen Arbeitskräften aus dem Ausland gegenüber. Deren Lohn ist tief. Ein Taxifahrer verdient 600 Dollar pro Monat.

gsg



Gondeln. Eines von 28 Shoppingcentern, in denen man zwischen April und Oktober, wenn in Katar eine fast unerträgliche Hitze herrscht, bei angenehmen Temperaturen flanieren kann.

Aufgrund politischer Unstimmigkeiten bleiben seit Juni die ausgabefreudigen saudi-arabischen Kunden aus. Stattdessen und als Zeichen der Solidarität zu ihrem Emir Tamim bin Hamad Al



Ab September 2018 bietet die SSTH Hotelfachschule Passugg den Bachelor of Science in Hospitality Management (HES-SO) an.

HES-SO Bachelor am SSTH Campus

Der Anschlussweg für HF-Absolventen wird an der SSTH Hotelfachschule Passugg (SSTH) durch ihre Zugehörigkeit zur Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) Gruppe gebietet. Ab dem Sommer 2018 wird mit dem Bachelor of Science (BSc) in Hospitality Management der HES-SO auf dem Campus der SSTH ein international anerkannter Abschluss angeboten.

sugg unterrichtet. Es folgt dem Lehrplan der angesehenen Ecole hôtelière de Lausanne.

Im Gegensatz zu dem professionell ausgerichteten HF-Studiengang führt der BSc durch drei akademische Semester, welche dem durch die HES-SO (University of Applied Science Western Switzerland) anerkannten Curriculum der EHL entspricht. Neben der Unternehmens- und Geschäftsanalyse sowie dem angewandten Management wird unter anderem auch die individuelle Führungskompetenz weiterentwickelt und gefördert.

Das BSc-Diplom ist in Europa rechtlich geschützt. Aufbauend auf dem HF-Studiengang erhält der BSc-

Absolvent an der SSTH weitere 90 ECTS-Punkte und kann somit die gesamthaft geforderten 180 ECTS eines Bologna-Bachelors nachweisen. Abgestützt auf die Bologna-Richtlinien sind die BSc-Abgänger berechtigt, beispielsweise ein Master-Studium an den renommiertesten Universitäten fortzuführen.

Alle Abschlüsse der SSTH sowie der EHL sind ohne Ausnahme eidgenössisch anerkannt und geniessen auf dem globalen Arbeitsmarkt einen hohen Stellenwert. Ziel der SSTH ist es, Talente zu fördern und auszubilden, damit sie für internationale Karrieren und Top-Positionen gewappnet sind. An der SSTH definieren wir die praxisnahe Hospitality neu und setzen neue Trends. Die

Nur 3 Schritte zu Ihrem Karriere-Kick:



...und schon führen Sie Ihr Studium fort, wenn Sie über ein HF-Diplom und das nötige Englisch-Level verfügen.

Bewerben Sie sich jetzt unter: www.ssth.ch/bsc!

Kombination aus praxisnaher HF- und akademischer FH-Ausbildung erhöht die Wettbewerbsfähigkeit unserer Absolventen und wertet die Employability für zukünftige Arbeitgeber stark auf. Deshalb besetzen unsere Absolventen he-

rausfordernde Positionen in verschiedenen Hospitality-bezogenen Branchen und gehören zu den erfolgreichsten Hotelmanagern weltweit.

ssth.ch



Die Hotellerie wächst sowohl in der Schweiz wie auch international rasant, der Bedarf an Talenten ist enorm. Das Erklimmen der Karriereleiter im Hospitality-Bereich bedingt meist eine Investition in die persönliche Weiterbildung. Märkte wie China, Indien oder die Vereinigten Arabischen Emirate setzen für Positionen im höheren Management einen Bachelor-Abschluss voraus.

Unter dem Motto «kein Abschluss ohne Anschluss» bietet die SSTH, als Mitglied der renommierten Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) Gruppe, deshalb neben ihrem vielfältigen Ausbildungs-Portfolio neu den international anerkannten akademischen BSc-Abschluss an.

Diese einzigartige Durchlässigkeit des Bildungssystems ermöglicht es Absolventen des Lehrgangs «Dipl. Hôtelière-Restauratrice / Hôtelier-Restaurateur HF», ihre Ausbildung durch den Direkteinstieg in den Bachelor of Science in Hospitality Management (HES-SO) mit einem zweiten, akademischen Abschluss zu krönen. Das Bachelor-Studium dauert eineinhalb Jahre, ist mit 90 ECTS-Punkten kreditiert und wird auf dem Campus der SSTH in Pas-

«Wir gestalten den Übertritt von einer Höheren Fachschule in ein Bachelor-Studium durchlässiger und einfacher.»

Frau Kuhnhen, Sie lancieren im Sommer 2018 den Bachelor of Science in Hospitality Management (BSc) in Passugg. Was bedeutet das für die SSTH?

Die SSTH schliesst mit dem attraktiven Angebot des BSc in Hospitality Management (HES-SO) der EHL eine Lücke auf dem Aus- und Weiterbildungsmarkt. Wir gestalten den Übertritt von einer Höheren Fachschule in ein Bachelor-Studium durchlässiger und einfacher. Den talentierten und motivierten Absolventen gilt es eine faire Lösung hinsichtlich Eintritt in den ECTS-dotierten Bildungsbereich zu eröffnen. Dies wurde im Schweizer Bildungssystem bisher vernachlässigt, was die Abwanderung von Studenten an ausländische Bil-

dungsanbieter mit zum Teil fragwürdigen Abschlüssen forciert hat. Als Member der EHL Group sind wir in der grossartigen Position, direkt oder indirekt von der Beruflichen Grundbildung über die Höhere Bildung bis hin zum PhD alle Ausbildungsstufen anzubieten. Wir sind stolz, die erste HF zu sein, die einen rein Schweizerischen Bildungsweg anbieten kann!

Welche Inhalte werden Sie im BSc-Studium vermitteln?

Der BSc ist inhaltlich der gleiche Studiengang wie an der EHL, nur werden den HF Studenten ihre bisher erlangten Studienleistungen in einem maximalen Umfang anerkannt. Die Studenten des BSc auf dem Campus Passugg absolvie-



Ulrike Kuhnhen, Academic Dean der SSTH Hotelfachschule Passugg.

ren dieselben Module wie auch die Studenten an der EHL in Lausanne. Konkret handelt es sich um die letzten drei Theoriesemester, wodurch die Gleichwertigkeit des Abschlusses mit dem der EHL sichergestellt werden kann.

Wer ist für den BSc zugelassen?

