

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2011)
Heft: 18

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>



Architektur

Das Guggenheim-Museum hat Bilbao zur Attraktion für Touristen gemacht. Andere spanische Regionen folgen. **Seite 13**

Cassis de Dijon

Der erleichterte Import von EU-Produkten ist noch kein Jahr in Kraft, wird aber bereits kräftig torpediert. **Seite 2**

Montreux

Ab Sonntag wird «The Festival of Media Global 2011» für drei Tage Gast sein. **Seite 19**

Vollautomaten

«Swissness allein reicht nicht. Die Qualität des Produkts muss stimmen.» **Seite 5**

Adrian Steiner, CEO Thermoplan AG

Wenn Junge reisen



Oft reisen Jugendliche noch mit dem Rucksack. Immer beliebter werden aber Rollkoffer. Insbesondere in Kombination mit Billigflügen.

Jugendliche sind viel unterwegs. Das meist knappe Budget und die speziellen Interessen bedingen besondere Angebote.

DANIEL STAMPELLI

Junge reisen heute häufiger und kürzer als früher, sagt Ludwig Ottenbreit, Geschäftsstellenleiter des Deutschen Fachverbands für Jugendreisen. Und sie würden lieber für Erlebnisse als für die Unterbringung bezahlen. Dass das Segment der 16- bis 25-Jährigen mehrheitlich spontan reist und flexibel entscheidet, hat Schweiz Tourismus (ST) festgestellt. Aus diesem Grund verzichte ST auf das

Marketing für diese Zielgruppe. Einzelne Destinationen locken jedoch Jugendliche mit gezielten Angebotspauschalen an. Als führende Destination im Jugendsegment hat sich seit längerem Flims/Laax positioniert, das Packages von Übernachtungen zusammen mit Sportaktivitäten schnürt. Als günstige und bei den jungen Reisenden beliebte Unterkünfte bieten sich schweizweit Hostels und Jugendherbergen an.

Ein Augenschein bei jungen Backpackern in Zürich zeigt, dass Motive fürs Reisen und die Bedürfnisse unterwegs unterschiedlich sind. Während für einige Partys wichtig sind, wollen andere die regionale Küche und die Natur geniessen oder neue Leute kennen lernen sowie Kontakt mit Gleichgesinnten knüpfen. Allen gemeinsam ist aber, dass sie die Schweizer Hostels als teuer empfinden. **Seite 7 bis 11**

Kommentar

Sind Social Media nur ein Hype? Nein, unumgänglich.



SIMONE LEITNER

Sie sind auf Facebook? Oder twittern Sie auch? Möglicherweise sind diese Fragen heute an Branchenevents die meistgestellten. Erleichtert ist, wer darauf mit Ja antworten kann. Touristiker und Hoteliers, die sich bis anhin (noch) nicht auf die «Mitmach-Medien» eingelassen haben – immerhin sind es auf Grund eines Votings am Ferientag gut ein Drittel –, dürften sich zusehends unwohl fühlen bei diesen Themen. Einerseits wissen sie um die Notwendigkeit eines Engagements, ander-

«Wer heute einsteigt, kann von den Erfahrungen der Pioniere profitieren.»

seits lässt der Geschäftsalltag kaum Raum und Zeit für solcherlei Arbeiten. Outsourcing liegt auf der Hand, ist angesichts der aktuellen Expertenschwemme aber recht schwierig zu bewerkstelligen; gilt es doch, echte Experten aus einer täglich wachsenden Menge an mehr oder weniger themenfremden Beratern zu erkennen. Doch selbst wenn der beste Experte gefunden und engagiert ist, kann eine wichtige Aufgabe nicht ausgelagert werden: die Analyse. Es bleibt die oberste Pflicht des Touristiklers und Hoteliers, die Stimmung der realen Gäste und diejenige der virtuellen Gäste im Netz selber zu beobachten und zu beurteilen. Wer heute einsteigt, hat zwar die Pionierzeit verpasst, kann aber von den Erfahrungen der anderen profitieren. **Seite 3**

Käse

Ein gefragtes Milchprodukt für den Genuss

22 Kilo Käse genossen die Schweizer 2010 pro Kopf. Zahlen zeigen, dass gerade Mozzarella hierzulande immer beliebter wird; dessen Konsum stieg gegenüber 2009 um 5,1 Prozent. Nostalgiker trotz dem Umstand, dass die Streichkäseportionen, eine Ur-schweizer Erfindung, heute im Markt und in der Gastronomie keinen leichten Stand haben. Welcher Wein zu welchem Käse passt, lernen Mitarbeitende aus Hotellerie und Gastronomie in der Ausbildung Sommelier Maître Fromager. **Seite 14, 15 und 23**

Schweiz Tourismus



Roger de Weck am Ferientag.

