

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2010)
Heft: 9

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 21.06.2025

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

htr**4. März 2010**Nr. 9 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA - 3001 Bern/Berne
www.htr.ch**Wettbewerb**Franck Giovannini
vom «Hôtel de Ville»
Crissier gewann zum
2. Mal den goldenenKoch von Kadi.
Seite 13**Hotel & Bad**Das Courtyard by
Marriott und die
Badewelt Aquabasi-
lea öffnen ihre Tore.
Eine vielverspre-
chende Symbiose.
Seite 3**USA**Geplant in der
Hochkonjunktur,
realisiert in der
Krise: In den USA
eröffnen dieses Jahr
717 neue Hotels.
Seite 4**Jürg Schmid**«Den Zweitwoh-
nungsbau müssen
wir unbedingt in den
Griff bekommen».
Seite 5Jürg Schmid,
Exdirektor Schweiz Tourismus

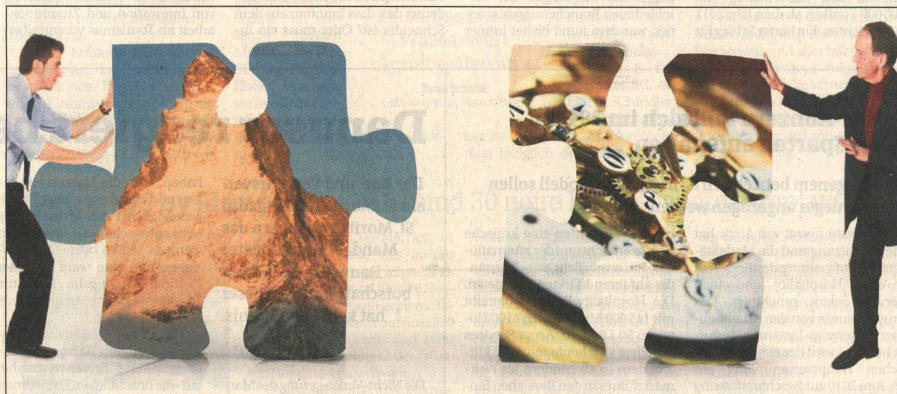
Swiss-Image

hotel revue

avec cahier français

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Heute mit 257 Stellenangeboten****Draht zur Industrie****Kambly, Cailler, Bally
oder Grimsel – alles
Namen, die bei Tour-
risten Emotionen
wecken. Sie reprä-
sentieren die
Schweiz von ihrer
besten Seite.**

SIMONE LEITNER

Wenn ausländische
Gäste durch die
Schweiz touren,
dann stehen Stopps
bei Firmen wie Kambly, Cailler,
Badilatti oder Bally und Bucherer
ganz oben auf dem Programm. Die
Schweizer Industrie hat seit jeher
eine enge Verbindung zum Touris-
mus. Das ist den Unternehmern
bewusst: Sie nutzen die Magie ihrer
Produkte und heissen die Gäste
gerne in den Produktionsstätten
willkommen. Kein Wunder also,
dass Schweizer Traditionsunter-
nehmen viel Geld in ihre Besucher-
zentren investieren und sie quasi
als Marktforschungslabor betrei-ben. Cailler eröffnet sein Zentrum
im April, Kambly bereits im März.
Und Bally will das Schuhmuseum
in Schönenwerd künftig vertieft im
asiatischen Markt bewerben. Die
Touristen wollen alle dasselbe: Das
begehrte Produkt und damit seine
Geschichte im Ursprungsland
Schweiz einkaufen.Als Statussymbol schlechthin
zählen nach wie vor Schweizer Uh-
ren. Die Touristen halten auf ihrer
Shoppingtour zwar gerade mal eine
Stunde in Luzern, doch dies
reicht ihnen aus, um das Juwelier-
geschäft Bucherer zu stürmen.
Ähnlich begehrt ist Bally: Obwohl
der Schuhhersteller in China meh-rere Shops betreibt, wollen die Chi-
nesen ihre Schuhe und Taschen
unbedingt in der Schweiz kaufen –
auch wenn Bally schon längst kein
Schweizer Unternehmen mehr ist;
doch das wissen die ausländischen
Kunden nicht.Dass auch reine Industrielan-
gen in wilder Bergkulisse zum Tour-
istenmagnet werden können, be-
weist die «Grimselwelt» der KWO,
welche ihre Anlagen zur Stromge-
winnung seit 10 Jahren zu Besichti-
gungen öffnet und 2009 fast 30 000
Besucher zählte. Vier Hotels, meh-
rere Bergbahnen und ein Wander-
netz erhöhen die Attraktion.
Seite 7 bis 11, 23

Die Schönheit der Schweiz und ihre Produkte müssen wie Puzzelteile ineinander greifen, um touristischen Gewinn zu bringen.

Fotolia

Staatshaushalt**Bundesrat will
STV den Beitrag
streichen**Von den vom Bundesrat geplanten
Einsparungen im Staatshaushalt
in Milliardenhöhe ist auch der
Schweizer Tourismus-Verband be-
troffen. Vorgesehen ist die ersatz-
lose Streichung des Jahresbeitrags
von 100 000 Franken. STV-Direktor
Mario Lütolf will sich für den Erhalt
des Beitrags einsetzen, da dieser
von «vitalstem Interesse» sei. Nicht
auf der Bundesrätlichen Streichliste
ist Innoutur. Denn der Bundesrat
will das Programm zur Förderung
von Innovation und Zusammenar-
beit im Tourismus weiterführen.
Einsparen will die Landesregierung
dagegen bei Präsenz Schweiz, und
zwar 1.5 Mio. Franken. tl/dst
Seite 2**Markenpolitik****«Genf – eine Welt für sich» ist
die neue Tourismusmarke**Genève Tourisme (GT) hat für
das neue Markenkonzept 200 000
Franken eingesetzt. Die Agentur
Saatchi & Saatchi entwickelte den
Slogan «Genève – un monde en
soi». Ersoll als Signatur in der gan-
zen Welt verbreitet werden. Die
englische Version lautet «Genève
– A world of its own», die deutsche
«Genf – eine Welt für sich»; weitere
werden folgen.Jean-Pierre Jobin, Präsident
von Genève Tourisme, will mit der
Marke und einer darauf abge-
stimmten Strategie den neuen
Herausforderungen begegnen,
die sich dem Genfer Tourismus
im Zeithorizont bis 2015 stellen.Wurde ins neue Marken-Logo
übernommen: Genfs Jet d'eau.Ins neue Marken-Logo wurde der
Genfer «Jet d'eau» integriert.«Unsere Konkurrenten sind
nicht Ausstellungszentren, son-
dern Städte», sagte an der Präsen-
tation der neuen Marke Claude
Membrez, Generaldirektor des
Genfer Palexpo. Deshalb werde
man sich gern «unter das neue
Banner stellen». Am Montag wur-
de die Marke der lokalen und re-
gionalen Presse vorgestellt. Bei
Gelegenheit des heute beginnenden
Genfer Autosalons soll sie
den dort anwesenden, rund
12 500 internationalen Journalis-
ten vermittelt werden. kjv
Seite 21**Kommentar****Rabatt-Systeme
boomen. Umso
wichtiger ist
Transparenz.**

SAMIRA ZINGARO

Gutscheine rentieren. Auf
den ersten Blick für dieje-
nigen, die sie erstehen.
Man macht scheinbar ein Schnäpp-
chen, wird als Clubmitglied bevor-
zugt behandelt und erhält einige
Goodies. Den eigentlichen Nutzen
aus Vergünstigungen aber ziehen
die Anbieter solcher Rabatt-Syste-
me. Und im Bereich der Hotellerie
die Betreiber. Denn mit Aktionen
«fängt» man die Kunden. Keinem
Hotelier käme es in den Sinn, in
Spitzenzeiten Zimmer zum halben
Preis zu verhökern. Doch als
Schnäppchen kann er leere Betten**«Kein Hotelier ver-
hökert in Spitzen-
zeiten seine Zimmer
zum halben Preis.»**in der Nebensaison füllen. Der Gast
bindet sich durch die Sonder-
behandlung emotional an einen
Betrieb, im besten Fall bucht er
erneut. Der Werbeeinfluss bei Preis-
aktionen – ein aktuelles Beispiel
bietet die «Ski-Aktion» im Bündner-
land – ist enorm. So boomen Treue-
karten, Memberclubs oder Rabatt-
Systeme. Doch damit klingeln die
Kassen nicht automatisch. Auch
Hoteliers müssen rechnen, sollen
volle Betten zum halben Preis nicht
teurer werden als leere Betten. Der
Gast darf nicht für dumm verkauft
werden. Das verlangt Transparenz
und nicht nur Kleingedrucktes. So
erhält er die Chance, von einer Ak-
tion wirklich zu profitieren: Wenn
ihm bewusst wird, dass günstigere
Zimmer zeitliche limitiert sind –
und er das Angebot trotzdem bucht.
Seite 3 und 14**www.htr.ch**Adresse: Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax: 031 370 42 24
E-Mail: redaktion@htr.ch
Verlag: Tel. 031 370 42 22
Fax: 031 370 42 23
E-Mail: verlag@htr.ch
Aboservice: Tel. 031 740 97 93
E-Mail: abo@htr.ch

9 771662 334000 09

ANZEIGE

Energieeffizient & Umweltfreundlich
Neu auch 20 L

www.minibar.ch

**Zeit haben für das wirklich Wichtige:
für Ihre Gäste.**

rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

iprotel
software

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

So bequem
gewinnt man
Stammgäste.

happy systems
I want it. I sell it. happy-Bett.

www.happy.ch

HOREGO

Ihr Erfolg ist unser Ziel - Votre succès est notre objectif
Il vostro successo è il nostro obiettivo

Ihr Partner im Einkauf
für Gastronomie, Hotellerie, Heime,
Spitäler und Ausbildungsstätten

Stampfenbachstrasse 117, CH-8042 Zürich
Tel. 044 366 50 50
einkauf@horego.ch, www.horego.ch

Besuchen Sie uns
an der ITB Berlin bei
Schweiz Tourismus.

oder einfach im Web:
www.hotelpartner.ch

HotelPartner
BE PART OF OUR SUCCESS

Aus der Region

Ostschweiz

Säntis-Bahn litt
im 2009 unter der
Wettersituation

Die Säntis-Schwebebahn hat im Jahr 2009 mit 370 955 Frequenzen den tiefsten Stand seit 1987 registriert. Die Bahn begründet dies mit der besonderen Wettersituation im vergangenen Jahr. Der Bruttoertrag lag mit 14,1 Mio. Franken um rund 1,2 Mio. Franken unter dem Ergebnis des Vorjahres. Aber dank dem erzielten Betriebserfolg (EBITDA) von 2,062 Mio. Franken konnten mit 2,039 Mio. Franken Abschreibungen im Rahmen der Vorjahre gemacht werden. dst

Mehr Kapital für
Untersee- und
Rhein-Schiffe

Das Aktienkapital der Schweizerischen Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein wird um 2,2 Mio. auf 3,42 Mio. Franken erhöht. Dies haben die Aktionäre der Gesellschaft an einer ausserordentlichen Generalversammlung beschlossen. Möglich wurde die Kapitalerhöhung durch die Unterstützung der beiden Kantone Schaffhausen und Thurgau und von Städten und Gemeinden an Untersee und Rhein, von Kreuzlingen bis Neuhausen am Rheinfall. dst

Graubünden

Weitere 790 000
Franken für den
Tourismus

Die Bündner Regierung setzt das Impulsprogramm für den Bündner Tourismus fort. Der Kanton unterstützt die geplante Sommer- und die Winterkampagne der touristischen Dachorganisation Graubünden Ferien mit 790 000 Franken. Die Fortsetzung des Impulsprogramms entsprechen den im letzten Jahr beschlossenen Stabilisierungsmassnahmen für die Wirtschaft im Kanton, teilte die Exekutive mit. Die kommende Sommersaison werde für den Tourismus eine Herausforderung darstellen. dst

Zürich

Mövenpick
schliesst zwei
Restaurants

Mitte März 2010 gehen in zwei Mövenpick-Restaurants in der Stadt Zürich die Lichter aus: Die Filialen am Paradeplatz sowie das Marché Shopville am Hauptbahnhof werden geschlossen. Das Unternehmen begründet den Schritt unter anderem mit zu hohen Mietpreisen. Die Verlängerung des Vertrages für das Restaurant am Paradeplatz sei zu «wirtschaftlich tragbaren Bedingungen» nicht möglich gewesen. dst

Schröpft Bundesrat STV?

Der Bundesrat will den Jahresbeitrag von 100 000 Franken an den Schweizer Tourismus-Verband (STV) ersatzlos streichen. Innoutour jedoch wird geschont.

THERES LAGLER

Der Bundesrat hat in der letzten Woche ein riesiges Sparpaket verabschiedet. Es soll den Staatshaushalt ab 2011 um jährlich 1,4 Mrd. Franken entlasten, ab 2015 sogar um 2,7 Mrd. Franken. Viele, teilweise auch kleine Massnahmen tragen dazu bei. So hat der Bundesrat den Rostift auch beim Schweizer Tourismus-Verband (STV) angesetzt. Im Kommentar auf der Massnahmenliste schreibt der Bundesrat, dass er beabsichtigt, auf den Jahresbeitrag von 100 000 Franken ab dem Jahr 2011 zu verzichten. Ein harter Schlag für

den STV. «Auch wenn es sich im milliardenschweren Sparpaket um einen marginalen Beitrag handelt, für uns ist er von vitalstem Interesse», betont Direktor Mario Lütolf. Er will dafür kämpfen, auch künftig einen Bundesbeitrag zu erhalten.

«Wir haben einen Leistungsauftrag mit dem Bund, ohne Abgeltung können wir unsere Koordinationsaufgaben nicht mehr im gleichen Umfang wahrnehmen.» So bietet der STV einen Beratungsdienst mit Fachbibliothek an und koordiniert die politischen Stellungnahmen. Der Tourismus als Querschnittsbranche ist in diesem Zusammenhang im Vergleich zu anderen Branchen in einer speziellen Situation. «Das Zusammen-tragen der Meinungen der verschiedenen Branchenorganisationen war dem Bund bisher immer

einen Beitrag wert», hält Lütolf konsterniert fest. Der STV verfügt mit Mandaten wie dem Qualitätsprogramm oder der Ferienwohnungsklassifikation über eine Bilanzsumme von 2 Mio. Franken und 12 Vollzeitstellen. Nimmt man

die Mandate weg, so bleiben jährliche Mitgliederbeiträge in der Höhe von 740 000 Franken und der bisherige Bundesbeitrag von 100 000 Franken. Das zeigt auch gleich dessen Bedeutung auf.

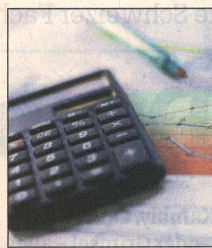
Bundesrat: Innoutour soll bleiben

Nicht zu finden auf der bundesrätlichen Abschlussliste mit 50 kurzfristigen und 30 mittelfristigen Massnahmen ist Innoutour, das Programm zur Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus. Bedeutet das, dass Innoutour aus dem Schneider ist? Oder muss ein In-



«Ohne Abgeltung können wir unsere Koordinationsaufgaben nicht mehr gleich erfüllen.»

Mario Lütolf
Direktor STV



Alain D. Bollat
Mit dem Sparpaket des Bundesrats ist Rechnen angesagt.

strument, das 2011 eh ausläuft, bei den Sparmassnahmen gar nicht erwähnt werden? Karl Schwaab, Leiter Abteilung Ausgabenpolitik beim Finanzdepartement, sorgt auf Anfrage der htr hotel revue für Klarheit: «Der Bundesrat hat beschlossen, Innoutour weiterzuführen.» Ein wichtiger Grundsatzentscheid für den Tourismus. Das bedeutet, dass das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) die Revision des Bundesgesetzes zur Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus vorantreiben

kann. Klar ist aber auch, dass es dazu noch eine Vernehmlassung und eine parlamentarische Debatte geben wird. Bis zur definitiven Sicherung von Innoutour sind also noch weitere Hürden zu nehmen.

Präsenz Schweiz kann mit der vorgeschlagenen Kürzung leben

Doch zurück zum Konsolidierungsprogramm des Bundesrats. 1,5 Mio. Franken will er bei Präsenz Schweiz sparen, der Abteilung im Departement des Ausseren, die sich ums Image der Schweiz kümmert. Die Kürzung fällt aber weniger ins Gewicht, als man meinen könnte. «Bisher zahlten wir jährlich rund 1 Million Franken an die Weltausstellungen, künftig werden diese Auftritte über ausserordentliche Budgets finanziert», erklärt Johannes Matyassy, Chef von Präsenz Schweiz. Das bedeutet, dass eine Kürzung von einer halben Million verkraften muss, aber immer noch über ein Budget von rund 8 Millionen verfügt. Bis im April will der Bundesrat einen Vernehmlassungsbericht zum Sparprogramm präsentieren. Die definitiven Beschlüsse sollen dann ins Bundesbudget 2011 einfließen.

Accor-Konzern will sich im 2010 in
zwei Sparten aufspalten

Dank eigenem betriebswirtschaftlichen Modell sollen mehr Anleger angezogen werden.

Der Verwaltungsrat von Accor hat die Umsetzung und die Modalitäten der Aufspaltung des Konzerns in einen Hospitality- und einen Services-Sektor genehmigt. Das Projekt wurde von den Arbeitnehmervertretungs-Instanzen begutachtet und wird der ausserordentlichen Hauptversammlung am 29. Juni 2010 zur Beschlussfassung vorgelegt, wie Accor mitteilt. Die Aufspaltung soll per Ende Juni 2010 erfolgen. Beide Sparten seien heute Marktführer in ihrem Tätigkeits-

bereich. Sie hätten eine kritische Grösse erreicht und der internationale Ruf ermögliche es, selbstständig auf ihren Märkten zu agieren. Die Hospitality-Branche betreibt mit 145 000 Mitarbeitern 4100 Hotels in 90 Ländern. Accor Services profilierte sich heute mit 5600 Mitarbeitern in 40 Ländern als Weltmarktführer in den Bereichen Employee & Public Benefits und sei gleichzeitig Anbieter von Prepaid-Services mit einem Emissionsvolumen von über 12 Mrd. Euro. dst

Danuser reagiert beleidigt

Der Kur- und Verkehrsverein St. Moritz verlängern das Mandat mit Hanspeter Danuser als Markenbotschafter nicht. Dieser hat kein Verständnis.

DANIEL STAMPEL

Die Nicht-Verlängerung des Mandats, das Ende April ausläuft, wird mit dem Markenprozess begründet, den St. Moritz und Engadin St. Moritz kürzlich abgeschlossen

haben. «Um die Marken von innen und aussen zu stärken, müssen möglichst viele Menschen als Markenbotschafter gewonnen werden», teilten beide Organisationen mit. Nun werden in der Destination Engadin St. Moritz so viele Markenbotschafter wie möglich geschult.

In einem eigenen Communiqué nimmt Hanspeter Danuser Stellung. Er verweist dabei auf «die beachtlichen Einnahmen des Kurvereins aus den Lizenzverträgen», die seinerzeit als Kurdirektor abgeschlossen hatte und die nach wie vor fliessen würden.

Und diese sollten für Pflege und Stärkung der Marke St. Moritz verwendet werden – «am besten mit einem kompetenten und im Markt anerkannten Markenbotschafter». Danuser will dem Thema Marke auch in Zukunft erhalten bleiben. Vorletzte Woche habe ihm die ETH Zürich einen Lehr-auftrag über Marken-Strategie und -Führung angeboten. Und der geplante Alpherneinsatz an der Weltausstellung in Shanghai finde ebenfalls statt. Aber, so Danuser: «Nicht für Engadin St. Moritz, sondern für die Schweiz und für Lindt-Schokolade.»

Entrée: Hotel Palace, Villars (VD). Mehr auf www.htr.ch/hotelarchiv



Tagen, baden, schlafen

In Bern ist die Sym-
biose Hotel und Bad
erfolgreich. In Basel
wird das Courtyard
by Marriott und das
Erlebnisbad Aquaba-
silea eben eröffnet.
Und in Luzern liegt
«Ebisquare» auf Eis.

SIMONE LEITNER

Wir starten jetzt im März mit der Basel-world und das ist natürlich perfekt», sagt Tanja Schulte, General Manager des neu eröffneten Hotel Courtyard by Marriott in Pratteln bei Basel. Natürlich sei das Hotel in dieser Zeit ausgebucht. Aber nicht nur während der Weltmesse für Uhren und Schmuck ist die Nachfrage gut. «Die Buchungslage ist allgemein prima», so Schulte. Das Courtyard profitiere von der internationalen Buchungsplattform. Mit 675 Quadratmetern Konferenzfläche bietet sich der Betrieb als Business-, Seminar- und Tagungshotel an. Das ganze Haus hat W-LAN; in der Lobby, die auch als Arbeitsbereich konzipiert ist, findet der Gast über all Steckern für den Laptop und im Zimmer eine Steckdose mit internationalen Variationen. Die Frage nach dem richtigen Adapter fällt weg. Von den 175 Zimmern setzt

das Hotel in Pratteln mit 13 Longstay-Rooms neue Massstäbe und nimmt den Trend der Residenz-Hotellerie auf. Und durch die direkte Verbindung mit der Wasserwelt Aquabasilea spricht das 4-Sterne-Haus auch Freizeitreisende an. Bringt das Erlebnisbad mehr Gäste? Tanja Schulte: «Am Wochenende bieten wir Packages gemeinsam mit dem Erlebnisbad an, da sind wir sehr zuversichtlich.» Mit einer attraktiven Preisgestaltung kann das Courtyard viel Umsatzpotenzial. Das Aquabasilea in Pratteln erwartet 600 000 Besucher pro Jahr und ist Teil der 230-Millionen-Überbauung.

Bereits Erfahrung mit diesen Synergien hat das Holiday Inn in Bern-Brünnen. Das Business-Hotel im Einkaufszentrum Westside mit Erlebnisbad läuft sehr gut: «Wir sind zufrieden mit unseren verschiedenen Bade-Packages, die wir



Baden und logieren: Die Badewelt Aquabasilea in Pratteln erwartet 600 000 Besucher pro Jahr und ist Teil einer 230-Millionen-Überbauung. Im gleichen Gebäude befindet sich das Hotel Courtyard by Marriott.

am Wochenende hervorragend verkaufen. Im ersten Jahr kamen wir auf eine Hotelauslastung von 59 Prozent, budgetiert waren lediglich 53 Prozent», betont Martin Emch, CEO der Turicum Hotel Management AG, der Hotelbetreiberin und Holiday-Inn-Franchisenehmerin.

Verzögerungen gibt es beim geplanten Einkaufszentrum Ebisquare mit Erlebnisbad und Hotel in Ebikon. «Wir sind nicht unter Zeitdruck», relativiert der Verwaltungsratspräsident und CEO der Schindler AG, Alfred N. Schindler. Der Konzernchef betont auch, dass das Unternehmen lediglich der Verkäufer des

«Am Wochenende bieten wir Packages mit der Wasserwelt Aquabasilea an.»

Tanja Schulte
GM Courtyard by Marriott Basel

Courtyard by Marriott Bis 2012 sind 30 neue Businesshotels geplant



Das Courtyard by Marriott Basel setzt auf ein grosszügiges Raumkonzept im Eingangsbereich.

Courtyard by Marriott ist der Brand, der in der Gruppe am schnellsten wächst. Bis 2012 sind über 30 Neueröffnungen weltweit geplant. Aktuell ist die Hotelkette auf über 860 Häuser angewachsen und steht damit unter den Top 12 der grössten Hotelmarken weltweit.

Courtyard wurde in Nordamerika nach intensiven Umfragen von Marriott International ins Leben gerufen. Mehr als zwei Jahre investierte die amerikanische Ho-

telkette in die Marktforschung, um herauszufinden, was der Geschäftsreisende von einem gehobenen Mittelklassehotel erwartet. 1983 eröffnete sie in Atlanta das erste Courtyard by Marriott. Seitdem hat sich das Produkt zu einem der Marktführer in seiner Kategorie entwickelt. Die Marke will die erste Wahl für Reisende sein, die Geschäftliches mit Erholung kombinieren wollen. In bereits über 31 Ländern der Welt hat sich die Marke etabliert. Das Kernstück

der aktuellen Strategie ist die Umgestaltung der Eingangshallen: High Tech und High Touch sollen hier mit gehobenem Stil eine anspruchsvolle Umgebung bieten, welche flexibel für den Gast zum Arbeiten, Relaxen, Essen und Trinken sowie als Treffpunkt genutzt werden kann.

Gemäss dem Unternehmen werde die Marke dort expandieren, wo bereits andere Brands von Marriott International eingeführt seien.

30 Prozent Rabatt dank Skistars

Seit Montag gibt's im Bündnerland 30 Prozent Rabatt auf Skitickets, bei Hotelübernachtungen und beim Bernina-Express. Dank den guten Resultaten der Schweizer Skicracks.

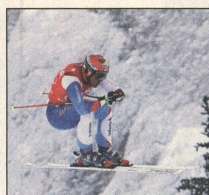
DANIEL STAMPFLI

Der «Grisca-Bonus» beträgt nun also 30 Prozent, nach Ablauf der

von Graubünden Ferien lancierten Winteraktion «Alles fährt Ski». Von Ende Oktober bis und mit der Olympiade in Vancouver standen die Schweizer Alpin-Fahrerinnen und -Fahrer 30 Mal auf dem Podest. Und für jeden Podestplatz gab es für die Schneesportfans 1 Prozent Ermässigung auf Ein-, Zwei- oder Dreitage-Skipässen, auf Übernachtungen in über 90 Hotels in Graubünden sowie auf Fahrten mit dem Bernina Express der Rhätischen Bahn. Der Bonus kann seit

Montag bis Ende Saison eingelöst werden. Davon profitieren können 24 000 Schneesportfans, welche sich bis am 28. Februar 2010 für die Aktion registrieren hatten.

Bei der Kampagne «Alles fährt Ski» handelte es sich um eine Kooperation zwischen den touristischen Dachverbänden Bergbahnen Graubünden und hoteleiersuisse Graubünden sowie der Marketingorganisation Graubünden Ferien. Gaudenz Thoma, CEO Graubünden Ferien, ist mit dem Ergebnis



JEAN-CHRISTOPHE BOLLIGER
30 Podestplätze – 30 Prozent Rabatt.

der Kampagne mehr als zufrieden: «Wir sind vom Erfolg der Kampagne insgesamt überwältigt.» Thoma geht davon aus, dass mehrere Tausend registrierte den Grisca-Bonus einlösen werden. Die Preisreduktion wird von den teilnehmenden Partnern – Bergbahnen, Hotels und Rhätische Bahn – übernommen. Für die Bewerbung der Aktion standen im Rahmen des Impulsprogramms für den Bündner Tourismus insgesamt 600 000 Franken zur Verfügung.

Schweizer trinken immer etwa gleich viel Schnaps

Seit Jahren trinkt die Schweizer Bevölkerung fast gleich viel Spirituosen, nämlich rund 1,6 Liter reinen Alkohol pro Kopf und Jahr. So viel waren es auch 2009. Ein immer geringerer Anteil stammt aber aus der Schweiz, im vergangenen Jahr noch 13 Prozent. dst

8. Ausgabe des Tourismuspools Symposiums

Am 23. März findet im Trafo Baden das 8. Tourismuspool Symposium

statt. «Brainstorming – Frischer Wind für das Gehirn» so das Thema. Referieren werden unter anderem Abt Martin Werlen vom Kloster Einsiedeln, Branding-Spezialist Ron Imelaue und die Psychologin Farida Wolf-Leu. dst

www.tourismuspool.ch

Casino-Verband kämpft gegen Tactilo-Automaten

Der Schweizer Casino Verband und die Eidg. Spielbankenkommission fechten das Bundesverwaltungsgerichts-Urteil in Sachen Tactilo-Automaten an. Ende Januar hatte das Bundesver-

waltungsgericht entschieden, dass die rund 700 Tactilo- und Touchlotgeräte in der Westschweiz weiterhin in Restaurants und Kiosken stehen dürfen. dst

Migros stellt ihr Gastro-Konzept Sessibon ein

Vor zwei Jahren rief Migros ein neues Konzept ins Leben: «Sessibon» bot vor allem Sandwiches, Salate und frische Säfte. Bis 2013 waren 20 Standorte geplant, drei wurden realisiert. Doch die Umsätze entwickelten sich nicht wie erwartet. Im Sommer wird das letzte Sessibon wieder durch ein Migros-Restaurant ersetzt. gsg

Durchschnittlicher Preis für ein Hotelzimmer sinkt weltweit

Im vierten Quartal 2009 wurde der Preisverfall in Europa und Nordamerika gebremst.

Im Jahr 2009 lag der Durchschnittspreis für ein Hotelzimmer im Vergleich zu 2008 um 14% niedriger. Dies ist dem jüngsten Hotelpreisindex von Hotels.com zu entnehmen. Danach zahlten Reisende in Europa im Jahr 2009 13% weniger als 2008, in den USA waren es 14% weniger, in Asien 16% und in Lateinamerika gar 21%. Der durchschnittliche Preis für ein Hotelzimmer war 2009 sogar günstiger als im Jahr 2004, als der Hotelpreisindex zum ersten Mal erhoben wurde.

Gegen Ende 2009 begann sich der Preisrückgang insbesondere in Europa und Nordamerika laut Hotels.com abzuwachen. Während der ersten drei Quartale war auf beiden Kontinenten ein Rückgang der Hotelpreise im zweistelligen Bereich verzeichnet worden. Im 4. Quartal fielen die Preise sowohl in Europa (-6%) und in Nordamerika (-7%) nur noch im einstelligen Prozentbereich. In Asien und in Nordamerika fiel der Preisverfall auch im 4. Quartal weiter fort. dst

Aus der Region

Tessin

Hoffnungen in Acquarossa gedämpft

Die Hoffnung, die Thermen von Acquarossa zu neuem Leben zu erwecken (htr vom 11.02.), hat von der von den Westschweizer Unternehmern Andreas Schweitzer und Ashoob Cook beauftragten Vitala-Group einen Dämpfer erhalten. Grund sind die langwierigen Prozeduren für die Umsetzung des grossen Hotel- und Wellnessprojekts. Man respektiere den demokratischen Prozess, «aber wirtschaftlich ist dies nicht tragbar», sagte Wolf Vierich von der Vitala-Group in Bellinzona. Kurzum: Das Geld für die Investition – schätzungsweise 45 bis 75 Mio. Franken – ist vorhanden, nicht aber die Zeit. Ob die Verfahren verkürzt werden können, ist fraglich. Bis September soll eine Machbarkeitsstudie vorliegen. gl

Wallis

Opposition gegen Parkhaus in Zermatt



Swiss-Image

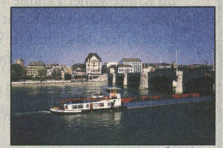
Das autofreie Zermatt plant beim Dorfeingang ein Parkhaus mit über 2000 Plätzen. Dagegen haben die lokalen Umweltverbände Einsprache erhoben. Sie kritisieren das Vorgehen der Gemeinde. Im Februar hatte die Gemeinde Zermatt ein Umzonungs- und ein Rodungsgesuch im Amtsblick publiziert. Für den Bau des Parkhauses müsste ein Stück Lärchenwald gerodet werden. dst

Basel

Berest wird neu das «Gifhüttli» betreiben

Das Basler Restaurant Gifhüttli erhält einen neuen Betreiber. Gemäss «Basler Zeitung» hat sich die Eigentümerin des Traditionslokals, die Warteck Invest AG, für die Berest-Gruppe entschieden. Zu Letzterer gehören 16 Gastronomiebetriebe. Das «Gifhüttli» wird sanft renoviert und soll am 1. September wieder eröffnet werden. Die bisherigen Betreiber, Walter und Huberta Braun treten in den Ruhestand. dst

Bewirtschaftung von Parkräumen: Referendum



Swiss-Image

Über 5000 Personen haben das Referendum gegen das vom Basler Grossen Rat beschlossene Parkraumbewirtschaftungskonzept für die Stadt Basel unterzeichnet. Gleichzeitig wurden auch die beiden kantonalen Volksinitiativen «Park-and-Ride-Initiative» und «Parkraum-Initiative» eingereicht, wie der Basler Gewerbeverband mitteilt. dst

Zum Gedenken

Caspar E. Manz,
Pionier der
Hotellerie

Graziella Vigo / zvg

Durch den Tod von Hoteller Caspar E. Manz hat die Schweiz eine innovative Führungspersönlichkeit verloren. In den 80er-Jahren zählte die CEM-Gruppe zwanzig Hotels in der Schweiz und in Südamerika, dazu kamen eine Weinkellerei und eine Comestibles-Firma.

Der Verstorbene hat sein Unternehmen zu einem bedeutenden Gastronomie-Imperium ausgebaut. Die CEM-Betriebe, allen voran das Hotel St. Gotthard an der Zürcher Bahnhofstrasse mit der Hummer- und Austernbar, sind weit über die Landesgrenzen hinaus ein Begriff.

Der Schreibende hatte das Glück, in den 80er-Jahren in diversen Funktionen bei den CEM-Hotels und -Restaurants tätig zu sein. Dabei lernte er Caspar E. Manz erst mal zwölf Austern. Damit sorgte er für gute Stimmung, und die ernsthaften Anliegen, die es zu besprechen gab, lösten sich wie von selbst. Caspar E. Manz war ein Vorbild und ein grosszügiger, feiner Mensch.

Als Ehrenmitglied von hotellerieuisse besuchte der Verstorbene zum letzten Mal die GV in Zürich vor zwei Jahren. Stolz trug er die goldene Nadel am Revers, stets der lebenswürdige Causeur und Gentleman. Die Mitglieder von hotellerieuisse werden den Verstorbenen stets in ehrender Erinnerung halten, der Trauerfamilie entbieten sie ihre herzliche Anteilnahme.

Guglielmo L. Brentel,
Präsident hotellerieuisse



In New York über eine grosse Präsenz verfügt Ritz Carlton: zwei Luxushäuser in Manhattan, eines am Battery Park (hohes Gebäude links) und eines am Central Park.

80 000 neue
US-Betten

Amerikanische Marktbeobachter registrieren wieder mehr Hotellogiernächte. Doch viele Neueröffnungen versperren den Weg zu einer spürbaren Erholung der Branche.

HARALD WEISS

In New York werden noch in diesem Jahr 46 neue Hotels eröffnet, in Houston werden es 30 sein, und auch in den anderen wichtigen Metropolen, wie Atlanta, Boston, Chicago, Dallas, Los Angeles, Miami und Washington gibt es Neueröffnungen im zweistelligen Bereich. Laut Lodging Economics werden in diesem Jahr in den USA 717 neue Hotels mit insgesamt über 80 000 Zimmern ihre Pforten öffnen.

Dabei ist die wirtschaftliche Lage der US-Hotels weiterhin sehr angespannt. Für die ersten Wo-



Mandarin und Trump erhalten demnächst neue Konkurrenz.

chen dieses Jahres berichtet Smith Travel Research (STR) nur von einer «Stabilisierung bei den Über-

nachtungen». Mit anderen Worten: Es geht nicht mehr bergab. «Erhöhtens zur Jahresmitte wird es wieder steigende Übernachtungszahlen geben», meint STR-Präsident Mark Lomanno.

In der obersten Kategorie scheint eine Erholung bereits in Sicht zu sein, so stieg die Auslastung der Luxusklasse um 4,8 auf 60,5 Prozent an. Während sich bei der Zahl der Übernachtungen ein Silberstreifen am Horizont abzeichnet, befinden sich die Übernachtungspreise weiterhin im freien Fall. Hier lag der Januar-Wert mit 94,78 Dollar 7,4 Prozent unter dem Vergleichszeitraum von 2009. Der Umsatz pro verfügbares Zimmer (RevPAR) ging sogar um 8,2 Prozent auf 45,33 Dollar zurück.

Planungen richten sich nicht nach Wirtschaftszyklen

Regional ging es vor allem in Washington, Orlando und Houston bergab. Hier fiel der RevPAR um über 25 Prozent. Trotzdem wird auch hier in diesem Jahr eine Vielzahl an neuen Häusern auf den Markt kommen, was die Situation für alle Häuser schwieriger macht. Der Hintergrund für diesen Boom an Neueröffnungen während einer anhaltend schlechten Wirtschaftslage ist der lange Planungs- und Realisierungszeitraum für Hotelneubauten in den amerikanischen Innenstädten.

«Hotelneubauten und Wirtschaftszyklen verlaufen nur sehr selten synchron», sagt Mark Lomanno. Seiner Ansicht nach dauert es in den USA derzeit rund acht Jahre, bis aus einem geplanten Neubau ein fertiges Haus wird. Besonders kritisch sind die letzten drei bis vier Jahre. «Sobald der Grundstein gelegt ist, muss man das Projekt zu Ende bringen, denn nur ein fertigtes Haus erzielt Umsätze, mit denen sich zumindest ein Teil der Kosten refinanzieren lässt», so Lomanno.

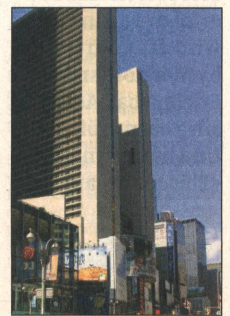
Als Beispiel verweist er auf New York, wo der Hotelmarkt noch vor wenigen Jahren als überhitzt galt. Für die Zeit von 2004 bis 2008 erfreuten sich die New Yorker Hotels einer durchschnittlichen Auslastungsrate von 85 Prozent, während gleichzeitig der durchschnittliche Übernachtungspreis um 85 Prozent anstieg.

Die Folge war eine Bauboom ohne gleichen, was die Zimmerzahl in

New York in diesem Jahr um 12 Prozent ansteigen lässt. Doch damit bringen die zusätzlichen Übernachtungen keine echte Erholung für die Branche. «Die vielen Neueröffnungen werden kräftig auf die Preise drücken», prophezeit bereits Björn Hansen, Professor an der New York University.

Konkurrenz und Übernahmen bringen auch Entlastung

Aber nicht alle Experten sind so pessimistisch, denn neben den Neueröffnungen gibt es auch Schliessungen oder Problemfälle. So wollen die Helmsley-Erben eines ihrer vier New Yorker Häuser schliessen. Auch das «W» am Union Square kämpft ums Überleben. Falls der grösste Kreditgeber, die deutsche DekaBank, nicht vorher



Marriott plant fünf neue Hotels. Im Bild das Flaggschiff-Haus am New Yorker Times Square.

einlenkt, kommt das Boutique-Hotel am 24. März unter den Hammer.

«Die Zimmer-Situation wird im Laufe dieses Jahres nicht so schlecht werden, wie es derzeit noch den Anschein hat», meint beispielsweise Steven Kent, Hotel-Analyst bei Goldman Sachs. Grund dafür sei der Überlebenskampf vieler US-Hotels. Laut Kent werden bei den US-Hotels in den nächsten zwei Jahren 40 Mrd. Dollar Hypothekenbriefe fällig. «Wir werden ein drastisches Ereignis bei den Konkursen, Übernahmen und Zwangsversteigerungen sehen», meint auch Arne Sorensen, Chief Operating Officer bei Marriott.

Jura: Hotellerie im Aufwind

Die jurassische Hotellerie steigerte die Zahl der Logiernächte 2009 um gut 11 Prozent. Mit neuen Hotels will man weiter wachsen.