Absolventen von neu rechtlich anerkannten Höheren Fachschulen mit dem Abschluss «Dipl. Hôtelière-Restauratrice / Dipl. Hôtelier-Restaurateur HF» können ohne weitere Zusatzkurse oder zusätzliche Leistungsnachweise über das vereinfachte Aufnahmeverfahren aufgenommen werden. Weitere Anmeldungen werden gerne «sur dossier» hinsichtlich ihrer Eignung geprüft.

Die Expertin weiss Rat

Nachtarbeit: Mehr Lohn oder Zeit?



Annette Rupp ist Projektleiterin Rechtsdienst bei hoteliersuisse. Sie beantwortet an dieser Stelle regelmässig Ihre Fragen.

Wir haben eine Mitarbeiterin als Night-Auditor-Aushilfe für einen Zeitraum von 3 Monaten eingestellt. Geplant waren 3 Nächte pro Woche, weshalb wir automatisch einen Zeitzuschlag von 10% gerechnet haben.

Da die Mitarbeiterin während ihrer Anstellung viele Einsätze abgelehnt hat, erreicht sie nun weniger als 25 Einsätze und verlangt nun rückwirkend 25% Lohnzuschlag anstelle des Zeitzuschlages von 10%.

Antwort: Für unregelmässige Nachtarbeit ist ein Lohnzuschlag von 25% zu entrichten. Als unregelmässige Nachtarbeit gelten Einsätze unter 25 Nächten pro Kalenderjahr. Falls wider Erwarten mehr als 25 Einsätze pro Kalenderjahr geleistet werden, muss der Lohnzuschlag nicht rückwirkend in einen Zeitzuschlag umgewandelt werden.

Für die regelmässige Nachtarbeit ist ein Zeitzuschlag von 10% zu entrichten. Das Gesetz spricht von regelmässiger Nachtarbeit ab 25 Einsätzen pro Kalenderjahr.

Wird vorgesehen, dass der Mitarbeitende während seiner Anstellung regelmässig nachts arbeiten wird und somit in mindestens 25 Nächten zum Einsatz gelangt, ist der Zeitzuschlag von 10% ab der ersten Nacht geschuldet. Arbeiten Mitarbeitende aus unvorhergesehenen Gründen im Laufe der Anstellung in weniger als 25 Nächten, so muss der Zeitzuschlag nicht zwingend in einen Lohnzuschlag von 25% umgewandelt werden.

Wenn umgekehrt vorgesehen ist, dass Nachtarbeit in weniger als 25 Nächten



Entgelt nachts: Ändert sich die Dauer, darf die erste Vorgabe bleiben. fotolia/photographiee.u

geleistet wird, ist dem Mitarbeitenden ein Lohnzuschlag von 25% für die während der Nacht geleistete Arbeit zu bezahlen (Art. 17b Abs. 1 ArG). Wird der Arbeitnehmer wider Erwarten trotzdem in 25 oder mehr

Nächten beschäftigt, muss der Lohnzuschlag für die 24 ersten Nächte nicht in einen Zeitzuschlag umgewandelt werden. Hingegen ist ab der 25. Nacht der Zeitzuschlag von 10% geschuldet (Art. 31 Abs. 3 ArGV1).

Die Nachtarbeit dauert von 23 bis 06 Uhr und ist bewilligungsfrei. Die Grenzen der Nachtarbeit können maximal um eine Stunde vor (22 bis 05 Uhr) oder zurück verschoben werden (24 bis 07 Uhr).

Eine junge Frau hat sich bei uns beworben. Sie möchte übernächstes Jahr die Hotelfachschule in Thun beginnen, muss aber vorgängig noch Erfahrungen sammeln. Sie ist nicht an der Hotelfachschule eingeschrieben. Sie möchte bei uns ein Vorpraktikum absolvieren. Ist es möglich, sie zu einem Lohn von 2179 Franken einzustellen?

Antwort: Nein, dies ist nicht möglich. Eine Anstellung zum Praktikantenlohn (zurzeit 2179 Franken) für künftige Studenten von anerkannten Hotelfachschulen (resp. für all jene, die im Kommentar zu Art. 11 des L-GAV aufgeführt sind) ist unter folgenden Voraussetzungen möglich:

- Der/die Bewerber/-in muss dem Betrieb eine Anmeldebescheinigung für eine der oben erwähnten Hotelfachschulen aushändigen können (Bestätigung, dass der Schüler für einen der folgenden Lehrgänge eingeschrieben ist). Eine blosses Absichtserklärung im Sinne von «Ich will dann irgendwann mal eine Hotelfachschule machen» reicht nicht.
- Zwei von vier Ausbildungszielen (Service, Küche, Hauswirtschaft/Lingerie, Réception) müssen im Praktikum

abgearbeitet werden, d.h. der/die Praktikant/-in muss während der Praktikumsdauer in mindestens zwei verschiedenen Bereichen eingesetzt werden.

Wir haben eine Mitarbeiterin, welche sich weigert zu arbeiten. Sie fühlt sich im Team nicht wohl und ist deshalb seit 2 Tagen nicht mehr zur Arbeit erschienen. Kann ich ihr fristlos kündigen oder unbezahlte Ferien eintragen?

Antwort: Es wird empfohlen, die Mitarbeiterin mit Fristansetzung und eingeschriebenem Brief aufzufordern, die Arbeit anzutreten oder bis zu diesem Datum ein Arztzeugnis einzureichen. Sollte sie dem nicht nachkommen, kann die Lohnzahlung vorläufig eingestellt werden. Gleichzeitig sollte weiterhin das Gespräch mit der Mitarbeitenden gesucht werden, um zu prüfen, weshalb sich die Mitarbeiterin im Team nicht wohlfühlt.

Bei fristlosen Kündigungen sind die Gerichte sehr streng. Eine solche wäre aus unserer Sicht im vorliegenden Fall nicht gerechtfertigt, es wären mehrere Arbeitsaufforderungen nötig. Unbezahlter Urlaub ist nur im gegenseitigen Einverständnis möglich, er kann nicht einseitig angeordnet werden.

Haben Sie Fragen an Annette Rupp?

Telefon 031 370 43 50
Morgat – Freitag, 8.30 – 12 Uhr und 14 – 16 Uhr
E-Mail: rechtsberatung@hoteliersuisse.ch

Deklaration

Neuer Index verrät, was gesund und gut für die Umwelt ist

Rund zwei Drittel der Schweizer verpflegen sich am Mittag ausser Haus. Obwohl einige Betriebe ernährungsphysiologisch ausgewogene oder klimafreundliche Gerichte anbieten, fehlte bis anhin eine Bewertung respektive Kennzeichnung, die beides berücksichtigt. Ein interdisziplinäres ZHAW-Forschungsteam hat nun einen Menü-Nachhaltigkeits-Index (MNI) entwickelt, der beide Kriterien berücksichtigt.