1231 Touristiker am Ferientag in Genf

Umweltbewusstes Reisen, einfacher Luxus mit traditionellen Werten und unbekannte Orte entdecken gehören zu den wichtigsten Reisetrends. Schweiz-Tourismus-Direktor Schmid rief die Touristiker am 14. Ferientag in Genf dazu auf, dem heisser werdenden Sommer Rechnung zu tragen. «Wir müssen den Sommer neu erfinden – mit Angebotsentwicklung und Erlebniszentrierung – und die Attraktivität und Vielfalt der Schweiz in höhere Nachfrage umsetzen.»

Zu den Highlights des Ferientags gehörte der Auftritt von Marie-Thérèse Porchet alias Joseph Gorgoni. Aufwitzige Art nahm der Genfer Komiker die Deutschschweizer auf die Schippe. Ernster war das Thema des Keynote-Speakers Roger de Weck. Der neue Generaldirektor der SRG SSR beleuchtete unter anderem die Medienlandschaft der «Wilensnation Schweiz». Er rief die Schweizer Medien zur gegenseitigen Rücksichtnahme auf. **Seite 3 und 6**

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 18

ANZEIGE

«Insieme da oltre 30 anni!
Perchè HOTELA è un partner sicuro, competente e innovativo.
Con MIRELA la tradizione continua...
Una soluzione ottimale nella gestione delle risorse umane,
salari, prestazioni sociali e controllo orari lavorativi.»

MIRELA
www.mirela.ch

Giovanni Gazzola, TCS Hotel Bellavista, Vira Gambarogno

Aus der Region

Berner Oberland

Hasliberger Bergbahnen stecken in Krise

Die Bergbahnen Meiringen-Hasliberg müssen möglichst bald saniert werden. Das Unternehmen leidet seit Jahren unter Schulden, nun hat der schlechte Winter zusätzlich ein Loch in die Kasse gerissen. Das Unternehmen teilt mit, in vier bis sechs Wochen müsse ein Lösungskonzept vorliegen. Ansonsten könnte der Weiterbetrieb der Bahn gefährdet sein. «Jetzt müssen wir handeln, sonst droht der Konkurs», sagte der Vizepräsident Gianni Biasiutti. Beim Umsatz fehle eine Million Franken.

Engstlenalp: Beschwerdeführer sind im Recht



Alain D. Bollat

Das Verwaltungsgericht hat entschieden: Die bernische Justiz-, Gemeinde- und Kirchendirektion muss den Teilzoneplan Engstlenalp neu beurteilen. Durch den Entscheid verzögert sich das Projekt «Schneeparadies» weiter: Hasliberg, Melchsee-Fruyt und Titlis planten 2003 den Zusammenschluss zu einem der grössten Skigebiete der Schweiz. Umweltschützer bekämpfen das Projekt wegen der geplanten Erschliessung der heute noch unverbauten Engstlenalp.

Wallis

Umbau der Domhütte ist vertagt

Die Zürcher Alpen-Club Sektion Uto hat beschlossen, den Umbau der Domhütte im Wallis zu verschieben. Für den Umbau hätten 700'000 Franken mehr budgetiert werden müssen als vorgesehen. Die Organisation will das Geld bis nächsten Frühling zusammenbringen und den Umbau im Sommer 2012 durchführen. Laut Albert Willen, Hüttenchef der Sektion Uto des Schweizer Alpen-Clubs (SAC), standen für den Umbau rund 2,8 Mio. Franken zur Verfügung. «Wir haben jedoch die Kosten für die Helikopterflüge unterschätzt», so Willen. Die Domhütte liegt auf 2940 Metern. esp