GUDRUN SCHLENCEK

Während die gesamte Schweizer Hotellerie bei den Logiernächten ein Minus von 4,7% hinnehmen musste, verzeichnete die jurassische Hotellerie ein sattes Plus von

11,75%. Seit 2001 stieg die Zahl der Hotellogiernächte sogar um ein Viertel. Eine Zunahme allerdings auf kleinem Niveau: Mit 89 088 Hotellogiernächten bildet der Jura das Schlusslicht unter den Kantonen. Weit grössere Bedeutung hat die Parahotellerie mit rund dreimal so vielen Logiernächten. Gebucht wird kurzfristig. «Wir leben von Woche zu Woche», meint Toinette Wisard, Marketingverantwortliche bei Jura Tourismus. Damit der Aufschwung sich fortsetzt, braucht es nun vor allem grössere Hotels mit guter Quali-

tät, so Wisard. «Anfragen für Seminarelokalitäten können wir schwierig gerecht werden. Die Nachfrage wäre da.» Das grösste Hotel bietet heute 28 Zimmer, der Durchschnitt liege bei 7 Zimmern, das Maximum sind 3 Sterne. Wisard verspricht sich viel von der Eröffnung des «bis» in Delémont (80 Zimmer) und dem Ausbau des Centre de Loisirs des Franches-Montagnes in Saignelégier auf 40 Zimmer, beides noch im 2010. Und von der neuen TGV-Linie, die ab Ende 2012 den Jura mit Paris und Dijon verbinden soll.

Golderli findet keine Käufer

Seit drei Jahren versuchen die Inhaber bereits, ihr «Golderli» zu verkaufen. Doch keiner kauft das Berghaus. Und die Banken klemmen.

GUDRUN SCHLENCEK

Georges und Beatrice Jost versuchen bereits seit 2007, ihr mehrfach ausgezeichnetes «Golderli» zu verkaufen. 1,2 Mio. Franken wollen Josts für ihr gut laufendes Berghaus

im hinteren Kiental. Das Ehepaar hat während den letzten 16 Jahren 1,6 Mio. Franken investiert. Doch bis anhin wollte niemand so richtig beiessen. Obwohl das Golderli mit seinen 48 Betten durchaus rentabel ist: Zwischen 2700 und 2900 Logiernächte generiert man zwischen Mai und Oktober mit den fünf Angestellten, im Winter ist das Golderli zu.

Der Umsatz liegt zwischen 400 000 und 450 000 Franken. 2009 war eines der besten Jahre überhaupt. Die Gäste sind in erster Linie Wanderer, gut die Hälfte Schweizer,

der Rest aus aller Welt. «Das Golderli ist ein Vorzeigebetrieb», meint Jerun Vils, Geschäftsführer der Destination Kantental. Vor allem fehle der Finanzierungswille bei den Banken, beklagt Beatrice Jost. 30% Eigenmittel wären nicht genug, es müssten 50% sein. Und diese konnte bisher keiner aufbringen, der die mit dem Berghaus verbundene Arbeit auf sich nehmen wollte. «Im Sommer haben wir 14- bis 16-Stunden-Tage», so Jost. Das «Golderli» würde man nun auch vermieten. Oder nochmals eine Saison selber führen.

ANZEIGE



FEEL THE DIFFERENCE...

Hotel St. Gotthard
Zürich - Switzerland

In tiefer Trauer nehmen wir Abschied von unserem verehrten Ehrenpräsidenten

Caspar E. Manz

24. Oktober 1923 bis 22. Februar 2010

Im Kreise seiner Familie verstarb er nach einer langen, geduldig ertragenen Krankheit. Sein reich erfülltes Leben war geprägt vom beruflichen Schaffen in seinen Hotels, von seinem verdienstvollen, langjährigen Wirken in der Hotellerie und Gastronomie und in seiner Fürsorge gegenüber Familie, Mitarbeitern und Mitmenschen.

Die Lücke ist gross, die sein Tod hinterlassen wird. Alles, was uns bleibt, ist die Erinnerung an viele schöne, unvergessliche Jahre, die wir gemeinsam erleben durften.

In stiller Trauer:

Verwaltungsrat, Manz Privacy Hotel Switzerland AG

Martin Santschi, Direktor Hotel St. Gotthard Zürich

Yannis Gerassimidis, Direktor Hotel Continental Lausanne

Daniel Fankhauser, Direktor Hotel Euler Basel

Alle Mitarbeiter der Manz Privacy Hotels Switzerland AG

«Ich bleibe nahe beim Tourismus»

Der oberste «Verkäufer» der Schweiz wechselt die Bühne. Und spricht mit Blick zurück über Zweitwohnungen und Finanzbedarf.

ELSBETH HOBMEIER

Jürg Schmid, Ihr Wechsel zur SBB machte Schlagzeilen: «Oberster Billet-Verkäufer» und «Verkaufstalent» schrieben die Medien. Welcher Titel freute Sie am meisten?

Der Billetverkäufer macht mir Freude. Ich bin gerne Verkäufer, diese Disziplin wird allzu oft unterschätzt. Ich hatte auch Freude am Titel einer Kolumne «Bis jetzt förderte er den Tourismus, neu befördert er die Touristen». Das zeigt, dass sich meine neue Aufgabe immer noch nahe am Tourismus bewegt. Mein Ziel war ja nie, diese wunderschöne Branche zu verlassen.

Tatsache ist, dass Sie die Schweiz bei zahllosen Auftritten optimal verkauft haben. Wird Ihnen diese Bühne fehlen? Die Repräsentation unseres Landes war ein wichtiger Teil meines Jobs. Aber manchmal war mein Herzklopfen auch grösser als die Freude. Fehlen wird mir diese Bühne nicht, zudem (lacht) werde ich auch bei den SBB hin und wieder einen Auftritt haben.

Es wird gemunkelt, dass Sie in kurzer Zeit auf dem Stuhl Ihres neuen Chefs Andreas Meyer sitzen könnten... Um Himmels willen! Wer sagt denn so was? Das wäre eine absolut vermessene Absicht. Wir verstehen und ergänzen uns gut, und ich freue mich auf unsere Zusammenarbeit.

Ihre Stelle bei ST ist noch offen. Verraten Sie uns Ihren Wunsch-nachfolger?

Nein, sicher nicht! Ich gehe jedoch mit einem guten Gefühl und bin überzeugt, dass es optimal weitergeht.

Schweiz Tourismus ist bestens aufgestellt mit sehr guten Leuten. Gefragt ist jetzt innovative Kontinuität. Das Falscheste wäre, alles verändern zu wollen.

Was muss er oder sie unbedingt können?

Zur Person Jürg Schmid startet am 1. April bei den SBB

Gestern hatte er seinen «Letzten» als Direktor von Schweiz Tourismus, am 1. April tritt er die neue Aufgabe als Leiter Personenverkehr SBB an. Jürg Schmid (47) wird künftig zwischen seinem Wohnort Uitikon-Waldegg und dem Arbeitsort Bern pendeln. Der studierte Betriebsökonom HWV leitete ST seit 1999, vorher war er bei der Softwarefirma Oracle für Europa und den Mittleren Osten tätig. eho

Begeistern und überzeugen. Und kompromissfähig sein. Die menschlichen Werte sind bei dieser Aufgabe enorm wichtig. Wie auch Erfahrung im Marketing, idealerweise auf internationaler Ebene.

Wo sehen Sie die grossen Aufgaben des Schweiz-Tourismus-Direktors in den kommenden drei Jahren?

Der Aufbau und die Dynamisierung des Sommergeschäfts werden zur grössten Herausforderung. Da muss ST eine Leaderrolle übernehmen. Immer wichtiger, weil immer schneller und damit schwieriger wird die Rolle der Technologie: Heute wissen wir noch nicht, welche Form die Information in zwölf Monaten spielen wird. Und die dritte grosse Aufgabe wird die Finanzierung von ST sein.

Damit sind wir beim Stichwort Tourismuspolitik 2012: Welchen Finanzbedarf sehen Sie?

Ich kann noch keine Zahl in Franken und Rappen verraten. Aber die Branche wird um mehr Mittel kämpfen müssen, damit die Schweiz am weltweiten Tourismuswachstum partizipieren kann. Die Branche muss zusammenstehen und ihre Stimme für den Tourismus erheben, um dieses für unser Land wichtige Bein zu stärken und zu erhalten. Das Parlament weiss zwar, dass die Mittel bei Schweiz Tourismus sinnvoll eingesetzt sind, aber es darf auch die weltweite Inflation nicht vergessen: Allein unser Büro in China kostet jährlich bis zu 8 Prozent mehr.

Und aus welcher Politecke könnte der Widerstand kommen? Von ganz links und ganz rechts. Ganz rechts geniesst der Tourismus zwar Sym-

pathie, aber die Sparpolitik überwiegt. Und ganz links sieht man ihn oft noch als Feind der Umwelt – was überholt ist, denn heute ist der Tourismus Garant für die Erhaltung der Umwelt und setzt sich für deren Schutz ein.

Diese Nachhaltigkeit fehlt aber beim Zweitwohnungsbau. Welche klare Regelung bräuchte es?

Den Zweitwohnungsbau müssen wir noch in den Griff bekommen. Steuerabgaben und Zwangsvermietung sind einzig Feinststeuerung und Ausdruck von Mutlosigkeit. Trotz langen Debatten über kalte und lauwarme Betten ist keine Lösung in Sicht. Es gibt nur ein Rezept: die Bautätigkeit einschränken, und zwar über die Gesetzgebung. Sanieren und Erneuern von Bestehendem statt neu bauen, müsste die Devise sein. Doch die Baulobby ist stark. Wenn wir unsere Bergtäler in den nächsten 40 Jahren im gleichen Tempo weiter überbauen, dann ist vor allem der Sommer-tourismus in seiner Existenz bedroht. Dann sieht man alle Bausünden, welche der Schnee im Winter sanft zudeckt.

Würden Sie Ihre Ferienwohnung in Lenzerheide vermieten wollen?

«Die Branche muss zusammenstehen und ihre Stimme für den Tourismus erheben»

Jürg Schmid
Exdirektor Schweiz Tourismus

Diese Betten sind warm, wir sind eine grosse Familie und sehr oft dort. Zudem: Eine Vermietpflicht löst das Problem nicht, alle diese Wohnungen sind gebaut, und auch eine Taxerhebung bringt sie nicht zum Verschwinden. Dies mag eine interessante Finanzquelle, kann aber kein Steuerungsinstrument sein. Und: Was geschähe wohl, wenn plötzlich alle Ferienwohnungen zu vermieten wären? Diesen zusätzlichen Markt habe ich leider noch nie angetroffen. Im Gegenteil, wir kämpfen, um alle Hotels zu füllen. Man sollte die Hotel-lerie und nicht den Zweitwohnungsbau fördern.

Zurück in Ihre SBB-Zukunft: Was werden Sie als Leiter Personenverkehr als Erstes anpacken?

Zuerst werde ich mich einarbeiten und das Unternehmen in all seinen Schattierungen kennen lernen. Erst dann kann ich entscheiden, was ich anpacken und verändern will. Dafür werde ich sicher die berühmten 100 Tage brauchen.

Und worauf freuen Sie sich am allermeisten?

Ich freue mich auf die Menschen, auf ein faszinierendes Unternehmen mit einer grossen Geschichte, das im internationalen Vergleich Spitze ist. Ich freue mich darauf, hier mitwirken zu können. Und freue mich auf Grossprojekte wie Gotthard 2017, eine Chance für den Tessin.

Standpunkt

Frühling – treten Sie hinaus und lassen Sie sich überraschen!



ANDREA LEHNER

Nur noch wenige Tage trennen uns vom Frühlingsbeginn. Schön, weckt der Gedanke an Frühling doch Assoziationen wie: sich aus dem Winterschlaf räkeln, Aufblühen, den Alltag mit neuem Leben erfüllen...

Der Blick in die Tagespresse und Wochenzeitschriften offenbart allerdings die wunderbare Jahreszeit als Schrecken-Szenario: Weg mit dem Speck! Zurück zur Figur! Schneller dünner! Und wie die Headlines alle mit ihren fetten Buchstaben daherkommen: Schrecklich! Es steht also nur noch

«Die Natur bietet gerade im Frühling viele Erlebnisse und Eindrücke.»

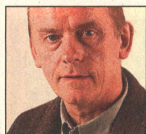
die Flucht nach draussen an, weg von den beherrschten und schauenden Schlagzeilen und letztendlich hin zum Ziel.

Die Natur bietet gerade im Frühjahr eine Vielzahl an Erlebnissen und Eindrücken. Geniessen Sie energiebringende Wanderungen durch die vom Winterschlaf erwachte Natur. Lassen Sie bei einer rasanten Velofahrt die frische Luft am Körper vorbeigleiten, oder werden Sie bei einer Biketour Zeuge, wie auch an den letzten schattigen Plätzen der weisse Winterzauber dahinschmilzt. Ausflüge in die reiche Natur sind besonders in der Frühlingszeit kaum zu überbieten. Im Aargau warten eine Vielzahl an einzigartigen Erlebnissen darauf, entdeckt zu werden. Warten doch knapp 100 Themenwege, über 1600 Wanderkilometer und knapp 1000 km ausgeschilderte Velorouten darauf, wieder regen Anspruch genommen zu werden. Gepaart mit dem Besuch einer kulturellen oder historischen Stätte wird der Ausflug in die Natur zum unvergesslichen Erlebnis.

Und letztendlich ist das Schöne an der Geschichte: nach so viel Sauerstoff, Eindrücken und Bewegung ist es einem nicht verwehrt, den Ausflug in einer gemütlichen Gaststätte ohne Reue ausklingen zu lassen.

Andrea Lehner ist Geschäftsführerin von Aargau Tourismus.

Diese Stadt ist so nachhaltig wie die Natur



KARL JOSEF VERDORFER
REDAKTOR

**Zum Thema
Florenz**

Für einen Italienisch-Kurs von vier Wochen an den kürzesten Tagen des Jahres reiste ich nach Florenz. Mein Logis war in einem Renaissancehaus, das in keinem Reiseführer steht, so wenig wie der Nachbarbau aus dem Mittelalter, der Ringe fürs Anbinden der Rösser und Fassungen für Fackeln trägt. Fünf Minuten bis zur Schule, und der Weg führt an der besten Gelerteria der Stadt («Vivoli») vorbei. Erste Ahnung des Studenten: Dies wird nachhaltig!

Florenz ist auch so freundlich, zur Ankunft des Studenten aus Bern die «sechs schönsten Jogging-Pisten der Welt» zu eröffnen. Es ist Front-Story des Magazins «The Florentine», illustriert mit einer Läuferin auf den Stufen des Klosters San Miniato al Monte. Die Pisten führen vom Sportzentrum A.S.S.I. am Anstieg des Viale Michelangelo über Distanzen von einem bis sechs Kilometern bis zur Porta Romana im Süden. Mein Lieblingslauf unter den sechs führt längs eines von Michel-

«Florenz ist so freundlich, zu meiner Ankunft die «6 schönsten Jogging-Pisten der Welt» zu eröffnen.»

angelo konzipierten Schutzwalls durch einen Pinienhain, der mit seinen Denkmälern und Kreuzen gefallene italienische Soldaten und Rotkreuz-Kräfte ehrt. Der Hain ist so gross, dass es nicht pietätlos wirkt, auf dem weichen Pinienhumus zu joggen.

Als der Student zum ersten Mal über den aussichtsreichen Hügel ob Florenz läuft, blickt er hinauf zum Klosterportal aus weissem Carrara-Marmor im Wechsel mit grünem Serpentin, und entdeckt an der Tür den Avis für eine «Riflessione sulla bellezza», Reflexion über die Schönheit. In der Krypta, dem ältesten Teil des Klosters, das im 20. Jahrhundert wieder erbaut wurde, ist einer von rund 200 Zuhörern eines Benediktiner-Mönchs, der mit Beleg durch Zitate ab Augustinus bis Simone Weil

eine zweistündige Reflexion in freier Rede und mit Einbezug des Publikums veranstaltet. An einem anderen, früh dämmernden, winterlichen Abend sagt der gleiche Benediktiner vor Publikum auf dem Hügel ob Florenz: «Auch an den kürzesten, dunkelsten Tagen tragen die Pflanzen den Keim des Frühlings in sich. L'estate è vicina – der Sommer ist nah.» Ja, danke, das findet sich bestätigt. Florenz ist bei mir nachhaltig und präsent wie die Natur.



«Die Rennen in Crans-Montana können sicherlich unter dem Zeichen der Olympia-Revanche stehen.»

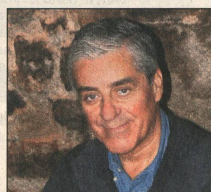
Marius Robyr OK-Chef Weltcup 5.-7. März



Schweizer Gastfreundschaft mit Walliser Raclette in Paris, stilgerecht serviert von Vinea-Leuten. Bilder Elisabeth Hübner



Die neue Spitze der Vinea präsentiert sich in Paris: Elisabeth Pasquier ist Direktorin, François Murisier amtiert als neuer Präsident.



Sergio Correa Undurraga, Juror aus Chile, liebt Schweizer Wein.



Schweizer Jurorin France Massy mit Mike Favre, Mondial du Pinot noir.



Federico Castellucci (r.), Direktor OIV, lauscht einem Juror aus Italien.



Ulrich Lehner, Schweizer Botschafter in Paris und Ehrengast.



Corinne Clavien, die Önologin des Kantons Wallis.

Sesselrücken

Personelle Veränderungen an der Hotelfachschule Luzern

Vergangenen Freitag verabschiedete sich Peter Durrer (Bild) als Leiter Ausbildung und Vizedirektor der Hotelfachschule Luzern. Er wird Di-



Alain D. Bollat

rektor des Bürgenstock-Hotels Honegg. An der SHL wird er weiter unterrichten. Den Bereich Ausbildung leitet neu Christa Augsburger, den Bereich «Praktika» betreut neu Simone Rogge. sls

Neues «Olten Info» beim Bahnhof vereint drei Partner

Für «Olten Info» und seine neue Informationsstelle in Bahnhofsnähe sind drei Partner unter einem Dach vereint: der Verein Region Olten



zvg

Tourismus mit dem Tourist Center, die Stadttheater Olten AG und die Wirtschaftsförderung Region Olten. Geschäftsführerin Maria Sägger (Bild) und ihre Kolleginnen Barbara Wirz und Tatjana Scheiwiler sind die erste Anlaufstelle für alle Informationen.

Wechsel der Direktorin im Lindner Beau Rivage Interlaken

Seit 1. März ist Andrea Kunz (41, Bild) Direktorin des Lindner Grand Hotels Beau Rivage in Interlaken. Sie folgt auf Amelie Wegeler.



zvg

Kunz war zuvor Direktorin des Lindner Hotels Windrose auf Sylt. Im «Beau Rivage» werde sich Andrea Kunz «in Zukunft der Herausforderung des anspruchsvollen Schweizer Marktes stellen und im 5-Sterne-Haus sowohl den Bedürfnissen von Ferien- als auch Tagungsgästen gerecht werden». kjv

Schweizer Luft in Paris

Die Vereinigung Vinea positioniert sich als Plattform für Schweizer Weine. Und lud in Paris 120 internationale Wein-Juroren zum Raclette.

ELSBETH HÜBNER

Sie schabten Raclette im Akkord-Tempo auf die Teller, sie wieselten mit Petite Arvine (VS), Dézaley Clos des Abbayes (VD) und Chasselas Auvernier (NE) von Glas zu Glas. Die «Vinea»-Equipe hatte am vergangenen Sonntagabend das Pariser Weinmuseum im Handumdrehen in ein rustikales Carnotzet verwandelt und schuf mitten in der französischen

Hauptstadt ein Stück Schweizer Welt. Geladen waren die 120 Weinexperten, welche während fünf Tagen in Paris total 3200 eingereichte Weine prüften und die begehrten «Vinalies»-Medaillen verliehen (www.vinalies-internationales.com). Sie kamen aus aller Herren Länder – und freuten sich, mit 10 verschiedenen Schweizer Weinen, Raclette von drei Alpkäsen, Roggenbrot und Trockenfleisch in ihnen unbekanntes Stück kulinarische Schweiz kennenzulernen.

«Eine gute Präsentation für unser kleines Land», freute sich denn auch François Murisier, der als eben gewählter Vinea-Präsident die beiden bisherigen Co-Vorgänger Vincent Bonvin und Dominique Rouvinez ablöst. «Das Echo ist ausgezeichnet», betonte auch Elisabeth Pasquier, vormals Generalsekretärin und neue Direktorin. Für 2010 organisiert sie eine Rekordzahl von sieben Weinconcours und gibt zudem die 4. Auflage des Schweizer Weinführers heraus.

Gaumenzauber und Kontakte

Drei Generationen Studierende trafen sich am Kontakttag der Hotelfachschule Thun. Er stand im Zeichen einer Food-Festival-Präsentation: «Gaumenzauber – Magie für alle Sinne».

KARL JOSEF VERDING

Rund 60 an der Ausbildung Interessierte, aktive Studierende des jetzigen 5. Semesters sowie Ehemalige fanden sich ein. Das Food Festival stand im Zeichen der Konzepte einer Arbeitsgruppe von sechs Studierenden für das Grand-

hotel Giessbach in Brienz. Matthias Kögl, Direktor des Grandhotels Giessbach, liess sich beim Mittags-

buffet überzeugen, dass die von den Studierenden präsentierten Ideen kulinarisch umsetzbar sind.



Das Food-Festival «Gaumenzauber – Magie für alle Sinne» erarbeiteten und präsentierten (v.l.n.r.): Christian Wagner, Judith Elmiger, Yvonne Jeanneret, Barbara Gätzl, Diana Eberhardt und Selim Tolga.

Olympiasieger Ammann und Schmid im «Radisson Blu», Zurich Airport

Goldgewinner Simon Ammann und Mike Schmid kamen mit Swiss Olympic ins Radisson Blu Hotel, Zurich Airport.

Die beiden Schweizer Olympiasieger Simon Ammann und Mike Schmid waren anlässlich der offiziellen Pressekonferenz von Swiss Olympic zu Gast im Radisson Blu Hotel, Zurich Airport. General Manager Werner Knechtli freute sich über die prominenten Gäste: Mike Schmid als erster Gewinner der neuen olympischen Disziplin Ski-Cross und Simon Ammann als Doppelolympiasieger im Skispringen und insgesamt vierfacher Olympia-Goldmedaillengewinner (2 x im 2002 in Salt Lake City und 2 x im Vancouver 2010). kjv



Werner Knechtli, GM Radisson Blu Hotel, mit den Olympiasiegern Mike Schmid und Simon Ammann.



zvg

hoteljob.ch

Das führende Schweizer Stellenportal für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse.

Ohne Sicherheit geht gar nichts!

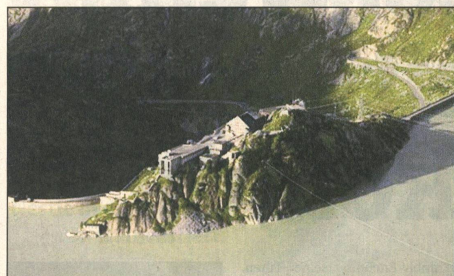


www.loomis.ch
info@loomis.com
Telefon +41 79 210 45 72

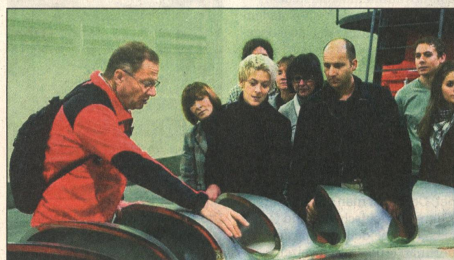
Lassen Sie Ihr Geld sicher abholen, zählen und auf Ihr Konto einzahlen.
Und dies zu einem fairen Dienstleistungspreis!

**LOOMIS – Ihre professionelle
Cash-Logistik-Unternehmung**

Industrie. Tourismus. Die beiden Bereiche lassen sich erfolgreich kombinieren. Ein Paradebeispiel für eine sinnvolle und attraktive Vermählung beider Komponenten ist die Grimselwelt.



Das Hotel Grimsel Hospiz liegt auf einem Felsen im Stausee.



120 Guides sind eingesetzt, um durch die Werkanlagen zu führen.



Nervenkitzel auf der steilsten Standseilbahn der Welt: Die heute bei Touristen begehrte Gelderbahn transportierte ursprünglich die Werkarbeiter.

Erlebnis dank Wasserkraft

Seit zehn Jahren haben die KWO ihre «Grimselwelt» für Besucher geöffnet. Die spektakulären Werkanlagen und Hotels zogen 2009 gegen 28 000 Touristen an.

ELSBETH HOBMEIER

Die «Grimselwelt» liefert mit ihren neun Wasserkraftwerken den Strom für über eine Million Menschen in der Schweiz. Sie ist die grösste derartige Anlage in unserem Land und auch die bedeutendste im ganzen Alpenraum. Was über Jahrzehnte hinweg sozusagen hinter den Kulissen der grandiosen Bergwelt rund um Grimsel und Susten geschah, ist seit rund zehn Jahren «öffentlich» geworden: Die Kraftwerke Oberhasli AG (KWO) beschloss damals, ihre spektakulären

Werkanlagen für Besucher zu öffnen und die Turbinenräume, Kristallkluften und Werkbahnen mit Führungen zugänglich zu machen.

Das immense Interesse der Schweizer Bevölkerung, aber auch der Touristen aus aller Welt mag die KWO-Spitze wohl selber überrascht haben. Im vergangenen Jahr wollten insgesamt 27 500 Menschen diesen Blick hinter die Kulissen wagen und nahmen an einer Führung teil. Allein 3000 Leute besuchten die neue Führung «Der Strom entsteht», die extra für Spontanbesu-

cher geschaffen wurde. Damit stieg auch der Bedarf an Guides: 120 Personen sind heute bei der KWO für die Führungen und für den touristischen Bereich tätig. «Wir sind stolz darauf, die Herkunft unseres Grimselstroms zu zeigen», betont denn auch CEO Gianni Biasiutti, «unsere Botschaft ist die Wasserkraft als umwelt- und klimaschonende, nachhaltige Energieversorgung.»

Drei Bergbahnen, zwei Hotels und zwei bewirtschaftete Berghütten, eine Kristallkluff, ein Klettersteig, eine Panoramastrasse und ein ganzes Netz von Stollenanlagen gehören zum Reich der touristischen «Grimselwelt». «Alle Anlagen wurden einst für die Arbeiter, für die Ingenieure oder auch fürs Militär erstellt», betont Ernst Baumberger, der als Leiter der Kommunikation für die Vermarktung des touristischen Angebots zuständig ist. Das ehrwürdige Grimsel-Hospiz wurde soeben umfassend renoviert und wird seinen historischen Arvensaal, den Turmsaal aus der Gründerzeit und die modern gestalteten Gästezimmer am 3. Juni offiziell einweihen. Angedacht ist ein Beitritt zur Vereinigung

der «Historischen Hotels», und auch eine Ausweitung auf eine ganzjährige Öffnung (mit Zufahrt via Stollen) ist in Prüfung. Gut auf Kurs mit einer Auslastung über 75 Prozent ist die «Handeck», die sich als Kinder- und Familienhotel positioniert hat und mit eigener Käserei, grossem Kinderspielfeld, Gourmetrestaurant und Wohlfühlhause verschiedenste Bedürfnisse abdeckt. Die hoch gelegene Oberaarhütte dagegen ist nur im Hochsommer offen und vor allem von Berggängern geschätzt. Diese drei Betriebe stehen unter der Leitung von Mark von Weissenfluh, der grossen Wert auf die Verwendung von regionalen Produkten und Materialien sowohl in der Ausstattung der Zimmer wie auch in der Küche legt.

Ein besonderes touristisches Aushängeschild sind die KWO-Bahnen in der «Grimselwelt»: Während die Meiringen-Innertkirchenbahn (MIB) sitzhaft auf Schienen tuckert und die Aareschlucht erschliesst, schwebt die Tällibahn hinauf zur gleichnamigen Berghütte. Etwas Mut erfordert das Besteigen

der Gelderbahn, die mit 106 Prozent Steigung fast senkrecht am Felsen hängt. Das Gebiet bietet jede Menge Wanderwege und zwei spektakuläre Hängebrücken – es lässt sich dank einem Angebot von Alpakas gepäcklos während sechs Tagen erwandern. www.grimselwelt.ch

Was finden Sie wo im fokus?

**Fabrikführungen bei
Ferien Gästen beliebt**

Seite 8

**Packages für die neue
Cailler-Erlebniswelt**

Seite 9

**Schweizer Modelabels
sind weltweit bekannt**

Seite 10

**Erlebnis Automobil:
Technik interessiert**

Seite 11

htr-online:
www.htr.ch/fokus

Pionierprojekt Swarovski

Ein Vorzeigeprojekt für die Verbindung von Industrie und Tourismus sind die von Multimediakünstler André Heller konzipierten und 1995 eröffneten Swarovski-Kristallwelten im tirolischen Wattens. Bis heute haben sie mehr als 9 Millionen Besucher aus der ganzen Welt angezogen. Die 8500 Quadratmeter grossen Erlebniswelten, in denen hochstehende kulturelle Anlässe durchgeführt werden, gehören zu Österreichs beliebtesten Touris-

mus-Attraktionen. 2003 und 2007 sind die Räume umgestaltet worden. 10 Mio. Euro flossen allein in den Bau eines Labyrinths.

Die mystischen Kristallwelten laden die Besucher ein zu einer Reise durch 14 «Wunderkammern», vorbei an kristallinen Objekten namhafter Künstler. In einem an den Parcours anschliessenden Bereich wird anhand von Filmen und Dokumenten die Swarovski-Unternehmensgeschichte erzählt. Integriert in das Besucher-

zentrum ist ein Shop mit allen Swarovski-Produkten.

In den Ausstellungsräumen dominiert Kristall, im Restaurant herrscht Granit als Repräsentant der Tiroler Bergwelt vor. Im angrenzenden «Zero», einem ovalen Raum in Weiss, kann exquisit gespielt werden. Vermarktet werden die Kristallwelten von der Swarovski tourism service GmbH. Die Verbindung der Bereiche Kultur, Handel und Tourismus soll die Marke Swarovski stärken. ck



**Mächtiger Kristall, in
der Grimsel-Kristall-
kluff zu bewundern.**

Das perfekte Instrument für
**Hotel, Restaurant
und Piano Bar**

Roland Digital Grand Pianos

Roland (Switzerland) AG, Landstrasse 5, CH-4452 Itingen, Tel. 061 975 99 99, www.rolandmusik.ch

Vive la différence!

6.-9. JUNI 2010
Centre de Congrès Montreux SA

ZAGG
Montreux

Die Schweizer Fachmesse für
Gastgewerbe, Hotellerie und
Gemeinschaftsgastronomie

www.zagg.ch | info@zagg.ch

MIT
Marktreueheiten, Trends ZAGG
Lounge Welt des Weins Einrichtung,
Infrastruktur Confiserie,
Desserts Ausbildung, Schulen
Ausruhen, Grosshändler

HÄFELE
FINDING BETTER WAYS

Mehr Komfort für Gäste,
Personal und Management:
Mit dem elektronischen
Schliesssystem Dialog

dia lock

Häfele Schweiz AG
8280 Kreuzlingen | Tel. 071 686 82 00 | www.haefele.com

Industrie. Lebensmittel. Biscuits, Käse, Schokolade, Wein: was schmeckt, zieht Leute an. Einerseits, weil man in der Fabrik degustieren kann, andererseits, weil man günstiger einkaufen kann. Das dient auch dem Tourismus.



Bei Kambly in Trubschachen kann man Biscuits direkt ab Produktion kaufen. Das ist beliebt.

Bilder zvg

Kaffee, Wein, Biscuits und Schokolade

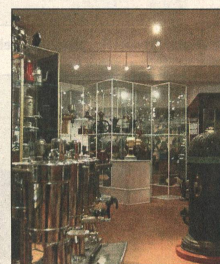
Schlechtwetter-alternative Fabrikführung: der Kauf ab Produktion ist bei Touristen beliebt. Firmen nützen das für Image und Absatz.

GUDRUN SCHLENCZEK

Wo man degustieren und frisch ab Produktion günstig und gut einkaufen kann, da zieht es Touristen hin. Zum Beispiel zu Kambly ins emmentalische Trubschachen. Der Schweizer Biscuit-Hersteller ist auf den Geschmack gekommen und baute innert der letzten zehn Jahren den anfänglichen Kiosk zu einem ansehnlichen Fabrikladen aus. In diesem kann der Kunde nicht nur nach Herzenslust degustieren, er kann die Guetli auch gleich halbkilo-

weise erstehen. «Kambly-Erlebnis» seine Türen. Künftig solle dieses einen wichtigen Bestandteil des touristischen Angebots des Emmentals darstellen.

Klar im Fokus der Schokoladenwelt von Maestrani in Flawil dagegen steht der Fabrikladen. «Viele Firmen unterschätzen das Potenzial eines eigenen Outlets», meint Geschäftsleitungsmitglied Ulrich Meier. Der Outlet-Umsatz sei im 2009 mehr gewachsen als das reguläre Geschäft. Deshalb hat man im neuen Shoppingcenter Alpenrhein gleich noch ein zweites Outlet eröffnet. Dort trifft man auf Transittouristen aus Deutschland und Österreich, die beiden wichtigsten Exportmärkte des Ostschweizer Schokoladenherstellers. «In unseren Outlets können wir unser gesamtes Sortiment präsentieren», betont Meier. Positiv auf den Fabrikladenumsatz in Flawil wirken sich die Fabrikführungen aus. Die Schokoladengiebkurse dagegen will man aus kommerziellen Gründen nicht mehr forcieren. Nicht zu unterschätzen sei der Laden auch in Sachen Marktforschung. «Neue Aromen testen wir erst mal im Outlet», so Meier. Das spare teure Befragungen via Institute.

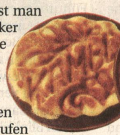


Das Kaffeehausmuseum von Badilatti ist jeden Nachmittag offen.

Mehr als Dienst für den lokalen Tourismus versteht sich das Outlet. In der Saison jeden Nachmittag geöffnet ist zudem das hauseigene Museum mit bedienter Café- und Verkaufsecke. Das gedruckte Programm liegt in den örtlichen Tourismusbüros auf. «Wir bieten dem Engadiner Touristen eine Schlechtwetteralternative», meint Badilatti, der vom Tourismus auch profitiert: «Im Engadin trifft man die internationale Top-Kundschaft an.» Den Exportanteil von heute 20 Prozent möchte man nämlich gern noch steigern.

Ein Schaufenster für Walliser Weine: Château de Villa

Wer Walliser Weine umfassend kennenlernen will, reist am besten zum Château de Villa in Sierre: In der Ökothek des Schlosses aus dem 16. Jahrhundert kann man Weine aus über 100 Weinkellern kaufen. Pro Flasche sind die Weine nur ein bis zwei Franken teurer als direkt



Kambly-Biscuits aus dem Emmental.

Daniel Leo Badilatti sein Engagement: Seine Kaffeeösterie in Zuoz, die höchstgelegene Europas, offeriert jeden Donnerstag eine Betriebsbesichtigung und ebenso kostenlos rund 16 Kulturveranstaltungen im Jahr – vom Jazz-Nachmittag bis zur Philo-

«Viele Firmen unterschätzen das Potenzial eines eigenen Outlets.»

Ulrich Meier

Maestrani Schweizer Schokoladen AG

Schaukäsereien Gruyères zieht halbe Million an

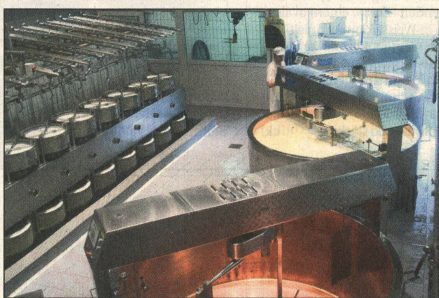
Mit 548 198 Besuchern ist La Maison du Gruyère, die Greyerzer Schaukäserei in Pringy-Gruyères, die erfolgreichste der ganzen Art im Heimatland weltbekannter Käsesorten, der Schweiz. Ergänzt wird die Attraktion von Gruyères durch die traditionelle Alp-Schaukäserei in Moléson-Dorf.

Der «Gruyère AOC» ist ein Schweizer Spitzenprodukt. Viermal am Tag wird er vor den Augen der Besucher hergestellt. Eine Kooperative von 36 Bauern liefert dazu die Milch. Produziert werden in

der Maison du Gruyère 4075 Tonnen Käse pro Jahr. Insgesamt produzieren 180 Gruyère-Käsereien im Gebiet der Appellation d'Origine Contrôlée AOC 29 000 Tonnen Käse pro Jahr. Getragen wird La Maison du Gruyère von einer Privatgesellschaft, die von der Interprofession du Gruyère und vom Schweizer Käse-Marketing unterstützt wird. Die Profite von La Maison du Gruyère werden stets in die Anlage reinvestiert.

Der Eintritt in die Schaukäserei mit Restaurant ist frei. Bezahl wird für den Eintritt zur spielerisch-sinnlich gestalteten Ausstellung, wo unter anderem die Geruchs- und Geschmackssinne getestet werden. 122 308 Besucher zählten den Eintritt im 2009. Davon machen die in Gruppen anreisenden Besucher mit 41 343 etwa ein Drittel aus.

Fabienne Porchet leitet Marketing und Kommunikation von La Maison du Gruyère. Auf die Frage nach der Zahl der Besucher aus dem Ausland und den dabei dominierenden Ländern antwortet sie:



Modernes Gerät für klassischen Gout: die Greyerzer-Schaukäserei.

«Es gibt keine Statistik, sondern nur Schätzungen: Aus der Schweiz sind es demnach 45 Prozent, aus dem übrigen Europa 30 Prozent, je 5 Prozent aus UK, den USA und Russland, und bereits 10 Prozent aus Asien.»

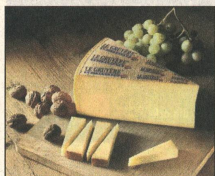
Die Ausländer kommen meist in Gruppen, Incoming-Agenturen bringen Besucher aus der ganzen

Welt. Und: «Im letzten Sommer hatten wir viele Araber», stellt Fabienne Porchet fest. «Entsprechend halten wir die Übersetzungen bereit – sechs Sprachen auf dem Audio-Guide, und alle anderen, darunter Arabisch und Tunesisch, mit schriftlichem Material.» 268 000 Gäste besuchten im 2009 die Appenzeller Schaukäserei

in Stein AR. Sie wird von einer Genossenschaft getragen und von der Sortenorganisation des Appenzeller Käses, der alle Hersteller untersteht, unterstützt. 871 geführte Besichtigungen gab es. «Aus Erfahrung würde ich sagen, dass 65 Prozent Gruppengäste sind und 35 Prozent Individualgäste», sagt Simone Zuberbühler-Schmid, Leiterin Marketing Services der Genossenschaft. Und: 77 Prozent aller Gäste kommen aus dem Ausland. Deutschland hat die Nase vorn. Dann folgen Frankreich und UK. Immer mehr Gäste empfangen wir aus Asien und Amerika.»

Im Käse- und Souvenirshop sind die beliebtesten Produkte mit Abstand die fünf Sorten Appenzeller Käse. Im Restaurant sind die Appenzeller Chäsömmli mit und ohne Siedwurst das beliebteste Gericht. Im Shop wurden 2009 über 24 000 Kilo Käse verkauft. Davon waren 90 Prozent Appenzeller Käse. Das Restaurant verarbeitete rund 3500 Kilogramm Appenzeller Käse.

kjv



Spitzenprodukt mit Gütesiegel: der «Gruyère AOC».

beim Winzer. Man verstehe sich als «Schaufenster der Walliser Weine» betont Direktor Dominique Fornage. Wer noch mehr zum Thema Wein wissen will, kann das gegenüberliegende Museum und seine Fortsetzung in Salgesch besuchen.

Jede Woche stehen im Château de Villa acht Weine von vier Winzern zur Verkostung (für ca. Fr. 3.50 pro Wein). Kombinieren kann das der Besucher mit einem typischen Walliser Essen im Schloss-Restaurant: Dort stehen Walliser Spezialitäten wie Raclette, Fondue oder Walliser Platte auf der Karte. Das Dreigangmenü mit Raclette à discrétion kostet pro Person 49 Franken. «Unsere Aufgabe ist es, Walliser Produkte bekannter zu machen», erklärt Fornage den Zweck der Stiftung. Und das gelingt anscheinend gut: 2009 wurden 10 000 Fondues aufgetischt und 25 000 Personen assen Raclette. Im Restaurant kredenzte man 20 000 Flaschen Walliser Weine, und in der Ökothek wechselten 35 000 Weinflaschen ihren Besitzer. Kein Wunder gewährt man im Château de Villa Tour-Operators keinen Rabatt, denn die Nachfrage stimmt auch so.