Der MNI soll Küchenverantwortlichen ermöglichen, unkompliziert und dennoch wissenschaftlich fundiert ausgewogene wie auch umweltschonende Menüs zusammenzustellen. Beim

Eingeben der Rezepturen ins Warenwirtschaftssystem werden diese mit dem neuen ZHAW-Tool verknüpft, die Zutaten automatisch mit dem Menü-Nachhaltigkeits-Index abgeglichen und beurteilt. «Der Küchenverantwortliche sieht somit auf einen Blick, was bereits kleine Rezepturanpassungen ausmachen», so Claudia Müller, Ernährungswissenschaftlerin am ZHAW-Department Life Sciences und Facility Management.

Das ZHAW-Modell berücksichtigt verschiedene Nährstoffe, den Energiegehalt sowie die Obst- und Gemüsemenge eines Menüs und vergleicht diese mit aktuellen



Laut ZHAW-Index gesund und ökologisch: Spinat und Ei. fotolia/Tanja

Empfehlungen. Bei der Nachhaltigkeit von Speisen floss die in der Schweiz etablierte Methode der ökologischen Knappheit ein. Diese umfasst ein breites Spektrum ökologischer Risiken, wie Ressourcenknappheit oder Emissionen, und gewichtet gemäss umweltpolitischen Zielen. Die daraus resultierenden Umweltbelastungspunkte (UBP) wurden für den MNI aufbereitet. Erstmals wurde die Überfischung in die Ökobilanz integriert.

Der MNI wurde für den Alltag stark vereinfacht: Eine Fünferskala verrät, wie das Menü nach ökologischen oder gesundheitlichen Kriterien abschneidet. Viele

Speisen schneiden nicht in beiden Aspekten gleich gut ab. «So kann der Konsument anhand der persönlichen Präferenzen entscheiden», erklärt Claudia Müller. Beispielsweise kann ein Palafel-Menü zwar die Umwelt schonen, aber wegen des hohen Fett-, Salz- und Energiegehalts nicht besonders ausgewogen sein.

Die ZHAW will den Schweizer Gastronomieunternehmen das MNI-Tool zur Verfügung stellen. Projektpartner ZFV wird das Instrument 2018 einführen. Das Projekt wurde von der Stiftung Mercator Schweiz unterstützt. gsg

Kontakt: claudia.mueller@zhaw.ch

ANZEIGE

Business Partner:

Exklusive Konditionen für Mitglieder von hoteliersuisse
www.hoteliersuisse.ch/partner



HUBERT

HUBERT ist der zuverlässige Partner für die Gastronomie und Hotellerie. Die Firma hält ständig über 6.000 Artikel in ihrem hochmodernen Logistikzentrum für Sie bereit. Neben vielen bekannten Marken bietet HUBERT auch zahlreiche innovative, selbst entwickelte Produkte an.



MASERATI

Am 1. Dezember 1914 wurde in Bologna, Italien, das Unternehmen Officine Alfieri Maserati gegründet. Seitdem hat Maserati Sportwagen-geschichte geschrieben. Aus einem einst kleinen Unternehmen entwickelte sich Maserati zu einer bedeutenden internationalen Automobilmarke, die heute in über 60 Ländern präsent ist.



Rund 8'000 Kunden vertrauen «My Website», dem rundum-sorglos Paket für die professionelle Erstellung und Pflege Ihrer Online Präsenz. Zum Fixpreis übernehmen die localsearch Experten dabei alles – von der Registrierung der Web-Adresse über die Website-Erstellung bis zum Texten und unbegrenzten inhaltlichen Aktualisierungen.

Licht verzaubert, jetzt auch mit LED!



Restaurant Blaue Ente, Zürich.

Die Hotellerie und Gastronomie ist im Wandel und setzt vermehrt LED-Leuchtmittel ein. Damit die Lichtstimmung perfekt zum Ambiente passt, hat die Firma SEGULA LED ein breites Leuchtmittel-Sortiment für unterschiedlichste Anwendungen im Angebot. Der extrem niedrige Stromverbrauch, die Langlebigkeit, die geringe Wärmeentwicklung und der sparsame Einsatz ökologischer Materialien sind die richtigen Ansätze, um auch das Budget des Unternehmens zu entlasten. Der einmalige finanzielle Einsatz ist – je nach Betriebsstunden – bereits nach einem Jahr durch die

verminderte Stromrechnung beglichen, und zwei Jahre Garantie sichern die Investition. Die schlechte Dimmbarkeit wird oft als Grund gegen den Einsatz von LED genannt, da viele Lampen beim Dimmen flackern oder nicht die gewünschte Dimmstufe oder Lichtfarbe erreicht wird. Eine solide Beratung durch den Elektriker und die Firma SEGULA führt zur passenden Lösung, denn viele alte Dimmer und Systeme genügen den neuen Anforderungen der LED nicht mehr.

info@segula.ch
www.segula.ch



ARTE Seminar- und Kongresshotel Olten.

Räume mobilisieren Emotionen. Facelifting – Umbau – Neubau

LIGNO in-Raum AG entwickelt, plant und realisiert ganzheitliche Architektur- und Innenarchitekturkonzepte für Hotels, Restaurants sowie für repräsentative Räume im Business-, Gesundheits- und Privatbereich.

Raumkonzepte entwickelt, die nachhaltig wirken. Dabei bilden betriebswirtschaftliche Überlegungen die Leitplanken. Konsequenter umgesetzt werden sie zu überzeugenden ästhetischen wie auch ökologischen Lösungen, über die man spricht, die gefallen und die entsprechend Kundenschaft versprechen.