In eigener Sache

Neues Entrée: «Der Stich spricht für sich»

Wenn Hoteliers früher für ihren Gasthof Reklame machen wollten, nutzten sie die Dienste eines Landschaftsmalers. Dessen Bild wurde zu einem Verlag gebracht, wo aus dem Bild ein Stich entstand. In der neuen Entrée-Serie zeigt die htr in Zusammenarbeit mit dem Hotelarchiv Schweiz Stiche aus der Sammlung Eric Lindle. La Chaux-de-Fonds. Die Bilder sprechen alle für sich – damit man sie auch richtig versteht, werden wie bisher spannende Zusatzinformationen auf htr.ch/hotelarchiv aufgeschaltet. Auch weiterhin erwartet unsere Leserinnen und Leser alle fünf Wochen ein Wettbewerb. rom

Kein rascher Preissturz

Der Fleisch-Fachverband befürchtet Qualitätseinbussen, und hotellerieuisse plädiert für schnellere Abläufe: Das Cassis-de-Dijon-Prinzip bewegt auch ein Jahr nach Inkraftsetzung.

Theres Lagler

Welche konkreten Auswirkungen die erleichterte Einfuhr von EU-Produkten auf die Preise in der Schweiz hat, ist noch unklar. Das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) beobachtet die Preisentwicklung seit Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips vor knapp einem Jahr genau, ein erster Zwischenbericht liegt aber erst im Herbst vor. Nichtsdestotrotz sorgt das Thema für Zündstoff. Erich von Siebenthal, Landwirt und SVP-Nationalrat, forderte bereits vor ein paar Monaten in einer Motion, dass die Lebensmittel wieder vom Cassis-de-Dijon-Prinzip ausgenommen werden.

Fleischwirtschaft will Qualitätsleitsätze erarbeiten
So weit ging letzte Woche der Schweizer Fleisch-Fachverband

(SFF) nicht. Doch auch er meldete an seiner Jahresmedienkonferenz ein gewisses Unbehagen an. «Wir befürchten, dass es mittel- und längerfristig zu einer Qualitätsverschlechterung kommen kann», so SFF-Direktor Ruedi Hadorn. Er geht davon aus, dass der allgemeine Preisdruck Schweizer Metzger dazu verleiten könnte, künftig vermehrt nach EU-Normen zu produzieren. Werden Produkte wie der österreichische Kochschinken, der einen höheren Wasseranteil aufweist, zugelassen, dann dürfen auch die hiesigen Metzger nach diesem Standard produzieren. Um Gegensteuer zu geben, hat der Fleisch-Fachverband nun eine Arbeitsgruppe eingesetzt, die konkrete Qualitätsleitsätze für Fleisch- und Fleischprodukte verfassen soll. «Gerade wenn

Fall fürs Bundesgericht: Ein dänischer Apfelwein, der mehr Wasser als Fruchtsaft aufweist. zvg



man an den Grenztourismus denkt, bleiben Preisunterschiede bestehen. Da zählt nur die Qualität», ist Hadorn überzeugt.

Hotellerie hofft weiter auf tiefere Preise für Lebensmittel

Auf Qualität setzt auch Guglielmo L. Brentel, Präsident von hotellerieuisse. Das viel zitierte Beispiel des wässrigen Schinkens aus Österreich mag er aber nicht mehr hören. «Das ist nun wirklich abgedroschen. Wer schon einmal in Österreich war, weiss, dass die Qualität der Lebensmittel der unsrigen entspricht.» Wichtig sei aber, dass für Hoteliers und Konsumenten vollständige Transparenz herrsche. Die Schweizer Hotellerie lei-

det schon lange unter hohen Lebensmittelpreisen, deshalb hält Brentel am Cassis-de-Dijon-Prinzip fest: «Auch wenn das Cassis-de-Dijon-Prinzip bisher die Kostensituation der Hotellerie nicht entscheidend verbessert hat, zielt es doch in die richtige Richtung, nämlich der Stärkung der preislichen Wettbewerbsfähigkeit der schweizerischen Hotellerie.» Verbesserungsvorschläge hätte Brentel aber durchaus. «Die Erteilung einer Bewilligung ist ein Nadelöhr, das Zeit

kostet. Dieser Prozess muss ent-schlackt werden, andernfalls drohen für den Import von Lebensmitteln bürokratische Hürden.» Hürden, die offenbar bereits bestehen, wenn man bedenkt, dass das Bundesamt für Gesundheit (BAG) bisher erst 19 neue Lebensmittel zugelassen hat. Einblick in ihre Tätigkeit gibt Judith Deflorin vom BAG an der Frühlingstagung von Nutrinet am nächsten Donnerstag in Bern. Das Thema: «Cassis-de-Dijon – beauschend oder ernüchternd?»