Industrie. Region. Gute Produkte können eine Region touristisch aufwerten. Die neue Cailler-Erlebniswelt ist für Gruyères ein Glücksfall. Und Victorinox bringt einer relativ unbekannten Region viele Tagesgäste.

Neue süsse Erlebniswelt

Die Maison Cailler in Broc eröffnet im April sein neues Besucherzentrum. 7 Mio. Franken hat Nestlé in die Erlebniswelt investiert.

CHRISTINE KÜNZLER

Mit der neuen Erlebniswelt wollen wir in der Region Gruyère touristisch einiges bewegen, sagt Thomas Tschuur, Manager der Maison Cailler in Broc. Es soll zu einer touristischen Attraktion werden. 180 000 Besucher erwartet er jährlich. Das 7 Mio. Franken teure Besucherzentrum ist ganzjährig geöffnet. Zurzeit entwickelt Tschuur mit Touristikern und Leistungsträgern der Region wie der Greizer Schaukäserei Packages, in denen die Maison Cailler integriert ist. Gruyère Tourisme und einige Hoteliers bieten schon buchbare Angebote. Geplant sind auch Kooperationen mit Buspartnern und Tour-Operatoren. Auch bezüglich ÖV ist einiges im Gang. Hauptpartner sind Rail Away sowie Golden Pass, der die Gäste mit dem Schokoladenzug von Montreux über Gruyères nach Broc fährt. Letztes Jahr brachte er rund 7000 Besucher nach Broc, wo im Cailler-Haus ein Rundgang mit Degustation gebucht werden konnte.

Ein traditioneller Ort auch für Einheimische

«Wir wollen die Maison Cailler lokal und regional gut verankern.

Es soll ein Ort sein, der den Einheimischen gehört und auf den sie stolz sind, sagt



In der neuen Erlebniswelt der Maison Cailler taucht der Besucher ein in die Geschichte rund um die Schokolade.



Tschuur. «Wir leben hier eine fast 200-jährige Tradition.» Im Besucherzentrum der Maison Cailler, wo nach wie vor die Schokolade produziert wird, gibt es denn auch Bilder der 56 Greizer Bauern zu sehen, deren 1775 Kühe die Milch für die Schoggi liefern.

Auf seinem Rundgang durch die

Erlebniswelt taucht der Gast ein in die Geschichte der Schokolade. Die moderne Inszenierung mit Bild, Licht und Ton vermittelt ein sinnliches Erlebnis. Und auch ein kulinarisches: An der Produktionslinie gibt es nach Herzenslust Branchli zu degustieren. «Die Bauchschmerzen melden sich erst auf der Heimreise», witzelt Otto Steiner, der das Besucherzentrum inszeniert. Der Besucher erfährt, wie die Kakao-Bohne an den spanischen Hof und später in die Schweiz gekommen war. Und wie die Schokolade den Weg vom Adel in die Arbeiterschicht und in die heutige Zeit geschafft hat. Im «Atelier du chocolat» kann sich der Besucher zudem in Seminaren

in die Kunst des Chocolatiers einführen lassen.

«Zückt ein Besucher am Ausgang sein Handy und ruft seine Freunde an, um ihnen zu erzählen, dass ihn die Ausstellung begeistert, dann ist ein Besucherzentrum erfolgreich», so Steiner. Er konzipierte unter anderem auch die Attraktionen der Glasi in Hergiswil, die seit über 20 Jahren jährlich 200 000 Gäste anziehen. Zum Vergleich: Die Erlebnis-ausstellung in der Jura World of Coffee in Niederbuchsiten besuchten letztes Jahr gerade mal «gut 30 000 Personen», heisst es auf Anfrage.

Was braucht es, um ein Besucherzentrum nachhaltig attraktiv zu gestalten? «Wichtig», sagt Stei-

ner, «sind der Start und der Schluss: Der Besucher muss abgeholt werden. Und nach dem Staunen muss er seine Beine vertreten können.» Das kann er in der Maison Cailler auf dem Kinderspielfeld, der das Thema Milch, Gruyères und Schokolade aufnimmt oder in der Schoggi-Küche: Dort lädt ein Koch Kinder und Erwachsene zum Experimentieren ein. Von da gelangt der Besucher in den Fabrikladen im Eingangsreich, wo auch die Cafeteria steht.

«Ein gutes Restaurant und eine schöne Umgebung helfen, Kundenbindung aufzubauen, Emotionen und langfristig Wertschöpfung zu schaffen», so Steiner.

«Mit der neuen Erlebniswelt wollen wir in der Region touristisch einiges bewegen.»

Thomas Tschuur
Manager Maison Cailler

Wie wird richtig inszeniert?

Fünf Kriterien braucht es für eine erfolgreiche Inszenierung, sagt Steiner. Als Erstes muss der Standort stimmen. Das Thema, das umgesetzt wird, soll interessieren und bewegen. «Man kann zwar aus jedem Thema eine Ausstellung gestalten, doch nicht alle lassen sich so einfach inszenieren wie Schokolade.» Ausschlaggebend für den Erfolg sei auch die Haltung des Unternehmers: «Er muss eine Leidenschaft für Besucher haben und ehrlich und authentisch sein.» Werbesprüche findet Steiner im Besucherzentrum kontraproduktiv. «Der Unternehmer darf den Besuchern ruhig auch Insiderwissen erzählen, das für seine Firma weniger angenehm ist.»

Die thematischen Grundlagen für die Ausstellung müssen gut aufgearbeitet und in einer poetischen Form erzählt werden. Geschichten also, die Kinder und Erwachsene fesseln, zum Nachdenken anregen, Begeisterung und Staunen auslösen, kurz: die Gefühlsebene ansprechen. Der letzte, nicht unwichtige Punkt für das Gelingen eines Besucherzentrums sind die finanziellen Mittel, die der Unternehmer zu investieren bereit ist. «Wir rechnen mit 100 Franken pro anvisierten Besucher. Wer also 200 000 Besucher jährlich anpeilt, muss 20 Mio. Franken investieren.»

Swiss Knife Valley Nr. 1 im Ranking der Ausflüge

Gemäss dem Index von BAK Basel Economics und Seco zur Ausflugs-Attraktivität ist das Swiss Knife Valley die Schweizer Nr. 1. Besonders stark ist es bei «Familie & Erlebnis», «Sport & Adventure» sowie «Wandern» indiziert. Das Ranking gehört zu dem im Januar 2010 veröffentlichten Schlussbericht des Internationalen Benchmarking-Programms für den Schweizer Tourismus.

Die Destination reüssiert vor allem im Schweizer Nah- und Heimmarkt. «Wir setzen unsere Werbemittel dort ein, wo das grösste Potenzial für unsere Partner vorhanden ist», sagt Marcel Murri, Geschäftsführer der Swiss Knife Valley AG: «Der Tagestourismus macht 80 Prozent des touristischen Umsatzes im Kanton Schwyz aus.»

«Swiss Knife Valley» ist eine Dachmarke für Wirtschaft, Tourismus und Kultur in der Region Schwyz, oder geografisch korrekter: im Gebiet Innerschwyz. Marcel Murri beschreibt ihre Grundidee: «Die Regionalmarke Swiss Knife Valley orientiert sich am weltweit bekannten «Swiss Army Knife» und

dem positiven Image, welches die Firma Victorinox aus dem Kantonshauptort Schwyz hat.» Mit dem Swiss Knife Valley solle «die faszinierende Heimatregion des überaus populären Schweizer Taschenmessers» bekannter gemacht werden. Und: «Dazu kann, dass das Gebiet zwischen Rigi und Mythen über keinen starken Bekanntheitsgrad verfügt. Wir sagten uns, lieber mit einem besonderen Namen auffallen, als dass gar nicht über uns gesprochen wird.»

Das Jahresbudget der Swiss Knife Valley AG beträgt rund 500 000 Franken, «Tendenz steigend», so Murri. Aktionäre sind rund 50 Tourismusunternehmen und Verkehrsvereine sowie verschiedene Wirtschaftsunternehmen.

In welcher Weise koordinieren die anderen Tourismusorganisati-

onen der Region, also etwa Schwyz Tourismus, ihre Arbeit mit dem Swiss Knife Valley? Dazu Geschäftsführer Murri: «Es besteht eine klare Aufgabenteilung zwischen der kantonalen Tourismusorganisation Schwyz Tourismus und der Swiss Knife Valley AG. Während Schwyz Tourismus die Angebote aus dem ganzen Kanton bündelt und diese mit Luzern Touris-

Weltbekannt: das «Swiss Army Knife» aus dem Kantonshauptort Schwyz.

mus und Schweiz Tourismus auf deren nationalen und internationalen Marketingplattformen vertreibt, konzentriert sich die Swiss Knife Valley AG auf die eigenständige Bearbeitung des Schweizer Nah- und Heimmarktes.» Dabei werde das Swiss Knife Valley als «äusserst vielseitige Ausflugsdestination in nächster Nähe positioniert.»

Valentine
Fritusen Tellerwämer Teigwarenkoher
Was hält länger?
www.bertschi-valentine.ch

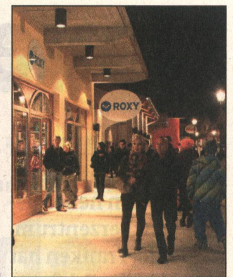


Ein Erlebnis: die Produktion des Namensgebers des Swiss Knife Valley.

Industrie. Mode und Schmuck. Während Bally-Schuhe und Bucherer-Schmuck seit Jahrzehnten die Herzen der Touristen höher schlagen lassen, hat die wetterfeste Freitag-Tasche den japanischen Markt erst jüngst erobert.

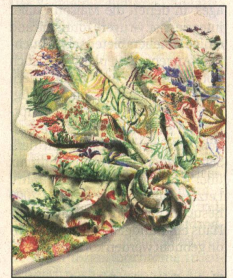


Seit der Erfindung der Freitag-Tasche aus gebrauchten LKW-Planen und Autogurten sind 14 Jahre vergangen. Mittlerweile hat die wetterfeste Tasche auch die Reise von Zürich nach Japan überstanden und sorgt dort für grosses Aufsehen.



Das Alpenrhein Village soll zum Outlet-Shopping-Mekka werden.

lektionen im Regal, und die Asiaten greifen tief in die Tasche. Welche Kollektionen in China absatzstark sind, lässt sich gut eruieren. Bally ist bereits seit zehn Jahren in China vertreten. Aber nicht nur der Lagerbestand in den Schweizer Shops muss für die Touristen stimmen, auch die Effizienz des Verkaufspersonals ist entscheidend. Denn ist der Tourist erst mal im Laden, geht alles blitzschnell. Oft haben asiatische Kunden nur 15 Minuten Zeit, die Shopping-Tour durch die Schweiz ist straff organisiert. Je



André Stutz macht mit seinen Foulards in Russland Furore.

Auf den Spuren der Schweizer Modelabels



Ein Bally-Schuh hat Tradition und steht für Swissness pur.

Gäste aus Russland, China oder Japan sind wild auf Schweizer Designer. Sie kaufen Freitag-Taschen, Foulards von Seidenkönig André Stutz und decken sich mit Bally-Produkten ein.

SIMONE LEITNER

Es gal ob das Modelabel Bally zu einem amerikanischen oder nun zu einem österreichischen Konzern gehört, der Brand steht für die Schweiz und wirbt mit Swissness. Touristen aus Russland, Japan oder China sind wild auf die Schweizer Traditionsmarke. In Shops wie in Luzern wird stark auf den chinesischen Gast fokussiert. «Dieser Laden hat in der Schweiz den grössten Anteil an ausländischen Kunden», so ein Sprecher des Bally-Konzerns. Doch nur wenn der Lagerbestand stimmt, klingelt die Kasse: Kleine Schuhgrössen und spezielle Kol-



Freitag-Taschen sind in Japan sehr gefragt.

nach Reisetour der Touristen kommen sie auch nach Schönenwerd zum ehemaligen Hauptsitz von Bally. Vor allem während der Schmuck- und Uhrenmesse Baselworld wird der Outlet zum Pilgerort: «Wir sind bei Tour-Guides in Russland, Japan und China aufgelistet und daher bekannt», sagt ein Bally-Mitarbeiter. Auch die Japanerin Mie Schneider von der Japan

Bucherer Schmucke Welt

Die Bucherer AG ist in einer Tourismusregion gross geworden. Neben dem Stammhaus in Luzern führt das traditionsreiche Familienunternehmen inzwischen 14 weitere Verkaufsgeschäfte an den nobelsten Adressen in Basel, Bern, Davos, Genf, Lausanne, Locarno, Lugano, Interlaken, St. Gallen, St. Moritz, Zermatt und Zürich. Dazu kommen neun Standorte in Deutschland und zwei in Wien. Die Kundschaft ist die gleichgewiejen der Luxushotellerie. Kein Wunder kommen als Geschäftsführer hin und wieder auch Hoteliers zum Zuge. Aktuell sind es zwei aus dem Topmanagement: Tanja Fruithof als Direktorin des Bucherer-Geschäfts an der Bahnhofstrasse in Zürich leitete zuletzt als Generalmanagerin das traditionsreiche Hotel Les Trois Rois in Basel. Und Franz Reichholf wechselte vor



rund drei Jahren seine Stelle als Hoteldirektor des Hotels Giardino in Ascona gegen jene des Direktors von Bucherer in Lugano aus. «Manager aus der Luxushotellerie sind im Umgang mit unserer sehr hochstehenden Kundschaft gefibt», weiss Jörg Baumann, Direktor Marketing und Verkauf bei Bucherer. Solche erfahrenen Hoteliers haben zudem das nötige Netzwerk und das Feingefühl, wie man mit Luxushotels am besten den Kontakt pflegt. Denn die 4- und 5-Sterne-Hotellerie sei einer der wichtigsten «Eintrittspunkte», wie Baumann formuliert, vor allem bei jenen Touristensegmenten, denen der Schweizer Branchenleader im Bereich Uhren, Schmuck und Juwelen noch nicht so bekannt ist. In Hotelvittrinen präsentiert sich Bucherer dem Touristen, und wenn der Gast im Hotel nach ei-

nem geeigneten Geschäft fragt, sollte auch der Name Bucherer fallen. Als Gegenleistung lässt Bucherer jedes Jahr mehrere hunderttausend Ortspläne für Hotels und Tourismusbüros drucken. Daneben ist die Uhrenmarke Carl F. Bucherer Sponsor des Gault-Millau-Preises «Hotel des Jahres». «Wir konzentrieren uns bei der Werbung auf den Touristen, wenn er bereits in der Schweiz ist», betont Baumann. Auf eine Präsenz an internationalen Publikumsmessen verzichte man dagegen. Da sei der Streuverlust zu hoch. Bei der Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus steht mehr der Wissenstransfer als die Werbewirkung im Vordergrund. Obwohl der Schweizer der wichtigste Kunde für Bucherer ist, stellt man sich in den Bucherer-Geschäften ganz auf die internationale Kundschaft ein. 30 Sprachen würden insgesamt gesprochen – von Mandarin bis Holländisch. Vor allem der asiatische Markt, allen voran der chinesische, habe stark angezogen, so Baumann. Die entsprechenden Tour-Operators besuchten mit ihren Gruppen regelmässig Bucherer-Geschäfte. gsg



Anziehungspunkt: die Schaufenster von Bucherer.

Alain D. Bollat

Concierge AG organisiert nach Bedarf gerne Shoppingtouren zu Bally. «Das ist für den japanischen Markt ein sehr spannendes Produkt.»

Dass in den Quellschichten noch mehr Schweizer Designer Aufsehen erregen, dafür ist Schweiz Tourismus besorgt. Pressereisen durch die Schweiz mit ausländischen Journalisten führen zur Firma Frontline des «Seidenkönigs» André Stutz oder auch zu den legendären Brüdern Daniel und Markus Freitag. Während André Stutz mit seinen Seidenprodukten in Russland Furore macht, sind die Freitag-Taschen vor allem in Japan sehr gefragt.

Touristen im Visier hat auch die neue Outlet-Shopping-Destination Alpenrhein Village in Landquart. «Seit der Eröffnung im November hatten wir 260000 Besucher und sind sehr zufrieden», sagt Dagmar Schlichting, Marketing Manager. Die Öffnungszeiten am Sonntag sind gesetzlich noch nicht abgestimmt. «Für uns aber ein sehr wichtiger Tag, wir generieren am Sonntag rund 30 Prozent des Umsatzes.» Und die leerstehende Ladenfläche soll auch so schnell wie möglich vermietet werden: «Wir sind mit richtig grossen Brands in Verhandlung.» Mehr wollte und konnte die Marketingfrau nicht verraten.

Industrie. Technik. Emotionale Produkte wie Autos schaffen es ebenfalls, Gäste in ihren Bann zu ziehen. Umso mehr, wenn das Drumherum stimmt, wie in der Autostadt Wolfsburg. Auch Uhrmacherkunst interessiert.

So genannte Autostädte und -welten sind in Deutschland ein wichtiger Tourismusfaktor. Jährlich reisen Millionen an die Kultstätten.

DIETER SCHÜTZE

Die «Autostadt Wolfsburg», eine hundertprozentige Tochter der Volkswagen AG, ist eine Park- und Lagunenlandschaft auf einer Fläche von 23 Hektaren. Es sei das «erste Service- und Kommunikationszentrum seiner Art weltweit», sagen die Wolfsburg stolz.

Dazu gehören unter anderem neben 13 Restaurants (davon neun von Möwenpick), Ausstellungen und Inszenierungen zu Auto-Design, Marken-Pavillons der sieben zu VW gehörenden Automarken, als zusätzliche Attraktion «Erlebnis Automobil» mit Gelände-Parcours, Fahrsicherheits-Training, Simulatoren usw. Und natürlich das Kunden-Center, in dem sich im vorigen Jahr 200 412 Käufer «ihre» Autos abholten. Autos beim Hersteller abzuholen und damit auch die hohen «Überführungskosten» zu sparen, fand immer schon gerade bei VW viele Freunde. Mit dem «Zusatznutzen» der Autostadt sind es noch mehr geworden. Täglich kommen 6000 Besucher in die Autostadt, natürlich nicht nur Abholer, seit der Eröffnung vor zehn Jahren waren es fast 20 Millionen.



Die «Autostadt Wolfsburg» erstreckt sich als Park- und Lagunenlandschaft über eine Fläche von 23 Hektaren. Im Zentrum stehen die Pavillons der sieben zu VW gehörenden Marken.

Autos ziehen Massen an

Lern- und Kultort sowie hochstehende Gastronomie

Zudem ist die Autostadt auch ein vom niedersächsischen Kultusministerium «anerkannter ausser-schulischer Lernort». Und so kamen zum «Schülerfestival» im September 2009 5000 Schüler und Schülerinnen aus ganz Deutschland. Ein Gymnasium und eine Realschule aus Paderborn reisten gar mit 30 Bussen und 1500 Personen an.

Die Autostadt zieht aber nicht nur viele VW-Käufer an. Inzwischen gibt es ein umfangreiches Kulturprogramm, aus dem die «Moviments» herausragen. Während sieben

Wochen gibt es die unterschiedlichsten Veranstaltungen, in diesem Jahr vom 29. April bis zum 13. Juni, mit Tanzgruppen aus aller Welt, szenischen Lesungen, Schauspielen und Konzerten, Klassik und auch Pop. Es gibt sogar einen «Workshop» für die Generation 55plus zum Thema Tanz, geleitet vom Ballettmeister der Staatsoper Hannover.

Zur Autostadt von VW gehören aber auch ein erfolgreiches Hotel

und ein ebenso beliebtes Restaurant. Mit 84 Prozent Auslastung in der Zimmerbelegung war das Luxushotel «The Ritz-Carlton» in Wolfsburg 2009 überaus erfolgreich, vom «Feinischmecker» sogar als «Hotel des Jahres» ausgezeichnet. Mehr noch, das Restaurant «Aqua» im Ritz-Carlton gilt als Schlemmeroase. Michelin verlieh Küchenchef Sven Elverfeld 3 Sterne, Gault Millau 19 von 20 Punkten. Die «Autostadt Wolfsburg» war am 1. Juni 2000 eröffnet worden. Ein guter Zeitpunkt, fand doch im keine Stunde entfernten Hannover die Expo 2000 statt. 430 Mio. Euro hatte VW an Baukosten ausgegeben.

Als Top-Sehenswürdigkeit wurde in München am 17. Oktober 2007 die BMW-Welt eröffnet. Der Erfolg

blieb auch hier nicht aus. Inzwischen besuchen 2 Millionen Interessierte jährlich die BMW-Welt, immerhin 600 000 mehr als das berühmte Deutsche Museum.

Kein Wunder, dass Münchens Oberbürgermeister Christian Ude BMW «eine optische und architektonische Bereicherung» nannte (das Gesamtkonzept BMW steht seit 1999 unter Denkmalschutz) und die BMW-Welt als eine «der Münchner Top-Sehenswürdigkeiten» bezeichnete. BMW-Vertriebs- und Marketing-Chef Ian Robertson sagt von der

BMW-Welt, sie habe «sich in kurzer Zeit als markantes Wahrzeichen der Stadt München» etabliert.

Das Konzept basiert auf einem vielfältigen Angebot und den regelmäßig wechselnden Ausstellungen und Themenschwerpunkten. BMW verknüpft dabei geschickt das Interesse von Automobilfreunden mit der Beliebtheit Münchens und seiner Umgebung: Der Autohersteller und Airtours gaben den Katalog «BMW Welt Reisen» heraus, mit zielgruppengerechten Angeboten für München und das Umland, nicht nur für

diejenigen, die sich «ihren» BMW dort abholen wollen.

Mercedes-Benz: Einblick in die Vielfalt der Marke

Kein reines Auslieferungszentrum mit Erlebnis-Charakter wie bei BMW und VW ist die Mercedes-Benz-Welt in Stuttgart. Sie besteht aus dem Mercedes-Benz-Museum und der Niederlassung Stuttgart. Die Besucher sollen hier einen vollständigen Einblick in die Vielfalt der Marke Mercedes-Benz erhalten: Tradition, Produktion, Vertrieb und Zukunft. Auch das sind offenbar touristische Highlights: Seit der Eröffnung im Mai 2006 waren über 2,8 Millionen Besucher im Mercedes-Benz-Museum, davon alleine 630 000 im Jahr 2009.

«Die BMW-Welt hat sich als markantes Wahrzeichen Münchens etabliert.»

Ian Robertson
Chef Vertrieb und Marketing BMW



Ein Kultobjekt: der Mercedes-Benz 300 SL Flügeltürer.

Wie Uhren ticken und Textilien gewebt sind

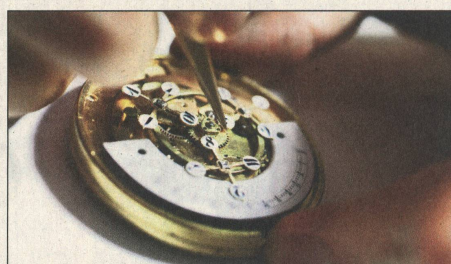
Touristische Lehr- und Erlebnispfade gibt es viele.

Zwei von ihnen haben eines gemeinsam: Auf der «route de l'horlogerie» und auf dem «Industriellehrpfad» ist man der Geschichte von Industrie und Kultur einer Region auf der Spur.

OLIVIER SCHMID

Es wäre schon fast eine Pilgerwanderung, die «route de l'horlogerie» von Genf der Jurakette entlang durch das Vallée de Joux nach Yverdon, durch das Val-de-Travers nach Neuenburg und über La Chaux-de-Fonds durch den Kanton Jura bis nach Basel zu gehen. Freunde der Uhrmacherkunst beschränken sich daher besser auf eine Region, etwa auf das Vallée de Joux im Waadtländer Jura oder auf die Ge-

gend um Neuenburg, La Chaux-de-Fonds und Le Locle oder auf den Kanton Jura. In einigen Städtchen kommen sie der jahrhundertalten Tradition auf Uhrenwegen auf die Spur, in anderen können sie Museen oder Uhrenateliers besichtigen. Wenn sie Glück haben, finden sie auch eine Uhrenfabrik, die auf Voranmeldung Führungen anbietet. Eine von ihnen ist «Parmigiani Fleurier» im Val-de-Travers. Das Unternehmen bietet Uhrenliebhabern und potenziellen Kunden 2-tägige Führungen an, bei denen die Produktion einer Uhr von A bis Z mitverfolgt werden kann. Bei Bedarf organisiert es auch die Reise zur Fabrik. Auch Führungen von ein paar Stunden sind möglich. Dann kann aber nur die Endproduktion, das heisst die Zusammensetzung der zum Teil extern hergestellten Uhrenkomponenten beobachtet werden. Laut Nina Zanetti, Verantwortliche der «Corporate Media Relations» von «Parmigiani», werden



Wer wissen will, wie eine Uhr tickt, ist bei «Parmigiani Fleurier» richtig.

Fabrikbesichtigungen angeboten, um den Bekanntheitsgrad und die Glaubwürdigkeit der Firma zu steigern. Ziel sei nicht, Uhren zu verkaufen, auch wenn der Besuch Interessierten in ihrem Kaufentscheid unterstützen. Die Besucher kämen aber nicht nur wegen der Uhrenfabrik in die Region, sondern inter-

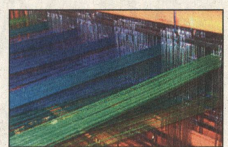
essierten sich auch für andere Sehenswürdigkeiten, so Zanetti.

Im Gegensatz zur «route de l'horlogerie» kann der Industriellehrpfad im Zürcher Oberland – je nach Anzahl der geplanten Besichtigungen – in wenigen Tagen erwandert werden. Rund 30 Kilometer Wanderweg verbinden 50 technik- und in-

dustriegeschichtliche Sehenswürdigkeiten vom Greifensee bis nach Bauma im Tössstal. Zu den Sehenswürdigkeiten gehören die Spinnerei Neuthal mit eigenem Textilmaschinenmuseum, die Wasserrad-Sagi Stockrütli, die Brauerei Uster mit Dampfmaschine oder die Mühle Kempten, ebenso das Dampfschiff Greif, die Lokomotive Uster und die Dampfbahn Bauma-Hinwil. Mit Letzterer seien im 2009 rund 20 000 Passagiere unterwegs gewesen, sagt Alexandra Pongratz von der Geschäftsstelle «Tourismus Region Zürcher Oberland». «Mit dem Industriellehrpfad wollen wir sowohl den Tourismus fördern als auch die Tradition und Geschichte der Region vermitteln». Das Angebot werde nicht nur via Internet vermarktet, sondern auch mittels Broschüren, die in Einkaufszentren, öffentlichen Verkehrsmitteln, Museen und Restaurants aufliegen.

In der Handweberei Bauma kann der Besucher den Weberinnen bei

der Ausübung des typischen Handwerks – früher verdienten sich die Bauern im Zürcher Oberland mit Spinnen und Weben einen Nebenverdienst – über die Schultern schauen. Die Handweberei wird von der Genossenschaft Heimatwerk Züri Oberland geführt und



In der Weberei Bauma wird immer noch von Hand gewebt.

engagiert sich für den Erhalt der jahrhundertalten Tradition der Textilherstellung.

www.juraregion.ch
www.industriellehrpfad-zo.ch



Food

Non-Food

Gastro-Grosshandel

Gastro-Grosshandel

Gastropapiere

Backwaren

Hotelzimmer/Innenausbau

*Da 45 anni,
la differenza c'è
e si vede!*

Partner
Per **ippbergros**
Professionisti www.ippbergros.ch

Ippbergros Noranco
091 986 49 60

Ippbergros Losone
091 791 56 61

Cash-Carry
CCA Angehrn
Trade for Trade

Erlebniswochen
im CCA Frauenfeld
und CCA Brüttisellen
ab 15. März

CCA Wein & Bar
Für Weinschmecker



Sensationelle Aktionen, beste CCA-Preise,
Workshops, Events, attraktive Wettbewerbs-
preise und Sofortgewinne!

www.cca-angehrn.ch
Gratis-Nummer ins nächste CCA:
0800 ANGEHRN | T: 0800 264 34 76

CCA-Frischmarkt
CCA-Lebensmittelmart
CCA-Nonfoodmarkt

WIDA Papiere AG
Servietten- und Papierwarenfabrik



3000 Bern 5
www.wida.ch
info@wida.ch
Tel: 031 381 83 33
Fax: 031 381 83 83

HUG

Crozier
Wettbewerb / Concours 2010
Tartelettes
Phantasia

Strasser

Gastrobau
Restaurant
Bar- und Buffetanlagen
Hotelausbau

Strasser AG Thun info@strasserthun.ch
Biergutstrasse 18 www.strasserthun.ch

Gastrotexilien

Tisch Bett Küche Bad

«Gut beraten, gut bedient.»

ZETAG
gastrotexilien

ZETAG AG, Textilwerk Sornatt, Postfach 28, 9243 Hauptwil
Tel 071 424 62 50, Fax 071 424 62 51, www.zet-tag.ch

Jetzt anmelden und
10 Tage Florida
gewinnen

www.hug-wettbewerbe.ch

Kaffeemaschinen

cafina

Kaffeemaschinen für
Gastronomie und Betriebsverpflegung

Cafina AG
Römerstrasse 2
5502 Hunzenschwil
Tel. 062 889 42 42
Fax 062 889 42 89
info@cafina.ch, www.cafina.ch

Kaffee-Rösterei

Jilly
CAFE

ILLYCAFE AG, 8800 Thalwil
Tel. 044 723 10 20, Fax 044 723 10 21
illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

Berufsbekleidung

Image Wear AG, Binzstr. 7, 8045 Zürich
Tel. 043 268 68 68, Fax 043 268 68 88
www.imagewear.ch, info@imagewear.ch

Corporate Fashion und Teambekleidung
(Design- und Katalogartikelkonzepte)

European Importer for www.cintas.com
Nr. 1 Uniformkatalog auf der Welt!

image wear.
IT'S NOT A UNIFORM - IT'S YOU!

Gastro-Einrichtungen

FRIGONORM
Kühlmöbelbau

JUNG GASTROBAU

Bern: 031 951 23 73
Lausanne: 021 625 92 50
www.ladenbau-jung.ch

Marktplatz –
immer am
ersten Donnerstag
im Monat

Namensschilder/Werbeartikel

HAENNI
PROMOTION

Werbe- und Geschenkartikel
Namensschilder mit Stil und Qualität,
starke Magnete, weltweit millionenfach bewährt!

Generalvertretung Schweiz:
Haenni Promotion
Chnürbräni 48, CH-8197 Rafz
☎ 044 869 41 00, E-Mail: info@haennipromotion.ch
www.haennipromotion.ch

aktuell – wo Meinungen
gemacht werden
10 Wochen lang für CHF 27.00

Bilden Sie sich 10 Wochen lang für CHF 27.00 Ihre
eigene Meinung! Oder beziehen Sie die htr hotel revue
gleich im Jahresabonnement für CHF 152.00
und sparen so 30% gegenüber dem Einzelverkauf.
Telefon 031 740 97 93, abo@htr.ch, www.htr.ch

htr hotel revue

Grüne Mauern

Der Franzose Patrick Blanc gestaltet zeitgenössische «vertikale Gärten».

Seite 18



Giovanninis Fischplatte: gegrillter Heilbutt mit Chutney aus Granny Smith, geschmorte Amandine-Kartoffel gefüllt mit Kaviar sowie gedämpfte St. Jakobsmuscheln.

Bilder Alain D. Boillat

Goldener Koch von Kadi 2010 Weitere Auszeichnungen

Für den Erstplatzierten gab's das begehrte goldene Männchen und die Teilnahme am Bocuse d'Or Europe 2010. Die weiteren Medaillen gingen an:
2. Platz: Friedrich Zemanek (Küchenchef und Wirt Restaurant Walliser Kanne, Fiesch).
3. Platz: Markus Arnold (Küchenchef Restaurant Meridiano, Bern).
Beste Fischplatte: Markus Arnold.
Beste Fleischplatte: Friedrich Zemanek.
Bester Commis: Pascal Schwarz (Commis von Paul Jurt, Sous-Chef Restaurant Mille Privé, Kirchdorf).
Publikumssieger: Daniel Lehmann (Geschäftsführer und Küchenchef Hotel Moosegg, Emmenmatt).

www.kadi.ch



Das Siegerduo: Franck Giovannini und Céline Panchaud.

Ohne Worte und mit viel Präzision zum Sieg

Er hat zum zweiten Mal den «Goldenen Koch von Kadi» gewonnen, Franck Giovannini. Damit vertritt er die Schweiz am europäischen Kochwettbewerb Bocuse d'Or in Genf.

FRANZISKA EGLI



Perfektion ist auch beim Anrichten gefragt: Markus Arnold.



Illustre Jury: André Jaeger, Horst Petermann, Paul Bocuse, Anton Mosimann, Dario Ranza sowie Roland Pierroz (vordere Reihe von links).



Vor den Augen Hunderter von Schaulustigen kreierte die sechs Teams innert fünfeinhalb Stunden je eine Fisch- und eine Fleischplatte.

Der güldene Regen, der entlät sich am Ende eines langen Tages nicht völlig überraschend über Franck Giovannini und seinem Commis Céline Panchaud. Ihrer beider Leistung war unübersehbar unübertroffen, die Fleisch- wie auch die Fischplatte waren eine Liga für sich, und auch für die Jury war Giovanninis Resultat «formidable» und «extra», wie es Paul Bocuse formulierte.

«Wir haben mittlerweile Welt-niveau erreicht. Das gibt Hoffnung für die Zukunft.»

André Jaeger
Jurypräsident

Und so stehen sie da, die beiden Gefeierten, inmitten des Jubels, etwas gehemmt, aber wohl freudig, umgeben von der hochkarätigen Jury und ihren zehn Mitstreitern, flankiert von den Moderatoren Kurt Aeschbacher und Vincent Ferniot und natürlich dem Wettbewerbs-Namensgeber Paul Bocuse, der dem zurückhaltenden Giovannini die begehrte Statue, den goldenen Koch von Kadi 2010, überreichen durfte.

Aeschbacher kann es sich nicht verkneifen und versucht Giovannini, der wegen seiner Präzision auch schon mit einem Uhrmacher ver-

glichen wurde, nicht nur einen Freudensprung zu entlocken, sondern auch ein paar Sätze, welche ihm der Koch den ganzen Tag über verweigert hatte. Auch seinem Commis, der erst 18-jährigen Panchaud, entfuhr während den Stunden höchster Konzentration nicht mehr als ein trockenes «Oui». Sie seien zum Arbeiten gekommen und nicht zum Plaudern, verteidigt Giovannini ihr schroffes Benehmen während der Arbeit und hält damit die Lacher auf seiner Seite.

Für das Fleischgericht gab's ein Kalbskarree mit sechs Rippen

Die Morgendämmerung war knapp vorbei, als Giovannini und Panchaud an diesem Morgen um halb acht Uhr als erstes Duo an den Start ging, um für den Goldenen Koch von Kadi 2010 auf höchstem Niveau zu kochen. Wie jedes Mal an dieser alle zwei Jahre stattfindenden nationalen Kochkunst-Meis-

terschaft, der Schweizer Selektion des Bocuse d'Or, bestand die Aufgabe darin, zwei Gerichte mit je zwei Garnituren für zwölf Personen innert fünfeinhalb Stunden zuzubereiten.

Für das Fischgericht wurde den sechs Finalisten diesmal ein Heilbutt von vier bis fünf Kilo zur Verfügung gestellt, für das Fleischgericht gab's ein Kalbskarree mit sechs Rippen von dreieinhalb Kilo sowie Kalbskopf, Kalbsfüsse und Kalbsmilken.

Alle hatten dasselbe Ziel: den Bocuse d'Or Europe in Genf

Innert Kürze roch es in der Arena des Casino Kursaal Bern mehr als verführerisch, während im Viertelstundentakt die anderen Teilnehmer und ihre Helfer loslegten: Paul Jurt und sein Commis Pascal Schwarz, Daniel Lehmann mit Michael Ramseier, Jasmine Hermann und Silvana Miotti, Markus Arnold mit Roger Kaliberer sowie Friedrich Zemanek mit Michael Diezig. Sie alle hatten dasselbe Ziel: Mit dem Sieg in der Tasche am Bocuse d'Or Europe Anfang Juni diesen Jahres in Genf die Schweiz zu vertreten und

sich so ein Ticket für den internationalen Bocuse d'Or 2011 in Lyon zu sichern. Da, wo Giovannini vor drei Jahren bereits einmal war und sich

1. Sie haben die Kochkunst-meisterschaft bereits 2006 gewonnen. Fühlt sich der zweite Kadi-Sieg anders an? Der Tag selber vielleicht, aber die Freude, die ist dieselbe. Und die ist riesig.

2. Was war für Sie dieses Mal die grösste Herausforderung? Der Raum, auf dem wir arbeiteten: Damals fand der Wettbewerb zwar auch hier statt, aber die Arbeitsfläche war grösser, und das spürte ich deutlich. Man muss so viel vorbereiten und beiseite stellen, das braucht unheimlich viel Platz.

3. Was ist eine der wichtigsten Voraussetzungen, um an diesem Wettbewerb teilnehmen zu können? Dass man sich optimal vorbereitet, damit man genau weiss, was



Nachgefragt

Franck Giovannini

Franck Giovannini ist Sous-Chef von Philippe Rochat in dessen Restaurant Hôtel de Ville in Crissier. Der 35-Jährige hat die Statuette schon einmal gewonnen und am internationalen Bocuse d'Or 2007 den dritten Platz geholt.

hier niemand: «Wir haben», sagt André Jaeger, stolzer Jurypräsident, «mittlerweile Weltniveau erreicht. Das gibt Hoffnung für die Zukunft.»

zu tun ist. Dass man die Abläufe so sehr verinnerlicht hat und so sicher ist, dass einem fast nichts in die Quere kommen kann. Wir waren sehr gut vorbereitet, und für uns lief am Montag eigentlich alles sehr gut. Mehr noch: Es lief uns besser als erwartet. Und das wiederum kann man nicht vorbereiten.

4. Sie standen bereits am nächsten Morgen um 8 Uhr wieder in der Küche im «Hôtel de Ville» in Crissier. Keine Zeit zum Feiern? Noch haben wir in dieser Woche zu viel zu tun im Restaurant, und so stosse ich erst das kommende Wochenende richtig und mit allen an. Aber sehr viel Zeit bleibt mir eh nicht zum Feiern: Wir müssen uns bereits für den Bocuse d'Or Europe vorbereiten, der in wenigen Monaten in Genf stattfindet.