Die Identität ist die Seele des Hauses. Im Dialog werden mit viel Einfühlungsvermögen und einem hohen Qualitätsanspruch innovative und individuelle

www.ligno.ch



LuftiKuss – Die Schaumküsse mit Geschmackskrönung von Läderach Professional

Es gibt sie im dunklen Schokoladen-Mantel, mit Milkschokolade oder weisser Couverture. Sie sind mit Kokosflocken, Haselnuss, Staubzucker, Himbeer- und Schokoladenstreifen dekoriert. Ihre Geschmackskrönungen sind Kokos, Orange, Himbeere, Haselnuss oder Marc de Champagne. LuftiKuss-Schaumküsse gibt es von Läderach Professional jetzt für die Gastronomie, Catering-Unternehmen und die Ho-

tellerie. Als Genuss in einen Biss, von der Hand in den Mund, ist diese Läderach-Spezialität ideal für Tagungen und Seminarpausen. Einzel verpackt ist der Schaumkuss ein originelles Bettupfer für süsse Träume. Auch auf der Petits-Fours-Etagère ist LuftiKuss ein attraktiver Hingucker. Die originelle Form, dekorativ verziert, weckt Aufmerksamkeit und Appetit, das Menü genussvoll abzuschliessen. Jeder

LuftiKuss ist mit einer zartschmelzenden Füllung gekrönt. Sie thront auf luftig-leichtem Eiweisschaum. Den Boden bildet ein knuspriger Waffelboden. Auch ganz einfach zum Kaffee in der Hotel-Lobby, im Tagungsraum oder im Restaurant sind die leichten Schaumküsse eine zeitgemässe Alternative zu klassischen Kaffeebegleitern.

www.laederachprofessional.ch

Branchenlösung macht Zusatzangebote digital buchbar

OpenBooking Connect ermöglicht es touristischen Anbietern, verschiedene Angebote zu kombinieren und zu vermarkten. Der Aufenthalt wird für den Gast durch das verbesserte Preis-Leistungs-Verhältnis attraktiver.

OpenBooking ist die einzige Metasuche für touristische Angebote, die verschiedene Buchungsplattformen in Echtzeit abfragt und sich jedem Geschäftsmodell flexibel anpasst. Die neue Funktion «Connect» ergänzt Übernachtungen mit Freizeit- und Kulturangeboten oder Highlights der lokalen Gastronomie.

Massgeschneidert
Die Zusatzangebote können für alle oder einen Teil Ihrer Anbieter erstellt werden. Ob Ferienwohnung oder grosses Hotel – jeder lokale Anbieter kann unabhängig von Grösse und Art profitieren.



Zusatzangebote in der responsive Whitelabel-Lösung.

Einfach buchen

Die zusätzlichen Leistungen werden in der Buchungssuche direkt bei den teilnehmenden Anbietern angezeigt und sind auf den jeweiligen Portalen direkt buchbar.

www.openbooking.ch

Sitasys – Ihr Partner für die Aufschaltung an eine Alarmzentrale

Egal ob Pflichtalarm, Einbruch- & Brandalarm oder Selbstüberwachung. Sitasys bietet Ihnen alles, was Sie dazu benötigen. Profitieren Sie von attraktiven Preisen. Eine moderne Lösung für Ihren Schutz muss sicher, einfach und auf Sie abgestimmt sein. Für die Alarmübertragung, den Alarmempfang und die Alarmbearbeitung haben Sie nur einen einzigen Ansprechpartner. Über Sicherheit bei der Alarmübertragung müssen Sie sich keine weiteren Gedanken machen – Sitasys übernimmt das für Sie. Hinter unseren Lösungen stehen mo-

derne Technologien, erprobtes Wissen, langjährige Erfahrung und der direkte Austausch mit dem Markt. EVALink® steht für höchste Sicherheitsstandards. Die Alarmierungsplattform wird nach strengen Richtlinien entwickelt und unsere Übertragungsgeräte sind zertifiziert. Dank unseren Erfahrungen profitieren Sie als Kunde von langjähriger Kompetenz, Expertise in diversen Bereichen, sowie bedürfnisorientierten Lösungen. Kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Angebot.

www.alarmaufschaltung.ch



impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Newsportal

htr.ch

Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn

Assistentin Chefredaktion und
Geschäftsführung Milestone Tourismusprints
Schweiz: Sabrina Jörg Patoku

Redaktorinnen und Redaktoren:

Natalie-Pascale Alesch/hpa (Verantwortliche Online/News); Laetitia Bongard/lb; Alexandre Caldarà/aca (Verantwortlicher cahier français); Franziska Egli/fee; Olivier Geissbühler/fg (Praktikum); Gudrun Schlenczek/gsg (Verantwortliche hotel gastro welten); Daniel Stampfli/dst. (Verantwortliche thema); Patrick Timmann/pt

Grafik und Produktion: Carla Barron-Secchi/cbs (Verantwortliche); Natalie Siegenthaler/ns; Yanik Gasser/yg (Praktikum)

Korrektorat: Paul Le Grand

Meinung/Leserbriefe: Gery Nievergelt
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku
(Verantwortliche); Danijela Bosnjak

Verlag

Leitung: Berni Maulaz

Assistent: Alain Hänni
Stelleninserate: Angela Di Renzo Costa
Geschäftsanzeigen: Michael Müller,
Simona Manóelli
hoteljob.ch: Denise Karam

Druck: NZZ Media Services AG, 9001 St. Gallen
Auflage: 10'926 (WEMF/SW-
Beglaubigung 2017)
Leser: 65'000 (Studie DemoScope 2013)
Verkaufspreise (inkl. MwSt):
Jahresabonnement Fr. 165.–
ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Online Redaktion: online@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93

Fax 031 740 97 76; E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23; E-Mail: inserate@htr.ch;
Milestone: Tel. 031 370 42 16

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

STELLENINSERATE

Wir suchen in der Stadt Zürich eine/n

Restaurant-Manager/-in
Jobcode hoteljob.ch: job2417843

Chiffre 42658-13436
inserate@htr.ch oder an htr hotel revue
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

42710-13448

Gastro Express

Die führende
Stellenbörse für
das Schweizer
Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

41071-13008

Wo sich Inserenten
und Stellensuchende
finden.

hoteljob.ch

**GAST
RATHAUSKELLER**

Souschef und Commis de cuisine

Wir suchen per 1. Februar

Souschef und Commis de cuisine 100%

für unseren Betrieb, Gasthaus Rathauskeller in Zug. Wir sind ein vielseitiger Betrieb mit Bistro, unserem A-la-carte-Restaurant «Zunftstube» und dem Cateringbereich. Sie sind zwischen 20 und 30 Jahre jung, haben eine abgeschlossene Kochausbildung mit Fähigkeitsausweis und Erfahrung in der gehobenen Gastronomie. Sie sind mit Herzblut in der Gastronomie, flexibel und teamfähig. Ihre Bewerbung richten Sie bitte nur per Mail an:

Gasthaus Rathauskeller AG
Herr Kuno Trevisan
Ober Altstadt 1
6300 Zug
contact@rathauskeller.ch
Telefon 041 711 00 58

42708-13468

Wir sind die Verwaltung einer renommierten Schweizer Hotelgruppe und suchen für ein Business-Hotel in der Deutschschweiz per sofort oder nach Übereinkunft

einem Assistenten der Direktion

Voraussetzungen:

- Sehr guter Abschluss Hotelfachschule
- Fundierte betriebswirtschaftliche und IT-Kenntnisse
- Sehr gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Französisch

Der Fokus dieser Stelle liegt im Revenue Management und Sales.