«Das Beispiel des wässrigen Schinkens aus Österreich ist abgedroschen.»

Guglielmo L. Brentel
Präsident hotellerieuisse

Lebensmittel Import nach Cassis-de-Dijon-Prinzip läuft harzig an. Eine Übersicht.

Seit dem 1. Juli 2010 ist das Cassis-de-Dijon-Prinzip in der Schweiz in Kraft. Es bedeutet, dass Produkte, die in EU-Ländern hergestellt und zugelassen sind, ohne weitere Kontrollen auch in der Schweiz verkauft werden dürfen. Für Lebensmittel gilt allerdings eine Sonderregelung: Entsprechen sie den technischen Vorschriften der Schweiz nicht ganz, dann muss beim Bundesamt für Gesundheit (BAG) eine Bewilligung eingeholt werden.

Gemäss den aktuellen Listen hat das BAG bisher 19 Gesuche

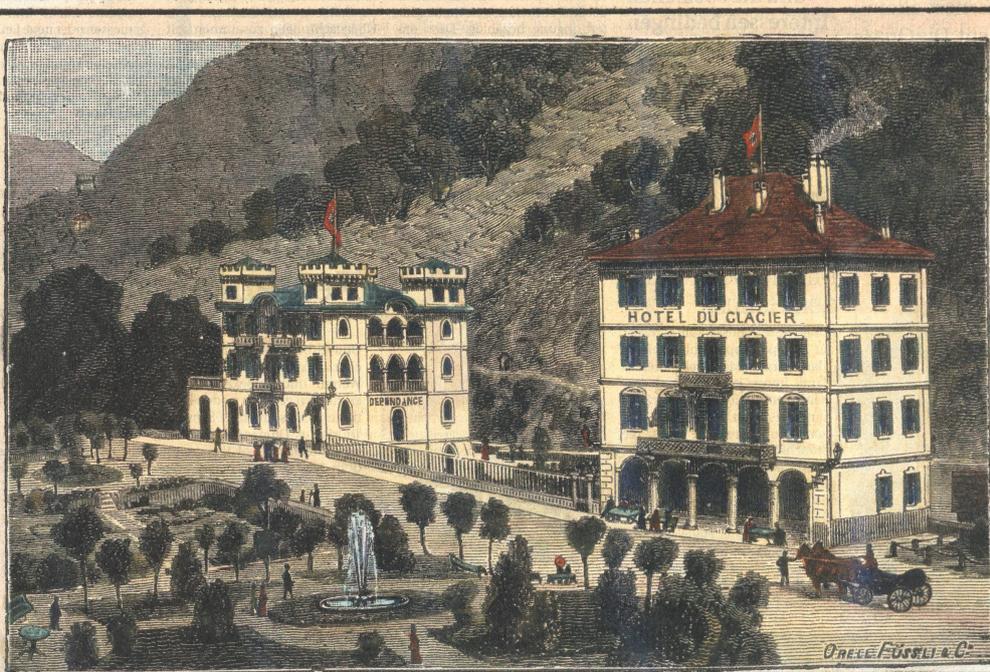
gutgeheissen. Gegen vier dieser Entscheide ist eine Beschwerde eingegangen. Das aktuellste Beispiel betrifft einen dänischen Apfelwein, der einen Fruchtsaftanteil von 15 Prozent aufweist (siehe Bild). In der Schweiz sind 70 Prozent vorgeschrieben. Der Schweizer Obstverband, der sich vor Bundesverwaltungsgericht vergeblich gegen die Zulassung wehrte, hat kürzlich beschlossen, das Urteil ans Bundesgericht weiterzuziehen. Bei den andern Beschwerdefällen geht es um österreichischen Schinken, der einen höheren Wassergehalt

aufweist, Reibkäse aus Deutschland, der Stärke enthält, und Fruchtsirup aus Frankreich, der einen Fruchtsaftanteil von 10 statt 30 Prozent aufweist.