Plattformen

Podium zum Thema «Senioren und Reisen»

Der noch junge Travel Industry Club – er wurde im Juli 2009 als Wirtschaftsclub für die Reiseindustrie in der Schweiz gegründet – lädt am Mittwoch 17. März zu einem Podiumsgespräch. Das Thema: Die alternde Bevölkerung – Auswirkung und Lösungsvorschläge für die Reiseindustrie. Es diskutieren der Soziologe Prof. François Höpflinger, Werner Schärer (Pro Senectute), Aurelia Kobler (HTW Chur) und Jürg Zürcher (Sunstar Hotels Davos). Ab 18 Uhr im Kursaal Bern, www.travelindustryclub.ch eho

Zofingen lädt wieder zur Bio-Messe ein



Vom 18. bis am 20. Juni 2010 findet in der Altstadt von Zofingen zum elften Mal die Schweizer Bio-Messe statt. Für die über 35.000 Besucher ist er der grösste Biopark der Welt, und für die Aussteller die Plattform zur Präsentation ihrer Produkte und der wichtigste Branchetermin des Jahres. Die Produktvielfalt ist enorm: Von Grundnahrungsmitteln über Comestible-Spezialitäten, Bekleidung, Möbel, Kosmetika bis zu Pflanzen und Baustoffen. Bereits sind über 100 Stände vermietet. Der Eintritt und Veranstaltungen wie Jazz-, Pop- und Volksmusikkonzerte sind gratis. os

News

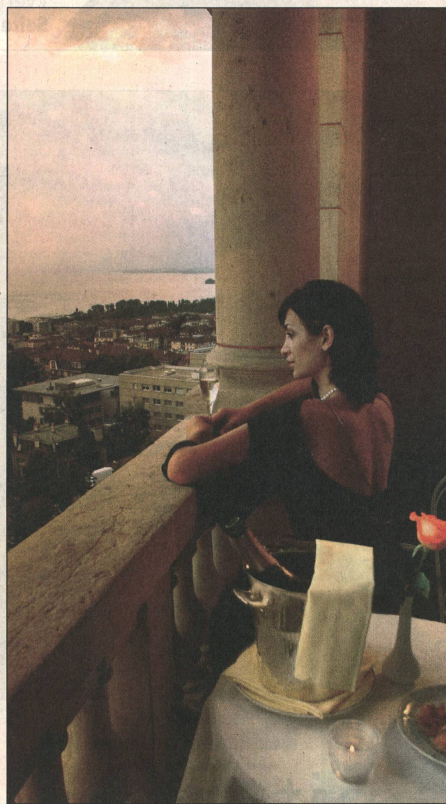
Der Gasthof Kreuz ist neu bei Pro Specie Rara

Der Gasthof Kreuz in Egerkingen wurde mit dem Pro Specie Rara Gütesiegel ausgezeichnet. Louis Bischofberger (15 Gault-Millau-Punkte) und seine Frau Mimi verpflichten sich, gemäss den Richtlinien von Pro Specie Rara ein möglichst breites Sortiment von Gerichten und Produkten im Angebot zu führen und so zum Fortbestand alter Rassen und Sorten beizutragen. Pro Specie Rara schützt und pflegt rund 1800 Obst-, 400 Beeren-, 1000 Garten- und Ackerpflanzen sowie 26 Nutztierassen und sichert so die kulturhistorische und genetische Vielfalt von Pflanzen und Tieren. os

Pizolbahnen bieten Mobile Ticketing an



Die Pizolbahnen bieten ihren Gästen ab sofort mobiles Ticketing an: Wenn der Wintersportler im Besitz des Skipasses Key Card oder Swatch Snowpass ist, kann er seine Tageskarte mit dem Mobiltelefon kaufen. Zu diesem Zweck sendet er eine SMS mit dem Kürzel «Tick» an die bereitgestellte Servicenummer. Das System verarbeitet die Bestellung, löst den Bezahlvorgang aus und schaltet die Key Card oder den Snowpass frei. Die Abrechnung erfolgt über das Postkonto, Visa oder Master Card. os

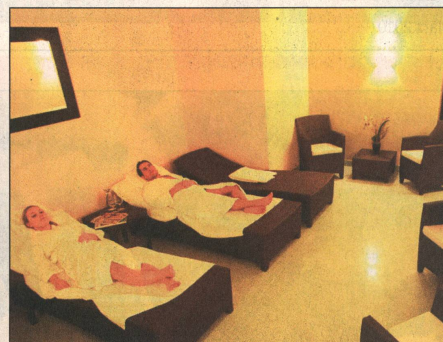


Das «Lausanne Palace & Spa» ist Haupthotel des «Club Prestige».

Zwei für eins freut Dritte

Sonderangebote und Gutscheine sind für Hotels lukrativ. Die Betriebe füllen die Betten, und der Gast bekommt das Gefühl, profitiert zu haben.

SAMIRA ZINGARO



Auch das Hotel Seedamm Plaza setzt auf eine Gutscheine-Software.

Wastun, um leere Betten in Businesshotels am Wochenende zu füllen? Und wie bringen Hoteliers die gähnende Nebensaison in Schwung? Mit Gutscheine-Systemen. Die generieren Kundenschaft – der Gast wiederum glaubt, ein besonderes Schnäppchen gemacht zu haben. Glaubt – denn Vergünstigungen zahlen sich in erster Linie für die Hoteliers und Anbieter solcher Packages aus. Das haben auch drei Jungunternehmer aus Thun entdeckt. Diesen Frühling lancieren sie die Schweizer Hotelcard, eine Art Halbtax für Übernachtungen. Die Karte kostet 95 Franken jährlich und ermöglicht dem Kunden, in verschiedenen Schweizer Hotels zum halben Preis zu nächtigen. Ziel der 2009 gegründeten Hotelcard AG ist, schweizweit 300 Häuser für dieses Angebot zu gewinnen. Was der Gast bei der Buchung nicht sieht: Die Hoteliers stellen ihre Zimmer nur an bestimmten Tagen zur Verfügung. Das ermöglicht den Betreibern, die Zimmer auch während harzigen Zeiten auszulasten. Wer bei Hotelcard mitmacht, muss mindestens während 90 frei wählbaren Tagen im Jahr zwei Zimmer anbieten. Dabei gilt der 50-Prozent-Rabatt auf die Zimmer und nicht auf die Anzahl Gäste. Gebucht wird über www.hotelcard.ch. «Wir rechnen mit 50.000 Online-Besuchern im Monat», sagt Geschäftsführer Fabio Bolognese. Pro Jahr will seine Firma so 60.000 zusätzliche Hotelübernachtungen in der Schweiz erzielen.

glieder. Members erhalten etwa mehrere Gratisnächte, kostenlose und -reduzierte Übernachtungen sowie Konferenzräume zu rabattierten Konditionen in bestimmten Luxushäusern. Der Club ist schweizweit aktiv. Mitglieder profitieren von Angeboten im Haupthotel und in Partnerbetrieben im In- und Ausland.

Catherine Binggeli führt den Luxus-Club und ist hierfür vom Hotel Lausanne Palace & Spa angestellt. Das Memberhotel hat auch die meisten Club-Mitglieder, laut Managerin rund 1500 Personen. Diese bezahlen den jährlichen Betrag von 680 Franken. Der Club existiert zu geringeren Preisen auch in Neuenburg, Vevey und in Luzern mit entsprechenden Haupt- und Partnerhotels. «Mit den Rabatten schreibt das Hotel keinen Verlust», so Binggeli. Ist der Personalaufwand für das Telefonmarketing beglänzt, fliessen die restlichen Beiträge in den F&B-Bereich des Hotels. «Die Kosten sind längst gedeckt.»

Software, um die Gutscheine zu verwalten

Lukrativ für Hotel- und Gastronomiebetriebe sind auch Gutscheine. Das weiss Hans Ulrich Gerber, Betriebswirtschaftler und Geschäftsführer von Idea

Creation GmbH, die er mit seinem Sohn, einem Informatiker, 2008 gründete. 20 Jahre hat Gerber ein 4-Sterne-Hotel in der Region Bern geführt. Aus eigener Erfahrung und im Austausch mit Kollegen stellte er immer wieder fest: Das Potenzial von Gutscheinen im Hotel- und Gastrobereich ist gross – die Handhabung aber oft chaotisch. Seine Firma hat deshalb ein Gutscheinsystem namens «E-Guma» entwickelt, eine Software, die den Betreibern die Online-Verwaltung mit Gutscheinen vereinfachen soll. Zudem unterstützt Gerbers Firma die Hotel- und Gastro-Häuser in der Buchhaltung, erstellt Statistiken und sammelt Kundendaten.

Die Nachfrage an Gutscheinen steigt stets, sagt Gerber. «Die Leute besitzen heute fast alles. Mit einem Gutschein ist ein Beschenker freier in der Auswahl.» Bei manchen mache der Verkauf von Gutscheinen bis zu 10 Prozent vom Gesamtumsatz aus, «teilweise Beträge in Millionenhöhe». Zudem sei es ein offenes Geheimnis, dass 20 bis 40 Prozent aller bezahlten Gutscheine nie eingelöst werden. Nach seinen Angaben steht Gerbers Firma kurz vor dem Durchbruch. Man sei derzeit mit rund 50 Hotels, Ketten und Tourismusverbänden im In- und Ausland im Gespräch. Das Büro verwaltet bereits die On-

«20 bis 40 Prozent aller bezahlten Gutscheine werden nie eingelöst.»

Hans Ulrich Gerber
Idea Creation

line-Tickets und Gutscheine für den Europa-Park in Rust. Auch das «Ferienart» in Saas-Fee und weitere Hotels setzen auf Gerbers Gutscheinsystem und Marketing-Tool. Neuster Kunde ist das «Seedamm Plaza» in Pfäfers am Zürichsee, das nun mit einer vernetzten Lösung mit Micros Fidelio online ist. Die Software, inklusive Betreuung, kostet je nach Aufwand zwischen 2000 und 5000 Franken als Startpreis. Hinzu kommt eine Kommission zwischen 1,75 bis 3,75 Prozent auf jedem über das System gebuchten Gutschein. Ein Geschäft, das sich offenbar lohnt. Laut Geschäftsführer Gerber hat etwa das «Ferienart» in diesem Jahr bereits Gutscheine im sechsstelligen Bereich verkauft.

Hotels wie Gäste profitieren von den Sonderangeboten

Auch im Premium-Bereich buhlt man mit Vergünstigungen um die Gunst der Gäste. So wirbt der Club Prestige telefonisch bei Privaten wie Geschäftskunden für neue Mit-

Gutscheine boomen, gefragt sind Tools, welche die Buchungen vereinfachen.



Süsse Versuchung in Form gebracht

Sein «Magic Marzipan» wurde als «Bestes Dessertbuch der Welt 2009» ausgezeichnet. Patissier Franz Ziegler über seine Leidenschaft.

SUSANNE WAGNER

Franz Ziegler, was fasziniert Sie am Marzipan? Ich bin in einer Bäckerei aufgewachsen und fand Marzipan

früher einfach süß. Während der Lehre als Bäcker-Konditor lernte ich Marzipan als Werkstoff kennen, der leicht zu bearbeiten ist. Marzipan ist ein Material, das mir gehörte.

Was macht qualitativ gutes Marzipan aus? Es hat einen Mandelanteil von über 50 Prozent, ist feucht und verfügt über ein feines Aroma, das durch das Rösten der Mandeln entstanden ist. Gutes Marzipan findet man in Deutschland häufiger als bei uns.

Am besten modellieren lässt sich das Marzipan, wenn es hell und geschmeidig ist und einen hohen Zuckeranteil hat.

Wie viele Stunden Arbeit investieren Sie, bis eine Figur wie dieser Süsse Drachen auf Ihrer Schulter sitzt? Es sind keine Stunden, eher

Süss nicht nur im Geschmack, sondern auch als Figur.



Minuten. Natürlich steckt viel Vorarbeit drin, ich zeichne Skizzen. Inspirieren lasse ich mich von Comics und Filmen. Ich versuche, meinen Figuren Leben, Schalk und Humor zu verleihen.

Was ist das Schwierige am Bearbeiten von Marzipan?

Als Ausbilder von Lernenden sehe ich immer wieder, dass die glatte Oberfläche am meisten Schwierigkeiten bereitet. Man kann an einer Marzipanfigur nicht einfach herumfeilen. Damit die Figur appetitlich aussieht, muss die Oberfläche glatt sein.



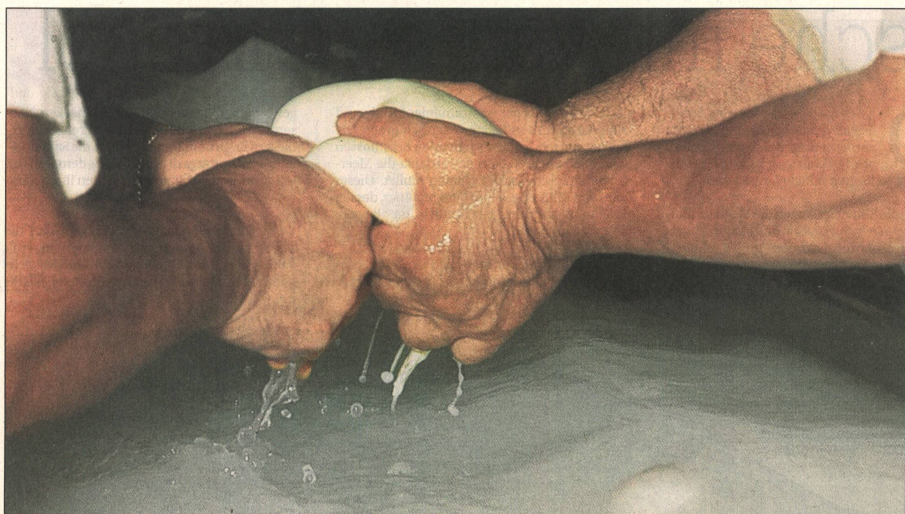
«In der Lehre lern-te ich Marzipan als Werkstoff kennen. Es ist ein Material, das mir gehörte.»

Franz Ziegler
Marzipan-Meister

In welchen Bereichen der Gastronomie lassen sich Marzipanfiguren am effektivsten einsetzen? Auf einem Dessertbuffet kommen sie schön zur Geltung. Oder als Aufmerksamkeit im Hotelzimmer, mit Früchten kombiniert.

Ihre Figuren sind eigentlich zu schade zum Essen.

Für mich ist es eine Wertschätzung, wenn man sie nur anschaut und nicht isst. Aber es ist nicht mein Anspruch, haltbare Kunst zu machen. Ich bin eher ein Kunsthandwerker, der sich freut, wenn die Figuren auch gegessen werden.



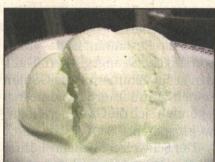
Aufwendige Handarbeit: Von der Büffelmilch zur süditalienischen Frischkäse-Delikatesse.

Bilder zvg

Schneeweisses Gold

Der «Mozzarella di Bufala» hat angeschlagene Zeiten hinter sich. Mit modernster Technologie will man nun in der süditalienischen Region die Qualität des Edelproduktes sichern.

SAMIRA ZINGARO



Büffel-Mozzarella ist besonders cremig und schmeckt würziger.

Er kostet mehr als der von der Kuh, schmeckt aber würziger und mündet voller. Der «Mozzarella di Bufala Campana» ist ein Edelprodukt aus Süditalien und mit dem Herkunftssiegel D.O.P. mark-



Klassiker im Sommer: Insalata Caprese.

rechtlich geschützt. Vom Frischkäse exportiert Italien jährlich 33 000 Tonnen – bei einem Umsatz von über 400 Millionen Euro. Dennoch war die Vergangenheit für die Delikatesse alles andere als goldig: Giftige Rückstände, mafiose Erpressungen und gestreckte Produkte liessen an der Qualität des kulinarischen Erbes zweifeln. Eine Negativschlagzeile jagte die nächste (siehe Zweittext). Zeit also für Hersteller und Behörden, den Ruf des Käses zu rehabilitieren und in die Offensive zu gehen. Kampagnen, wo der Büffelmozzarella traditionsgemäss hergestellt wird, versucht nun mit den Auslandshandelskammern, den italienischen Kammern sowie den Kammern Salerno und Caserta die Ursprungsbezeichnung D.O.P. zu sichern.

Zentral: Produkte müssen zurückverfolgt werden können

Vor diesem Hintergrund wurde der Europäische Tag des Mozzarella-

la di Bufala Campana D.O.P. einberufen. Per Videokonferenz waren am 24. Februar 25 Städte Europas mit der Tagung in Brüssel verbunden. Auch Zürich war zugeschaltet, der Anlass fand im Gebäude der italienischen Handelskammer der Schweiz im Enge-Quartier statt. Zu Wort kamen etwa Abgeordnete verschiedener Handelskammern, aber auch der Kommissar des Instituts für Tierseuchenbekämpfung aus Süditalien.

Viel Lob von Seiten der Fachexperten

In ihren kurzen Statements gab's vor allem eins: Lob in den höchsten



Sie sind die Milchlieferanten: Wasserbüffel in Süditalien.

Büffelmozzarella-Skandale Imageschaden für die Hersteller wegen Giftstoffen und Panscherei

Die süditalienische Delikatesse hat krisengeplagte Zeiten hinter sich. Jüngster Skandal um den Mozzarella: Diesen Januar fanden italienische Lebensmittelkontrollen Spuren von Kuhmilch im Büffel-Mozzarella. Um das geschützte Markenzeichen des «Mozzarella di Bufala» zu wahren, darf das Traditionsprodukt aus der Region Kampenien jedoch ausschliesslich Milch von Büffeln verwendet werden. Die Misere begann 2007. Damals entdeckten

Behörden in der Provinz Caserta Tausende mit Bacteriellen infizierte Büffel. Die Seuche konnte sich auch ausbreiten, weil mafiose Zweige die Mozzarella-Produktion beherrschten und Tierärzte und Hersteller unter Druck setzten. 2008 hat die Müllkrise im Grossraum Neapel ihre Kreise gezogen und das Vertrauen in die Qualität der italienischen Delikatesse erneut erschüttert: Kontrollen entdeckten, dass in über zwei Dutzend Käsereien Grenzwerte für den gesundheits-

schädlichen Stoff Dioxin überschritten wurden. Südkorea und Japan reagierten mit einem Einfuhrstopp der Büffelmozzarella. Es wurde vermutet, dass die Tiere verseuchtes Gras nahe illegaler Mülldeponien gefressen hatten. Übrigens: Mozzarella ist hierzulande der drittbeliebteste Käse der Schweizer. Allerdings nicht der qualitativ hochwertigste Büffelmilchkäse, sondern sein Pendant aus Kuhmilch. Dieser wird hauptsächlich in der Schweiz produziert. saz

Wein

2007er «Cantina Welti-Graf» ist vielversprechend

In der letzten Ausgabe hat Geny Hess in seiner Weinkolumne das Winzerpaar Welti-Graf und dessen Weingut «Cantina Welti-Graf» vorgestellt. Der 2005er Merlot Nr. 1 Reserva ist bereits ausverkauft. Noch ist aber der charaktervolle 2007er Rosso Nr. 3 zu haben. Er ist eines der verführerischsten und elegantesten Gewächse seines Jahrgangs. Im Moment noch sehr jugendlich, wird der Merlot in seiner vollen Reife viele Weinenthusiasten in seinen Bann ziehen. Der Reichtum an Aromen, die Frucht, die Farbe und die markige Tannine zeugen von seiner hohen Qualität. os

«Oneworld» hat das beste Weinangebot



zvg

«Oneworld», die globale Allianz von elf Fluggesellschaften, wurde vom englischen Reisefachmagazin «Business Traveller» zur Allianz mit dem besten Weinangebot an Bord gewählt. Dabei errangen die chinesische Cathay Pacific und die südamerikanische LAN Airlines – beides Mitglieder von «oneworld» – die Plätze eins und zwei. Getestet wurden 220 Weine in den Premium Klassen von 34 internationalen Fluggesellschaften. Die «Cellars in the Sky Awards» werden seit 25 Jahren vergeben. os

News

Monopol für jurassische Produzenten

Laut Urteil des Bundesgerichts dürfen nur Produzenten aus dem Jura «Damassine» zur Vermarktung von Schnaps aus der gleichnamigen Pflaumensorte verwenden. Die jurassische Association interprofessionnelle de la Damassine (AID) hatte 2002 ein Gesuch gestellt, um «Damassine» ins Register für geschützte Ursprungsbezeichnungen (AOC) aufzunehmen. Ein Wein- und Schnapsproduzent aus dem Kanton Neuchâtel reichte dagegen Beschwerde ein. Diese hat das Bundesgericht nun abgewiesen, mit der Begründung, «Damassine» werde vom Publikum mit dem Schnaps aus dem Jura verbunden. saz

Nessy beschneit Pisten umweltschonend



zvg

Die Swiss-Excellence-Stiftung hat der Bächler Top Track AG für die Entwicklung der Schneelanze Nessy den «Swiss Excellence Product Award» verliehen. «Nessy» verbraucht im Vergleich zu herkömmlichen Geräten 80% weniger Energie, ist fünfmal leiser, produziert höhere Schneemengen und benötigt nur Wasser und Druckluft ohne Zusatzstoffe. Sie ermöglicht eine umweltschonende Beschneidung von Wintersportgebieten. os

150 Jahre rot und bitter

Der Campari ist 150 Jahre alt. Zum Jubiläum ist in der «Galleria Campari» alles über seine (Kunst-) Geschichte zu sehen.

OLIVIER SCHMID

Als Gaspare Campari 1860 einen Magenbitter als persönliche Hausmarke seiner Bar «Campari» entwickelte, hätte er wohl nie gedacht, dass sein Sohn Davide mehr als 60 Jahre später, indem er aus Liebe zu einer Opernsängerin diese auf ihrer Tournee begleitete und die Spirituose in die weite Welt mitnahm, dem Familienprodukt zum

internationalen Durchbruch verhelfen würde. Dass der Bitter-Aperitif nicht nur der feinen Mailänder Gesellschaft mündete, die in den 70er-Jahren des 19. Jahrhunderts Gaspare Bar zu ihrem Treffpunkt machte, hatte sich aber bereits vor der Weltreise des Sohnes abgezeichnet: Ab 1897 exportierte die Campari-Familie ihr Getränk in die Schweiz, und um der gestiegenen Nachfrage Folge zu leisten, eröffnete sie 1904 die erste Fabrik. Heute wird Campari in über 190 Ländern der Welt verkauft und gehört zu den 40 grössten Markenprodukten im globalen Spirituosenmarkt.



Das Wappen der Familie Campari aus Mailand.

Mit einer Absatzmenge von 26 Mio. Litern pro Jahr gilt Campari als Nummer eins unter den Aperitifs. Ein Grund für den Erfolg ist die Marketingstrategie der «Gruppo Campari». Über Jahrzehnte kreierten namhafte Künstler Werbeplakate und -filme und verknüpften die Marke Campari mit Attributen wie Leidenschaft, Internationalität,

Einzigartigkeit und Prestige. Auch der neu lancierte Jahreskalender mit limitierter Auflage und jährlich wechselnden Modells trug zum ex-



Bilder zvg

Der beliebte Campari ist erfrischend und vielseitig mixbar.

klusiven Image der Marke bei. Zum 150-jährigen Jubiläum werden die zu Kunstobjekten avancierten Werbeprodukte in der «Galleria Campari» beim Hauptsitz in der Nähe von Mailand ausgestellt und die Geschichte des italienischen Traditionsunternehmens aufge-

arbeitet. Die Eröffnung am 18. März markiert einen ersten Höhepunkt der Feierlichkeiten. Die Schweizer konsumieren mit 0,11 Liter pro Kopf und Jahr weltweit am meisten Campari. Ob ihre «Red Passion» mit ihrer Liebe zum italienischen Lebensstil zu tun hat?

Hotellerie

Bei Giata können Hotels «Mobile Apps» mieten



Das deutsche Travel-Technology-Unternehmen «Giata» bietet Hotels ab 99 Euro im Monat eine eigene **iPhone-Applikation** im mobilen Internet an. Die «App» präsentiert das Hotel mit Logo, Hausfarbe und den Kontaktdaten. Integriert sind auch ein Reiseführer, eine interaktive Karte und Wettervorhersage. Mit der «App» von «Giata» kann der Gast sofort das Zimmer reservieren oder erhält per «Push-Service» attraktive Arrangements, zum Beispiel mit Frühbuchergutscheinen. **os**

Das Hotel Sternen Oerlikon wird umgebaut

Unter dem Motto «Vieles wird neu, Wichtiges bleibt» schliesst das Hotel Sternen Oerlikon im Zentrum von Oerlikon Ende Februar 2010 seine Türen für einen Gesamtumbau. Der bauliche Eingriff sei umfassend, sagt Susy Pfister, Direktorin des Hotels. Das von den Stammgästen geschätzte persönliche Ambiente werde aber erhalten bleiben. Im Frühsommer 2011 wird das Gasthaus als Drei-Sterne-Stadthotel mit 56 Zimmern, einer Frühstücks-lounge und zwei Sitzungszimmern wieder eröffnet. Im 2004 wurde bereits der Empfangsbereich komplett umgebaut, im 2003 der Bankettsaal in einen Frühstücksraum umfunktioniert. **os**

Firmenkunden bevorzugen das «Radisson Blu»

Das «Radisson Blu Hotel, Zurich Airport» ist bei Firmenkunden das beliebteste und meistgebuchte Hotel der Schweiz. Dies ergab eine Analyse des Buchungsverhaltens der Firmenkunden des gebührenfreien Online-Hotelreservationservice «hotel.info». Das «Radisson Blu» hat 8,8 von 10 möglichen Punkten erreicht, dicht gefolgt vom «Airport-Hotel» in Basel (8,6 Punkte) und dem «Holiday Inn» in Bern (8,5 Punkte). Das Ranking erfolgte anhand der von den Übernachtungsgästen abgegebenen Gesamtbewertungsnote. Dabei wurden alle Zwei-, Drei- und Vier-Sterne-Hotels in die Bewertung aufgenommen. **os**

Meeräsche mit Vanille-Olivenöl



Arne's

Arne van Grondel (54) leitete fast 30 Jahre lang die Michel Comestibles AG in Interlaken. Vor 3 Jahren wanderte er aus nach Sardinien. Der Fischfachmann schreibt für die htr einmal pro Monat eine Kolumne.

Das periwische Fleisch der Meeräsche, dieses agilen und äusserst springfreudigen Schwarmfisches, schmeckt ausgesprochen feinwürzig und ist von zarter, saftiger Konsistenz.

Schon die Römer schätzten die Meeräsche als ausgezeichneten Speisefisch und hielten sie gerne in abgesperrten Lagunen. Im Mittelmeerraum ist die Meeräsche immer noch eine beliebte Fischspezialität und bringt auch hierzulande immer mehr Meerfischliebhaber langsam aber sicher auf den Geschmack.

Meeräschen sind lebhaftes Schwarmfische, die sich gerne an den flachen Küstengebieten, über weichen Grund mit typischem Algenwuchs, wo ein besonders vielfältiges Nahrungsangebot besteht, aufhalten. Ihr Maul ist schmal und eng. Damit können sie gut pflanzliche und tierische Stoffe, kleine Würmer und Schnecken aufnehmen. Auf ihren Lippen befinden sich ausserdem viele kleine Hornpapillen, mit denen die Fische Algen von Steinen und Pfählen abraspeln können.

Ihr eleganter Körper ist stromlinienförmig und silberfarben mit auffällig grossen Schuppen. Die langen spitzen, leicht abstehenden Brustflossen sind hoch angesetzt. Ihnen verdankt die Meeräsche ihren englischen Namen Mullet. Dieser wird von Mule abgeleitet, dem Maultier, dessen Erkennungszeichen bekanntlich die langen, spitzen Ohren sind.

Da die Meeräschen innerhalb weniger Sekunden bis zu 30 km/h erreichen und auch einige

gewonnen, die unter den Feinschmeckern ausserordentlich geschätzt wird: Die Franzosen geniessen ihren Boutargue de Mulet, die Sarden lieben ihren Bottarga di Muggine aus dem Golf von Oristano, und die Japaner begehren ihren Karasumi.

Als ganz besonderen Leckerbissen darf die Zubereitung einer Meeräsche mit einem – mit Vanillemark – aromatisierten Olivenöl bezeichnet werden. Die schön dicken gegarten Filetstücke



Die Meeräsche ist von zarter Konsistenz.

Meter weit springen können, sind sie recht schwierig zu fangen, denn so überspringen die schnellen Flitzer, die eine Körperlänge von über einem Meter mit einem Gewicht bis zu neun Kilogramm erreichen können, die Oberkante eines Netzes spielend.

Aus den Roggen der Meeräschen wird eine teure Delikatesse von grosser regionaler Bedeutung

cke von der Meeräsche werden auf ein Bett von Zucchini-Spaghetti angerichtet und mit einer sämigen, mit Rahm und Butter aufmontierten Sauce nappiert. Die Sauce besteht aus Perlhuhn- und etwas Fischbrühe und wird mit Fenchelkraut gewürzt. Danach wird der Fisch mit dem aromatisierten Olivenöl beträufelt. Dazu wird ein hochwertiges, mildes Olivenöl mit einer leicht nussigen Note 3 Minuten lang bei 50° C mit Vanillemark und in Stückchen geschnittenem Vanillstengel vorsichtig erhitzt. Am Schluss ein Sträusschen von getrockneten Blütenstengeln vom Fenchelkraut gefällig zwischen die Fischfilets platzieren, und das Ganze ist servierbereit.

Ein Dörfchen in Südfrankreich hat neuen Drei-Sterne-Koch

Der französische Guide Michelin 2010 ist erschienen. Das 130 Seelen-Dorf Fontjoncouse in Südfrankreich kann sich über ein neues Drei-Sterne-Restaurant freuen.

OLIVIER SCHMID

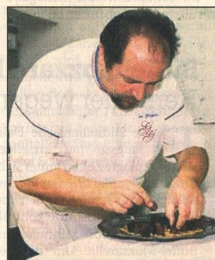
Der französische Guide Michelin 2010 vereint insgesamt 558 Restaurants in Frankreich und im Fürstentum Monaco. 26 Gaststätten

können sich mit drei der begehrten Michelin-Sternen schmücken und 77 mit deren zwei.

In Ostfrankreich konnten sich die auch bei Schweizer Feinschmeckern beliebten Gourmet-Tempel



«L'Auberge de l'Île» im elsässischen Illhäusern und «L'Arnsbourg» im lothringischen Baerenthal in der obersten Kategorie halten. Der Strasbourger Feinschmecker-



Gilles Goujon: «Meine Küche ist erfindend».

Tempel «Le Crocodile» verlor hingegen nach einem Besitzerwechsel einen seiner zwei Sterne. Neu in

den höchsten Michelin-Sternenhimmel aufgestiegen ist indes Gilles Goujon. Er betreibt seit 18 Jahren das Restaurant «L'Auberge



«L'Auberge du Vieux Puits»: Hat neu drei Michelin-Sterne.

du Vieux Puits» in den Corbières-Weinbergen. 1997 wurde Goujon mit einem und 2001 mit dem zwei-

ten Michelin-Stern ausgezeichnet. «Für mich geht ein Jugendtraum in Erfüllung», sagt Goujon nach der Verleihung der drei Michelin-Sterne. Seine Küche sei «produktorientiert, leicht und erfindend». Er liebe es, dem Rhythmus der Saisons zu folgen und sein Repertoire ständig zu erneuern. Und er arbeite nur mit den besten Lieferanten zusammen. Seine Gäste loben seine Küche: Die «strahlenden Kreationen widerspiegeln den Charakter ihres Urhebers».

An das Restaurant ist das «Maison des chefs» angegliedert. Dank den sechs Zimmern – die Goujon seinen Lehrmeistern gewidmet hat – können sich die Gäste den Heimweg ersparen.

Der Schweizer Michelin-Führer 2010 ist letzten November erschienen. Mit insgesamt 101 Sternen ist die Schweiz das Land mit den meisten Michelin-Sternen pro Einwohner. Allerdings haben nur zwei Restaurants drei Sterne: Das «Hôtel de Ville» in Crissier von Philippe Rochat und das «Pont de Bren» von Gérard Rabay in Montreux. Dreizehn Restaurants können sich mit zwei Sternen schmücken.

Gourmetspezialitäten für die traditionelle Küche

Für die traditionelle Küche bietet Mérat ein grosses Sortiment an Charcuterie- und Fleischwaren. Unsere Hackbraten zum Beispiel sind so gut, weil sie kontinuierlich über Jahre hinweg immer verbessert wurden.

Unser aktuelles Angebot

Rüebli-Hackbraten

8.90/kg statt 9.80/kg

mérat

VIANDES & COMESTIBLES

Bern 031 378 45 45
Basel 058 575 01 01
Zürich 058 575 00 00
Vucherens 026 684 94 04

Bestellen Sie 24/24
Fax (gratis) + Beantworter:
0800 507 507
www.merat.ch



Das besondere Konzept Wo einst Tee und Vegi-Kost regiert haben, wird heute auf Fleisch gesetzt: Im «Mund'Art» in Bern wird nach Herzenslust neubürgerlich gekocht.

FRANZISKA EGLI

Sie haben sich einen legendären Ort unter den Nagel gerissen: Hier, an der Postgasse in Bern, wo seit vergangenem Oktober das Restaurant Mund'Art heisst, hiess es zuvor «Gaumentanz» und hatte – bevor es klammheimlich Konkurs ging – 13 verheissungsvolle Gault-Millau-Punkte. Noch etwas weiter zurück in der Zeit war der Betrieb strengvegetarisch bis veganisch und nannte sich «Stockwerk», weil es gen oben eine Etage erweitert wurde. Und nochmals um Jahre früher war hier das «Teestübli» untergebracht, ein von Alternativen gegründeter, heimeliger Ort voller Bio und Öko, dessen Name Programm war: Wer sich quer durchs Tee-Sortiment schlürfen wollte, hätte Wochen dafür gebraucht.

Die Mund'Artisten mögen Fleisch, vor allem geschmortes Fleisch

Besagtes Stübli, vermuten die heutigen Pächter, ist den Gästen offenbar noch am stärksten in Erinnerung, und alle lachen, als Geschäftsführer David Steinmann die Episode erzählt, wie der eine und andere Einkäufer «Was, nur drei Teller?» gerufen hat angesichts ihres etwas mageren Angebots – als ob das Aufgussgetränk heute noch das Aushängeschild wäre.

Nun, heute gelten hier schon andere lukullische Regeln. Dem Wunsch der verpachtenden Stiftungen nach einer gehobeneren Küche mit entsprechendem Publikum wird zwar Rechnung getragen. Aber es herrschen ganz klar andere kulinarische Ansprüche denn einst:



Bilder Alan D. Bollat

Als ob es zwei Betriebe wären: Während es unten «gaststüb» ist, weht oben ein gediegener Wind: das Restaurant Mund'Art mitten in Berns Altstadt.

Wäherschaft statt Vegi

Jakob Hostettler und Michael Hugli, die Pächter und Gründer der Firma Mund'Art, mögen Fleisch. Hiesiges Fleisch und sehr gerne auch geschmortes Fleisch, denn dieser «A-la-minute-anbraten-Groove», wie Michael Hugli den heutigen Fleischtrend unzweifelhaft nennt, der behagt ihnen gar nicht. Sehr gerne erwerben sie gleich ganze Tiere und verarbeiten von der Zunge bis zum Schwanz alles.

Und so figuriert auf der Speisekarte, die monatlich wechselt, so manch schon fast in Vergessenheit geratenes Gericht wie ein Gigot oder Frikassee. Dabei werden die Gerichte aber nicht einfach wäherschaft belassen: Das Siedfleisch wird mit einem Kartoffel-Apfel-Salat serviert, die Kalbsbäckli werden in Weisswein mit Zitrusfrüchten geschmort. Und zum Nachtisch gibt es des Öfteren mal Clafoutis, eine französische Obstspeise zwischen

Auflauf und Kuchen, die vor allem älteren Semestern noch bekannt sein dürfte.

Die Küche ist offen, und Tomatendosen dienen als Serviettenringe

Einen Zacken schicker als früher ist das Interieur, das in viel edlerem Weiss und gemütlichem Holz gehalten ist. Auf einer Schiefertafel sind die vorzugsweise heimischen Weine vermerkt, die Stoffservietten stecken – dies eine kleine Spielerei des Hauses – in Tomatendosen, deren Deckel und Boden entfernt wurden. Die Küche ist heute wie auch seit sehr langer Zeit offen und das Erste, das man erblickt, wenn man das Restaurant betritt. Das muss einem Koch liegen, betont Geschäftsführerin Léa Staub und lacht, «denn das lässt keine zu lauten Töne zu, weder scheppern der noch fluchender Art». Und während es unten sowieso eher ein biss-



Quartett mit Sinn für Gastlichkeit: Pächter Jakob Hostettler und Michael Hugli, Geschäftsführer Léa Staub und David Steinmann (von links).

chen gaststubenmässig zu und her geht, wirkt der obere Stock mit seiner akkuraten Tischreihe, die viel Ruhe vermittelt, gediegen und elegant. «Aufuns wirkte, als hätten wir

zwei Restaurants», so Hostettler. Gerade diese Mischung und die angenehme Grösse von rund 55 Plätzen hat die Mund'Artisten dazu bewogen, sich um die Räumlichkeiten

mitten in der Altstadt zu bemühen. «Ein Restaurant stand seit längerem auf unserer Wunschliste», erzählen die beiden Jungunternehmer, notabene beides Autodidakten. 2004 haben der Lehrer und der Architekt die Mund'Art Event GmbH gegründet: Was einst mit einem unverfänglichen Geburtstagsessen begann, entwickelte sich schnell zum professionellen Catering-Unternehmen mit wachsender Nachfrage. Vor zwei Jahren kam die Kreissaal-Bar dazu, und mit dem Restaurant nun schliesst sich das Dreieck.

Was sie mit all ihren Vorgängern gemein haben: Auch ihr Name ist Programm. Nicht nur vermittelt das Wort «Mund'Art» Gaumenkunst. Der Name weckt in Bern dank der Musikszene auch starke Assoziationen und steht vor allem für eines: für hiesige, heimische Kost.

www.mund-art.ch



Bilder Claudia Diemar

Die Entdeckung der Langsamkeit auf der Kutsche.



Verschnörkelte und von Hand gefertigte Dekorelemente.



Die Pferde sind in Form von vergoldeten Details anwesend.

Eine Reise der Langsamkeit

Der Weg ist das Ziel. Auf Motorkutschen mit maximal 20 Stundenkilometer lässt sich Süddeutschland gemächlich entdecken.

CLAUDIA DIEMAR



Eine Reise in die Vergangenheit.

Kinder winken, Autofahrer stoppen und knipsen Fotos aus dem Fenster, Bauern halten den Traktor an, um dem ungewohnten Korso nachzublicken: Wenn die tiefseebauen «Aaglander» Motorkutschen durch die Dörfer rollen, ist den ebenso anachronistischen wie originellen Fahrzeugen einige Aufmerksamkeit sicher. Und nicht wenige Passanten lächeln, wenn sie die nostalgischen Gefährte sehen.

Gebaut werden die Fahrzeuge in einer Manufaktur auf Schloss Kühlenfels bei Pottenstein in der Frän-

kischen Schweiz. Jedes einzelne Teil ist von Hand gefertigt, viele Dekorelemente sind vergoldet.

Mit maximal 20 Stundenkilometern wummern die Dreizylinder-Dieselmotoren durch Wald und Feld. Das Unternehmen wirbt mit diesem «Luxus der Langsamkeit».

Bei Sonnenschein sitzt man an der frischen Luft, bei Regen kann ein Verdeck zum Schutz aufgespannt werden. Eine Sitzheizung garantiert ebenso wie bereit gehaltene Decken und wetterfeste Kutschermäntel wohlige Wärme.

Neben einem Prototyp mit Elektroantrieb stehen zwei Motorfahrzeugtypen zur Verfügung: Der kleinere zweisitzige «Duc», ein Sommerwagen mit zwei Sitzplätzen, kann von Selbstfahrern gebucht werden. Der grössere «Mylord» wird zusammen mit einem «Leinenführer» genannten Kutscher geordert; der Gast darf jedoch jederzeit ans Steuer. Die Kutsche war im 19. Jahr-

hundert einer der am häufigsten gebauten Luxuswagen. Gereist wird entweder individuell oder im Korso als «Gesellschaftsreise».

In Anlehnung an klassische Kreuzfahrten auf Flüssen oder Meeren versteht sich die Landpartie als «Kreuzfahrt zu Lande». Der Weg ist das Ziel. Man rollt so gemächlich dahin, dass man jede Blume und jeden Stein am Wegrand erkennt.