Es erwartet Sie ein interessanter und vielseitiger Aufgabenbereich mit der Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen.

Wenn Sie dieses Profil anspricht, freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme – gerne per E-Mail unter:

BLAGOMANZ AG
Untermüli 9
Postfach 7144
6302 Zug
Switzerland
E-Mail: blagomanz@bluewin.ch

42745-13455



alpine hideaway
for generations to come
since
1972

Zur Ergänzung unseres Kaderteams suchen wir ab Februar 2018 oder nach Vereinbarung in Jahresstelle ein

Front-Office-Manager (m/w)

Sie sind leidenschaftlicher Front-Office-Manager und übernehmen Verantwortung für einen reibungslosen Ablauf an der Rezeption. Sie verfügen über eine fundierte Führungserfahrung in diesem Bereich. Das Rezeptionsteam führen Sie mit viel Engagement und unterstützen dieses aktiv an der Front mit. Neben Deutsch sprechen Sie auch fließend Englisch, Italienisch und Französisch.

Sie suchen eine einmalige, langjährige und verantwortungsvolle Herausforderung in der Spitzenhotellerie und fühlen sich von dieser Aufgabe in der herrlichen Bergwelt des Engadins angesprochen? Dann freuen wir uns über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Referenzen und Foto schriftlich oder per E-Mail an

Herrn Michael Merker, HR-Manager, Suvretta House, 7500 St. Moritz.
mmerker@suvrettahouse.ch
Telefon +41 (0)81 836 36 36

Detailinformationen zur Stelle finden Sie auf unserer Website.

Absolute Diskretion wird Ihnen zugesichert.

SUVRETTA HOUSE
ST. MORITZ



42738-13454

Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue

für nur 100 Franken

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

ANZEIGEN

WINKLER WEIN

Suche
Bordeaux- und
Burgunderweine
sowie Spitzenweine
aus Italien.

Abholung und Barzahlung:
Telefon 056 664 27 83

winklerwein.ch

42386-13384

SPAGAT ZWISCHEN AKRIBIE UND KREATIVITÄT

Aus der Sicht des Kunden müssen die Angebote übersichtlich, gut getextet, den Preiserwartungen entsprechend und animierend gestaltet sein. Erfüllt das Kartenmaterial die Ansprüche als Marketinginstrument? Hier lohnt sich eine selbstkritische Analyse. Wird der Gast mit dem ersten Eindruck (haptisch, bezüglich Layout und textlich) durch unsere Karte zu Beginn gleich abgeholt? Nehmen wir die Chance wahr, uns vorzustellen, unsere Positionierung darzulegen, die Leidenschaft und den Antrieb unseres Schaffens abzubilden?

Der Gast hält (vor allem am Abend) Speise- und Getränkearten gerne länger in den Händen. Mit grossem Interesse betrachtet er die Lektüre wie ein Magazin. Erzählen wir die Geschichten unserer lokalen Produzenten und Lieferanten, welche massgeblich das erfolgreiche Angebot prägen? Von dreckigen Händen bei der Kartoffelernte (wo vielleicht der Lernende aus der Küche dabei war), von glücklichen «Säuli» welche wirklich schweinisch gut leben konnten, bis sie veredelt als Speck und Schinken auf unserem Teller ihre Bestimmung finden. Von Winzern, die neue Rebsorten wie ein z. B. einen Gamaret anpflanzen. Von Menschen,

welche in der Natur für uns hochwertige Lebensmittel produzieren. Dies schafft Authentizität und öffnet beim Kunden die Bereitschaft, für einen Mehrwert einen entsprechenden Preis zu bezahlen. Nach dem Motto: Tu Gutes und sprich darüber.

Zahlen lügen nie, vor allem wenn die Verkaufszahlen akribisch analysiert werden. So kann zum Beispiel von den Spartenerträgen der Verkaufsmix erstellt werden. Wir können unsere Zahlen mit denen des Branchenspiegels und evtl. in gleich positionierten Betrieben in unserem Umfeld vergleichen und erhalten damit eine gute Abwägung. Wenn wir in einem Speiserestaurant am Bielersee nur 9% des Ertrags mit Wein erzielen (12,2% Benchmark), besteht Handlungsbedarf. Das Weinangebot attraktiver gestalten, Kompetenz der Servicemitarbeitenden im aktiven Verkauf stärken, Offenwein ist im Trend (bei uns auch?).

Der Preis ist heiss. Mit der Artikelstatistik finden wir heraus, in welchen Preisspannen unser Angebot am besten nachgefragt ist. Genau dort müssen wir die Artikel (Speisen/Getränke) positionieren. Bei unseren Analysen stellen wir oft fest, dass mit 20%

der verkauften Artikel 80% des Ertrags erwirtschaftet werden. So sind z. B. in gutbürgerlichen Restaurants, Weine ab 60 Franken weniger nachgefragt. Trotzdem befinden sich noch zu viele Positionen ab dieser Preisspanne im Angebot. Totes Kapital, schlechter Umschlag und drohende Überlagerung können die Folgen sein.

Am Ende wollen wir uns so verkaufen, wie wir sind: authentisch, erfolgreich mit spürbarem Esprit!

Möchten Sie mehr zum Thema Angebotsplanung im F&B erfahren? Die Hotelfachschule Thun bietet eintägige Fachseminare im Bereich Küchen- und Restaurantmanagement an, welche Antworten zu oben genannten Fragestellungen geben.



Daniel Ruoss
Hotelfachschule Thun
Fachdozent HF Restaurant Management

STELLENINSERATE

Direktion / Geschäftsleitung

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Gastgeber/in	Schaefer & Partner GmbH	INT	job2416343
Direktionsassistent/in	Hotel Restaurant Schiff	ZH	job2472354
Geschäftsführer Assistent	gastro-sear.ch	BS	job2416238
Direktionsassistent/in	Active Gastro Eng GmbH	Z-CH	job2490197
Stv. Geschäftsführer/in	Active Gastro Eng GmbH	ZH	job2490206
Stv. Geschäftsführer/in	PermServ AG	ZH	job2490114
Direktionsassistent/in	PermServ AG	ZH	job2429499
Direktionsassistent	Techpharma Management AG	BE	job2384904
Stv. Geschäftsführer/in	Fredy Wiesner Gastronomie	BS	job2413363
Assistentin Regionaldirektionen	Manpower AG	BE	job2413407
Stv. Geschäftsführer/in	Restaurant Noohn	BS	job2409247
Geschäftsleiter/in	Obergoms Tourismus AG	O-VS	job2414858
Geschäftsführer/in	Adecco Human Resources AG	BE	job2414883
Geschäftsführerassistent/in	Kramer Gastronomie	ZH	job2429429
Branch Manager	Kelly Services (Schweiz) AG	BS	job2463460