Zurzeit sind 20 Gesuche in Abklärung. Es handelt sich dabei vor allem um Nahrungsergänzungsmittel sowie alkohol- und koffeinhaltige Mischgetränke.

Insgesamt 17 Gesuche wurden bisher abgelehnt, darunter Schweinsschnitzel aus Deutschland. Der Grund: Auf der Verpackung fehlte die Angabe des Produktionslandes. tl

Entrée: Stich aus der Sammlung Eric Lindle. Mehr Informationen auf www.htr.ch/hotelarchiv



BIGNASCO, HOTEL DU GLACIER

40 Betten. — Gegenüber d. Val Bavona, mit Aussicht auf den Basodino. 1 Stunde von Locarno p. elektr. Bahn, 6 Std. zu Fuss von Airolo über den Sasselto-Pass. Lesezimmer, Biblioth., Billard, Café-Rest. Spez.: Bachforellen. Veranda, Bäder, Garten. Portier a. Bahnhof. — Geöffnet: März bis Oktober. — PREISE: Zimmer mit 1 Bett Fr. 2.— bis 3,50; Zimmer mit 2 Bett 4.— bis 7.—; (Licht unbegriffen) Heizung 1,50 p. Korb; Privatsalon 5.— bis 12.—; Frühstück compl. 1,25; Mittag-T. d'hôte 3,50; Abend-T. d'hôte 2,50; Pension mit Zimmer 6,50 bis 9.— (während der ganzen Saison, bei mindestens 7 Tagen Aufenthalt). — Kinder bis zu 8 J. 40% Ermässigung. Dienerschaft: Fr. 5.— alles inbegr. — Direkt.: GEB. FRANZONI.

Hotelarchiv Schweiz / zvg

Ferien für die Branche

1231 Touristiker liessen sich am 14. Ferientag von Schweiz Tourismus über Ein- und Aussichten in der Branche «Evolution».

CHRISTINE KÜNZLER

Heute das Beste geben und den Blick auf den Wandel in der Zukunft richten – das könnte laut Schweiz-Tourismus-Chef Jürg Schmid ein mögliches touristisches Erfolgsrezept sein. Die Ausgangslage stimmt: «Die Schweiz verfügt über eine gute touristische Infrastruktur, eine schöne Landschaft, politische Stabilität und fähige Touristiker», sagte Schmid am Schweizer Ferientag in Genf. Es gelte nun, sich auf künftige Gästebedürfnisse einzustellen. «Die Konsumenten von morgen denken grüner, bleiben weniger lang und buchen kurzfristiger. Last Minute wird zur Regel.» Um die kürzeren Aufenthalte zu kompensieren, brauche die Schweiz 30 Prozent neue Gäste, rechnete Schmid vor. Neue Kunden zu generieren, gehöre zwingend zu den Hausauf-

gaben der Touristiker. Und Stammkundenmarketing werde zu einem wichtigen Instrument. Eine spontane Umfrage bei den Anwesenden am Ferientag zeigte: 38 Prozent sind der Ansicht, Stammkundenmarketing werde in ihrer Destination «unbefriedigend» umgesetzt.

Die Marketingkonzeption und die Broschüren will Schweiz Tourismus grundlegend ändern. Statt eines umfangreichen Prospekts soll künftig eine hochstehende Image-Broschüre die Gäste zu Schweiz-Ferien verführen. Denn, um sich zu informieren, braucht der Gast keine dicken Broschüren mehr, er holt sich die Infos überall und zu jeder Zeit via Internet.

Schmid brachte auch das nationale Reservationssystem zur Sprache, das den Hoteliers ermöglicht, sich von der Abhängigkeit globaler Reservationsvermittler und deren hohen Kommissionen zu lösen. Er griff damit das Thema auf, welches hotelieruisse-Präsident Guglielmo L. Brentani am letzten Ferientag einbrachte. Die Umfrage am Ferientag zeigte: 70,8 Prozent befürworten ein nationales Reservationssystem.