Kutschhalterei Arrangements in vier süddeutschen Regionen

Die Aaglander'sche Kutschhalterei bietet derzeit Arrangements in vier süddeutschen Regionen an. Demnächst sollen weitere Landschaften mit dem Virus der Langsamkeit angesteckt werden. Die dreitägige Reise in der Fränkischen Schweiz mit Touren im Aaglander, ländlichem Picknick und Logis im Feinschmecker-Hotel «Feiler» in Muggendorf sowie wei-

teren Extras kostet pro Person 1090 Euro. Es umfasst zwei Übernachtungen im Komfort-Doppelzimmer, ein Fränkisches Abendessen mit drei Gängen sowie ein «Maitre-Diner» mit vier Gängen. Kataloganforderung, Buchung sowie weitere Auskünfte unter Telefon 0049 / 9243 924 925 oder info@aaglander.de cd

www.aaglander.de

Swissness

Schweizerischer
Bauernverband
für 80%-Regel

Die Landwirtschaftskammer, das Parlament des Schweizerischen Bauernverbands, unterstützt die «Swissness-Vorlage» des Bundesrates: Wo ein Schweizer Kreuz drauf steht, müssen mindestens 80% im Inland produzierte Rohstoffe drin sein. Die Marke Schweiz ist auf den nationalen und internationalen Märkten ein Gütezeichen und das wichtigste Verkaufsargument der Schweizer Bauern. Seit der Bundesrat die 80%-Regel vorgeschlagen hat, läuft die Lebensmittelindustrie Sturm.

os

Mineralwasser
mit Kräutern aus
dem Appenzell

Das kohlenstoffhaltige Mineralwasser «Appenzell Flauder» mit Kräutern aus dem Säugetiergebiet gibt es neu auch in den Geschmacksrichtungen Holunderbeeren und Quitten-Rhabarber. Im Gegensatz zum «Appenzell Flauder Original» mit Holunderblüten- und Melisengeschmack, enthalten sie aber keine künstlichen Süsstoffe. «Appenzell Flauder» wird von der Mineralquelle Goba hergestellt.

Fairtrade

Starbucks
serviert nur noch
Fairtrade Kaffee

«Starbucks» baut seine Partnerschaft mit der MaxHavelaar-Stiftung aus. In der Schweiz bestanden ab sofort alle Kaffeegetränke aus 100% Fairtrade-zertifiziertem Kaffee. Damit wird Starbucks zum grössten Anbieter von Fairtrade-Kaffee in der Schweizer Gastronomie. Zudem zeichnet Starbucks in ganz Europa alle Kaffeegetränke auf Espresso-Basis mit dem Fairtrade-Label aus.

os

Gewürze und
Kräuter von
Claro fair trade

«Claro fair trade» stellt sein «Spicy Gewürz- und Kräutersortiment» aus dem fairen Handel vor. Nebst bekannten Gewürzen wie Pfeffer, Chili und Muskatnuss finden Feinschmecker Spezialitäten wie Kurkuma, Koriander und Kreuzkümmel, aber auch «Harissa» für die nordafrikanische Küche oder «Za'atar», eine Gewürzmischung aus dem Nahen Osten, die vor allem als Dipp gegessen wird.

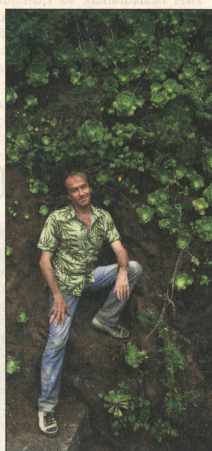
os

www.claro.ch



Das Patio des Hotels Pershing Hall in Paris zeigt eine grüne Mauer von Patrick Blanc.

Bilder Katja Hassenkamp



Der französische Künstler und Botaniker Patrick Blanc.



Das Hotel Athenaeum London hat die höchste Living Wall in den UK.



Acht Etagen des «Athenaeum» sind mit Pflanzen bewachsen.

Grüne
Mauer in
SichtHängende Gärten
machten nicht nur in
Babylon von sich
reden. Der Franzose
Patrick Blanc gestaltet
zeitgenössische
«vertikale Gärten».

KATJA HASSENKAMP

Patrick Blanc hat inzwischen weltweit über 200 Wände vegetalisiert. Sein kleinstes Stück war 12 auf 30 cm gross und sein grösstes zusammenhängendes Ensemble misst 1500 m² in der Pariser Rue d'Alsace. Er knüpft sich hässliche Parkhausfassaden und unschöne Innenhöfe vor, um die Natur in die Stadt zu holen und verpasst Museen und Einkaufszentren, aber auch Spa-Anlagen ein trendiges grünes Outfit. Blancs erste Realisation in der Hotellerie geht auf das Jahr 2001 zurück, als er gemeinsam mit der Designerin Andrée Putman im Patio der Pariser Pershing Hall eine hässliche Mauer in eine attraktive grüne Lunge verwandelte.

Sein Kommentar dazu: «Erstaunlicherweise hat eine Designerin meine Technik entdeckt und nicht ein Architekt, obwohl meine grünen Mauern eigentlich architektonische Elemente sind». Denn die begrünten Mauerflächen sind nicht nur ästhetisch, sondern sie isolieren auch – sommers gegen die Wärme und winters gegen die Kälte – und zugleich haben sie eine reinigende Funktion gegen die Umweltverschmutzung, denn sie bauen mit Hilfe von zahlreichen Mikroorganismen verschiedene Toxine ab.

Botanische Expeditionen
in die Urwälder

Patrick Blanc ist Naturwissenschaftler und Botaniker und, wie sein Assistent, Jean-Luc Le Goullec, untersteht, gibt es weltweit sicherlich keine Pflanzengattung, von der sein Chef keine Kenntnis hat. Dabei hat er nach eigenen Worten jedoch nie etwas für Gärten übrig gehabt und hat auch niemals auf dem Land, sondern immer in der Stadt gelebt. Allerdings interessiert er sich seit seinem 12. Lebensjahr für Pflanzen. Später, als er die üppigen Tropenwälder von Thailand und Malaysia entdeckte, machte er sein Hobby zum Beruf. In den letzten 35 Jahren erforschte er auf zahlreichen botanischen Expeditionen alle Urwälder der Erde, und studierte dabei vor allem jene Pflanzen, die an Stämmen und Ästen entlang ranken, sich in Felsab-

stürze krallen oder hinter Wasserfällen stramm stehen – Moose, Lianen, Farne und eine Fülle exotischer Schattengewächse, die er mit nach Hause nimmt, um sie zu akklimatisieren und davon so viele wie möglich in seine Mauern zu integrieren.

Auf sein Faible für die Pflanzenvielfalt angesprochen, streicht sich Patrick Blanc eine grün gefärbte Haarsträhne aus der Stirn und gibt zu: «Stimmt, ich versuche möglichst viele verschiedene Pflanzen für ein Projekt zu nutzen – 260 Sorten waren es für die Mauer des Hotels Athenaeum in London und sogar 400 verschiedene Arten für das Caixa-Forum in Madrid. Denn je mehr Sorten ich benutze, desto schöner sieht die Grünfläche aus. Zugleich sind meine Mauern dann weniger für Krankheiten anfällig. Aber vor allem liebe ich es, wenn sich unterschiedliche Formen und Farben zu einem üppigen Pflanzen-Patchwork ergänzen, das sich, je nach Jahreszeit, immer wieder zu neuen Mustern zusammenfügt.»

Pflanzen stecken in
Kunststoffflies-Taschen

Das patentierte Prinzip der grünen Mauern basiert auf einer Metallstruktur, die in einem geringen Abstand von der Fassade bzw. der zu begrünenden Innenwand hochgezogen und mit wasserundichten PVC-Platten bestückt wird. Darauf wird ein nicht faulendes Kunststoffvlies befestigt, das verschiedene Taschen und Täschchen für die Pflanzen hat. Sie können so ihre Wurzeln entlang der PVC-Platten ausstrecken und werden von oben in regelmäßigen Abständen bewässert. Kostenpunkt pro m² begrünte Fläche: zwischen 500 und 600 Euro.

Das Ganze hört sich relativ einfach an und dennoch ist die Konzeption jeder Mauer eine schwere Geburt, bei der künstlerischer Einfallsreichtum mit botanischem Know-how gepaart werden muss. Gilt es doch je nach Klima und Lage unterschiedliche Pflanzen zu wählen. Ausserdem spielt Patrick Blanc natürlich auch mit unterschiedlichen Formen und Farben, um Kontraste herauszuarbeiten. Zugleich müssen sich die Pflanzen aber auch komplementär entwickeln, damit die Mauer rund ums Jahr attraktiv bleibt: Auf die Frühjahrsblüte sollen Sommerblumen folgen.

www.muvegetalpatrickblanc.com

Buchtipps: «Vertikale Gärten. Die Natur in der Stadt», Patrick Blanc, Ulmer Verlag, 2009. ISBN 978-3-8001-5910-9, 59,90 Euro

impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Elisabeth Hübner/ehh

Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/sls

Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung)

aktuell; Christine Künzler/ck (Ressortleitung)

fokus; Simone Leitner Fischer/sls (Ressortleitung)

dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Ressortleitung)

cahier français); Eugenio D'Alessio/eda; Franziska

Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenc-

zek/sgs; Karl Josef Verding/kjv; Samira Zingaro/sz

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb

Layout: Roland Gerber/rg; Regula Wolff/rwo (CD)

Korrektorat: Paul Le Grand

Volontar: Olivier Schmid

Online Redaktion: Melanie Roth/rom

Verlag

Leitung: Barbara König;

Assistentin: Monika Hausamann

Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs

Wys.

Geschäftsanzeigen: Michael Müller,

Béda-Urs Schönenberger

Druck: Buchler Grafino AG, Druckzentrum Bern

Auflage: WEMF-beglaubigt 2008/09

verkaufte Auflage: 10.732; Gratisauflage: 769

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer

Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 152.-

ISSN: 1424-0440

Kontakte

Adresse:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,

Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@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

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und

Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les

documents envoyés sans concertation préalable

cahier français

htr hotel revue No 9 / 4 mars 2010



Jürg Schmid
L'ancien directeur de Suisse
Tourisme fait le point avant
de rejoindre les CFF.
Page 20



Genève
Les responsables touristiques
ont lancé la nouvelle marque
pour la Cité de Calvin.
Page 21

Caméra, mon amour

La vidéosurveillance séduit la plupart des stations d'hiver. Crans-Montana, une des premières à avoir adopté cette technologie, a fait école.

EUGENIO D'ALESSIO

Pour un touriste, il est rassurant de savoir qu'un parking est sous surveillance, de telle sorte que les caméras contribuent au bien-être de nos hôtes. Aux yeux de Dominique Fumeaux, le directeur de Crans-Montana Tourisme, la vidéosurveillance, loin de mettre à mal l'attrait touristique des lieux de villégiature, est au contraire un atout de poids: «Nos visiteurs aiment se sentir en sécurité, sans compter que les caméras sont efficaces pour combattre la délinquance et le vandalisme» (voir l'interview).

Les incivilités en forte baisse

Ivo Gerosa, le commandant de la police municipale de Crans-Montana, confirme: «Les 86 caméras qui quadrillent l'espace public de la station – les premières ont été installées en 2006 – ont permis de réduire de près de 50% les actes d'incivilité.» Zermatt marche sur les traces de Crans-Montana. Les citoyens de la commune du pied du Cervin ont accepté, le 29 novembre dernier, le principe de la pose d'une douzaine de caméras dans les endroits névralgiques, pour un coût de

150 000 francs. A Zermatt Tourisme, les mines sont réjouies: «Notre station offre une foule d'animations nocturnes qui font le bonheur de nos clients. La vidéosurveillance va leur permettre de festoyer en toute quiétude», explique Marc Scheurer, le directeur du marketing.

Faire échec aux cambriolages

Du côté de Gstaad, la réflexion sur les mérites de la vidéosurveillance remonte à 2005 déjà. «Notre projet a dû rester dans les tiroirs en raison de l'absence de bases légales. Mais avec l'assouplissement de la législation bernoise, intervenue en 2009, nous avons le champ libre. Nous envisageons d'installer ces prochains mois une dizaine de caméras», révèle Roger Seifritz. Et le directeur de Gstaad Saanenland Tourisme de préciser: «Notre station veut faire échec aux cas de cambriolages et de vandalisme, toujours plus nombreux, et assurer la sécurité des résidents fortunés, qui

«Il ne faudrait pas donner l'impression d'une station qui vit sous contrôle.»

Pierre-Yves Deltz
Directeur adjoint de Verbier Tourisme

constituent la quintessence de notre clientèle.» Dans les Alpes vaudoises, les gendarmes électroniques pourraient, là aussi, pointer le bout de leur nez: «Sursollicitation des écoles privées, des discussions sur la possibilité d'installer des caméras viennent d'être engagées avec la municipalité et les opérateurs touristiques», lâche Serge Beslin, le directeur de Villars Tourisme. Qui poursuit: «Nous accueillons 800 étudiants à l'année. La vidéosurveillance permettrait de les protéger contre les incivilités. Personnellement, je suis favorable à toute technologie capable d'améliorer la



La vidéosurveillance est une technologie qui tend à se généraliser dans tous les secteurs de la vie sociale.

sécurité de nos hôtes.» Verbier, pour sa part, observe avec retenue le fleuve de louanges que draine la vidéosurveillance. «Il ne faudrait pas donner l'impression d'une station qui vit en permanence sous contrôle. Les gens sont en vacances: épargnons-leur le sentiment d'être épiés», argumente Pierre-Yves Deltz, le directeur adjoint de Verbier Saint-Bernard Tourisme. Et d'ajouter: «Les caméras ne doivent pas être généralisées, mais utilisées de façon ciblée.»

Mais à Verbier également, le train de la vidéosurveillance est lancé, comme le confirme Daniel Philippon, chargé de la sécurité au Conseil communal de Bagnes: «Le dossier est sur la table. Nous devons maintenant nous assurer que les caméras font l'unanimité. D'ici à fin mars, nous réaliserons un sondage auprès des hôteliers, des restaurateurs et des résidents. Et nous nous déterminerons en fonction des résultats de cette enquête.»

1. Comment justifiez-vous votre soutien à la vidéosurveillance?

Je ne mets pas en avant des arguments touristiques, mais sécuritaires. C'est un fait statistique, les caméras de surveillance ont permis de réduire les déprédations et les délits. Or, tout ce qui est bon pour Crans-Montana l'est, par ricochet, pour le tourisme de la station.

2. Ne craignez-vous pas que les caméras n'écornent l'image de Crans-Montana?

En aucune manière. Les caméras sont présentes dans la station depuis quatre ans. Elles sont entrées dans les mœurs. Elles ne suscitent ni critiques ni défiance. Les caméras sont en somme bien acceptées, d'autant plus que leur utilisation obéit à des règles strictes et que les images ne sont pas en diffusion libre.



A chaud
Dominique Fumeaux

Directeur de Crans-Montana
Tourisme depuis octobre
2007.

3. La vidéosurveillance peut-elle être un argument de vente?

Promouvoir cette technologie comme argument publicitaire n'entre pas, pour l'heure en tout cas, dans nos plans. Dans l'imaginaire des touristes étrangers, la Suisse est déjà un pays qui se distingue par son haut degré de sécurité. Nul besoin donc d'en rajouter.

4. Un touriste «épié» n'est-il pas moins enclin à consommer ou à faire la fête?

Pas du tout. Les caméras de surveillance sont placées à des endroits discrets. Elles n'agressent pas les visiteurs par une présence ostentatoire. Les seules personnes qui doivent craindre la vidéosurveillance sont celles qui viennent à Crans-Montana pour semer la pagaille ou pour se livrer à des actes délictueux.

La Fédération suisse du tourisme fait grise mine

Le Conseil fédéral prévoit de supprimer, sans la remplacer, la contribution annuelle de 100 000 francs que l'Etat verse à la Fédération suisse du tourisme (FST). Innoutour est épargné.

THERES LAGLER

La semaine dernière, le Conseil fédéral a adopté un gros paquet d'économies qui doit permettre de

réduire le budget de l'Etat d'environ 1,4 milliard par an dès 2011 et de quelque 2,7 milliards dès 2015. Pour y parvenir, l'Etat a coupé drastiquement jusque dans les plus petits soutiens. Ainsi, la suppression de la contribution annuelle de 100 000 fr. à la FST, applicable dès 2011.

Un coup dur pour Mario Lütolf, son directeur. «Même s'il s'agit d'un montant marginal dans ce paquet de mesures qui se chiffre en milliards, pour nous c'est vital». D'ailleurs, il se battra pour conserver cette manne fédérale. «Nous avons

un contrat de prestation avec la Confédération et sans cette contribution, nous ne pourrions plus exercer nos mandats de la même manière», avertit Mario Lütolf.

La FST propose un service conseil avec bibliothèque spécialisée et coordonne les prises de position politiques des différentes organisations de la branche. «Jusque-là, la Confédération a toujours valorisé financièrement le rôle de la FST dans ce domaine», observe Mario Lütolf. La FST pilote des mandats tels que le programme de qualité ou

la classification des appartements de vacances pour un bilan total de deux millions de francs et douze places de travail à plein temps. Sans ces mandats, les cotisations plafonnent à 740 000 francs et le montant de la contribution fédérale obtenue jusqu'ici à 100 000 francs. Voilà qui illustre parfaitement son importance.

De son côté, Présence Suisse devra faire face à une réduction d'un demi-million de francs, mais il lui restera toujours huit millions. D'où une moins grande incidence



Pour Mario Lütolf, le directeur de la FST, la pilule est dure à avaler.

sur son avenir. Enfin, pas trace d'Innotour dans la liste noire des cinquante mesures d'assainissement à court terme et des trente à moyen terme. Une décision importante pour le tourisme. Le Conseil fédéral entend présenter en avril un rap-

port de consultation sur le programme d'économies. Les résolutions finales seront ensuite intégrées au budget fédéral 2011.

Adaptation Françoise Zimmerli
sur la base d'un article de la page 2

En bref

Suisse

«mobitool.ch», un site consacré à la mobilité durable

Les CFF Swisscom, les BKW FMB SA et le réseau pour l'économie durable Öbu ont mis en service lundi une plate-forme destinée aux entreprises et consacrée à l'évaluation des déplacements selon des critères écologiques. Le site www.mobitool.ch permet de contrôler l'impact écologique du trafic engendré par l'entreprise. Il propose des aides pour une gestion des déplacements favorables à l'environnement. Une comparaison interactive permet, par ailleurs, de juxtaposer deux moyens de locomotion et d'identifier celui qui est le plus écologique. mh

Douze mille signatures contre l'hélicski



L'hélicski ne semble pas avoir les faveurs du public. En trois mois, l'Association transports et environnement (ATE) et Mountain Wilderness ont réussi à récolter douze mille signatures demandant la suppression de ces vols. Cette pétition devrait être remise aux autorités fédérales à la mi-avril, ont indiqué les deux organisations, rejointes dans leur action par Pro Natura et le WWF Suisse. Selon elles, la pratique de l'hélicski engendre environ 15 000 vols touristiques par an. mh

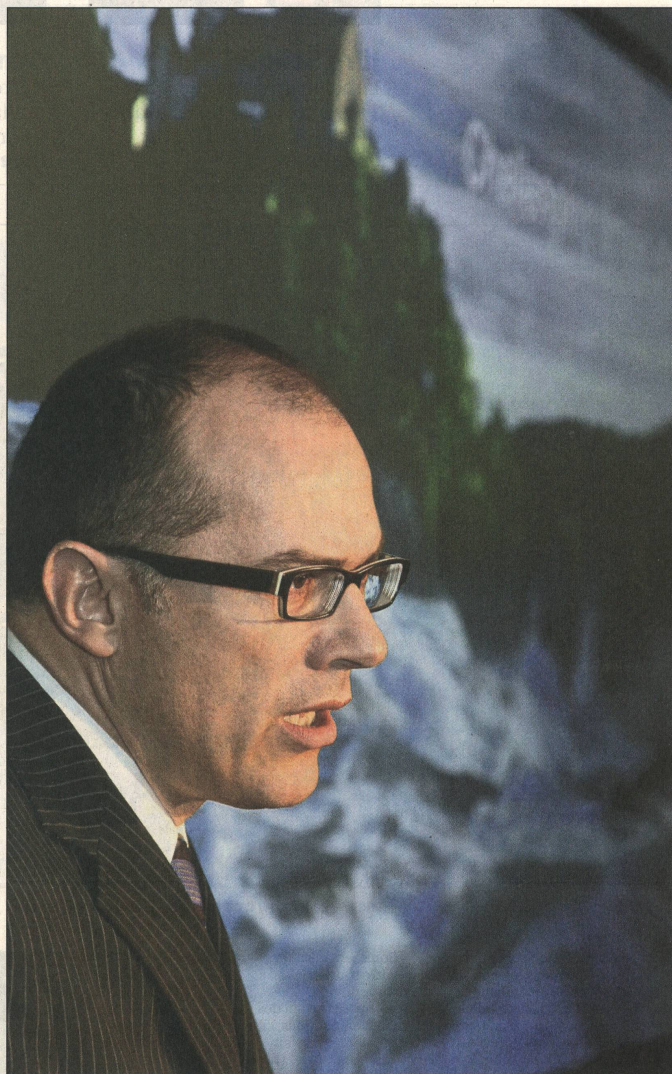
Volume d'affaires en légère hausse chez Best Western

Le volume d'affaires a légèrement augmenté l'an passé chez Best Western Swiss Hotels. Grâce à leur affiliation au groupement, les 41 hôtels membres (39 en 2008) ont enregistré 85 824 nuitées, soit une hausse de 6,5% par rapport à 2008. Le chiffre d'affaires a progressé de 3,5% à 17,9 millions de francs. Le prix moyen par nuit a diminué de 2,5% à 196 francs. CEO de Best Western Swiss Hotels, Peter Michel s'est déclaré «très content» de ce résultat. Il a indiqué que la demande avait augmenté de manière sensible au cours du dernier trimestre. mh

Hôtellerie et restauration: timides espoirs



L'hôtellerie et la restauration suisses caressent de timides espoirs de reprise des affaires. L'enquête conjoncturelle de l'ETH de Zurich a montré qu'un quart seulement des entreprises interrogées s'attendaient à un recul des ventes au premier trimestre. Elles étaient encore près de la moitié à penser ainsi au début du trimestre précédent. La situation ne devrait pas changer au cours des six prochains mois. mh



Jürg Schmid prendra la tête de la division voyageurs des CFF dès le 1er avril.

«La branche devra s'unir»

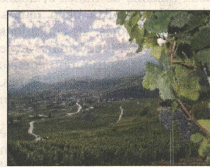
Le marché alémanique peut sourire aux vins valaisans

Le Valais veut affirmer son secteur vitivinicole. Une étude lui recommande de le faire notamment sur le marché alémanique.

MIROSLAW HALABA

Acteur clé de l'économie valaisanne, le secteur vitivinicole ne néglige pas les moyens d'améliorer son efficacité. Preuve en est l'étude VITI 2015, réalisée avec le concours de l'Université de Lausanne et dont le deuxième volet – consacré à la stratégie de marketing – a été présenté la semaine dernière. Cette étude fait notamment des recommandations pour la pondération des efforts de mar-

keting. Elle constate, tout d'abord, que l'exportation est plus source d'image que de volume. Aussi, l'investissement marketing devrait se limiter à 5%. Dans l'est et dans l'ouest du Plateau alémanique, en revanche, où se consomment environ 50% des vins vendus en Suisse, cet effort devrait



Les vins valaisans ont un bon avenir en Suisse.

s'élever «au moins à 60%». Dans la première région citée, les vins rouges valaisans n'occupent que 7,2% du marché. Cette proportion est de 17% pour les vins blancs.

Sur le plan du produit, l'étude suggère également d'élever la qualité, de manière à renforcer l'«AOC Valais», qui «semble trop large», pour les auteurs de l'étude. Il s'agit, par ailleurs, de hiérarchiser la gamme des vins, selon qu'il s'agit de dénominations qui sont porteuses d'image ou génératrices de chiffre d'affaires. Objectif de cette mesure: éviter la banalisation.

Pour le conseiller d'Etat Jean-Michel Cina, le Valais peut avoir l'ambition de devenir une destination «au top des régions viticoles européennes».

Jürg Schmid, le grand communicateur de Suisse Tourisme (ST), roule pour les CFF. Avant son départ, il fait le point, en particulier sur les résidences secondaires et le financement de ST.

ELSBETH HOBMEIER

Jürg Schmid, votre passage aux CFF a fait les manchettes des journaux: quel titre avez-vous préféré? Le «top vendeur de billets» ou l'«as de la vente»?

Le «vendeur de billets». La vente est trop souvent sous-estimée et je me sens bien dans cette position. J'aime aussi le titre de cette colonne: «Jusqu'à présent, il a promu le tourisme, depuis peu il promeut les touristes». La preuve que ma nouvelle mission est encore proche du tourisme. D'ailleurs, mon but n'a jamais été de quitter cette branche admirable.

Votre poste à ST est toujours ouvert. Nous dévoileriez-vous votre favori?

Non. Cependant, j'ai un bon feeling et je suis convaincu que tout ira bien. ST est bien positionné, avec des gens de grande qualité. L'erreur serait de vouloir tout changer. Ce qui est demandé actuellement, c'est innover dans la continuité.

De quelles capacités votre successeur doit-il ou doit-elle faire preuve?

Enthousiasmer et convaincre. Et savoir faire preuve de compromis. Les valeurs humaines sont très importantes dans ce job. Ainsi qu'une expérience dans le marketing, dans l'idéal au niveau international.

Quels grands travaux le directeur de ST devra-t-il accomplir ces trois prochaines années?

L'organisation et l'attractivité de la saison d'été. Là, ST doit reprendre le leadership. Le rôle des technologies et le financement de ST.

La politique touristique 2012: quels besoins financiers voyez-vous?

Le secteur devra se battre pour obtenir davantage de fonds, afin que la Suisse puisse parti-

ciper à la croissance mondiale du tourisme. La branche devra s'unir pour renforcer et préserver notre pays. Certes, le Parlement sait que les moyens engagés dans le tourisme ont un sens, mais il ne faut pas oublier non plus l'inflation à l'échelle mondiale: rien que notre bureau en Chine coûte chaque année huit pour cent de plus.

De quels bords politiques pourrait venir la résistance?

A l'extrême droite, la politique d'austérité l'emporte souvent sur la sympathie dont bénéficie le tourisme. Et à l'extrême gauche, on peint volontiers le tourisme comme un ennemi de l'environnement, ce qui est dépassé, puisqu'actuellement il est le garant de la durabilité.

Et la durabilité en matière de résidences secondaires? De quelle réglementation claire aurions-nous besoin?

Une seule recette: restreindre la construction par une législation. Réaménager et rénover les structures existantes au lieu d'en construire de nouvelles devrait être notre nouvelle devise. Mais le lobby de la construction est fort. Si nous continuons de construire dans nos vallées de montagne au même rythme ces 40 prochaines années, alors le tourisme

estival est menacé dans son existence.

Seriez-vous prêt à louer votre appartement à Lenzerheide?

Ce sont des lits chauds. Nous sommes une grande famille, donc nous l'occupons souvent. En outre, une obligation de location ne résout pas le problème, tous ces appartements sont construits et lever une taxe ne les ferait pas disparaître. C'est une source de financement intéressante, mais pas un outil de contrôle. Ce qu'il faut avant tout, c'est promouvoir les hôtels, pas les résidences secondaires.

Revenons aux CFF: Que ferez-vous en premier à la tête du trafic des voyageurs?

Je vais d'abord me familiariser avec l'entreprise, dans toutes ses nuances. C'est seulement alors que je déciderai ce que je veux aborder et transformer. Pour cela, j'aurai certainement besoin des fameux 100 jours.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 5

Accor veut séparer ses activités hôtelières de ses activités de services

Avec un modèle économique propre, les «deux métiers» du groupe pourront se développer de façon autonome.

Lors de l'assemblée générale qui aura lieu à fin juin, les actionnaires d'Accor se prononceront sur une proposition qui, si elle est acceptée, donnera au groupe une dynamique supplémentaire. En effet, le conseil d'administration propose de séparer ce qu'il appelle les «deux métiers» du groupe, à savoir: l'hôtellerie et les services. Cette séparation permettra aux deux entités de se développer de façon autonome. Grâce à des modèles économiques propres, elles attireront «un plus grand nombre d'investisseurs», estime la direction du groupe.

Le groupe se composera de la société Accor SA. Celle-ci comprendra les activités hôtelières – 4100 hôtels répartis dans 90 pays –, celles de la société Lenôtre et de la

Compagnie des Wagons-lits, ainsi que la participation dans le groupe Lucien Barrière. Une nouvelle société sera créée pour les activités de services, services préparés, avant tout. Cotées en bourse, les deux entreprises n'auront pas de lien capitalistique entre elles.

S'agissant des activités hôtelières, Accor indique qu'il a «l'ambition de devenir le leader européen de la franchise et, à l'horizon 2015, l'un des trois leaders mondiaux de l'hôtellerie». En 2013, Accor prévoit d'avoir plus de 70% de son parc hôtelier en contrats de gestion, en franchises ou en loyers variables. Cette stratégie assurera une plus grande stabilité des marges brutes d'autofinancement et une meilleure rentabilité des capitaux. mh

Genève Tourisme a lancé lundi dernier la nouvelle marque «Genève», avec le concours de Rémy Pagani, le maire de la Cité de Calvin, et d'un représentant du canton.

ALEXANDRE NICOLIN

I Amsterdam», «ONLYLYON», ou plus proche de nous, Ley-sin et son «Oxygène des Alpes» ou encore le «Die Stadt. Der See. Die Berge.» de Lucerne, mais aussi Madrid ou Paris. Aujourd'hui, doter sa ville d'un slogan qui sonne, d'un logo qui frappe et d'une identité visuelle qui claque ne relève plus du gadget, mais bien d'outils développés par les institutions touristiques.

Se démarquer en mettant en avant sa spécificité

Ces éléments permettent à une ville, à une région de se présenter et de se démarquer en promouvant sa

Les défis qui attendent la Cité de Calvin

En marge du lancement de la marque «Genève», Jean-Pierre Jobin, le président de Genève Tourisme, a présenté les défis que la Cité de Calvin devra anticiper à l'horizon 2015 pour que son tourisme reste compétitif. La ville devra maintenir un haut niveau de sécurité, favoriser les transports et mettre en valeur son patrimoine, sans oublier de garder les grandes organisations internationales et d'accroître le nombre de congrès.



La ville du bout du Léman compte renforcer son attrait touristique. Ici la terrasse du bar lounge restaurant Arthur's Rive-Gauche.

Swiss-Image

Nouvelle vision

spécificité. En somme, la marque constitue un avant-goût de la destination. Ceci est donc très sérieux. Pour preuve, Genève Tourisme (GT) vient de dépenser 200 000 francs pour en acquérir une. «Genève – un monde en soi», ce slogan inventé par la société Saatchi & Saatchi, sera désormais la signature diffusée partout dans le monde par les partenaires du tourisme genevois. Déjà décliné en an-

GENÈVE
UN MONDE EN SOI

Le jet d'eau est incrusté dans le N.

glais «Genève – A world of its own», et en allemand «Genève – eine Welt für sich», les prochaines déclinaisons linguistiques ne devraient pas tarder. Jean-Pierre Jobin, le président de GT, insiste sur le Genève écrit dans la langue de Molière: «Il y a plus de vingt Genève aux Etats-Unis. Si nous désirons marquer notre spécificité, il faut imposer le français.» Nous ne savons pas ce qu'en pensent les concepteurs du «Lake Geneva Region!» Quant au choix des couleurs, il est le fruit d'une intense réflexion. «Le bleu fait référence à la ville d'eau, à l'air, tandis que le gris évoque l'élégance, la technique, la modernité», énumère Militza Bodi, la directrice

de la communication de GT. Quant au jet d'eau, il a trouvé son chemin et finit incrusté dans le N du «Genève» du logo.

«Nos concurrents sont des villes»

Afin d'appuyer le lancement de cette nouvelle marque déposée, GT avait convié deux figures du PTG (Paysage touristique genevois). «Nos concurrents ne sont pas des centres d'exposition mais des villes», explique Claude Membrez, le directeur général de Palexpo. Paul Muller, président du groupe Manotel et président de la société des hôteliers de Genève, abonde, avec humour, dans ce sens: «Nous

aimerions que nos clients descendent dans nos hôtels à cause de nous et de nos prestations, mais la vérité est qu'ils sont attirés par la destination». Tous deux férus de la destination Genève, ces deux témoins appuient donc la démarche et promettent de «s'abriter sous cette bannière».

Après avoir présenté la nouvelle marque lundi à la presse locale et régionale, GT compte sur la présence des 12 500 journalistes présents à Genève à l'occasion du Salon de l'auto pour que soit relayée l'information au niveau international. Un plan média très efficace. Une rampe de lancement assurément bien pensée.

La navigation séduit en été et en hiver

Les compagnies suisses de navigation ont les faveurs du public. Le millésime 2009 le montre.

MIROSLAW HALABA

Les quelque 180 bateaux qui naviguent sur les lacs et les rivières suisses ont connu en 2009 une année faste. Profitant notamment de l'intérêt accru du public suisse pour les séjours au pays, ils ont enregistré le chiffre record de 14,7 millions de passagers, ce qui représente une hausse de 4,9% par rapport à 2008. Pour le Service d'in-

formation pour les transports publics, Litra, qui a publié ce chiffre, l'augmentation «réjouissante» des fréquentations recensée durant la période hivernale n'est pas étrangère à cette performance.

Les entreprises de navigation ont, en effet, mis sur pied diverses offres destinées à cette période de l'année, des offres qui jouent



Les compagnies de navigation ont connu une année 2009 record.

aussi bien sur le registre culturel que sur le registre gastronomique. «La palette des produits, indique Litra, s'étend du bateau-fondue au bateau-polar en passant par le

bateau-brunch dominical et les nuits mexicaines.»

Le détail des résultats 2009 montre que la compagnie de navigation du lac des Quatre-Cantons a conservé sa place de première de classe avec 2,44 millions de passagers. Elle est suivie par la Compagnie générale de navigation (1,87 million), par la compagnie du lac de Zurich (1,84 million) et par les Mouettes genevoises (1,28 million).

Pour ce qui est des nouvelles offres, on relèvera qu'une demande de concession pour des courses régulières sur le lac de Sempach (LU) a été adressée l'automne dernier à l'Office fédéral des transports. Ce projet est toutefois contesté par l'association écologique locale.

Une aubaine pour Crans-Montana

Trois épreuves de Coupe du monde de ski se dérouleront ce week-end dans la station valaisanne. Elles entraînent de gros investissements, mais assurent un impact médiatique important.

ISABELLE BAGNOUD LORETAN

Depuis hier, les entraînements ont débuté sur la piste de la Nationale à Crans-Montana, qui accueille trois épreuves de Coupe du monde de ski entre le 5 et le 7 mars. Les meilleures skieuses du monde s'affronteront pour une descente, un super-G et un super-combiné.

Le coût total de ces courses s'élève à 1,8 million, mais avant les derniers préparatifs, la piste a été modifiée, les emplacements pour les spectateurs agrandis et le matériel de sécurité amélioré. Des investissements financiers et humains importants, des conséquences sur les pistes (la cohabitation entre skieurs et compétiteurs n'est pas toujours simple), mais pour quelles retombées?

Aucun doute sur l'impact médiatique. Le nom de Crans-Montana est véhiculé loin à la ronde, six heures de retransmission TV en direct sur les chaînes nationales sont assurées. Pour Urs Zehnhäusern, le directeur de Valais Tourisme, de grands événements comme la Coupe du monde permettent au Valais de se positionner comme



La Coupe du monde de ski fait halte sur le Haut-Plateau.

Oliver Mair/3D

une destination de ski. Le canton en profite et le communique via son site et ses newsletters. Les épreuves obligent les remontées mécaniques à être performantes sur l'enneigement artificiel, la taille

et la qualité technique des installations. Des investissements qui servent aussi bien aux hôtes qu'aux compétiteurs.

Par contre, l'impact économique lors de l'événement reste en-

core modeste – la station avait accueilli 16 000 personnes en 2008. «Pour créer un véritable événement, comme à Adelboden ou à Wengen, il faudra encore quelques années. Crans-Montana doit se refaire un nom dans le circuit», estime Yves Mittaz, membre du comité directeur et responsable marketing des épreuves, qui annonce la venue de 1000 invités, pour la plupart des sponsors alémaniques.

«Les compétitions n'attirent pas énormément de monde de l'extérieur et l'impact reste difficile à estimer sur place», explique Dominique Fumeaux, le directeur de Crans-Montana Tourisme. Cette structure réalisera un sondage auprès des usagers du domaine skiable justement. Les résultats seront disponibles après les courses.

En bref

Vaud

Lausanne revitalise son information



Swiss-Image

Lausanne Tourisme a pris des initiatives pour revitaliser son information. Ainsi, les personnes s'acquittant d'une taxe de séjour recevront, en plus de la carte des transports publics, un carnet de 56 bons de réduction auprès d'organisations lausannoises. La brochure d'accueil «Lausanne Bienvenue» a été révisée et étoffée. Un partenariat a aussi été conclu avec Clubs-Loisirs. Il devrait permettre d'augmenter le nombre de membres de l'office du tourisme et soutenir le marketing.

mh

Animations pour les 25 ans de l'Alimentarium

Seul musée au monde consacré à l'alimentation en général, dirigé depuis lundi par Madeleine Betschart, l'Alimentarium, à Vevey, fête cette année son 25^e anniversaire. Plus d'un million de visiteurs ont été accueillis dans ses locaux durant ce quart de siècle. Quatre journées festives, dont la première aura lieu samedi sur le thème «Body Instinct», seront organisées pour marquer cet événement. Un concours de courts-métrages a également été mis sur pied. Le premier prix a été remporté par les Valaisans Paul Walther et Samuel Dematraz.

mh

Valais

Sion édite son premier memento culturel



Swiss-Image

La ville de Sion et l'office du tourisme viennent d'éditer le premier memento culturel du chef-lieu. Ce vecteur d'information est matérialisé, depuis ce mois, sous la forme de deux supports édités mensuellement, soit mille imprimés en format A6 et vingt affiches placées dans les parkings publics. Cette initiative a notamment pour objectif de profiter du potentiel touristique que représente l'offre culturelle de la cité.

mh

Martigny accueille le 2e Salon des métiers

Le centre d'exposition de Martigny accueille jusqu'à dimanche le 2^e Salon des métiers. Quelque seize mille visiteurs sont attendus par plus de quatre-vingts exposants, dont les associations faitières de l'hôtellerie et de la restauration, hôtellerie suisse et Gastro-Suisse. Vendredi, ce sont avant tout les écoliers hauts-valaisans qui visiteront le salon. Deux mille cinq cents se sont inscrits à cette journée où la langue allemande prédominera. Le salon a ouvert ses portes mardi.

mh

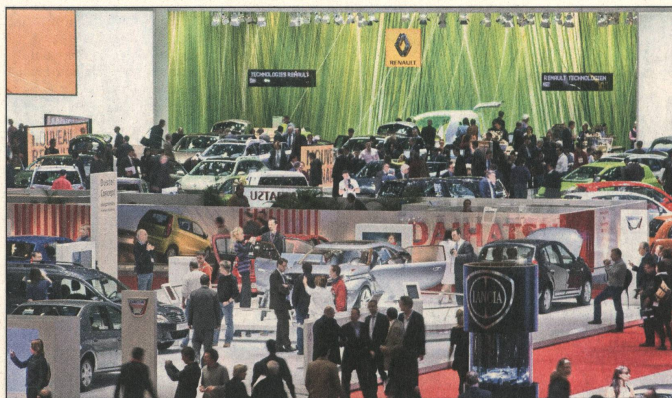
En bref

Suisse**Fumée passive: une «atteinte» à la liberté**

«Les dispositions de protection contre le tabagisme passif représentent une intervention massive de la liberté entrepreneuriale», estime GastroSuisse dans un communiqué diffusé la semaine dernière. Se référant à l'entrée en vigueur le 1er mai de la loi nationale et de l'ordonnance sur la protection contre le tabagisme passif, l'association indique qu'elle a «épuisé» toutes les possibilités politiques d'intervenir dans ces débats. Elle note aussi qu'un «grand mécontentement» règne par ses membres qui sont défavorisés par l'interdiction de fumer. mh

France**Gilles Goujon honoré par le Guide Michelin**

Gilles Goujon, chef de l'Auberge du Vieux Puits à Fontjoncouse (Aude), à 50 km de Perpignan, est entré dans le cercle très fermé des triples étoiles (26 tables seulement en 2009) dans le Guide Michelin France 2010. C'est une consécration pour ce «meilleur ouvrier de France 1997», qui a déjà obtenu cinq toques, la note la plus haute, au Gault Millau 2010. Le Guide Michelin France 2010 présente 558 restaurants. mh



La 80e édition du raout automobile genevois devrait voir affluer des centaines de milliers de visiteurs.