Marketing / Verkauf / KV / IT

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Sales Manager	Courtyard Marriott Zürich Nord	ZH	job2463832
Sales Manager	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job2481359
Director of Sales	Hotel Astoria	LU	job1649485
Sales Manager MICE & Corporate	Hotel Astoria	LU	job1840426
Verkaufsmitarbeiter/-in	Kraftt Gruppe	BS	job2350322
Stv. Leiter/in Innere Dienste	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job2398672
Verkäufer/in 40 - 60 %	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job2414959
HR Koordinator	Active Gastro Eng GmbH	ZH	job2490274
Chief Financial Officer / CFO	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job2417903

Beauty/Wellness/Fitness

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Servicepraktikant (m/w) 100%	Kraftt Basel	BS	job891701
Masseur (m/w)	Lenkerhof gourmet spa resort	B O	job2463721
Leiter/in Beauty Spa	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job2414745

Réception / Reservation

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Réceptionistin	Domino Gastro AG	SO/AG	job2416283
Receptionist/in	Adecco Human Resources AG	BE	job2415233
Receptionist/in	Hotel Monopol Luzern	LU	job1131273
Empfangs- & Administrationsmitarbeiter	gastro-sear.ch	ZH	job2416331
Réceptionist/in	Sunstar Alpine Hotel Grindelwald	B O	job2472394
Réceptionist/in	Hotel Steinbock Pontresina	GR	job2463626
Réceptionist/in	Seehotel Kastanienbaum AG	Z-CH	job2463484
Service-/Receptionspraktikantin	Hotel Crown Andermatt	Z-CH	job2437915
Réceptionist	Seminar- und Wellnesshotel Stoos	Z-CH	job2437760
Receptionist/in 50%	gastro-sear.ch	BE	job2429295
Night Auditor 50-100%	Adecco Human Resources AG	BS	job2419182
Front Office Manager	Suvretta House	GR	job2394983
Night Auditor	The Chedi Andermatt	Z-CH	job1559976
Receptionsmitarbeiter/in 80-100%	Kraftt Basel	BS	job2340332
Praktikant Rezeption & Reservation	Swiss Holiday Park AG	Z-CH	job2490142

F&B / Catering / Events

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
F&B Supervisor	The Chedi Andermatt	Z-CH	job979655
Bankettleiter/in	Hotel Seeburg	Z-CH	job2481599
Eventplaner/in	Hotel Seeburg	Z-CH	job2481545
F&B Manager	Kulm Hotel	O-CH	job2416104
Aushilfe Seminar & Bankett	Adia	SO/AG	job2472404
Stv. Bankettleiter/in	Adecco Human Resources AG	O-CH	job2419436
F&B - Management Trainee	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job2398352
F&B Assistent/in	Bälehôtels	BS	job2412922
Catering staff (temporaire)	Adia	VD	job2463539
Seminar- und Eventkoordinator/in	Hotel Sempachersee	Z-CH	job2417755
Teammittglied Service Seminare & Events	Seerose Resort & Spa	SO/AG	job2015277

Bäcker-Konditoren

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Pâtissier	gastro-sear.ch	BS	job2416302
Pâtissier	City Hotel Ochsen Zug	Z-CH	job1527975
Chef Pâtisserie	Adecco Human Resources AG	O-CH	job2463242
Pâtissier	Gate Gourmet Switzerland GmbH	ZH	job2413521
Pâtissier	BäleHotels	BS	job2419174

Küche

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Küchenchef/in	Hotel Seeburg	Z-CH	job2481695
Koch	Lenkerhof gourmet spa resort	B O	job2463748

Küchenchef/in	Jörg Lienert AG	Z-CH	job2417679
Sous-Chef	Ospena AG	GE	job2417409
Küchenchef/-in	gastro-sear.ch	B O	job2429259
Sous-Chef	Hotel Seeburg	Z-CH	job2437713
Koch/Köchin	gastro-sear.ch	BE	job2429360
Koch/Köchin (Teilzeit)	Adia	Z-CH	job2419189
Stv. Küchenchef/in	PermServ AG	ZH	job2418826
Commis de cuisine	Adecco Human Resources AG	ZH	job2419407
Jungkoch/-in Produktion	gastro-sear.ch	BE	job2429306
Commis de Cuisine	Erlebnisberg Pradaschier	GR	job940759
Koch	Hotel Monopol Luzern	LU	job1294795
Koch	Hotel Terrace	Z-CH	job1448715
Koch	Global Hospitality Services	ZH	job2481423
Küchenchef	cv-cloud.ch	BE	job2481612
Sous Chef/in	Adecco Human Resources AG	Z-CH	job2414482
Koch/Köchin	Adecco Human Resources AG	ZH	job2414968
Köchin/Koch	Adia	BS	job2429169
Commis de Cuisine	Kornhauskeller	BE	job2413683
Commis de cuisine (temporaire)	Adia	Genf	job2412894
Sous Chef	SV (Schweiz) AG	BE	job2418134
Koch/Köchin	Bindella Terra Vite Vita SA	SH	job2409672
Jungkoch	Global Hospitality Services	ZH	job2429210
Junior Sous Chef	PermServ AG	ZH	job2418856
Koch/Köchin (Teilzeit)	Adia	SO/AG	job2413462