Der Sommer 2012 ist dem Thema Wasser gewidmet. Geplant sei eine attraktive Road Show, versprach Daniela Bär, Leiterin ST Unternehmenskommunikation und Medien. Schwimmer Ernst Brom-



Jürg Schmid im Element. Er wirft einen Blick auf die künftigen Gästebedürfnisse.

eis («Das blaue Wunder») wird den Rhein bis nach Holland durchschwimmen und unterwegs in allen wichtigen Städten Deutschlands Halt machen. Beginn seiner Wasser-Reise ist der Thoma-See, die Wiege des Rheins. Ausgerüstet mit einer Stirnkamera wird er via Blog und Social Media seine Reise laufend dokumentieren.

ST-Vizedirektor Urs Eberhard beleuchtete die Herkunftsmärkte. «75 Prozent der Gäste kommen aus Märkten, von denen wir wegen des starken Frankens Anteile verloren haben.» Europa-Märkte stagnieren, Wachstum müsse in neuen Märkten generiert werden. «Das Wachstumspotenzial liegt in Asien.» Doch die traditionellen Märkte müssten weiter bearbeitet werden. «Das breite Märkteportfolio wird zur finanziellen Herausforderung.» Ab 2012 sollen zusätzliche Wachstumsmärkte bearbeitet werden. So eröffnet ST je eine Niederlassung in Polen und Brasilien.

Das ST-Budget war ebenfalls Thema am Ferientag. Bundesrat

und Volkswirtschaftsminister Johann Schneider Amman jedoch zeigte kein Musikgehör, obwohl er ehemaliger Mitbesitzer eines Hotels am Launensee war. ST bekomme nicht weniger Budget, denn die 20 Mio. Franken für Innoutour seien richtig zugeteilt. «Was zählt, ist die Eigeninitiative und das Unternehmerische», sagte er den

Touristikern. «Es kann nicht sein, dass der Tourismus nur heute gut aufgestellt ist. Er muss es auch morgen und übermorgen sein.» In seiner Rede kam er auch auf den starken Franken zu sprechen, den die tourismusabhängige Wirtschaft zu spüren bekomme. Damit müsse die Branche «zumindest kurz- bis mittelfristig leben lernen».

China Ein Markt, der boomt. Und grosse Herausforderungen birgt.

China ist der mit Abstand grösste Wachstumsmarkt im Reisebusiness. Daran wolle auch die Schweiz partizipieren, sagte Urs Eberhard, Vizedirektor von Schweiz Tourismus am Ferientag in Genf. Doch so einfach ist das nicht: «Die Visa-Prozedere für die Schweiz sind langwierig und wenig effizient», sagt Chen Mang, CEO der Caissa Touristic AG. Chen Mang kam 1988 nach Deutschland, stu-

dierte Betriebswirtschaft und gründete 1993 den Reiseveranstalter Caissa Touristic, der Gäste von China nach Europa bringt. Heute beschäftigt das Unternehmen 1000 Mitarbeitende. Um chinesische Gäste in die Schweiz zu bringen, muss der Weg zum Visum vereinfacht werden. «Wir verhandeln», sagte Eberhard. Schon im Juni wird die Swiss neue Verbindungen von China direkt nach Zürich anbieten. sls

Aus der Region

Ostschweiz

Eingeschränktes Angebot auf dem Bodensee



Die Schweizerische Bodensee-Schiffahrt muss ihren Vorsaisonbetrieb wegen des tiefen Wasserstandes im Alten Rhein reduzieren. Die Kursschiffe auf der Strecke Rorschach-Staad-Altenthain-Rheineck SG fallen aus. Auch die Heiden-Rundfahrten in Zusammenarbeit mit den Appenzeller Bahnen und dem Postauto können derzeit mit dem Schiff nicht angeboten werden.