L'auto repasse par les hôtels

Après une édition 2009 en demi-teinte pour cause de crise, le Salon de l'auto de Genève retrouve son lustre et les hôteliers le sourire.

ALEXANDRE NICOLIN

Flash-back. L'an passé, la tenue même du Salon était incertaine. «Nous avons eu de la chance de pouvoir l'organiser», se souvient Luc Argand, président de l'exposition. Ce qui a sauvé l'édition 2009, c'est que les réservations avaient

déjà été faites avant que l'économie mondiale ne sombre. Tous est joué à quelques semaines près. Mais cette nouvelle édition a aussi failli ne jamais voir le jour: «Nous avons envisagé d'annuler la manifestation au cas où les constructeurs n'auraient pas répondu présents», explique l'avocat genevois.

Une édition qui semble promise au succès

Cette sombre musique ne semble aujourd'hui qu'un écho lointain. En effet, la nouvelle édition du Salon de l'auto (4-14 mars), la 80e du genre, semble promise au succès. Sept cents marques, 250 exposants, 125000 visiteurs, des centaines de milliers de visiteurs. Alors que les professionnels du tourisme affichent leur soulagement, Paul Muller, le président du groupe Manotel, voit dans ce renouveau la convergence de deux phénomènes. «Sans conteste, outre une conjoncture qui reprend des couleurs, la pléiade de nouveautés, plus de 130 annoncées, draine du monde.»

Alors ces chambres d'hôtels, toutes occupées? Petite vérification, histoire d'en avoir le cœur net, et, effectivement, toutes les offres du tourisme lémaniques entonnent en chœur: «Vous ne trouverez rien dans le coin.» Un portrait idyllique, mais quelques fortunes diverses...

Les deux-, trois- et quatre-étoiles feront le plein. «Nous retrouvons les niveaux de 2008. Nous remplissons même les deux week-ends chevauchés par le Salon», explique Béatrice Vaisseau, responsable des ventes du Bristol. Pour les cinq-étoiles, les deux journées précédant l'ouverture, destinées à la presse, affichent également complet. Mais il a fallu un peu cravacher pour obtenir ce résultat. César Gil,

le directeur du marketing du Mandarin Oriental Hôtel du Rhône, confie que «nos clients ont retenu très longtemps les confirmations finales. Il a fallu les rappeler pour qu'ils nous les communiquent».

Si Xavier Collange, le directeur adjoint du Beau-Rivage, se réjouit d'avoir également rempli son hôtel pour les journées presse, il constate paradoxalement que cette édition risque d'être un peu moins bonne que celle de 2009: «Au moment où la crise a explosé, nous avions déjà vendu, et encaissé, toutes nos chambres.» Il précise qu'il n'a «pas bradé pour remplir», mais qu'il a fait quelques gestes commerciaux.

Les marques organisent à nouveau des banquets

Quant à Laurence Brenner, la responsable du marketing du Swissôtel Métropole, elle constate, à l'instar de ses confrères, que les marques organisent à nouveau des banquets et des cocktails. Bref, que les affaires reprennent!

Les habitudes de consommation évoluent beaucoup

Les professionnels de la branche sont unanimes: les délais de réservation sont de plus en plus courts, un phénomène qui amène parfois les hôteliers à naviguer à vue. Alors que cette tendance est le plus souvent imputée à la crise, Paul Muller, le président de Manotel, propose une analyse plus globale: «Notre manière de consommer évolue. Les gens planifient de moins en moins leurs achats à l'avance. Ceci est aussi vrai pour le choix de l'hôtel.» an

ANNONCE

actuel – pour vous forger une opinion

10 semaines pour 27 francs

Lisez des avis de professionnels pendant 10 semaines, pour 27 francs seulement. Ou alors choisissez de vous abonner à l'hotel revue htr au prix de 152 francs tout en profitant de 30% de rabais par rapport à la vente au numéro.

Téléphone 031 740 97 93, abo@htr.ch, www.htr.ch

htr **hotel revue**



Claude-Alain Bugnon, le propriétaire de la distillerie artisanale Artemisia, à Couvet.

L'absinthe trace sa voie

La route de l'absinthe, entre Pontarlier et Noiraigue, est sur les rails. Pleins feux sur cet important projet touristique franco-suisse.

EUGENIO D'ALESSIO



Une carte postale mettant en scène la fée verte.

Les acteurs politiques et touristiques de Pontarlier et du Val-de-Travers, les berceaux historiques de la bleue, ont donné lundi dernier le coup d'envoi de la route de l'absinthe, un projet qui prend vie après plusieurs années de collaboration entre le canton de Neuchâtel et la France. Cet itinéraire, qui relie sur 35 kilomètres la capitale du Haut-Doubs à Noiraigue (Val-de-Travers) et qui devrait être inauguré en 2011, a pour vocation la « mise en valeur du patrimoine historique et culturel de la fée verte en terre neuchâteloise et française », explique Gilles Robert, le coordinateur touristique du Val-de-Travers pour le compte de Tourisme neuchâtelois.

Les visiteurs pourront découvrir des distilleries, des sites de contre-

bande, des musées, mais également le grand séchoir de Boveresse. La Fête de l'absinthe, organisée en juin dans ce village du Val-de-Travers, ou celle de Pontarlier (en juillet une année sur deux), seront deux manifestations phares de l'offre touristique. Projet transfrontalier soudé par une thématique commune, « la route de l'absinthe » devra déboucher sur la création de produits touristiques conjoints franco-helvétiques tels que des visites couplées, ajoute Julie Verger, la responsable de la communication au sein de la Ville de Pontarlier.

La route de l'absinthe ambitionne également de mobiliser les professionnels de l'hôtellerie, de la restauration et du commerce autour d'un projet fédérateur. « Pour l'heure, les échos sont favorables. Pour les distillateurs et les hôteliers de la région, l'itinéraire devrait diversifier la clientèle. Les commerçants et les restaurateurs pourront, de leur côté, trouver de nouveaux débouchés pour les produits du terroir griffés fée verte », estime Gilles Robert.

Encore à l'état embryonnaire, la route de l'absinthe dispose aujourd'hui d'une charte graphique et d'un concept de communication, alors qu'une brochure touristique est en cours d'élaboration. Les prochaines étapes prévoient la mise sur pied, à des dates encore indéterminées, de la signalétique routière et d'un site web. Une maison de l'absinthe, qui prendra vraisemblablement ses quartiers dans la région de Môtiers (Val-de-Travers), devrait sortir de terre à moyen ou long terme. La promotion passera par des stands d'information, notamment dans le cadre du Comptoir du Nord vaudois (19-28 mars), à Yverdon-les-Bains, où Pontarlier sera l'hôte d'honneur, et par une campagne d'affichage dans les villes romandes et alémaniques.

Le projet, porté par la Ville de Pontarlier et l'association Pays de l'absinthe, peut compter sur un budget de 530 000 francs. La Suisse a participé au financement à hauteur de 290 000 francs. La route de l'absinthe a bénéficié du soutien du Programme de coopération territoriale européenne Interreg IV France-Suisse, qui a débouqué plus de 130 000 francs. Pour mémoire, la fée verte a été légalisée le 1er mars 2005 après 95 ans d'interdiction.



La célèbre fontaine à absinthe.



La salle consacrée à la bleue au Musée d'histoire de Môtiers.



Une gamme d'herbes servant à la fabrication du spiritueux.

La Maison Cailler fera saliver les visiteurs

La Maison Cailler, à Broc (FR), ouvrira son nouveau circuit visiteurs en avril. Pour cette spectaculaire attraction, Nestlé a investi 7 millions.

CHRISTINE KÜNZLER

« Si un visiteur « dégaine » son portable à la sortie et appelle ses amis pour leur raconter son émerveillement au terme de l'exposition, c'est

qu'un circuit visiteurs est voué au succès : tel est le credo d'Otto Steiner, le scénographe de la Maison Cailler.

A Broc, à peine arrivé, le visiteur est plongé dans l'histoire du chocolat grâce à des spectacles sons et lumière : une expérience sensorielle rare. Il peut suivre la production de la fameuse branche Cailler et la déguster dans la minute.

Le visiteur apprend également comment la fève de cacao est parvenue à la cour d'Espagne, puis plus tard en Suisse. Et comment le chocolat a trouvé son chemin, de la noblesse aux couches populaires, et ce jusqu'à l'époque actuelle.

Dans l'« Atelier du chocolat », grâce à des séminaires, il peut s'imprégner de l'art des chocolatiers. Mais ce n'est pas tout : à l'issue de la visite, il a accès à un terrain de jeu pour les enfants qui reprend les thèmes du lait, de Gruyères et du chocolat ainsi qu'une cuisine au chocolat.

De là, le visiteur pénètre dans le magasin de l'usine où se trouve la cafétéria. « Un bon restaurant et un magnifique environnement fidélisent la clientèle et stimulent les émotions », déclare Otto Steiner. Et d'ajouter : « Car le vrai secret d'un bon circuit, c'est de captiver le visiteur du début jusqu'à la fin. » Ce lieu, Nestlé a voulu qu'il appar-



La nouvelle attraction de Nestlé sera visible le mois prochain à Broc, pour le plus grand bonheur des familles notamment.

tienne aussi aux gens du pays. « Nous voulons que la Maison Cailler soit bien ancrée localement et régionalement. Nous vivons ici une tradition de près de 200 ans », explique Thomas Tschuor, le directeur de l'usine Maison Cailler. « Même si, bien sûr, nous voulons attirer les touristes dans la région et en faire le numéro un de l'offre touristique

suisse. » Pour cela, la multinationale veveysanne a investi 7 millions de francs et attend 180 000 visiteurs par an.

www.cailler.ch

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 9 Voir aussi le dossier fokus

De Paris à Aigle

L'Etat français veut rentabiliser ses monuments

Le gouvernement français envisage d'aménager des restaurants ou des hôtels dans les châteaux, les forteresses ou les abbayes qui lui appartiennent, révèle le site internet du quotidien « Le Monde ». Objectif : doper la fréquentation et les recettes sur le modèle des Paradores, le réseau espagnol d'hôtellerie publique créé en 1928. La majorité des monuments gérés par l'Etat totalise à peine 20 000 visiteurs par an. Les moins rentables n'accueillent que 10 000 curieux par an, voire moins de 5000, comme le château de Gramont, en Midi-Pyrénées. eda

Le canton du Jura gagne la bataille de la damassine



La damassine aura bel et bien son appellation AOC. Le Tribunal fédéral a levé la semaine dernière le dernier obstacle à l'inscription de cette eau-de-vie de prunes jurassienne au registre fédéral des appellations d'origine contrôlée. Les juges de Mon-Repos ont en effet rejeté le recours de Jean-Pierre Mürset, un producteur du Landeron (NE), qui contestait l'aire géographique de l'AOC au seul canton du Jura. Cette décision met fin à treize ans de lutte des professionnels jurassiens de la damassine. eda

Des épices aux arômes boréaux

Le biologiste Fabien Girard a mis au point une gamme de 21 épices baptisées « D'Origina », en collaboration avec une coopérative forestière du Québec, indique « Le Temps ». Une dizaine d'entre elles poussent exclusivement dans la forêt boréale. Et la moitié est commercialisée pour la première fois. Récoltées sous forme de chatons, de feuilles, de racine ou de poudre, ces épices sont certifiées biologiques. Fabien Girard, lui, nourrit encore des projets : « Je travaille sur une dizaine d'espèces supplémentaires, mais je n'ai pas encore trouvé la bonne façon de révéler leur arôme. » eda

www.dorigina.com

L'entreprise vaudoise Reitzel honorée





«Pour les distillateurs et les hôteliers de la région, la route de l'absinthe devrait diversifier la clientèle.»

24

Gilles Robert (Page 23)



Alan D. Bollaert

Le sommelier doit avoir plusieurs cordes à son arc, comme la dextérité.

Des émotions à la cave

À la veille de renouveler structures et comité, la section romande de l'Association suisse des sommeliers professionnels (ASSP) cherche à se régénérer. Elle ne compte plus qu'une trentaine de membres. Mais le potentiel de dynamisme est là. Preuve en est la journée du 1er mars concoctée, à l'attention de ses pairs, par Geoffrey Bentrari, le «sommelier suisse de l'année 2010».

Point d'orgue de la rencontre: la dégustation chez Jean-Louis Mathieu, à Chalais, l'un des meilleurs vigneron du canton. Geoffrey Bentrari, le sommelier de Didier de Courten, tient à ce type de contacts: «Je suis un passeur entre le vigneron et le client et même si on tra-

Les sommeliers professionnels se sont retrouvés dans le Valais central pour une dégustation exceptionnelle.

GENEVIÈVE ZUBER

vaille dans la restauration de luxe, il faut prendre du temps à la cave, à la vigne, avoir de la boue sous les pieds pour savoir de quoi l'on parle.» Les participants à cette journée ont vécu une mémorable dégustation de sept ermitages millésimés entre 1956, pour le plus an-

cien, et 2005. Il est rarissime de pouvoir goûter à des crus de plus de 50 ans d'âge. Le «trésor» émanait d'Orsat, qui développe une cave de garde. «Une fraîcheur extraordinaire, des notes évoluant du caramel au pralin et au café, qui indiquent un vieillissement au top», résumait Myriam Broggi, responsable de la formation au sein de l'ASSP.

Comme cette dernière, Geoffrey Bentrari estime que les vins valaisans ont un grand potentiel de garde, en particulier le chasselas, l'ermitage, le johannisberg et le riesling sylvaner, mais également, côté rouges, le cornalin et la syrah. Geoffrey Bentrari est en effet certain: ce crû va se développer. Mais les crus valaisans ont toujours tendance à se vendre et à se consommer jeunes, trop jeunes même. Myriam Broggi comme Geoffrey Bentrari partagent le même avis: «On met trop souvent des prématurés en bouteille. Pourtant, le vin, ce n'est pas du coca-cola».

Gérer une cave, savoir déguster, trouver les mots justes à l'adresse des clients: autant de cordes qu'un sommelier doit avoir à son arc. Et nos deux interlocuteurs d'ajouter: «La formation continue, les échanges restent nécessaires même lorsqu'on est au top. Une association comme la nôtre est importante pour ces raisons.»



Genève Zuber

Geoffrey Bentrari entouré de Jean-Louis Mathieu et de Myriam Broggi.

Les gens

Estavayer-le-Lac/Payerne: le directeur s'en va

Adrien Genier, directeur d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, quittera ses fonctions le 31 décembre pour «donner une nouvelle ori-



entation à sa carrière professionnelle». Engagé en 2007, il a mis sur pied le nouvel office du tourisme commun à Estavayer-le-Lac et à Payerne. Comme l'indique l'association qui chapeaute cette entité, Adrien Genier a donné à cette dernière «un rôle central dans le développement et la promotion du tourisme régional». Son poste sera mis au concours dans le courant du printemps. mh

Nouveau directeur au Swissôtel Métropole à Genève

Un nouveau directeur a pris ses fonctions lundi au Swissôtel Métropole Genève en la personne de **Stefan Winistoerfer** (photo) qui est



au service de Swissôtel Hotels & Resorts depuis 1997. Il remplacera **Thierry Lavalley**, qui a été à la tête de l'établissement durant douze ans. Diplômé de l'Ecole hôtelière de Lucerne, Stefan Winistoerfer avait déjà travaillé au début de sa carrière au Swissôtel Métropole Genève en qualité de manager F&B. Depuis 2007, il occupait le poste de directeur des opérations au Swissôtel The Bosphorus à Istanbul. mh

L'EIT inaugure ses nouveaux locaux à Lausanne



De g. à dr.: **V. Hermanjat** (EIT, Lausanne), **C.-A. Ramseier** (OTV), **D. de Buman** (FST), **H. Rychener** (dir. EIT).

L'Ecole internationale de tourisme (EIT), à Lausanne, a inauguré lundi ses nouveaux locaux situés à l'Avenue Benjamin Constant 1. Cette journée, qui marquait aussi le début du semestre, a été honorée par la présence du président de la Fédération suisse du tourisme Dominique de Buman. Le conseiller national fribourgeois s'est notamment exprimé sur l'importance de la formation dans la branche touristique et sur le rôle de cette dernière dans l'économie suisse. L'EIT est la seule Ecole de tourisme supérieure (ES) de Suisse romande. mh

Un cuisinier vaudois se pare d'or

Le Vaudois **Franck Giovannini** a remporté lundi à Berne la finale du concours «Le Cuisinier d'or de Kadi 2010», l'événement gastronomique de l'année en Suisse.

EUGENIO D'ALESSIO

Le maître cuisinier 2010 s'appelle **Franck Giovannini** et œuvre en qualité de sous-chef au restaurant de l'Hôtel de Ville, à Crissier (VD),



Alan D. Bollaert

Céline Panchaud et Franck Giovannini, le duo vainqueur.

que gère le célèbre chef Philippe Rochat. Seul Romand du concours, le lauréat, 35 ans, était opposé à un concurrent et à quatre confrères au Kursaal de Berne. Les six finalistes devaient préparer, en l'espace de cinq heures environ, deux plats pour douze personnes.

Franck Giovannini, déjà sacré dans ce concours en 2007, a su convaincre le jury par ses compétences professionnelles, sa créativité et son sang-froid dans les situations de stress. Le jeune Vaudois a reçu la statuette du champion des mains de Paul Bocuse, le grand chef fran-

çais âgé aujourd'hui de 84 ans. Grâce à cette victoire, Franck Giovannini pourra représenter la Suisse au Bocuse d'Or Europe, prévu à Genève les 7 et 8 juin. Si le Vaudois se place parmi les douze premiers, il aura l'honneur de se frotter au gratin mondial de la gastronomie à l'occasion du Bocuse d'Or, qui aura lieu à Lyon fin janvier 2011. Pour mémoire, «Le Cuisinier d'or de Kadi 2010» est organisé depuis 1991 par le fabricant de produits surgelés et semi-appêtés.

Voir aussi la page 13

Un vent helvétique a soufflé sur Paris

Vinea se positionne comme une plate-forme pour les vins suisses. L'association basée à Sierre a invité à une raclette, dimanche à Paris, 120 dégustateurs internationaux.

ELSIBETH HOBMEIER

Une raclette servie avec de la Petite Arvine du Valais, du Dézaley Clos des Abbayes du Pays de Vaud et du Chasselas Auvemier du canton de

Neuchâtel: l'équipe de Vinea a transformé dimanche le Musée du vin de Paris en carnotzet en apportant une touche de gastronomie helvétique au cœur de la capitale française.

Vinea avait invité à cette occasion 120 experts de vins qui avaient dégusté pendant cinq jours 3200 nektars dans la Ville Lumière. Originaires des quatre coins de la planète, les convives ont pu se régaler avec une gamme de dix vins suisses, une raclette à base de trois fromages des Alpes, de la viande séchée ainsi que du pain de seigle.

Ils ont ainsi pu découvrir un pan important de la gastronomie helvétique.

«Il s'agit là d'une belle vitrine pour notre pays», s'est réjoui François Murisier, le nouveau président de Vinea, qui était auparavant dirigée par deux coprésidents, Vincent Bonvin et Dominique Rouvinez. «L'écho est excellent», a renchéri Elisabeth Pasquier, qui vient d'être nommée directrice de l'association sieroise après avoir œuvré en qualité de secrétaire générale. Vinea est devenu aujourd'hui un centre de compé-

tences au service de la vigne et du vin. Elle organise différentes rencontres vinicoles, notamment au mois de septembre, et met sur pied plusieurs concours au niveau national et international (Mondial

du Pinot Noir, Grand Prix du vin suisse). Elle coédite aussi avec Ringier le Guide des vins suisses.

Adaptation Eugenio D'Alessio sur la base d'un article de la page 6



Elsbeth Hobmeier

François Murisier et Elisabeth Pasquier (debout), le nouveau président et la nouvelle directrice de Vinea, sont entourés d'invités lors de la soirée raclette au Musée du vin de Paris.

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi
de la branche

htr hotelrevue Nr. 9/4. März 2010

**Veränderungen
beginnen hier**
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch



Aktuell über 850 Hotel-
und Gastronomiejobs
in der Schweiz.

Besuchen Sie
WWW.HOTEL-CAREER.CH

reception@hotelleriesuisse

Schlüsselkompetenzen für
den Hotelpfand erwerben

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

www.gastrojob.ch

Topjobs und Gastrojobs – ganze Schweiz

GastroJob
Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

Inhalt / Sommaire

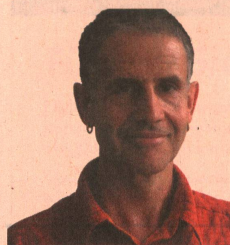
Aus- und Weiterbildung	2
Direktion/Kaderstellen	3-5
Deutsche Schweiz	3-10
Suisse romande	10
Svizzera italiana	10
International/Marché international	10
Stellengesuche/Demandes d'emploi	10
Immobilien	11

Prävention

Unfallprävention
ist wichtig. Gäste,
Mitarbeitende
und das Betriebs-
budget profitieren
davon.



Der Koch bleibt am Herd



CHRISTOPH MÜLLER
BERATER SPORT, BFU

Gäste sollen während ihres Aufenthalts nicht verunfallen und auch Mitarbeitende sieht man gerne gesund und unverletzt am Arbeitsplatz. Fällt beispielsweise der Chefkoch wegen eines Skiunfalls für längere Zeit aus, herrscht keine Freude. Die bfu - Beratungsstelle für Unfallverhütung ist überzeugt: Guter Rat ist nicht teuer.

Beratung für Mitglieder

Bereits im dritten Jahr stellt die bfu den Mitgliedern der Q-Trägerschaft ihre Kompetenz bei der Unfallprävention zur Verfügung. Sie hat sich bei der Überarbeitung der Leitfäden I und II des Qualitäts-Programms des Schweizer Tourismus engagiert und ihr Wissen eingebracht. Beim Label «Familien Willkommen» berät die bfu die Feriendestina-

tionen bei Massnahmen rund um die Sicherheit. Wie profitieren die Mitglieder von hotelleriesuisse von der Partnerschaft mit der bfu? Indem sie sich bei Fragen der Sicherheit beraten lassen und das Sicherheitsmanagement konsequent als integralen Bestandteil ihres Qualitätsmanagements behandeln. Gewinner sind dabei die Gäste, die Mitarbeitenden und nicht zuletzt das Betriebsbudget. Der Haken bei der Sache: Sicherheit installiert sich nicht von alleine – jemand muss dafür verantwortlich sein. Oft haben Hotels bereits einen Sicherheitsbeauftragten. Er oder sie setzt im Auftrag der Hotelleitung Massnahmen zur Sicherheit der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz um. Wie sieht es aber aus, wenn die Mitarbeitenden nicht im Betrieb, sondern in ihrer Freizeit verunfallen? Absenzen

durch Nichtbetriebsunfälle sind wesentlich häufiger als Arbeitsunfälle. Es sollte daher im Interesse der Betriebe sein, sich auch für die Sicherheit ihrer Mitarbeitenden in der Freizeit einzusetzen, denn Unfälle während der Freizeit verursachen in der Schweiz pro Jahr materielle Kosten von 2.5 Mia Franken.

Unfälle im Sport

Die bfu hat mit dem Kurs «Unfälle im Sport» ein Angebot für Unternehmen entwickelt, was gegen Sportunfälle ihrer Mitarbeitenden tun wollen. Die Teilnehmenden lernen dabei Sportunfälle der Mitarbeitenden selber zu beurteilen und darauf abgestimmte Massnahmen zu treffen. Ziel des Kurstages ist es, einen massgeschneiderten Präven-

tionsplan für den eigenen Betrieb zu entwickeln und mögliche Massnahmen dazu zu definieren. Dieser Tag und auch die umzusetzenden Massnahmen kosten zwar einen Batzen – jedoch deutlich weniger, als der Chefkoch mit Gipsbein zu Hause vor dem Fernseher. Eine Investition die sich also durchaus auch längerfristig lohnt.

nächstes Kursangebot

Den Kurs «Unfälle im Sport» gibt es in Deutsch und Französisch. Der nächste Kurs in Deutsch findet am 23. März 2010 in Bern statt, der nächste in Französisch am 19. Mai 2010 in Aigle. Mehr dazu erfahren Sie auf www.bfu.ch, Rubrik «Prävention in Betrieben» oder bei Mirjam Mettler, Telefon +41 31 390 22 70, m.mettler@bfu.ch.

Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr
hotel revue

**PIZZA, ANTIPASTI,
FOCACCIA & CO.**

**DAS
INTENSIV-
SEMINAR
VON GASTRO SUISSE**

**DER
PIZZAIOLO
KURS**

TERMIN: 21.08. bis 24.08.2010
HERST: 20.08. bis 24.08.2010

PREIS: CHF 990.- inkl. Diplom

WEITERE
INFORMATIONEN:
GastroSuisse
0848 377 111
www.gastro.ch
www.gastro.ch

GASTRO SUISSE
0848 377 111

www.gastro.ch

Gastro und Gastronomie - GastroSuisse

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

GastroSuisse - Gastro und Gastronomie

Sprachaufenthalte

Top Angebote von
Annamarie + Rolf Frischknecht
Tel 044 926 39 58

www.sprachausbildung.ch

005-2846

Hotel & Gastro
formationby
Hotel & Gastro Union
GastroSuisse
hotellerieuisseAusschreibung der Berufsprüfung
für Hotelempfangs- und -administrationsleiter/-in 2010

Prüfungsdaten
Prüfungsort
Prüfungssprache
Zulassungsbedingungen

06. – 10. September 2010
Schulzentrum Hotel & Gastro formation, Weggis
Deutsch
Die Zulassungsbedingungen entnehmen Sie bitte dem Prüfungsreglement Art. 10, gemäss gültigem Reglement/Wegleitung vom 21. August 1997. Die Prüfungsgebühr beträgt CHF 2'100.00 inkl. Materialkosten und Fachausweisregistergebühr und ist bei Anmeldeschluss fällig.

Prüfungsgebühr**Anmeldeschluss:**

31. Mai 2010. Die Anmeldung erfolgt mit dem entsprechenden Formular an die folgende Adresse: Hotel & Gastro formation, Herr Jonas Schmid, Eichstr. 20, 6353 Weggis, Tel: 041 / 392 77 77, Fax: 041 / 392 77 70

G3

Gastro-Unternehmergehilfen
In drei Stufen. Berufsbegleitend.



NEU!

Gastro-Betriebsleiterseminar mit
eidg. Fachausweis

- + Zusätzliche Ausbildungsinhalte
- + Modularer Aufbau
- + Wahlpflichtmodule Systemgastronomie, Beherbergung, Gastronomie
- + Lernreflexionskonzept
- + Eidgenössische Anerkennung

GastroSuisse
BerufsbildungTelefon 0848 377 111
Telefax 0848 377 112E-Mail info@gastrouisse.ch
Internet www.gastrouisse.ch

GASTRO SUISSE

0094-2024

IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

hter
hotel revue – stellen revue / marché de l'emploi
– immobilienrevue / marché immobilier

Der Stellen- und Immobilienmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus
Le marché d'emploi et le marché immobilier pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

Herausgeber / Editeur: hotellerieuisse, 3001 Bern**Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:**

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elisabeth Hübner**Verlagsleitung / Chef d'édition:** Barbara König**Kundenberatung / Conseiller à la clientèle:** Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger**Anzeigen-Innendienst / Service des annonces:** Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss, Monika Hausmann**E-Mail:** inserate@hter.ch / Homepage: www.hter.ch**Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi:** www.hoteljob.ch**Anzeigenanfertiger (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):****Stellenrevue / marché d'emploi – Aus- und Weiterbildung / formation initiale et continue**

– Aus- und Weiterbildung / Formation initiale et continue CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10

– Stellenausschreibungen / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10

– Kaderrubrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadrif CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellenausschreibungen / seulement demande d'emploi)

1 Woche / semaine CHF 50.–, 2 Wochen / semaines CHF 70.–, 4 Wochen / semaines CHF 100.–

Immobilienrevue / marché immobilier – Kleinanzeigen / petite annonces

– Immobilien / immobilier – Kleinanzeigen / petite annonces CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10

1 GzD bis spätestens Freitag vor Erscheinen – zusätzliche GzD werden mit je CHF 30.– verrechnet.

Termine

– Ausgabe / Numéro Nr. 10/2010

– Erscheint / Parution 11. 3. 2010

– Anzeigenschluss / Délai 8. 3. 2010

Nr. 11/2010

18. 3. 2010

15. 3. 2010

Nr. 12/2010

25. 3. 2010

22. 3. 2010

Nr. 13/2010

1. 4. 2010

29. 3. 2010

Anzeigenschluss / Délai

Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr

Liegenschafts- Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr

Doppelnummern

Numéros couplés

Nr. 27/28 / 8. 7. 2010

Nr. 29/30 / 22. 7. 2010

Nr. 50/51 / 16. 12. 2010

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern**Auflage WEMF-beglaubigt 2009 / tirage contrôlés REMP 2009:** Verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 732 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 769 Ex.**Druckauflage / tirage imprimé:** 13 000 Ex.

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.

**Das einzigartige «Unique»
Hotel Post Zermatt hat Kultstatus!**

Mit 4 Restaurants, 5 Bars & Clubs und 1 Hotel unter einem Dach ist es DER Treffpunkt in Zermatt!

4 Restaurants:

Borghetti & Pizzeria Factory

Ristorante Portofino

Broken Tex Mex Grill

Brown Cow Steak Bar

5 Bars & Clubs:

THE PINK LIVE MUSIC BAR

Broken Bar Disco

loft club lounge

Dapa Cacao Lounge Bar

Brown Cow Pub

Wir suchen ab Mai 2010 oder nach Vereinbarung

RezeptionistIn in Jahresstelle

Sie sind verantwortungsbewusst, flexibel, teamfähig und einsatzbereit.

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:

Hotel Post Zermatt, zHv Herr Daniel Droz, Vizedirektor
Bahnhofstrasse 41, CH - 3920 Zermatt
daniel.droz@hotelpost.ch, Tel: 027 967 19 31, www.hotelpost.ch



Bahnhofstrasse 41
T: 027 967 19 31
www.hotelpost.ch

restaurants • bars • clubs



Wir suchen altershalber für unser bekanntes Berggasthaus im
Kiental
auf Sommer 2010 ein

Pächterpaar

oder auch Käufer.

Gut eingeführter Betrieb mit hohem Logementanteil und internationaler Kundschaft. Günstige Miete.

Interessenten mit Freude am Anpacken und etwas Erfahrung im Saisonbetrieb erhalten weitere Auskünfte bei

G. u. B. Jost, Allmendstrasse 35
3714 Frutigen, Tel. 033/676-31-32
oder auf www.goldenli.ch
➔ Abwesend bis-7. März

Charmante Hotel- & Gastroprofis prägen das Ambiente des Unternehmens

Qualitative und organisatorische Weiterentwicklung des kleineren bis mittelgrossen Betriebes, Optimierung des Auftritts & Angebots, Gewinne erwirtschaften sowie «sich durch exzellente Gastgeberqualitäten im lokalen Markt stärker verankern» sind die erklärten Ziele dieser herausfordernden Stelle mit Potential! Trifft sich das mit Ihren Vorstellungen und Neigungen? Willkommen bei unserem Auftraggeber – ein Blue Chip der Branche. Standort: An top City-Lage einer angesagten Deutschschweizer Metropole.

Nach Ihrem praktischen Einstieg als Stv. Restaurant Manager/in werden Sie sukzessive innerhalb einer Famous Collection of Boutique- und Business-Hotels im Raum EU & CH mit der Philosophie des Unternehmens weiter vertraut gemacht, um als «Maitre de la gastronomie» bzw. als Botschafter des Hauses einen optimalen Job machen zu können! Da der Betrieb an 365 Tagen des Jahres geöffnet ist hat das den Vorteil, hauptsächlich in Schichten zu arbeiten! Mit dem zweiten Restaurantleiter teilen Sie sich die anspruchsvollen Führungsaufgaben und vertreten sich gegenseitig bei Abwesenheiten.

Restaurantleiter/in (Stv.)

Restaurant-Brasserie & Bar eines 4**Hotels Superior**
Mitglied des Kadars

Kundenwünsche werden intern sorgfältig analysiert und systematisch erfasst. Mit entsprechend professionell umgesetztem «bedürfnisorientiertem Marketing» erreicht das Unternehmen den spürbaren Vorsprung auf der Wettbewerber. – Eine Servicefach-Ausbildung sowie einen Leistungsausweis als Teamleader an der Servicefront bringen Sie mit. Sie gelten als selbstbewusster, lösungsorientierter bzw. organisatorisch starker Gastroprof. Mit den Mechanismen eines optimalen Guest Relation Managements sind Sie vertraut.

«Ärmel hochkrempeln» und «Commitment» sind für Sie keine Schlagworte! Want to join one of the best companies? Dann sollten wir uns unbedingt kennen lernen. Der Eintrittstermin kann auf April/Mai bzw. nach Vereinbarung erfolgen. Vorab bitte CV mit Foto via Mail senden oder anrufen. Wir sind auch ausserhalb der Bürozeiten und am Wochenende für Sie erreichbar: +41 79 402 53 00 – Mit Spannung erwarten wir Ihren Kontakt!

Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 • 8600 Dübendorf
Tel. 044 802 12 00 • Fax 044 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

gesucht wird für 3-4*-Ferienhotel in den Bergen der erfahrene CH

Direktor/Geschäftsführer

der sich mit Charme und Durchsetzungsvermögen fürs Wohl unserer Gäste einsetzt.

Sie übernehmen die Verantwortung für den kompletten Frontbereich und die Küche – von der Angebotsplanung über QM-Umsetzung bis zur MA-Schulung. Zudem Mitarbeit/Unterstützung im Marketing, Reception und der Haustechnik.

Bewerbung mit Foto und Ihrer Vision bitte an E-Mail: bergferien@gmx.ch

HOTEL DE LA PAIX***
3800 INTERLAKEN
Kleineres Familienhotel sucht ab Mitte Mai für die Sommersaison

(EHE)PAAR

Sie: Zimmer/Lingerie
Er: Küche und Office

SERVICEMITARBEITERIN

Speisesaal (kein à la carte) D/E

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Familie G. Etterli
info@hotel-de-la-paix.ch

Horneggli
Berghaus
3778 Schönbried

UN/A RESPONSABILE

Per la gestione del ristorante
a partire dal 15.06.2010

Requisiti:

Formazione adeguata

Lingue: T/F/I

Siamo lieti di ricevere la sua candidatura con foto
rest.horneggli@bluewin.ch

Rathaus Brauerei
— Restaurant —

Per April/Mai oder nach Vereinbarung suchen wir für unser lebhaftes Restaurant in der Altstadt von Luzern, direkt an der Reusspromenade, mit hauseigener Schaubrauerei

Chef de Service (m/w)

Wagen Sie den Schritt in eine erste Kaderposition!

Das Führungstrio unserer Restauration setzt sich aus dem Restaurantleiter und zwei Chefs de Service zusammen.

Als Gastgeberpersönlichkeit mit guter Serviceerfahrung kümmern Sie sich um das Wohl unserer Gäste und sind für den Ablauf des Tagesgeschäftes verantwortlich. Ein Betrieb an unvergleichlicher Lage bietet Ihnen eine abwechslungsreiche Tätigkeit.

**ServicemitarbeiterIn
Bar-/BuffetmitarbeiterIn**

Wenn Sie kreativ, selbstständig, verantwortungsbewusst und motiviert sind, in einem jungen, angestellten Team Ihre Freude am Beruf zum Besten zu geben, dann melden Sie sich mit schriftlicher Bewerbung bei:

Restaurant Rathaus Brauerei
Hans-Ruedi Bachmann • Unter der Egg 2 • 6004 Luzern
Telefon 041 410 52 57 • Fax 041 410 59 57
www.rathausbrauerei.ch • bachmann@rathausbrauerei.ch

**Shell Tankstellen-Unternehmer/in
in der Ostschweiz**



Führen Sie mehrere Tankstellen!

Nicht nur die Partnerschaft mit Ferrari macht Shell im Tankstellengeschäft zu einem der stärksten und dynamischsten Anbietern von Kraftstoffen auf dem Markt. An mehr als 50.000 Servicestationen weltweit werden täglich 25 Millionen Kunden bedient.

Shell bietet erfolgsorientierten Unternehmern eine selbständige Zukunft an der Seite eines starken Partners. Dieses Angebot bietet die Möglichkeit, in einem eigenen Verbund mehrere Tankstellen zu führen – bei überschaubaren Investitionen und unterstützt durch eine starke und globale Marke.

Sie denken und handeln unternehmerisch, kunden- und serviceorientiert, haben eine kaufmännische Ausbildung und Erfahrung in Personalführung. Sie schaffen es, Ihre Mitarbeiter zu motivieren und durch Trainings weiter zu qualifizieren. Sie arbeiten ergebnis-, kosten- und zielorientiert, können Ihr Geschäft u.a. durch strategische Kundenbeziehungen weiter ausbauen, verfügen über Eigenkapital zur Gründung einer GmbH und werthaltige Sicherheiten zur Abdeckung des Geschäftsrisikos.

Wir bieten Ihnen moderne Stationen unter einer starken globalen Marke, stellen Ihnen herausragende Qualitätsprodukte, ein sehr erfolgreiches Kundenbindungsprogramm, herausstarkes Shopkonzept und Praxiserprobte Betriebsstandards zur Verfügung und unterstützen Sie mit einer professionellen Organisation sowie einem umfangreichen Trainingsprogramm.

Sollten wir Ihr Interesse geweckt haben, bewerben Sie sich bitte unter
http://www.shell.ch/home/content/che-de/aboutshell/careers/station_manager/.

Wir freuen wir uns auf Ihre Bewerbung



Suchen Sie eine neue Tätigkeit in einem innovativen und zukunftsorientierten Hotelbetrieb? Im kommenden Herbst wird die Position des Küchenchefs frei und wir suchen deshalb nach Absprache einen

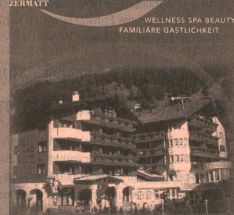
Küchenchef

für unser sehr gut positioniertes Ferienhotel, welches noch ganz privat, persönlich und familiär geführt wird.

Sie sind gewohnt, unternehmerisch zu denken, sind führungs- und teamorientiert, die Speisen und Gerichte tragen unverkennbar Ihre Handschrift und lassen unsere Stammgäste Ihre Kreativität spüren. Kalkulationssicherheit, Betriebsinteresse und eine hohe Bereitschaft für eine aussergewöhnliche Küche nennen Sie Ihr eigen. Die Eigenverantwortlichkeit für Einkauf und Menüplanung ist Ihnen sehr wichtig. Auch sind Sie eine dynamische und flexible Persönlichkeit und lieben es, unsere Gäste mit einem vielseitigen Angebot immer wieder aufs neue zu verwöhnen und zu überraschen.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, erwarten wir gerne die üblichen Bewerbungsunterlagen.

LA GINABELLE
ZERMATT
WELLNESS SPA BEAUTY
FAMILIARE GASTLICHKEIT



Familie Abgottspon-Schell
Postfach 317
CH-3920 Zermatt
Telefon +41 (0)27 966 50 00
Fax +41 (0)27 966 50 10
info@la.ginabelle.ch
www.la.ginabelle.ch



Infole Pensionierung suchen wir auf den 1. Januar 2011 eine initiative Persönlichkeit für den

Gastro-Betrieb und die Geschäftsführung des Dorfsentrums Einsiedeln.

Der Gastro-Betrieb liegt mitten im Dorf Einsiedeln und gehört der Genossenschaft Dorfzentrum Einsiedeln. Es erwartet Sie ein gut konzipierter und bestens eingeführter Betrieb, der Raum für unternehmerisches Flair bietet. Die Bewirtung der Gäste steht in engem Zusammenhang mit dem Betrieb des gesamten Dorfsentrums (Veranstaltungen, Vereinsanlässe etc.).