Service / Restauration

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Chef de partie	Adecco Human Resources AG	ZH	job2414869
Chef de Rang 80% - 100%	Oberwaid - Kurhotel & Privatklinik	O-CH	job2414777
Chef de partie	Domino Gastro AG	GR	job2414279
Restaurationsfachfrau/-mann EFZ 60 %	Stiftung ElfenuPark	BE	job2414692
Stv. Leiter/in Restauration 80% - 100%	Oberwaid - Kurhotel & Privatklinik	O-CH	job2414754
Restaurationsfachfrau/-mann 20-30%	Adecco Human Resources AG	O-CH	job2419159
Servicefachmitarbeiter/in	Domino Gastro AG	O-VS	job2419138
Serviceaushilfe (Teilzeit)	Adia	SO/AG	job2413514
Chef de Rang	Restaurant la Pinte du Vieux Manoir	BE	job2414343
Servicemitarbeiter/in	Hotel Kreuz & Post	B O	job2417776
Chef de Partie 80% - 100%	gastro-sear.ch	BE	job2429282
Servicemitarbeiter/in	Clalina Computer GmbH	ZH	job2409640
Service-Praktikanten	Kramer Gastronomie	ZH	job2419003
Chef de Rang	Suvretta House	GR	job2230064
Chef de Rang	Hotel Lenzerhorn Spa & Wellness	GR	job940712
Chef de Rang	The Chedi Andermatt	Z-CH	job979545
Stv. Restaurantleiter/-in 100%	gastro-sear.ch	BE	job2481242
Restaurationsfachfrau/-mann EFZ	Nomad	BS	job2107567
Serviceangestellte	Hotel Blue City	Z-CH	job2418060
Serviceaushilfe (Teilzeit)	Adia	BS	job2413556
Chef de partie	Adecco Human Resources AG	ZH	job2419419
Restaurationsfachangestellte	Hotel Seeburg	Z-CH	job2481630
Chef de Service	Hotel Seeburg	Z-CH	job2481556
Restaurationsfachmann	Seeblick Höhenhotel	Z-CH	job2401042
Chef de Rang	Lenkerhof gourmet spa resort	B O	job2463712
Restaurantleiter/in	Hotel Adler	SO/AG	job2414365
Chef de Partie	Hotel Adler	SO/AG	job2414374
Chef de Partie	Adecco Human Resources AG	ZH	job2416122

Hauswirtschaft

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Leiter/in Housekeeping	Titlis Bergbahnen	Z-CH	job2015169
Hotelfachfrau/-mann EFZ	Nomad	BS	job2107515
Hotelfachfrau/Hotelfachmann EFZ	Kraftt Basel	BS	job2107422
Head of Hotelservice	Prodoba Hotelservice AG	SO/AG	job2195549
Mitarbeiter/in Hauswirtschaft 40%	Hirslanden Klinik Meggen, Meggen	Z-CH	job2463452
Hotelfachfrau	The Hotel	Z-CH	job2403411
Hôte / Hôtesse (temporaire)	Adia	GE	job2412915
Allrounder/-in Hotellerie 50 - 60%	Hirslanden Klinik Permanence	BE	job2412941
Stv. Leitung Hauswirtschaft	Seerose Resort & Spa	SO/AG	job2437858
Mitarbeitende Hotellerie 20%	gastro-sear.ch	BS	job2437782
CFC Hotellerie / Restauration	Adia	VD	job2463495

Diverses

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Cost Controller	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job2481377
Concierge	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job2481350
Nachtportier und Allrounder/in	Schweizer Jugendherbergen	BE	job2481313
Nachtportier 60%	Holiday Inn Express Luzern-Neuenkirch	LU	job2473026
HR-Praktikum	Zürich Marriott Hotel	ZH	job2413356
Mitarbeiter/in Erlebnisbad	Swiss Holiday Park AG	Z-CH	job2490129
Betriebselektriker / Elektromonteur	Titlis Bergbahnen, Hotels & Gastronomie	Z-CH	job1825570
Nachtportier 40%	A1 Hotel und Restaurant Geraholz AG	BE	job2481708
Teamleiter/in Technik	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job2414726
Chauffeur (temporaire)	Adia	GE	job2490078
Promoter (temporär)	Adia	ZH	job2490096
Wedding Coordinator	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job2481368

Legende:
 Z-CH = Zentralschweiz
 O-CH = Ostschweiz
 B O = Berner Oberland
 O-VS = Oberwallis
 U-VS = Unterwallis
 CH = ganze Schweiz

hoteljob.ch

DIE STELLENPLATTFORM FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS.
 FINDEN SIE IHREN TRAUMJOB MIT HOTELJOB.CH!

Einfach unter hoteljob.ch den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen. Viel Erfolg bei der Suche!

IMMOBILIEN

Im Herzen von Ascona/TI per sofort gesucht:
Pächter oder Betreiberpaar
 Schmuckes Hotel (10 Zimmer) mit Restaurant (35 Plätze)
 Mtl. CHF 6000.–
 Beste Rendite-Möglichkeiten
 Inventarübernahme erwünscht
 Weitere Informationen gegen Solvenznachweis.
 Angebote unter Chiffre 42745-13455, htr hotel revue,
 Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
 oder per mail an: inserate@htr.ch

42745-13455

Nous sommes à la recherche d'un nouvel exploitant
 indépendant de

L'Hôtel-Restaurant De la Demi-Lune à Saint-Ursanne
 L'hôtel dispose de 7 chambres aménagées, d'une ter-
 rasse sur le Doubs
 de 40 places, d'une brasserie-restaurant de 45 places
 ainsi que d'une salle à manger d'une trentaine de places.
 Renseignements: Tel. 079 176 49 73

42730-13455

HESSER

Unternehmensberatung
 für Hotellerie & Restauration

Wir verkaufen – vermieten
 Hotels und Restaurants, wir optimieren
 das Betriebsergebnis, wir unterstützen
 Sie bei Betriebsübergabe, Kauf- und
 Mietverträgen, Bewerberauswahl, Um-
 und Neufinanzierungen, Neueröffnungen,
 Marketing, Sanierungen, Nachfolge und
 bei wichtigen Entscheidungen mit
 einer Zweitmeinung.

Poststrasse 2, Postfach 413 – CH-8808 Pfäffikon SZ
 hesser@bluewin.ch – www.hesser-consulting.ch
 055 410 15 57

41070-13067

Bergschaft Wärgistal

Bergrestaurant/Hotel Des Alpes Alpigen

am Fusse der weltbekannten Eigernordwand,
 3818 Grindelwald



Das Bergrestaurant „Hotel Des Alpes Alpigen“ (1600 m. ü. M) ist auf die Win-
 tersaison 2018/19 neu zu verpachten.

Der Sommer- und Wintersaisonbetrieb mit gut eingerichteter Küche wurde im
 Jahr 2012 erneuert. Bedientes Restaurant mit 80 Sitzplätzen, „Sääli“ ideal für
 Gruppenanlässe bis 40 Personen, Sonnenterrasse mit 150 bis 200 Plätzen
 und ein Kinderspielplatz, warten darauf mit viel Engagement und Freude ge-
 nutzt zu werden.

Das Pachtobjekt liegt im Sommer an vielbegangenen Wanderwegen (z.B. Ei-
 gertrail) und im Winter am Winterwanderweg Kleine Scheidegg-Alpigen. Zu-
 dem ist Alpigen Ausgangspunkt des Schlittelweges „Eigerrun“. Im Sommer
 ist der Restaurationsbetrieb samt Touristenlager (3 x 10 Pers.) und Zimmern
 (6 x 2-Bett) ab Ende Mai bis Mitte Oktober 7 Tage die Woche offen zu halten.
 Im Winter ist ein auf die Betriebszeiten des Schlittelweges ausgerichtetes An-
 gebot bereitzustellen.