Graubünden

Bahnmuseum Albula entsteht in Bergjün

Die Albula- und Berninalinie, das Unesco-Welterbe der Rhätischen Bahn (RhB), erhält eine weitere Attraktion: Nach zehnjähriger Vorbereitung wird im bündnerischen Bergjün das Bahnmuseum Albula realisiert. Das Museum soll im Sommer 2012 eröffnet werden. In einem alten Zeughaus beim Bahnhof wird die über 100-jährige Geschichte der Bahn zum Leben erweckt. Die Initianten wollen das Museum stark mit dem Unesco-Welterbe verknüpfen, wie die Stiftung Bahnmuseum Albula bekannt gab. Eine Studie prognostizierte dem Museum 30 000 Besucher pro Jahr. Die Kosten belaufen sich auf 6,5 Mio. Franken.

Zentralschweiz

Skigebiete um Andermatt sollen wachsen



Parallel zum Bau von Samih Sawiris' Feriendorf in Andermatt sollen in der Region Ursental-Oberrapp-Oberrapp-Sedrun die Skigebiete erweitert werden. Die Kantone Uri und Graubünden haben dazu das Richtplanverfahren eröffnet. Geplant sind 18 Skilifte und Gondelbahnen sowie Skipisten, Beschneiungsanlagen und Restaurants. Der grösste Teil des Ausbaus findet auf Urner Boden statt. esp

Social Media – ein Thema für alle

Eine hochkarätige Fachrunde diskutierte am Ferientag in Genf die Relevanz der Social Media. Fazit: Die Tourismusbranche ist dafür prädestiniert, über diese Kanäle mit Gästen zu kommunizieren.

SIMONE LEITNER

Ein Ferientag ohne Thomas Winkler Plädoyer für die neuen Technologien wäre ein Stück trister und weniger informativ. Der



Thomas Winkler von ST referiert leidenschaftlich zum Internet.

Head Portal Management, eMarketing & IT-Verantwortliche von Schweiz Tourismus betonte einmal mehr die Wichtigkeit der Internetpräsenz. «Das Internet ist von der Beilage zur Hauptspeise geworden.» Und er stellte gleich als Premiere die neue Website von myschweizland.com vor, die in einem Monat live geschaltet wird und mit allen modernen Tools ausgestattet ist, die dem Gast einen Blick bis in den hintersten Winkel der Schweiz ermöglicht. Einfach, prägnant und visuell ansprechend zeigt sich die Schweiz seinen Gästen und seinen Fans auf den Social Media.

Anschließend diskutierten die Experten Miriam Meckel, Professorin Universität St. Gallen, Peter Felser, CEO und Mitinhaber der Spillmann/Felser/Leo Burnett AG zusammen mit Thomas Winkler zu den Sozialen Medien. Moderiert und pointiert in Schwung gebracht wurde die Runde von TV-Mann Kurt Aeschbacher. Nein, die Social Media seien nicht der Grund für das Burnout der bekannten Uniprofessorin Miriam Meckel gewesen. Dazu führten immer viele Faktoren. Doch Fakt sei, dass sie am Anfang der Entwicklung dieser Kanäle viel mehr Zeit investiert habe, sagte sie. Heute

ist die Situation jedoch übersichtlicher geworden: Facebook hat sich global zur meistbesuchten Plattform entwickelt. Dadurch habe sich auch der Zeitaufwand für die Betreuung der Kanäle reduziert, fügt Miriam Meckel an.

Mehr denn je: Social Media müssen professionell betrieben werden. Peter Felser betont: «Es braucht Geld und Ressourcen.» Und auch Thomas Winkler bekräftigt: «Es muss sich jemand kontinuierlich um die Fans kümmern.» Beim Saal-Voting gaben 37,4% der Besucher an, sie würden Social Media regelmässig nutzen, 30,5% sporadisch und 32,1% gar nicht.

Fiesch mit neuer Jugendherberge im Sport- und Feriencenter

Das ehemalige Militärspital ist für 2,25 Mio. Franken in eine Jugi mit insgesamt 92 Betten umgebaut worden.

Die neue Jugendherberge bietet auf zwei Etagen 26 Zimmer an: 12 Vierbettzimmer (davon 4 mit Dusche/WC), 10 rollstuhlgängige Zweibettzimmer (8 mit Dusche/WC) und 4 Sechsbettzimmer (davon 2 mit Dusche/WC). Die neue Jugi ist am Samstag offiziell eröffnet worden, wie die Schweizer Jugendherbergen mitteilen.