Sie führen den Gastro-Betrieb auf eigene Rechnung. Daneben übernehmen Sie auch die Geschäftsführung des Dorfsentrums im Auftrag der Genossenschaft (Anlässe, Vermietung etc.).

Für allfällige Fragen oder Auskünfte steht Ihnen Herr Isidor Bucher, Präsident der Genossenschaft Dorfzentrum Einsiedeln, gerne zur Verfügung. Telefon: 079 335 31 45

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bis spätestens 31. März 2010 an:

Isidor Bucher, Präsident
Genossenschaft Dorfzentrum Einsiedeln
Hauptstrasse 53
8840 Einsiedeln

Am Ufer des Zürichsees, angrenzend ans Naturschutzgebiet, liegt wunderschön unser «Schiff». Mit zwei traumhaften Terrassen, Speiserestaurant, Schiffstube, Saal, Weinstube, Seerestaurant und 30 individuellen Zimmern.

In dieser unvergleichlichen Atmosphäre leben wir Gastfreundschaft für unsere Gäste aus nah und fern.

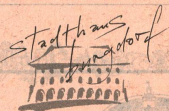
1. Gouvernante

Sie sind etwa zwischen 22 und 38 Jahre alt, lieben Ihren Beruf und die Menschen. Künftig und tatkräftig besorgen Sie gemeinsam mit Ihren Fachfrauen und Lernenden ein aussergewöhnliches Haus. Mit Gespür für Schönes und Wesentliches schaffen Sie so für unsere Gäste in der Fremde täglich von Neuem ein echtes Zuhause.

Eine anspruchsvolle, vielfältige und abwechslungsreiche Aufgabe, ein junges Team, Wertschätzung, künftige Unterstützung und Weiterbildung erwarten Sie.

Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen.

Beatrice Fuhrer, Hotel Restaurant Schiff
mit Seerestaurant, 8806 Pfäffikon SZ
Tel. 055 416 17 18 - www.schiff-pfaeffikon.ch



Auf Anfang April übernehme ich die Führung des Hotels Stadthaus in Burgdorf. Zusammen mit einem jungen, motivierten Team von MitarbeiterInnen möchte ich mein ganzes Können in diesen Betrieb, speziell natürlich ins Gourmetrestaurant La Pendule, einbringen und die früheren Bewertungen meiner Kochkunst im Gastroführer GaultMillau (17 GM) wieder erreichen.

Ich sehe das Hotel Stadthaus als kreatives Unternehmen mit Spass und Lust an einer perfekten, kommunikativen, jungen Gastronomie und Hotellerie. Freude am Beruf, Verwendung hochwertiger Produkte und Herzlichkeit im Umgang mit unseren Gästen sind das Credo unseres Unternehmens.

Für die Führung des Frontbereichs, insbesondere der Restaurants und der Réception, suche ich per Anfang April eine/n

Stv. Geschäftsführer/-in

Als stillsicherer und herzlicher Gastgeber prägen Sie das Ambiente unserer Restaurants an der Front und überzeugen dabei sowohl mit fachlichen wie menschlichen Qualitäten. Sie verfügen bereits über einige Führungserfahrung und leben einen teamorientierten Führungsstil vor. Ihre Fachkompetenz im administrativen Bereich, inkl. guten EDV-Anwenderkenntnissen, setzen Sie in den Belangen Réception, Personal und F&B-Kontrolle ein.

Gutes Organisationstalent, Flexibilität, ansprechende Fremdsprachenkenntnisse, die Bereitschaft, selber an der Front mitzuarbeiten und eine professionelle Affinität zu exquisites Essen und feinen Weinen runden Ihr Profil ab.

Ich freue mich auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:

Fredi Boss, Alpenstrasse 17, 3415 Hasle-Rüegsau
Telefon 079 286 24 66



Unser Gewerblich-industrielles Bildungszentrum Zug (GIBZ) mit weiter Ausstrahlung über die Kantons Grenzen hinaus ist die Berufsschule des Kantons Zug, in der die Berufsleute für Gewerbe und Industrie von morgen ausgebildet werden. Das GIBZ ist stolz, damit einen Beitrag an die Entwicklung des Kantons Zug und dessen Gesellschaft leisten zu können.

Wir suchen per 1. September 2010

einen Küchenchef/in als Pächter

als Gastgeber unseres Restaurants «Treffi» im GIBZ. Sie sind für die Gesamtleitung des Restaurantbetriebes zuständig, insbesondere für den reibungslosen Serviceablauf und die Mitarbeiterführung/-planung. Nebst Ihrem unternehmerischen Denken zeichnet Sie Ihr ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein aus.

Weitere Informationen und die Bedingungen zur Ausschreibung finden Sie unter: www.gibz.ch < Kontakte < Treffi < Ausschreibung

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit einem detailliertem Konzeptvorschlag bis zum 31. März 2010 an

GIBZ Gewerblich-industrielles
Bildungszentrum Zug
N. Stadelmann
Baarerstrasse 100
Postfach 2159, 6302 Zug

Kanton Zug



Familie Ch. & P. Willen, Dorfstrasse 22, 3715 Adelboden
Telefon 033 673 21 51 Fax 033 673 21 90
www.baeren-adelboden.ch hotel@baeren-adelboden.ch

In unseren traditionellen Gastronomiebetrieb
im Herzen von Adelboden suchen wir einen

KÜCHENCHEF

Stellenantritt Juni 2010

Sie organisieren die 4-6 Mitarbeiter umfassende Brigade, sind zuständig für den Wareneinkauf, die Mitgestaltung der Tages- und Saisonangebote und die Führung der Hygienekontrolle.

Die Akzente setzen wir auf ein saisonal angepasstes Angebot von qualitativ hochwertigen, frisch zubereiteten Gerichten. Für Abwechslung sorgen unsere Spezialitätenwochen. Unsere Stammkunden wie auch Gäste aus aller Welt schätzen unsere hohe und konstante Qualität aus Küche und Keller.

Wir freuen uns auf eine fachlich ausgewiesene, motivierte, zielorientierte und erfahrene Persönlichkeit, die auch bei hohen Geschäftsfrequenzen Übersicht und menschlichen Umgang behält. Eine langfristige Zusammenarbeit ist erwünscht.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung
Familie Christine & Peter Willen

schweizer relocation

Schweizer Relocation unterstützt Mitarbeitende und deren Familien von internationalen Unternehmen bei der Niederlassung im Raum Zürich und der ganzen Schweiz.

Wir suchen für diese ausserst vielseitige Aufgabe eine/n

Geschäftsführer/in

Der Tätigkeitsbereich umfasst die operative sowie die administrative Leitung des Relocation Services mit sechs Mitarbeitenden. Für diese anspruchsvolle Aufgabe suchen wir eine kundenorientierte, wirtschaftlich denkende Persönlichkeit mit langjähriger Führungserfahrung in der Hotellerie, idealerweise mit einem Hotelfachschulabschluss. Sehr gute Sprachkenntnisse u. a. in Englisch sind für diese Position unerlässlich.

Wenn Sie ein professionelles Arbeitsumfeld schätzen und Zürich Ihnen vertraut ist, dann freuen wir uns, Sie kennenzulernen.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an Astrid Ohlendörfer.

Schweizer Relocation GmbH, Baslerstrasse 30, 8048 Zürich
Tel. +41 (0)43 243 70 70 - Fax +41 (0)43 243 70 72
astrid.ohlendorf@schweizer-relocation.ch
www.schweizer-relocation.ch



EINSTEIN ST.GALLEN ****
CONGRESS HOTEL SPA

Unser neues Einstein Congress im Herzen der Altstadt von St. Gallen ist eröffnet und bildet zusammen mit unserem Einstein Hotel einen neuen Anziehungspunkt.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir nach Vereinbarung eine gastorientierte Persönlichkeit als

F&B Assistant

Ihr Aufgabenbereich umfasst unter anderem die Übernahme der Serviceleitung in einem unserer Restaurants, die Einteilung und Schulung unserer Mitarbeiter, die Aktualisierung der Wein- und Speisekarten, die Unterstützung des F&B Managers im Bestell- und Kontrollwesen und die Kassenprogrammierung der Micros-Kassen inkl. Berichtswesen.

Sie haben eine Ausbildung im Gastgewerbe, optimalerweise eine Weiterbildung an einer Hotelfachschule und konnten bereits Erfahrung im F&B-Bereich sammeln. Sie sprechen Deutsch, Englisch und von Vorteil auch Französisch. Hohes Qualitätsbewusstsein, Selbstständigkeit und Teamfähigkeit zeichnen Sie aus. Gute Kenntnisse im Protel- und Micros-Kassensystem sind von Vorteil.

Bei uns erwartet Sie eine interessante und abwechslungsreiche Aufgabe mit einem jungen und motivierten Team.

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen. Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Einstein St. Gallen AG
Frau Myriam Oberholzer
Berneggstrasse 2, CH-9000 St. Gallen
Telefon 071 227 55 80, myriam.oberholzer@einstein.ch
www.einstein.ch



SORELL HOTEL
SEEFELD

Als expandierende Hotelkette der ZFY-Unternehmungen beschäftigen die Sorell Hotels Switzerland in 12 Hotels in Zürich, Winterthur, Bern, Arosa, Aarau, Bad Ragaz und Schaffhausen über 280 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen.

Für unser

Sorell Hotel Seefeld

Seefeldstrasse 63, 8008 Zürich

suchen wir per sofort eine

Chef de Réception

Ihre Aufgabe: Sie sind hauptsächlich für die Führung des gesamten Front- und Backoffice-Teams (ca. 12 Mitarbeitende) sowie die Zufriedenheit der Gäste verantwortlich. Als Chef de Réception sind Sie die rechte Hand des Direktors, vertreten ihn bei dessen Abwesenheiten und sind während dieser Zeit für sämtliche operative und administrative Belange zuständig. Das Aufgabengebiet beinhaltet die Sicherstellung eines reibungslosen Ablaufs an der Réception, die aktive Mitarbeit an der Réception mit den dazugehörigen Aufgaben wie die Entgegennahme von Reservationen, den Empfang von Gästen, die Betreuung von Seminargästen, das Durchführen von Check-ins und Check-outs, das Ausführen von Tagesabschlüssen sowie das Erstellen von Firmenverträgen. Zudem führen Sie Qualifikationsgespräche, schulen unsere internen Mitarbeitenden und koordinieren die Einsatzplanung. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag in zwei Schichten von 06.30 - 15.30 Uhr oder von 08.30 - 18.00 Uhr. Mindestens 1-Mal pro Monat übernehmen Sie auch den Weekendkontrolldienst.

Ihr Profil: Sie suchen eine verantwortungsbewusste, selbstsichere junge Frau, welche über eine abgeschlossene Berufsbildung in der Gastronomie oder einen Hotelfachschulabschluss verfügt. Sie führen teamorientiert und partizipativ, haben sehr gute Kenntnisse an der Réception oder haben schon als Chef de Réception gearbeitet. Sie können Ihre Mitarbeitenden motivieren, besitzen ein organisatorisches Talent und ein gutes Durchsetzungsvermögen. Sprachlich sind Sie schriftlich sowie mündlich in Deutsch und Englisch auf sehr hohem Niveau. Ebenfalls arbeiten Sie dienstleistungs- und lösungsorientiert, sind loyal und bringen eine gute Portion Humor mit.

Wir bieten: Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen direkt an Angela Tauro, Leiterin Personaldienst.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfy.ch oder www.sorellhotels.com.

Sorell Hotels Switzerland
ZFY-Unternehmungen
Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36
info@zfy.ch, www.zfy.ch



Zum 01. Juni 2010 sucht Samnaun Tourismus eine(n)
LeiterIn Information

Ihre Hauptaufgaben

- Gästebetreuung am Schalter und Telefon
- Führung des Mitarbeiter-Teams und Ausbildung von Lernenden
- Führung der Buchhaltung (FIBU, Jahresabschluss)
- Führung des Kurtenwesens
- Verantwortung für den Unterhalt der EDV-Systeme
- Projektarbeiten
- Mithilfe bei Gäste-Events
- Promotionen in der Schweiz und im Ausland

Ihre Talente & Qualifikationen

- Sie sind kontaktfreudig, team- und begeisterungsfähig
- Sie lieben selbstständiges Arbeiten und sind flexibel und belastbar
- Sie weisen eine touristische Aus- bzw. Weiterbildung oder Berufserfahrung in einem touristischen Betrieb vor
- Sie arbeiten gerne am Computer und lieben den Umgang mit Zahlen
- Sie sind bereits BerufsbildnerIn oder kennen die kaufmännische Ausbildung
- Sie verfügen über umfangreiche Kenntnisse im Bereich Finanzverwaltung und Rechnungswesen

Zum 01. August 2010 sucht Samnaun Tourismus eine(n)

PraktikantIn (1 Jahr)

Bei Samnaun Tourismus können Sie Berufserfahrung im Tourismus sammeln und erhalten Einblick in sämtliche Bereiche eines Tourismusverbandes. Sie sind kontaktfreudig, und lieben den Gästekontakt? Dann nichts wie los!

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen! Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte bis 19.03.2010 an:

SAMNAUN TOURISMUS, Herr Christoph Kunz, Direktor,
Dorfstrasse 4, CH-7563 Samnaun Dorf
Tel +41 81 868 58 58, Fax +41 81 868 56 52
christoph.kunz@samnaun.ch
www.samnaun.ch



Das Sunstar Hotel Grindelwald**** ist ein vielseitiges und aktives Haus mit Wellness-Oase und Seminarräumen mit fantastischer Aussicht. Die Angebotspalette im heimeligen Gletscherdorf Grindelwald und in der ganzen Jungfrau Region ist gross.

Um unsere anspruchsvollen Gäste zu verwöhnen, suchen wir noch Sie als unsere:

Wellnessleiterin

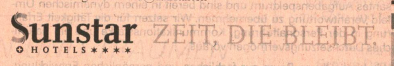
Eintritt per sofort

Sie verfügen über Know-how im Wellnessbereich und sind eine extrovertierte Persönlichkeit mit Kenntnissen und Erfahrungen in diversen Massagetechniken. In dieser interessanten Tätigkeit steht für Sie der Gast im Mittelpunkt. Sie sind für eine optimale Belegung und Einsatzplanung sowie eine kompetente Beratung im Wellnessbereich verantwortlich.

Neben den grossen Erwartungen an Sie, haben aber auch wir Ihnen Einiges zu bieten wie: Interne Schulung und Weiterbildung sowie eine solide und starke Schweizer Hotellekette im Hintergrund sind dabei nur einige Punkte. Neugierig geworden?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto:

Herr Yves Timonin, Gastgeber/Direktor
Sunstar Hotel Grindelwald, 3818 Grindelwald/Schweiz
Tel. 033 854 77 77 Fax. 033 854 77 70
Mail: direktion.grindelwald@sunstar.ch



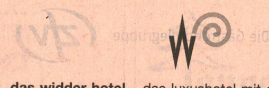
ALTES TRAMDEPOT, Gr. Muristalden 6
3006 Bern, www.altestramdepot.ch

Koch – Chef de Partie (m/w) 100%

Eintritt ab März 2010 oder nach Vereinbarung. Sie verfügen über eine abgeschlossene Kochlehre und können selbstständig einen Posten führen.

Marco Maeder, Geschäftsführer, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

ALTES TRAMDEPOT, Gr. Muristalden 6
3006 Bern, www.altestramdepot.ch



das widder hotel – das luxushotel mit den erlebbar spannenden gegensätzen. moderne architektur in 9 historischen altstadthäusern. 49 individuell gestaltete zimmer im herzen der zürcher city. widder bar & widder restaurant – beliebte treffpunkte lokaler und internationaler gäste. wir suchen per anfang april oder nach vereinbarung einen ausgewiesenen und dynamischen chef de partie als

alleinkoch (m/w) wirtschaft zur schtung im widder hotel

welcher aus erfahrung freude am beruf mitbringt, in dieser position sind sie verantwortlich für die angebotsplanung und -produktion unserer wirtschaft zur schtung wie auch für die verpflegung unserer mitarbeitenden im widder hotel. meistens geregelte arbeitszeit und samstag/sonntag ruhe- tag. suchen sie einen arbeitsplatz in einem jungen team und fühlen sie sich angesprochen? dann beantworten ihnen anja pagani, human resources manager, gerne ihre fragen und wartet gespannt auf ihr cv mit foto.

widder hotel, rennweg 7, 8001 zürich

tel. 044 224 25 26, fax 044 224 24 24

administration@widderhotel.ch/www.widderhotel.ch/karriere



Das 3-Stern-Erlebnis-Hotel am schönen Brienzsee mit 40 Themenzimmern und über 80 Betten, 2 Restaurants, grosse Seeterrasse, ideale Bankett- und Seminarräumlichkeiten mit Hallenbad und Wellnessangebot. Alles in ruhiger, grosszügiger, grüner Umgebung, für Gäste, die das Besondere suchen!

Für die bevorstehende Sommersaison suchen wir folgende Team-Mitglieder:
Chefs de Partie Garde-manger ab März und **Entremetier** – ab April, welche durch ihre Erfahrung bereit sind, einen Posten zu führen und mit eigenen Ideen unseren Küchenchef nachhaltig zu unterstützen.

Commis de cuisine ab Mai, die mit Leib und Seele dem Kochen verfallen sind und aus unserer marktfähigen Kräuterküche Gerichte hervorzaubern, die man nicht überall geniessen kann.

Servicefachangestellte D/E/F, ab April und Mai, die unseren grossen Stimmungsstreich während einer langen Sommersaison aufs Feinste verwöhnen möchten.

Réceptionspraktikantinnen D/E/F, ab Mitte Mai, welche unsere Gäste mit einem herzlichen und ehrlichen Lachen empfangen, professionell umsorgen und betreiben.

Zimmerdamen D, ab Mai, die unseren Gästen mit den Erlebnisziimmern das spezielle Ambiente vermitteln.

Wenn Sie Lust haben, in unserem jungen, motivierten Team mitzuwirken, dann senden Sie uns Ihre Unterlagen oder greifen für weitere Fragen zum Telefon. Herr Imhof und Frau Gerber geben Ihnen gerne Auskunft.

Hotel Lindenhof 3855 Brienz / 033 952 20 30 / www.hotel-lindenhof.ch



Tavolago - Gastronomie zu Wasser & Land

Das LUZ Seebistro - Genuss mit Seeanstoss - wurde im Mai 2009 eröffnet. Die Lage und Licht (span. "luz") machen es zu einem Luzerner Original. Auf der Karte: Leichte Kost, starker Rum und alles, was ein gutes Bistro ausmacht.

Wir suchen ab April 2010 oder nach Vereinbarung einen

Betriebsleiter "LUZ Seebistro" (m/w)

Ihr Aufgaben- und Verantwortungsgebiet:

- Gastgeber und Gesamtbetriebsführung
- Führung der 8 Mitarbeitenden
- Wareneinkauf und Einhalten des Hygienekonzepts
- Budgetverantwortung

Unser Anforderungsprofil:

- Abgeschlossene Ausbildung im Gastgewerbe
- Dipl. Restaurateur HF/FH oder Inhaber des Wirtepatents für den Kanton Luzern
- Gästeorientierte, kommunikative und gewinnende Persönlichkeit
- Selbständige, verantwortungsbewusste und zuverlässige Arbeitsweise

Wir bieten eine abwechslungsreiche Aufgabe, die Verantwortung, Kompetenz und Selbständigkeit in sich vereint sowie eine Gewinnbeteiligung am Geschäftsergebnis.

Tavolago AG

Isolde Brauner, Leiterin Personal, Werfstrasse 5, 6002 Luzern
i.brauner@tavolago.ch, Telefon 041 367 68 93



Swiss Partner

SWISS PARTNER für den Gruppentourismus ist eine Marketinggemeinschaft zur Förderung des Bus- und Gruppentourismus nach und innerhalb der Schweiz und umfasst 65 hochkarätige Mitglieder: Hotels, Hotelgruppen, Restaurationsbetriebe, Verkehrsvereine, Bergbahnen, Schiffsbetriebe und Sehenswürdigkeiten in der ganzen Schweiz. Der Verein Swiss Partner besitzt und betreibt zudem die Incoming Agentur Swiss Partner Service GmbH. Die derzeitige Geschäftsstelle gibt das Mandat nach 19 Jahren erfolgreicher Tätigkeit altershalber ab.

Aufgaben

Sie führen auf Mandatsbasis die Geschäftsleitung des Vereins Swiss Partner und der Service GmbH, sind für die strategische Marketing-Kommunikationsplanung, die Durchführung sämtlicher Marketing- und Verkaufsmassnahmen genauso wie für das Controlling verantwortlich. Mit der Incoming Agentur planen und organisieren Sie marktkonforme Gruppenreisen und vermarkten diese. Ebenso stellen Sie auf Kundenwunsch individuelle Gruppen- und Themenreisen zusammen. Die Aufgabe reicht von der Planung über die Durchführung bis zur Abrechnung. Sie stellen einen hohen Servicegrad sicher und pflegen die vielseitigen Beziehungen zu den Mitgliedern, zu den Partnern und zu den Kunden. Für die Wahrnehmung aller Aufgaben sind mindestens 2 Vollzeitstellen notwendig.

Anforderungen

- > Sie verfügen über eine Höhere Fachausbildung im Bereich Tourismus (HFT) oder eine entsprechende Ausbildung mit Vertiefung Marketing.
- > Sie bringen Berufserfahrung in einer leitenden Position im Tourismus und/oder Marketing mit.
- > Sie sind eine kommunikative, teamorientierte Persönlichkeit mit hoher Affinität zum Gruppentourismus und, vorzugsweise, mit vertieften Kenntnissen der Gruppenreise- und Busbranche.
- > Ideen, Organisationstalent und Durchsetzungsstärke gehören zu Ihren Fähigkeiten, zudem sind Sie belastbar.
- > Sie beherrschen D/F in Wort und Schrift, kommunizieren wenn möglich auch in E/1 und haben eine hohe Reisebereitschaft.
- > Sie verfügen über eine eigene Büroinfrastruktur.

Ihre Chance

Es erwartet Sie ein intensives, verantwortungsvolles und ausbaufähiges Mandat in einem äusserst spannenden Umfeld.

Wenn Sie sich für diese vielseitige, attraktive Aufgabe interessieren, so richten Sie Ihr Angebot mit Budgetvorstellungen (bzw. Kosten des Mandates) bis am **24. März 2010** an den Präsidenten. Für weitere, zusätzliche Informationen wenden Sie sich an die Geschäftsstelle.

Swiss Partner für den Gruppentourismus

Geschäftsstelle
zuhanden des Präsidenten
Herr Oliver von Allmen
Säntisstrasse 19
8134 Allwil
Tel. 044 709 09 70
Fax 044 710 24 03
E-Mail: info@swisspartner.ch

Die Gastronomiegruppe



Die ZfV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschsprachigen Schweiz sowie mehr als 1800 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZfV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias in Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäcker-Konditorei in Zürich.

Für das von uns im Auftrag geführte

Personalrestaurant der DOW Europe GmbH

Bachtobelstrasse 3, 8810 Horgen

suchen wir per sofort einen **Koch**

Ihre Aufgabe: Sie sind zuständig für diverse Mise en place Aufgaben sowie die Mithilfe bei der Produktion der Menüs auf allen Posten der Produktions- und à la carte Küche. Zudem übernehmen Sie die Verantwortung für einen Posten bei Abwesenheit des Postenchefs, tragen die Mitverantwortung bei der Warenannahme und helfen bei der Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeits sicherheitsrichtlinien mit. Sie arbeiten in der Regel von Montag bis Freitag, jeweils von 6.30 bis 15.30 Uhr, sind jedoch auch bei Spezialanlässen flexibel und einsatzbereit.

Ihr Profil: Wir suchen einen teamfähigen, motivierten und einsatzfreudigen Mitarbeiter, welcher über eine abgeschlossene Kochlehre verfügt und bereits mehrjährige Berufserfahrung mitbringt. Zudem bringen Sie gute Kenntnisse im Bereich Dessert und Patisserie mit, sind belastbar, kreativ sowie verantwortungsbewusst und verfügen über ein vernetztes Denken.

Wir bieten: Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit – wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Tauro, Leiterin Personaldienst, senden. Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

ZfV-Unternehmungen

Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36
info@zfv.ch, www.zfv.ch



Das Kantonsspital Glarus verwöhnt täglich rund 350 Patienten, Besucher, Gäste und Mitarbeitende im der Cafeteria und im Personalrestaurant. Unser Ziel ist eine Kombination aus hoher Qualität, bestem Service und angenehmem Ambiente – kurz alles dreht sich um persönliche Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden.

Zur Verstärkung unseres Führungsteams suchen wir ab 1. Mai 2010 oder nach Vereinbarung eine kreative Persönlichkeit als

Leiter/in Cafeteria/Personalrestaurant
mit Entwicklungsmöglichkeit Hotellerie

Sie führen ein Team mit 6 Mitarbeiterinnen. Sie koordinieren gerne, verstehen es, zu motivieren und arbeiten gerne aktiv mit. Mit Ihrem Team sichern Sie hohe Qualitätsstandards und verbessern diese stets weiter. Sie sind eine perfekte Gastgeberin/ein perfekter Gastgeber, verkaufen gerne und haben das Gespür für eine angenehme Atmosphäre. Ihr oberstes Ziel sind zufriedene externe und interne Kunden und Sie sind dafür bereit, manchmal auch das «Unmögliche» möglich zu machen. Daneben organisieren Sie gerne Seminare und Bankette. Sie sind Ansprechpartner von der Planung bis zur Durchführung und leiten die Anlässe umsichtig. Weiter unterstützen Sie uns bei der Weiterentwicklung unseres Hotellerieangebots für unsere grund- und zusatzversicherten Patienten.

Sie bringen eine fundierte gastronomische Ausbildung und Berufserfahrung im Bankett-/Seminarbereich mit. Ihre Fähigkeit, Prioritäten zu setzen und in Gesamtzusammenhängen zu denken, lässt Sie auch in hektischen Situationen den Überblick bewahren. Sie suchen ein interessantes Aufgabenspektrum und sind bereit in einem dynamischen Umfeld Verantwortung zu übernehmen. Wir setzen für die Tätigkeit Erfahrung in der Personalführung, Kommunikationsstärke und ein natürliches Durchsetzungsvermögen voraus.

Wir bieten Ihnen Raum zur fachlichen und persönlichen Entwicklung. Sie arbeiten gerne interdisziplinär mit vielen Bereichen zusammen und bringen Ihre Erfahrung ein.

Frau Bettina Dürst, Leiterin Gastronomie, Tel. 055 646 32 83 freut sich auf Ihren Anruf und beantwortet gerne Ihre Fragen.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte bis Ende März 2010 an:

Frau Bernadette Moll Szirz, Leiterin Personalmanagement
Kantonsspital Glarus, Burgstrasse 99, 8750 Glarus
Email: personal@ksgl.ch

Besuchen Sie uns auf unserer Homepage:
www.kantonsspitalglarus.ch



Die Zoo Restaurants GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Zoo Zürich. Unser Unternehmen umfasst die zwei A-la-carte-Restaurants Outpost und Altes Klösterli und die zwei modernen Free-flow-Selbstbedienungs- und Bankettrestaurants Siesta und Masoala. In der Gesamtunternehmung beschäftigen wir rund 80 Vollzeitmitarbeitende sowie bis zu 80 Aushilfsmitarbeitende.

Für das Alte Klösterli, unseren typisch schweizerischen und lebhaften Landgasthof, suchen wir per 1. Mai 2010 oder nach Vereinbarung:

Gelernten Jungkoch (m/w)

- Sie sind interessiert an der Schweizer Küche mit modernem Touch
- Sie bringen 3 bis 5 Jahre Berufserfahrung mit
- Sie sind hektischen Situationen gewachsen
- Sie haben Freude an Ihrem Beruf

Für unser Restaurant Outpost, das im amerikanischen Clubstil gehaltene Restaurant mit Canadian-Beef-Spezialitäten und Seafood-Schlemmereien, suchen wir per 1. April 2010 oder nach Vereinbarung einen:

Gelernten Jungkoch (m/w)

- Idealerweise bringen Sie 3 bis 5 Jahre Berufserfahrung mit
- Sie sind interessiert an gehobener, internationaler Küche
- Sie haben Freude an Ihrem Beruf

Für das Restaurant Masoala, unser modernes und nicht ganz alltägliches Restaurant mitten im Zoo, wo wir nebst Tages-Selbstbedienungs-betrieb exklusive Bankette mit hochstehender Gastronomie durchführen, suchen wir per 1. April 2010 oder nach Vereinbarung einen:

Gelernten und kreativen Pâtissier (m/w)

- Sie bringen 3 bis 5 Jahre Berufserfahrung in der Gastronomie mit
- Sie sind mit unserem zweiten Pâtissier für die Herstellung unserer vielseitigen und kreativen Pâtisseries verantwortlich
- Sie sind selbstständiges Arbeiten gewohnt

Senden Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:
Zoo Restaurants GmbH, Katrin Hagnauer, Zürichbergstrasse 219
8044 Zürich oder katrin.hagnauer@zoo.ch.

Infos über die Betriebe unter: www.zoo.ch Rubrik Events/Restaurants



Experience Matters

Die Kundenzufriedenheit bei unseren Dienstleistungen ist sehr hoch. Dies verdanken wir unseren motivierten Mitarbeitenden, erstklassigen Produkten und gehobenen Serviceleistungen.

American Express Travel ist eine der grössten Reise- und Dienstleistungsorganisationen der Welt. Unsere Geschäftsstrategie ist erfolgreich und die stetige Expansion erfordert neue, begeisterte Mitarbeiter. Für unsere Agentur im Zürcher Seefeld, Abteilung «Concierge Services», suchen wir deshalb Sie als

Persönlicher Concierge

Wir sehen Sie als Persönlichkeit mit ausgeprägter Kundenorientiertheit und einem hohen Grad an Dienstleistungsbewusstsein. Als «persönlicher Concierge» unserer anspruchsvollen Kundschaft erfüllen Sie individuelle Wünsche. Sie verfügen über einen KV-Abschluss oder gleichwertige Ausbildung, eine sehr gute Allgemeinbildung, haben grosses Organisations- und Verkaufstalent sowie ein breites Interesse an Sport, Kultur und Gastronomie – und dies weltweit. Besitzen Sie gute Umgangsformen, beherrschen Deutsch, Englisch und Französisch in Wort und Schrift, dann sollten Sie uns umgehend kontaktieren! Fundierte MS Office Anwenderkenntnisse setzen wir voraus.

American Express bietet Ihnen mehr

Als Global Player bietet American Express Travel mehr als einen spannenden Job: Unser internationales Netzwerk ermöglicht Ihnen Kontakt und Austausch mit anderen Ländern und Kulturen. Mitarbeiter-/Teamförderung ist bei uns zudem kein blosses Schlagwort, sondern gelebte Unternehmenskultur. Und für das Tüpfelchen auf dem «x» sorgen Gratis-Kreditkarte, vergünstigte Travellers Cheques, sehr gute Sozialleistungen, ein attraktives Mitarbeiter-Anerkennungsprogramm sowie Reisevergünstigungen.

Möchten auch Sie «part of the winning team» sein? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbung oder rufen Sie uns an.

American Express Inc.
Bellerivestrasse 17, 8034 Zürich
Susanne Najid, Tel. 044 385 64 50
susanne.najid@aexp.com

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.americanexpress.com/jobs



Als expandierende Hotelkette der ZfV-Unternehmungen beschäftigen die Sorell Hotels Switzerland in 12 Hotels in Zürich, Winterthur, Bern, Arosa, Aarau, Bad Ragaz und Schaffhausen über 280 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen.

Für unser

Sorell Hotel Seefeld

Seefeldstrasse 63, 8008 Zürich

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Service-Mitarbeiterin

Réceptionistin/Réceptionisten

Ihre Aufgabe: Als Service-Mitarbeiterin sind Sie hauptsächlich für allgemeine Mise en place-Arbeiten, die Bedienung und Betreuung der Gäste, das Führen einer Servicestation mit Direktkassio, die Mithilfe bei Bestellungen, das Ausführen von Tagesabschlüssen, das Anrichten von Speisen in der Küche, die Zubereitung von Cocktails sowie allgemeine Aufräum- und Reinigungsarbeiten zuständig. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag im Spätdienst von 15.00 bis 24.00 Uhr. Zudem übernehmen Sie bei Ferienabwesenheiten den Frühstücksdienst und helfen bei Bedarf am Wochenende aus.

Als Réceptionistin/Réceptionist betreuen Sie unsere Gäste beim Check-in und Check-out, bearbeiten die eingehenden Reservationen sowie diverse Korrespondenz in D/E, arbeiten mit dem Fidelio 7.14-Reservationsprogramm und dem Verkaufssystem Synergy. Zudem bedienen Sie die Telefonzentrale und pflegen die Onlinekanäle. In der Regel arbeiten Sie an 5 Tagen zwischen Montag und Sonntag in 4 verschiedenen Diensten zwischen 6.30 und 22.00 Uhr.

Ihr Profil: Wir suchen dienstleistungsorientierte, selbständige, motivierte und flexible Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, welche bereits über fundierte Erfahrungen in ähnlicher Funktion verfügen. Zudem bringen Sie sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse mit.

Wir bieten: Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit – wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Tauro, Leiterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch oder www.sorellhotels.com.

Sorell Hotels Switzerland

ZfV-Unternehmungen
Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36
info@zfv.ch, www.zfv.ch



AROSA PUR

Wir suchen ab Mitte Juni 2010 noch folgende Teammitglieder:

DIREKTIONSASSISTENT/IN
Ganzjahresanstellung - Sie arbeiten frontorientiert, haben Führungserfahrung im Front Office-Bereich sowie beste EDV- und Sprachkenntnisse (D, E, F)

ASSISTANT F&B/RESTAURANT LEITER (m/w)

Mit ersten Führungserfahrungen sowie praktischer Serviceerfahrung in der Vier- oder Fünfterstehotellerie Sprachen: D/E w.m. F.

COMMIS DE CUISINE / CHEF DE PARTIE

Mit Erfahrung im gehobenen Halbpensionsbereich.

HOTELFACHFRAU / -MANN IM SERVICE

Mit starken Serviceerfahrungen, Sprachen: D/E w.m. F.

RÉCEPTIONIST/IN

Mit Berufserfahrung, Sprachkenntnisse D, E, F sowie Erfahrung mit Protel-Reservierungssystem von Vorteil.

Möchten Sie in einem der schönsten Orte in der Schweiz leben und arbeiten? Mehr erfahren Sie auf www.tschuggenhotelgroup.ch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Direktion: Andrea & Daniel Durrer-Fässler



CH-7050 Arosa
Tel. +41(0)81 378 63 63, Fax +41(0)81 378 63 64
www.valsana.ch, info@valsana.ch



MEMBER OF TSCHUGGEN HOTEL GROUP

prohotel Wäscherei

In über 30 Jahren hat sich die Prohotel Wäscherei AG bei Hotels, Restaurants, Industriebetrieben, Heimen und Kliniken als verlässlicher Wäsche-Dienstleister für die Verarbeitung und Vermietung von Wäsche etabliert. Unsere neue Expansionsstrategie umfasst die Erweiterung unseres Produktportfolios und unseres Einzugsgebietes. Zur Unterstützung unserer Geschäftsführerinnen suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

eine Aussendienst-Mitarbeiterin/einen Aussendienst-Mitarbeiter (mit ca. 50% Bürotätigkeit)

Ihre Aufgaben:

- Analyse des Absatzmarktes
- Akquisition neuer Kunden
- Nachbearbeitung, Erstellen von Kalkulationen und Offerten
- Betreuen und Beraten von bestehenden Kunden

Ihre Zielgruppen:

- Hotels, Restaurants, Industriebetriebe
- Pflegeheime, Altersresidenzen, Kliniken
- Banken, Versicherungen, Krankenkassen

Ihr Profil:

- Leistungsausweis in der Akquisition von Neukunden
- Mehrjährige Erfahrung im Umfeld Ihrer zukünftigen Tätigkeit ist Bedingung
- Überzeugendes Auftreten, hohes Mass an Kontakt- und Kommunikationsfähigkeit
- Strukturierte, proaktive und selbstständige Arbeitsweise
- Beharrlichkeit, Ausdauer und Teamfähigkeit
- Sehr gute Kenntnisse der MS-Office-Applikationen

Unser Angebot:

- Wir bieten Ihnen eine selbstständige, spannende Tätigkeit in einem abwechslungsreichen Umfeld und interessante Anstellungsbedingungen.
- Wir garantieren Ihnen eine umfassende Einarbeitung und die Unterstützung eines kleinen, motivierten Teams.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann würden wir Sie gerne kennenlernen!

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an
Prohotel Wäscherei AG, Mirjam Tering,
Oberfeldstr. 24, 8302 Kloten oder mtering@prohotel.ch

gurten

Rauf aus der Stadt!

Traumjob auf dem Gurten!

Wir suchen per 1. Mai bis Ende Oktober 2010:

Servicefachmitarbeiter/in 100%
Chef de Service 100%
Chef de Partie Gardemanger 100%
im Restaurant Bel Etage und im Bankett

Wir suchen per 1. Mai in Jahresstelle:

Chef de Partie 100% im Tapis Rouge
Commis de Cuisine Entremetier 100%

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Genossenschaft Migros Aare
Personelles
Karin Aeschbacher
Industriestrasse 20 / Postfach 16
3321 Schönbühl

Details zu diesem Job: www.gurtenpark.ch

Julen

Zermatt –

einer der bekanntesten Ferienorte der Alpen bietet für Berg- und Schneebegiertere mit seinen zahlreichen Freizeitaktivitäten den idealen Ort für eine Jahresstelle.

Unser traditionelles 4****-Romantik-Hotel Julen wurde durch herzliche Gastlichkeit und ungezwungenes Ambiente zur Legende.

Um unsere anspruchsvollen Gäste auch weiterhin hervorragend verwöhnen zu können, suchen wir noch folgende qualifizierte und motivierte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen:

ab 1. März 2010

Grill-Koch

ab 1. Mai 2010

- Chef de Partie

- Küchenhilfe

- Servicefachangestellte/r

ab 1. Juni 2010

Réceptionist/in

in Saison- oder Jahresstellung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und Lebenslauf an folgende Adresse:

Romantik Hotel Julen
Familie Daniela und Paul Julen
CH-3920 Zermatt

Telefon +41 27 966 76 00

Telefax +41 27 966 76 76

Internet: www.julen.com

E-Mail: info@julen.com

Tannenboden

Zur Ergänzung unseres Küchenteams suchen wir per 1. Juni 2010 noch einen verantwortungsbewussten

Sous Chef

der unser Team tatkräftig unterstützt und unsere Philosophie von einer gutbürgerlichen Küche mit einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis teilt. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

Familie

Hannes Kurath
Hotel Tannenboden
8898 Flumserberg
info@tannenboden.ch
081 733 11 22

Gasthof sur Alten Kanzlei

Wir sind ein Familienbetrieb mit gutbürgerlicher Küche. Unser Haus besteht aus einem Restaurant mit 50 Sitzplätzen, einem Saal mit 90 Sitzplätzen und einer Terrasse mit 120 Sitzplätzen. Wir verfügen auch über 29 Gästezimmer.

Wir suchen folgende Mitarbeiter:

Servicefachmitarbeiter/in
(mit A-la-carte-Erfahrung)
Jungkoch (m/w)

Beginn nach Übereinkunft.

Wir bieten gute Entlohnung und geregelte Arbeitszeiten. Zimmer im Hause möglich.

Wenn Sie u.a. Freude am Beruf und Teamfähigkeit besitzen, dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an

H. und H. Jochum
Dorfstrasse 13
8606 Greifensee
Telefon 044 940 58 87
info@gasthofkanzlei.ch

SV

catering & services

SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie. Als professionelle Gastgeberin bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Für das Geschäftsfeld **Business** suchen wir per 12. April 2010 oder nach Vereinbarung eine/n

Köchin / Koch 100 %

In unserem Betrieb **Culinarium ZKB City** im Herzen der Stadt Zürich verpflegen sich täglich bis zu 580 Gäste mit einem abwechslungsreichen, qualitativ hoch stehenden Angebot, bestehend aus drei Menüs, einem Wochenhit, diversen Spezialitäten, einem reichhaltigen Salatbuffet, einer Dessert-Auswahl und ca. 30 Aktionen pro Jahr. Dem Betrieb sind eine Cafeteria mit 180 Plätzen und eine haus-eigene Patisserie-Produktion mit Auslieferung angegliedert.