Die Wahl der neuen Pächterin bzw. des neuen Pächters erfolgt an der Berg-
 schaftversammlung vom 17.04.2018. Weitere Informationen zum Betrieb fin-
 den Sie auch unter www.alpigen.ch

Interessenten melden sich mit den üblichen Bewerbungsunterlagen bis
 20. Februar 2018 **schriftlich** bei folgender Adresse:

Bergschaft Wärgistal
 Präsidentin Marianne Bomio
 Kirchbodenstrasse 19
 3818 Grindelwald
 Telefon 033 853 28 46 / Natel 079 482 32 19

Bergschaft Wärgistal
 Der Vorstand

42722-13460

Mehr Immobilieninserate auch online unter

www.htr.ch/immobilien

Für nur 150 Franken ist Ihre Immobilie einen
 Monat online abrufbar.

Schweizer Hotel-Datenbank
www.swisshoteldata.ch



Das umfassende Hotelverzeichnis
 der Schweizer Hotellerie

hotelleriesuisse
 Swiss Hotel Association

Sesselrücken

Mövenpick mit neuem Schweizer Management

Bei Mövenpick Hotels & Resorts Schweiz übernimmt der 41-jährige **Pascal Rüegg** (links) per Januar 2018 als Cluster General Manager



die Leitung des Mövenpick Hotels Zürich Airport und des Mövenpick Hotels Egerkingen. Die 53-jährige Deutsche **Uta Dirks** (rechts) übernimmt die Direktion im Mövenpick Hotel Regensdorf.

«Milestone»-Gewinner wird Reka-Betriebsleiter

Per 15. Januar 2018 übernimmt **Hans-Kaspar Schwarzenbach** die Betriebsleitung des Reka-Ferierdorfes Hasliberg vom bisherigen Betriebsleiterpaar **Maja und Beat Heutschi**. Der ver-



sierter Touristiker amtiert seit 2013 als Tourismusdirektor von Disentis-Sedrun. Von 2000 bis 2008 war er Tourismusdirektor von Arosa und dabei dreimal mit «herausragenden Projekten» für den «Milestone» nominiert. Mit «all-inclusive.ch In Arosa» (2003) und «Handy Safari Arosa» (2007) holte er heute 51-jährige den Schweizer Tourismuspreis ins Schanfigg.

Wechsel an der Spitze von Gstaad Marketing GmbH

Nach zehn Jahren bei Feriendestination Gstaad hat **Kerstin Sonnekalb** (Bild) die Organisation verlassen. Die Head of Marketing Communication bei der Gstaad



Marketing GmbH wechselt per 3. Januar 2018 zum Reiseleiter JPM Guides in Lausanne. Ihre Nachfolge im Berner Oberland wird per 1. März 2018 **Claudia von Siebenthal** übernehmen. Sie ist derzeit Marketing und Sales Manager bei Glacier 3000. Bis zu ihrem Wechsel wird sich PR Project Manager **Antje Buchs** um die Medienanfragen in Gstaad widmen. npa

Arosa lacht in der Winterpracht



Ex-FCB-Präsident **Bernhard Heusler** (Mitte) erhält von Festival-Direktor **Frank Baumann** (l.) und Arosa-Tourismdirektor **Pascal Jenny** die eiskalte Humorschau überreicht.



Ex-Skirennfahrer **Marco Büchel** (l.) mit Ehefrau **Doris** und Lebenswerk-«Milestone»-Gewinner 2017 **André Béchir** mit Partnerin **Sandra**. Bilder Nina Matti

Arosa Humorfestival

Wann und wo 7.–17. Dezember 2017 in Arosa
Gäste Am traditionellen und regionalen VIP-Apéro nahmen rund 310 Gäste teil
Gesprächsthema Obwohl ein Hauptsponsor weiterhin fehlt, stimmte die Kasse am Schluss.
Highlight Nach den frühen Schneefällen begeisterte in diesem Jahr wieder einmal die Kombination von Winterfeeling, Wintersport und Humor.



Pascal Jenny, Tourismusdirektor von Arosa, und **Mario Cavigelli**, Bündner Regierungsrat (v.l.). npa



Stefan Reichmuth, Arosa Bergbahnen, und **Roland Schuler**, Stellvertretender Tourismusdirektor Arosa (v.l.). npa



André Salamin und Ehefrau **Nicole**, Gastgeber im Arosa Kulm Hotel & Alpin Spa.



Heini Schwendener, Gastgeber Hotel Arlenwald Arosa, und **Yvonne Altmann**, Gemeindevorstand Arosa.



Arosa-Gemeindepräsident **Lorenzo Schmid** und Arosa Bergbahn-Direktor **Philipp Holenstein** (v.l.).

Patenschaft



Martin Nydegger, Direktor von Schweiz Tourismus (Mitte), wird Pate des Welpen **Barry du Grand-Saint-Bernard**, mit **Manuel Gaillard**, Züchter (l.) und **Claudio Rossetti** von der Fondation Barry. Massimo Pedrazzini

Vorpremiere «Zauberwald»



Primo Berera, Primocollectiv, **Claudia Züllig-Landolt**, Hotel Schweizerhof Lenzerheide, **Giancarlo Pallioppi**, Berggasthaus Crest Ota Lenzerheide, an der Vorpremiere des Lenzerheider Sinnes-Festivals (v.l.). Johannes Fredheim

Eröffnung Stoosbahn



Bei der Inbetriebnahme der weltweit steilsten Standseilbahn am Stoos (v.l.): **Bruno Lifart**, Projektleiter, Bundespräsidentin **Doris Leuthard** und **Thomas D. Meyer**, VR-Präsident Stoosbahnen AG. Erhard Gick

Professionelle Beratung für die Schweizer Hotellerie

Planen Sie ein neues Projekt?

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

Gemeinsames Beraternetzwerk von:

CURAVIVA.CH **hotelleriesuisse** Swiss Hotel Association

aktuell – wo Meinungen gemacht werden

8 Ausgaben für CHF 32.00

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

htr hotel revue

ChrysaMed

Bettwanzenkiller

Bettwanzen sind eine Plage! Wegschauen hilft nicht!

ChrysaMed-Bettwanzenspray ist DIE Massnahme gegen Bettwanzenbefall.

ChrysaMed-Vertrieb Schweiz: BORGLUS GmbH, CH-3000 Frauenfeld, Tel. +41 (0)52 761 28 35, E-Mail: office@chrysa-med.ch, www.chrysa-med.ch