In Ihrer Funktion sind sie auf allen Posten der warmen Küche tätig. Dabei legen wir bei den Lebensmitteln Wert auf einen hohen Anteil an Frischprodukten. Zu Ihrem Aufgabengebiet gehören zudem das Bestellwesen, die Inventuraufnahmen, die Mitarbeit bei Sonderanlässen und Banketten sowie die Mithilfe bei der Ausbildung der Lernenden Köche. Sie arbeiten von Montag bis Freitag, vorwiegend von 6.30 Uhr bis 15.40 Uhr.

Ihr Profil

- Abgeschlossene Kochausbildung
- Mindestens drei Jahre Berufserfahrung in einer Küche mit Frischprodukten
- Kreative/r Fachfrau/-mann mit Freude am Beruf
- Sehr gute Deutschkenntnisse
- Selbstständig, flexibel, teamfähig und belastbar

Wir bieten

- Permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- Überdurchschnittliche Sozialleistungen

Bruno Suter, Restaurant Manager, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte, Telefon +41 44 292 27 41, www.sv-group.com. Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an:

SV (Schweiz) AG
Culinarium ZKB City, LDXR
Postfach
CH-8010 Zürich



EINTRETEN UND TRÄUMEN...



Für unser Ferienhotel mit A-la-Carte-Restaurant und Seeterrasse suchen wir noch Mitarbeiter/innen, die mit Herz und Seele im Gastgewerbe tätig sind. Unser Haus liegt direkt am Vierwaldstättersee, am Fusse der Rigi, im wunderschönen Weggis.

Réception

Empfangssekretärin D/E/F April/Mai 2010 Saison

Service

Servicefachmitarbeiter/innen D/E/F April/Mai 2010 Saison
für unser Restaurant

Servicefachmitarbeiter/innen D/E/F April/Mai 2010 Saison
für die Betreuung unserer Hotelgäste

Küche

Souschef März 2010 Saison
Chef Saucier April/Mai 2010 Saison
Chef Entremetier April/Mai 2010 Saison
Chef Tourant April/Mai 2010 Saison
Commis de cuisine April/Mai 2010 Saison
oder nach Vereinbarung

Haben Sie Lust, dort zu arbeiten, wo andere Ferien machen? Sind Sie flexibel und teamfähig und lieben Sie den herzlichen Umgang mit Gästen, dann senden Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Familie Stephan und Diana Meyer.

Hotel Central am See • CH-6353 Weggis • Tel. 041 392 09 09
Fax 041 392 09 00 • E-Mail: info@central-am-see.ch
Internet: www.central-am-see.ch

LÄNDLI

FERIEN · GESUNDHEIT · SEMINARE

Das Zentrum Ländli ist ein Ort der Begegnung und Erholung, für Ferien, Gesundheit und Seminare und liegt am Agersee im Kanton Zug. Eine moderne Wellness-Oase und ein komplettes Gesundheitszentrum sowie aktuell ausgestattete Seminarräume gehören zu unserem vielseitigen, ganzheitlich auf Leib, Seele und Geist ausgerichteten Angebot. Unser Haus steht für Tradition, Qualität und Einzigartigkeit; es ist ein Zweig des Diakonieverbandes Ländli.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir nach Vereinbarung eine/n

Réceptionistin/ Réceptionisten, 50–80%

Sie verfügen über eine Ausbildung in der Hotellerie oder im kfm. Bereich und haben bereits Erfahrung an einer Hotel-Réception. Sie arbeiten gerne im Team, sind qualitätsbewusst, serviceorientiert und belastbar.

Ihr Aufgabengebiet umfasst:

- Telefonvermittlung
- Zimmer-, Gruppen- und Seminar-Reservierungen sowie Abrechnungen
- Kasse (Check-in, Check-out, Postcheck usw.)
- Kontrolle der Zahlungseingänge, Mahnwesen
- allgemeine Schreibarbeiten
- Kontakte zu Spitälern, Sozialdiensten, Ärzten und anderen Stellen, die Kurgäste einweisen

Wir bieten Ihnen ein abwechslungsreiches Arbeitsgebiet und günstige Vertragsbedingungen. Senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen! Wir freuen uns, Sie schon bald kennenzulernen.

Diakonieverband Ländli, 6315 Oberägeri
Cornelia Storrer, Personalleiterin
Telefon 041 754 99 08, E-Mail: cornelia.storrer@laendli.ch
www.laendli.ch

Wir sorgen für Nachwuchs htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

BERGBAHNEN • HOTELS • KONGRESSE
STIELSTE ZAHNRADBAHN DER WELT



Die PILATUS-BAHNEN AG mit der steilsten Zahnradbahn der Welt und dem «Berg voller Möglichkeiten» bieten ihren Gästen aus der Schweiz, Europa und Übersee das ganze Jahr ein vielseitiges Angebot an Freizeiterlebnissen. Auf 2132 m ü.M. werden in den herrlich gelegenen Hotels Bellevue und Pilatus-Kulm nicht nur die Ausflugs- und Hotelgäste verwöhnt, sondern auch hervorragende Möglichkeiten für Tagungen, Familienfeste und Events aller Art und Grösse geboten. Weitere Verpflegungsmöglichkeiten gibt es in den Bergrestaurants Krienseregg, Fräkmüntegg sowie im Chalet.

Zur Verstärkung unseres Hotel- & Gastronomieteams suchen wir – per April oder nach Vereinbarung

Küchen

- Sous Chef/in mit abgeschlossener Berufsausbildung, Führungserfahrung und guten Englischkenntnissen
- Jungköche/innen mit abgeschlossener Berufsausbildung und Englischkenntnissen
- Patisseriemitarbeiter/in mit abgeschlossener Berufsausbildung als Konditor/in oder Confiseur/in
- Praktikant/in (für Hotelfachschüler/in, für 6 Monate)
- Hilfsköche/innen mit guten Deutschkenntnissen und Erfahrung

Restaurants

- Restaurantsfachmitarbeitende mit abgeschlossener Berufsausbildung und guten Englischkenntnissen
- Servicehilfen mit sehr guten Deutschkenntnissen und Erfahrung

Empfang/Rezeption/Seminare & Bankette

- Gästebetreuer/in ortskundig und sehr gute Englischkenntnisse (weitere Fremdsprachen von Vorteil)
- Praktikant/in Empfang/Rezeption/Seminare & Bankette (für Hotelfachschüler/in für 6 Monate)

Weitere Informationen zu diesen Stellen finden Sie unter www.pilatus.ch

Wir bieten befristete und unbefristete Anstellungen, bei der Selbstständigkeit und Eigenverantwortung gefragt sind. Es erwarten Sie ein offenes und kollegiales Arbeitsklima in einer dynamischen Unternehmung mit vorwiegend Tagdienst.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige und schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau Ruth Ott, Leiterin Personal.

PILATUS-BAHNEN AG
Schlossweg 1 • CH-6010 Kriens/Luzern
Tel +41 (0)41 329 11 11 • Fax +41 (0)41 329 11 12
E-Mail: info@pilatus.ch • Internet: www.pilatus.ch



Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

Einfach unter www.hoteljob.ch den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.

Viel Erfolg bei der Suche!

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Operativer Geschäftsführer (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10736

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Regional Sales & Account Manager	Region Zürich/ Schaffhausen	J10732
Sales	Region Zürich/ Schaffhausen	J10858
Shop-Mitarbeiterin ca. 50 %	Region Zürich/ Schaffhausen	J10866
Product Manager	Region Ostschweiz	J10868
Junior-Kongressmanagerin	Region Zentralschweiz	J10853

Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Controlling Consultant Hotel	Region Zürich/ Schaffhausen	J10878
Buchhalter(in)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10880

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Receptionistin	Region Zürich/ Schaffhausen	J10860
Receptionistin	Region Zentralschweiz	J10882
Rezeptionisten/innen	Region Bern	J10877
Rezeptionist/in (Spanien - Costa Brava)	International	J10862
Rezeptionist/in	Region Bern	J10872

Food & Beverages

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
F&B Manager (m/w)	Region Bern	J10741
Chief de Service w/m	Region Zürich/ Schaffhausen	J10747
Restaurantsleiter/in / stv. Restaurantsleiter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J10848
Betriebsassistent/in / Leitung Service	Region Basel	J10849
Leiter Gastronomie (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10731
Purchasing Manager (Malediven)	International	J10850

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de partie	Region Bern	J10727
Chef de partie (Irland - Galway)	International	J10895
Küchenchef (Singapur)	International	J10896
Chef de partie (England - Aviemore)	International	J10897
Chef de partie/Commis de cuisine	Region Ostschweiz	J10899
Koch m/w	Region Zentralschweiz	J10902
Commis de Cuisine	Region Paris	J10904
Sous-chef (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10905
Sous-chef	Region Graubünden	J10890
Chef pâtissier (Luxury river cruise liner)	International	J10891
Commis pâtissier	Region Graubünden	J10888
Sous Chef	Region Zürich/ Schaffhausen	J10892
Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J10893
Chef de partie (Luxury river cruise liner)	International	J10871
Chinese Chef	Region Zürich/ Schaffhausen	J10874
Souschef	Region Bern	J10875
Sous chef m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J10883
Chef de Partie / Demi Chef de Partie	Region Basel	J10884
Sous Chef	Region Bern	J10885
Chef de partie (Bankettküche)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10855
Demi-chef de partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J10856
Demi-chef de partie (Gartenküche)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10857
Chef de partie	Region Ostschweiz	J10745
Sous Chef Tagesdienst	Region Basel	J10748
Sous-chef (Luxury river cruise liner)	International	J10722
Chef de partie	Region Graubünden	J10723
Sous-chef	Region Bern	J10725
Sous-chef	Region Bern	J10728

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Restaurant-Manager	Region Basel	J10734
(Anfangs-) Sommelier /-ière (Mo-Fr)	Region Basel	J10737
Restaurantsfachfrau /-mann	Region Basel	J10738
Commis de rang	Region Bern	J10720
Chef de rang	Region Bern	J10721
Commis de rang	Region Graubünden	J10724
Chef de service	Region Zentralschweiz	J10726
Stv. Gastgeber (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10733
Buffethilfe mit Serviceerfahrung	Region Basel	J10735

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Serviceangestellte /r (Mo-Fr)	Region Basel	J10740
Serviceangestellter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J10742
Serviceangestellter/in (w)	Tessin	J10898
Chief de Rang und Bankettaushilfe	Region Ostschweiz	J10900
Servicefachangestellte w/m	Region Zürich/ Schaffhausen	J10901
Serviceangestellter/in	Region Zentralschweiz	J10903
Demi-chef de rang (England - Newick)	International	J10887
Commis de rang	Region Oberwallis	J10889
Chief de Rang	Region Zürich/ Schaffhausen	J10894
Chief de Rang	Region Oberwallis	J10870
Chief de rang (Luxury river cruise liner)	International	J10873
Kassiererin (w) 60-80%	Region Zürich/ Schaffhausen	J10876
Chief de rang m/w	Region Graubünden	J10881
Maitre d'hôtel (Spanien - Costa Brava)	International	J10863
Gastronomiekoch (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10864
Servicefachangestellte -r	Region Zürich/ Schaffhausen	J10885
Service-Fachangestellte	Region Zürich/ Schaffhausen	J10867
Praktikant/in Service	Region Freiburg	J10744
Jungsommelier /Jungsommelière	Region Graubünden	J10746

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Eventmanager / Anlassleiter (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10739
Betriebsassistentin/en Veranstaltungen/Events	Region Bern	J10879

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Aussendienstmitarbeiter /-in	Region Zentralschweiz	J10886
Buffettochter	Region Zürich/ Schaffhausen	J10730

Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Praktikant/in Service	Region Bern	J10869
Praktikant/in Service	Region Bern	J10852
Hotelfachmann/-frau	Ganze Schweiz	J5419
Koch/Köchin	Ganze Schweiz	J5422
Cuisinier/Cuisinière	Toute la suisse	J5551
Employé/e de commerce HGT	Toute la suisse	J5427
Kaufmann/-frau HGT	Ganze Schweiz	J5423
Spécialiste en hôtellerie	Toute la suisse	J5426
Restaurantsfachmann/-frau	Ganze Schweiz	J5421
Spécialiste en restauration	Toute la suisse	J5424
Réceptionspraktikant/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J5337

Express Stellengesuche

	1	2	3	4	5	6
B907	Assistant (F&B, Bankett, Event, Catering)	29	SK	per sofort	D/E/SLWAK	
B332	Betriebsassistent / Stv. Geschäftsführer / Chef de Service	30	CH	per sofort	D/E/	
B847	CEO, GM, Direktion, Verwaltung, Bereichsleitung	44	CH	per sofort	D/E/PORTU.	
B921	Chief de Partie, Sous-chef	41	CH	per sofort	D/E/SPANI.	
B934	Chief de Réception / Direktionassistent	35	DE	per sofort	D/E/	
B904	Chief de Service/ Geschäftsführerin	37	CH	per sofort	D/E/	
B945	GM, CEO, Direktion	29	CH	per sofort	D/E/SPANI.	
B964	Gouvernante / Hauswirtschaft / Service	21	CH	per sofort	D/E/	
B957	Koch	41	CH	per sofort	D/E/	
B935	Koch, Pizzaiolo	24	SK	per sofort	D/E/	
B913	Massage, Wellness- und Spa	46	CH	per sofort	D/E/SPANI.	
B883	Masseur ca. 40%	45	CH	per sofort	D/E/	
B974	Night Auditor/ Receptionist	22	RU	per sofort	D/E/IRUS/SP	
B835	Projektmanagement, Direktionsassistent, Betriebsassistent	30	DE	per sofort	D/E/	
B939	Praktikum Administration, Réception	22	CH	per sofort	D/E/	
B841	Service	44	GR	per sofort	D/E/	
B473	Service	28	AT	per sofort	D/E/	
B329	Servicefachangestellter, Chef de service	53	AT	per sofort	D/E/	
B972	Servicekraft, Thekenkraft	34	EG	per sofort	D/E/ARABI.	
B783	Serviceangestellter/in	56	CH	per sofort	D/E/	
B986	Service/ Restauration/ Bar/ Events/ Bankett	20	CH	per sofort	D/E/	
B590	Sous Chef, Chef de partie	35	HU	per sofort	D/E/HU	

1 Referenznummer - Numéro des candidats
2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (Position souhaitée)
3 Alter - Age

4 Nationalität - Nationalité
5 Eintrittsdatum - Date d'entrée
6 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques

Stand per 1.3.2010. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.



Hotel Phoenix Zermatt

Für unser ***Hotel Garni in Zermatt suchen wir:
RezeptionistIn
(100%) ab Juni 2010

Sie sind aufgeschlossen, kontaktfreudig und verfügen über Berufserfahrung und Protel-Kenntnisse. Ihre Muttersprache ist Deutsch und Sie können sich auf Französisch und Englisch verständigen.

Wir bieten ein angenehmes Arbeitsklima in einem kleinen Team sowie eine zeitgemässe Entlohnung.

Interessiert?
Dann richten Sie Ihre schriftliche oder elektronische Bewerbung an:

Hotel Phoenix AG
Untere Wieststrasse 11, Postfach 174, CH-3920 Zermatt
info@hotelphoenix.ch

GISSBACH

Mit Ihnen gemeinsam möchten wir einen spannenden und erfolgreichen Sommer im Märchenschloss am Brienzsee erleben!

Ab Mitte April bis Mitte Oktober 2010 suchen wir:

Chefs de Rang

Parkrestaurant oder Gourmet-Restaurant

Service-EinsteigerInnen

ServicepraktikantInnen

von Schweizer Hotelfachschulen

Souschef

mit Verantwortung für das Gourmet-Restaurant Le Tapis Rouge (30 Plätze, 14 Punkte GaultMillau)

Chef de partie Gourmet-Restaurant

Commis mit Gourmet-Erfahrung

Chef de partie Saucier

Demi-Chef Gardemanger, Entremetier

Commis Tournant

KüchenpraktikantInnen

von Schweizer Hotelfachschulen

Portier und Zimmermädchen

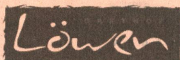
mit guten Deutschkenntnissen

Genauere Stellenbeschreibungen finden Sie unter
www.giessbach.ch / Kontakt Info / Stellenanzeigen

Bitte senden Sie uns Ihre kompletten
Bewerbungsunterlagen mit Foto.

70 individuell eingerichtete Hotelzimmer • Parkrestaurant (140 Plätze) mit grosser Terrasse gegenüber dem Giessbachfall • Gourmet-Restaurant Le Tapis Rouge (40 Plätze) mit der atemberaubenden Aussichtsterrasse • Hotelbar «La Casca» Seminar- und Konferenzräume bis 100 Personen • Barrierefreie Toiletten • 250 Personen • 22 ha parkähnlicher Umschwung, Naturschwimmbad, Tennisplatz • Europas älteste Seilbahn zur eigenen Schifflistation

Grandhotel Giessbach****, CH-3855 Brienz
Susanne Crilovich-Cocaglia, Leitung Personalwesen
Tel. +41(0) 33 952 25 25 Fax +41(0) 33 952 25 30
personal@giessbach.ch www.giessbach.ch



Zugerstrasse 1, 6340 Sihlbrugg
Telefon 041 761 10 55
m.schierling@loewen-sihlbrugg.ch
www.loewen-sihlbrugg.ch

Für unser Restaurant, das im gutbürgerlichen, rustikalen Stil gehalten ist und Gäste zum Verweilen und Genessen einlädt, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Commis, Chef de Partie (18 - 30-jährig)

Um unseren Gästen erstklassige Qualität zu bieten, stellen wir uns eine motivierte, qualitätsbewusste, flexible und gepflegte Persönlichkeit vor, mit Liebe zum Detail und kreativen Ideen. Sie haben eine abgeschlossene Lehre als Koch, sind teamfähig und behalten auch in hektischen Zeiten den Überblick und einen kühlen Kopf? Dann sind Sie in unserer jungen Küchenbrigade genau die richtige Person! Logiemöglichkeit vorhanden.

Auf Ihre Bewerbung freut sich Herr Michael Schierling, Geschäftsführer.

Hotel Edelweiss DAVOS

Für unser familiäres 2-Sterne-Hotel mit 42 Zimmern suchen wir für unsere Halbpensionsgäste

ab Juni 2010 eine/n:

Köchin/Koch

in leitender Funktion

Mit Unterstützung einer Küchenhilfe bereiten Sie unseren Gästen ein abwechslungsreiches Tagesmenü zu. Sie arbeiten selbstständig, organisieren den Einkauf und führen die Warenkalkulation.

Sie erwarten ein junges Betriebsklima, flexible Arbeitszeiten und Freiraum für Ideen und Kreativität.

Ein langjähriges Saisonverhältnis ist wünschenswert.

Wir freuen uns über Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Hotel Edelweiss
Frau Arabelle Sutter
Rossweidstrasse 9, 7270 Davos
hotel@edelweiss-davos.ch
www.edelweiss-davos.ch

sanaspanslenzerheide

Für unseren Familienbetrieb (100 Betten) suchen wir eine flexible und aufgestellte

Mitarbeiter/in

(50 - 100 %)

für den Bereich Zimmer und Küche, ab Mai / Juni 2010.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

Familie Irène + René Meier
Ferienhaus Sanaspans
7078 Lenzerheide
081/384 17 40
www.sanaspans.ch



Lüderenalp

*** Hotel Restaurant
3457 Wasen im Emmental

*** Hotel-Restaurant 1150m

Seminar-Hotel mit 60 Betten, Restaurant für 200 Personen, mit schönster Aussichtsterrasse zu den Berner Alpen

Wir suchen zur Ergänzung ab April/Mai

Sous-Chef

Entremetier

In Brigade von 7-8 Personen

Servicefachangestellte/r

Hotelfach-/Zimmerfrau

Lieben Sie die abwechslungsreiche Arbeit in einem jungen Team, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Fam. L. u. B. u. M. Held
3457 Wasen i. Emmental
Tel. 034 437 1676, Fax 034 437 1980

www.luederenalp.ch
hotel@luederenalp.ch

ihre chance im grill-speiserestaurant obsee!

Sind Sie eine selbständige Persönlichkeit mit Mut auch Neues kreativ anzugehen? Sind Sie offen, innovativ und vor allem auch ein Organisationstalent? Setzen Sie mit Ihrem Können, Ihren Ideen und viel Eigeninitiative Glanzpunkte in unsere Küche? Sind Sie in der Lage eine kleine Küchenbrigade zu führen? Dann sind Sie

AB 1. MAI 2010 ODER NACH VEREINBARUNG DER/DIE

NEUE KOCH/KÖCHIN

Wir bieten Ihnen viel persönliche Entfaltungsmöglichkeit und fortschrittliche Anstellungsbedingungen sind für uns eine Selbstverständlichkeit.

Sind Sie an weiteren Details interessiert? Gerne beantworten wir Ihre Fragen oder sind gespannt auf Ihre ausführlichen, schriftlichen Bewerbungsunterlagen.

Grill-Speiserestaurant Obsee

Fam. Klaus Bürgi-Nägeli
6078 Lungern
Tel.: +41 (0)41 678 14 63
restaurant@obsee.ch
www.obsee.ch



Top of Bad Ragaz

Das sind wir!



Auf Sie wartet eine neue Herausforderung, eine nicht alltägliche Stelle in einem traditionellen Schloss mit internationaler Kundschaft. Bei uns sind folgende attraktive Arbeitsplätze ab sofort oder nach Vereinbarung neu zu belegen:

Chef de Partie w/m

Jungköche w/m und Servicefachangestellte

Suchen Sie einen teamorientierten Arbeitsplatz, bei dem Selbstständigkeit und Kreativität gefragt sind?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Rufen Sie uns an, Tel. 081 302 40 47 oder

info@schloss-wartenstein.ch

Schreiben Sie ganz einfach an:
HOTEL SCHLOSS WARTENSTEIN
Postfach 164
7310 BAD RAGAZ



Tavolago - Gastronomie zu Wasser & Land

Die Tavolago AG verfügt über eine ausgezeichnete Infrastruktur und ein grosses logistisches Know-How, um neben der Gastronomie "zu Wasser" auf den 21 Dampf- und Motorschiffen auch "zu Land" in unseren 10 Betrieben und bei Caterings einen optimalen kulinarischen Genuss zu garantieren.

Für die Sommersaison 2010 suchen wir ab Anfang Mai bis Ende September:

- Servicefachkräfte
- Buffet-Mitarbeitende
- Logistik-Mitarbeiter mit Fahrausweis B
- Köche
- Office-Mitarbeitende

Ihr Wissen und Können und Ihre aufgestellte und freundliche Art machen Sie zum wertvollen Mitarbeitenden. Wir bieten Ihnen einen vielseitigen, nicht alltäglichen Arbeitsplatz auf dem idyllischen Vierwaldstättersee.

Nähere Informationen zu den vakanten Stellen finden Sie auf unserer Homepage unter www.tavolago.ch. Die Leiterin Personal Isolde Braurnert freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen und beantwortet Ihnen erste Fragen gerne telefonisch.

Tavolago AG

Isolde Braurnert, Leiterin Personal, Werfstrasse 5, 6002 Luzern

i.braurnert@tavolago.ch, Telefon 041 367 68 93

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

Karriereplanung
beginnt hier
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

www.tavolago.ch

Seehotel KRONENHOF

Das Seehotel Kronenhof liegt direkt am Untersee. Das 4-Sterne-Hotel verfügt über 47 komfortable Zimmer, ein Seerestaurant mit 120 Plätzen, Banketträume mit einer Kapazität von bis zu 160 Personen und über ein Bildungs- und Tagungszentrum mit 5 Seminar- und 10 Gruppenräumen.

Wir bieten eine 100%-Stelle nach Vereinbarung als
Réceptionist/in
und eine 100%-Saisonstelle nach Vereinbarung als
Servicemitarbeiter/in

Sie haben eine entsprechende Ausbildung in der Hotellerie absolviert und waren bereits in einer solchen Position tätig? Sie sind bereit, eigenverantwortlich, exakt und speditiv zu arbeiten? Der Umgang mit Gästen bereitet Ihnen Freude und Sie möchten Ihre Begeisterung für Ihren Beruf täglich ausleben? Dann sind Sie bei uns richtig!

Es erwartet Sie ein junges Team mit viel Elan und Freude an der Arbeit. Wir bieten Ihnen Möglichkeiten, sich beruflich weiterzuentwickeln.

Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen!
Bitte senden Sie Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen an Markus Bertschi, Hoteldirektor.
Seehotel Kronenhof – Seestrasse 101 – 8267 Berlingen
Tel. 052 762 54 00 – Fax 052 762 54 81
info@seehotel-kronenhof.ch – www.seehotel-kronenhof.ch

Tel. 081 838 99 00 / Fax: 081 838 99 99 / E-Mail: dakern@allegrahotel.ch

HOTEL ALLEGRA 7504 PONTRESINA

Das Garni-Hotel mit Frühstück wurde im Juli 2000 als Neubau eröffnet. 52 moderne, grosszügige Zimmer. Direktzugang zum Hallenbad mit Aussenbecken.
Das Hotel im Zentrum von Pontresina.

Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir ab
Anfang Mai 2010 (auch Jahresstelle möglich)

Réception: Praktikant/in
Sprachen: Deutsch, Italienisch, Englisch

Réception: Réceptionist/in
Sprachen: Deutsch, Italienisch, Englisch

Studio ist vorhanden.
Wenn Sie diese Gelegenheit nicht verpassen wollen, rufen Sie uns einfach an oder schicken Sie uns Ihre Bewerbung.

Hotel Allegra
Via Maistra 171
Daniel Kern, Direktor
7504 Pontresina / Engadin

Tel. 0041 (0) 81 838 99 00 Fax: 0041 (0) 81 838 99 99



SOMMERAU-TICINO
Hotel-Restaurants-Catering
Dietikon-Zürich

sucht nach Vereinbarung

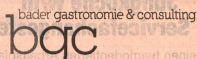
DIETIKON-ZÜRICH **PIZZAIOLO/Tournant**

für unsere südländische, kreative Küche. Für unser Angebot an Qualitäts-Pizzas und Mitarbeit auf den anderen Posten als Tournant, sind Sie ein wertvoller Mitarbeitender und können sich weiter entwickeln. Eine nicht alltägliche, kreative Karte, sehr individuelle Bankette, ein grosser Cateringbereich fördern und fördern die Erfahrung, Einsatzwillen + Selbstständigkeit. Bringen aber Ihnen viel Erfreuliches, nebst einer erstklassigen Referenz. Aus-/Weiterbildung sind uns wichtig. Geboten wird ein attraktiver, intensiver, ausbaufähiger Arbeitsplatz in einem modernen Tessiner Familienbetrieb mit 180 Betten, div. Restaurants, BAR, Bankett- & Seminarmöglichkeiten, Cateringangebot. Interessiert? Dann kontaktieren Sie:

Hotel-Restaurants SOMMERAU-TICINO
Personalverwaltung, Beatrice Zanoni
Zürcherstrasse 72, 8953 DIETIKON-ZÜRICH

www.sommerau-ticino.ch

Suisse romande



Notre mandant est une entreprise dynamique, innovatrice et en plein essor active dans le secteur de la gastronomie, et qui jouit d'un grand succès au plan national. Pour son Restaurant Gemelli à Fribourg, nous cherchons une personnalité dotée d'un esprit d'entreprise pour occuper le poste de

Chef de cuisine (f/m)

Vos tâches: Vous gérez, organisez la cuisine de notre Ristorante avec une situation idéale en plein centre ville de Fribourg. Avec votre équipe, vous garantissez à notre clientèle, des mets d'une qualité irréprochable. La satisfaction de notre clientèle est le but principal!

Ce que vous apportez: Vous êtes une personne dynamique, (un)e meneur(se) avec un sens de l'organisation et du flair pour la cuisine italienne. Vous êtes bon communicateur(trice) et vous inspirez confiance et sympathie à tous les niveaux. Vous êtes au bénéfice d'un CFC de cuisinier. Vous appréciez et connaissez la culture italienne.

Nous vous offrons: un poste de cadre avec des défis élevés, dans un environnement moderne et simple; beaucoup de qualités professionnelles et de gestion, une activité indépendante dans des conditions générales données, une équipe motivée et de bonnes possibilités de développement. En bref, la chance de prouver vos compétences.

Nous avons éveillé votre intérêt? Envoyez-nous votre dossier de candidature avec photo.

Bader Gastronomie & Consulting
Madame Margherita Bonaventura
Riedstrasse 3, 6330 Cham
Téléphone 041 7252900, E-Mail: m.bonaventura@bagc.ch

Stellengesuche

Ehepaar in ungekündigter Stellung, beide mit Diplom der schweizerischen Hotelfachschule Luzern und langjähriger Führungserfahrung, zieht es zurück in die Hotellerie.

Suchen Sie ein hochmotiviertes und zuverlässiges

Nachfolgerehepaar mit Herz für Ihren Hotelbetrieb?

Wir würden uns freuen, Sie und Ihr Haus kennenzulernen. Unter Chiffre 6236-3522 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Svizzera italiana

HOTEL INTERNATIONAL, LUGANO

80-Zimmer, renommiertes zentralgelegenes
Hotel sucht auf anfangs April:

RECEPTIONIST(IN)
Sprachen: I,D,F,E

Als fachlich kompetente Persönlichkeit
verfügen Sie über Berufserfahrung und
gute Fidelio-Kenntnisse.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit
Zeugnissen, Lebenslauf und Foto.
Fam. Schmid, Hotel International au Lac
Via Nassa 68, 6901 Lugano
Tel: 091/922 75 41, Fax: 091/922 75 44
e-mail: schmid@hotel-international.ch

Stellenvermittlungen

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für **qualifiziertes Hotelpersonal**.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.
Stellenvermittlungsbüro Hotella
A. Noth, Bollwerkstrasse 64, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09
www.hotella.ch

Gastro Express
Stellen suchen
Stellen anbieten
Kostenlos
www.gastro-express.ch

News aus Gastronomie
Hotellerie und Tourismus
www.baizer.ch



Das 4* **Best Western Hotel Sasso Boretto** in Ascona sucht
per sofort in Jahresstelle einen

Chef Réception (w) mit Erfahrung

Muttersprache Deutsch/Schweizerdeutsch, sehr gute Sprachkenntnisse I/F/D, motiviert, gute Umgangsformen, Ortskenntnisse Tessin erwünscht, gewohnt selbstständig zu arbeiten.

Wir sind ein familiäres und hilfsbereites Team und freuen uns auf Sie!

Wenn Sie an dieser verantwortungsvollen und abwechslungsreichen Position interessiert sind, bitten wir Sie, Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an folgende Adresse zu senden:

Best Western Hotel Sasso Boretto
Personnbüro
Viale Monte Verità 45
CH-6612 Ascona
Tel. 091 786 99 99
Fax 091 786 99 00
E-Mail: info@sassoboretto.com



www.montarina.ch

Ab März/April 2010
suchen wir zur Ergänzung
unseres Teams ein/e:

Front Office Mitarbeiter/in

Bewerbungen bitte an:

Hotel & Hostel Montarina
Bernadette Heinrich
Via Montarina 1
6900 Lugano

www.montarina.ch
info@montarina.ch



**CONTINENTAL
PARKHOTEL
LUGANO**

Für die Sommersaison 2010
bieten wir in folgenden Bereichen
Arbeitsstellen an:

FRONT-OFFICE Mitarbeiter/in
SERVICE Fachangestellte/r und Commis
NIGHT-AUDIT Mitarbeiter
ZIMMERREINIGUNG-ETAGE Mitarbeiterin

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

**CONTINENTAL
PARKHOTEL**
Edgar Fassbind
Via Basile 28
CH-6900 Lugano
Tel. 0041(0)91 966 11 12
Fax 0041(0)91 966 12 13
www.continentalparkhotel.ch
info@continentalparkhotel.ch

Sass da Grüm

Wir sind ein wunderschön gelegenes Familienhotel mitten im Kastanienwald an einem «Ort der Kraft» im Tessin und suchen einen motivierten Mitarbeiter für die Saison 2010 (Anf. April bis Anf. Nov.)

Wir suchen eine motivierte

Serviceangestellte

mit Ital.-Kenntnissen, selbstständig und einsatzbereit.

Wir bieten eine vielseitige Tätigkeit in jungem, kollegialen Team, mit regelmässigen Arbeitszeiten und neuem Mitarbeiterhaus.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Unterlagen (mit Foto) via E-Mail oder Post:

Hotel Sass da Grüm «Unique»
Gabriella Mettler und Stefan Büschi
6575 San Nazzaro
Tel. 091 785 21 71
www.sassdagruem.ch
info@sassdagruem.ch

International



**BISTROT
LE
CLOCHARD**
Cuisine Suisse & Française
★★★★★
SINCE 1978

Seit 30 Jahren ein renommiertes Restaurant auf Curaçao, Niederländische Antillen

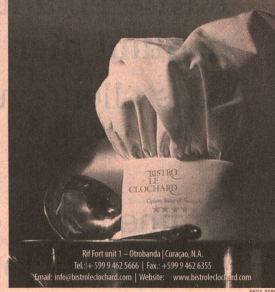
Zur Verstärkung unserer Küchenbrigade suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

CHEF DE PARTIE – ENTREMETIER – SAUCIER UND PARTISSIER

Der/die unser bestehendes Team voller Kreativität, Einsatz, Miteinander und Motivation unterstützt.
Sie sprechen Englisch, sind einseitig und zwischen 25 und 30 Jahre alt.

Sie haben gute Umgangsformen und Erfahrung im Gastgewerbe und das Teamdenken ist für Sie selbstverständlich.

Sie haben das Flair, sich an einer Fremden Kultur anzupassen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.



Rif Fort unit 1 - Oranjestad | Curaçao, N.A.
Tel. (+599 9) 621 5666 | Fax: (+599 9) 662 6335
Email: info@bistrotleclochard.com | Website: www.bistrotleclochard.com

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
seit 35 Jahren

Sie haben einen Betrieb
zu verkaufen – zu vermieten
oder Sie suchen einen Betrieb?

Wir sind die Drehscheibe
für interessante Betriebe –
teilen Sie uns Ihre
Anforderungskriterien mit

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Verbesserung Wirtschaftlichkeit/
Marketingkonzepte
- Projektentwicklung/Optimierung
- Rekrutierung Direktion, Kader,
Betriebsgruppe
- Nachfolgeregelung, Vermittlung
bei Rechtsstreitigkeiten u.a.m.

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055/410 15 57 – Fax 055/410 41 06
hesser@bluewin.ch

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Wir verkaufen im Kt. Zürich

Hotel-Restaurant

mit 100 Zimmer u. Appartements

Der Betrieb befindet sich in einem
guten baulichen Zustand und verfügt
über grosse Infrastruktur und Bau-
landreserve. Gerne erwarten wir Ihre
Kontaktaufnahme.

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055 410 15 57 – Fax 055 410 41 06
hesser@bluewin.ch

- Ihre Herausforderung für 2010 -



Säli-Schlössli zu verpachten

- ❖ Zentrale Lage bei Olten
- ❖ Mit atemberaubender Rundumsicht
- ❖ Schlossrestaurant und Rittersaal
- ❖ Bistro/Bar und Terrassen etc.

Weitere Auskünfte: Tel. 062 212 92 07



Exklusives Restaurant mit speziellem Ambiente zu verpachten!

Per Juni 2010 im Kanton Aargau (20 Minuten von Zürich)

- 300-jähriges Haus mit gewölbtem Keller
- Bürestube 25 Sitzplätze
- Gourmetstube 30 Sitzplätze
- Sternestübel 16 Sitzplätze
- Sternensaal 60 Sitzplätze
- Mit atemberaubender Gartenterrasse

Ernsthafte Interessenten können sich melden unter:
Tel. +41 62 222 28 24

Heute mit neuer immobilienrevue und stellenrevue.

immobilienrevue htr
marché immobilier

stellenrevue htr
marché d'emploi



Mehr Informationen zum neuen
lachsfarbenen Bund unter

www.htr.ch, insetrate@htr.ch, 031 370 42 42/37

htr
hotel revue

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 9 / 4. März 2010



Hotelfinden! Sie haben die Wahl. www.swisshotels.com

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Sparen

Das neue Gebäudeprogramm von Bund und Kantonen: Sanieren, Kosten senken, Klima schützen.



Foto: A

Neues Gebäudeprogramm



BEAT HAGMANN
PROJEKTLITER WIRTSCHAFTS-
POLITIK UND NACHHALTIGKEITS-
BEAUFTRAGTER
HOTELLERIESUISSE

Gemäss Hotelbenchmark von hotelleriesuisse wendete die 3- bis 5-Sterne-Hotellerie 2008 bei einem Erdölpreis von 99 Dollar durchschnittlich 293 000 Franken für Energie auf. Die hohen Energiekosten haben vor allem mit dem zum Teil veralteten und entsprechend energieineffizienten Immobilienpark zu tun, bei dem die Wärme um 20 Prozent und beim Strom um 45 Prozent über den SIA-Kennwerten für sparsame und rationale Energieverwendung im Gebäudebereich liegt.

Energiebilanz verbessern

Angesichts der schlechten Energiebilanz muss sich die Hotellerie darauf konzentrieren, die Energieeffizienz im Gebäudebereich zu steigern. Solche Investitionen sind nicht billig. Sanierungsmaßnahmen in

Gebäudehülle, in Gebäudetechnik und in erneuerbare Energien haben ihren Preis. Längerfristig zahlen sich diese Investitionen jedoch dank tieferer Energiekosten und attraktiven Payback-Fristen aus. Mit den prognostizierten steigenden Energiepreisen für fossile Energieträger und Strom wird die Branche kostenmässig zusätzlich unter Druck geraten.

280 Millionen pro Jahr

Hier setzt das neue Gebäudeprogramm von Bund und Kantonen ein, welches das Gebäudeprogramm des Klimarappens ablöst. Es unterstützt die Sanierung von Gebäudehüllen und fördert den Um- und Einstieg in erneuerbare Energien. Das Programm fördert neu auch die Sanierung von Einzelbauteilen, wie beispielsweise den Er-

satz von veralteten Fenstern oder die Wärmedämmung von Wänden, Dach und Böden. Für das Gebäudeprogramm des Bundes stehen jährlich 200 Millionen zur Verfügung, die aus der Zweckbindung der CO₂-Abgabe stammen. Hinzu kommen ergänzende Förderprogramme der Kantone für erneuerbare Energien, Abwärmennutzung und Haustechnik in der Grössenordnung von 80–100 Millionen Franken. Insgesamt stehen in den nächsten zehn Jahren also 280–300 Millionen Franken pro Jahr für Investitionen in Energieeffizienz und erneuerbare Energien zur Verfügung. Das Programm ist ein intelligentes Instrument zur rascheren Einführung und Verbreitung innovativer Energietechnologien. Mit dem Programm wird gleichzeitig der CO₂-Ausstoss bis 2020 um jährlich rund 2,2 Millio-

nen Tonnen gesenkt. Damit wird das Klima nachhaltig geschützt.

Gesuche jetzt einreichen

Seit Anfang Jahr können Gesuche eingereicht werden. Das Internetportal www.dasgebaeudeprogramm.ch gibt interessierten Hoteliers detaillierte Informationen über das Programm und führt sie in wenigen Schritten zu den Gesuchformularen. Die ersten Energiesanierungsprojekte werden ab dem 1.3.2010 bewilligt. Für innovative und intelligente Hoteliers eröffnet das Programm so neue finanzielle Chancen und Opportunitäten für die energetische Gebäudesanierung und damit zur Senkung der Betriebskosten und zum Schutz des wichtigsten USP der Schweizer Tourismuswirtschaft, der Umwelt.

Hier bestimmen Sie den Inhalt!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.
Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr
hotel revue