Im Feriendorf war bereits seit 2000 eine Jugendherberge integriert. Mit der neuen Jugendherberge erwartet das Sport- und Feriencenter Fiesch einen markanten Anstieg von Logiernächten.

Die Genossenschaft Feriendorf Fiesch hatte mit dem Kanton Wallis das ehemalige Militärspital gekauft. Das Sport- und Feriencenter Fiesch hat danach den nicht geschützten Teil in eine Jugendherberge umgebaut. Der unterirdische Teil des Militärspitals wird vom Kanton als Archiv genutzt.

Die 56 Jugendherbergen in der Schweiz verzeichneten im Jahr 2010 insgesamt 939 000 Logiernächte. Das ist gegenüber dem Vorjahr ein Rückgang von 0,8%, wie das Bundesamt für Statistik mitteilt.

Knapp in der Gewinnzone

Die Victoria-Jungfrau Collection weist für 2010 einen geringeren Umsatz und Bruttobetriebserfolg aus. Dafür resultierte ein kleiner Gewinn.

DANIEL STAMPELI

Im Geschäftsjahr 2010 ging der Umsatz der Victoria-Jungfrau Collection um 3,5% auf 74,2 Mio. Franken zurück. Der Bruttobetriebserfolg (GO) reduzierte sich um 6,3% auf 31,6 Mio. Franken. Das Total der Logiernächte nahm um 2,7% auf 131 391 ab.

Während im 2009 noch ein Konzernverlust in der Höhe von 1,2 Mio. Franken resultierte, wird für das Berichtsjahr ein Jahresgewinn von 953 000 Franken ausgewiesen. Der Verwaltungsrat beauftragt die Generalversammlung vom 3. Juni 2011, auf die Ausschüttung einer Dividende zu verzichten.

Beim Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken ging der Umsatz um 6,8% zurück. Das «Palace Luzern» hat den Umsatz um 7,4% gesteigert. Das «Eden au Lac» in Zürich verzeichnete einen um 4,6% gestiegenen Umsatz. Das Geschäftsjahr 2010 des Berner «Bellevue Palace» war

durch die Totalisierung des Untergeschosses und weitere Bauprojekte geprägt. Entsprechend ging der Jahresumsatz um 14,6% zurück.

Die Immobilie des Hotel Palace Luzern überträgt die Victoria-Jungfrau Collection an den Immobilienfonds Credit Suisse Real Estate Fund Hospitality. Dies solle im Hinblick auf Renovierungen und Investitionen einen grösseren Spielraum schaffen, so die Hotelgruppe. Für Gäste und Mitarbeitende ändere nichts. Die Betriebsführung bleibe bei der zur Gruppe gehörenden Palace Luzern AG mittels eines langfristigen Pachtvertrages.

Rauchverbot: Kein Umsatzrückgang in Zuger Betrieben

Die Hotelrevue meldete letzte Woche, dass das Zuger Gastgewerbe im ersten Halbjahr nach Einführung des Rauchverbots bis 30 Prozent Umsatzeinbussen hatte. Es handelte sich dabei aber nur um einen Betrieb, wie Michael Hostmann vom Kompetenz-Zentrum für Gastgewerbe und Hotellerie betont. Seine Untersuchung im Kanton Zug kommt zum Schluss, dass das Rauchverbot insgesamt keinen Umsatzverlust fürs Gastgewerbe, dafür Vorteile für Gast und Personal gebracht hat. t

Schweiz

Aufwertung des Frankens trifft die Hotellerie

Der starke Franken trifft neben der Maschinen- und Metallindustrie auch die Hotellerie besonders stark, wie eine Studie der ETH-Konjunkturforschungsstelle KOF im Auftrag der Gewerkschaft Unia ergab. Ohne Gegenmassnahmen sei gesamtwirtschaftlich mit einem Beschäftigungsrückgang von 2,7% zu rechnen. Gemäss der Studie könnten mit einer siebenprozentigen Abwertung des Frankens in der Hotellerie 4 500 Stellen gerettet werden.

ST zieht positive Bilanz zum Swiss Travel Mart



Alain D. Bollat

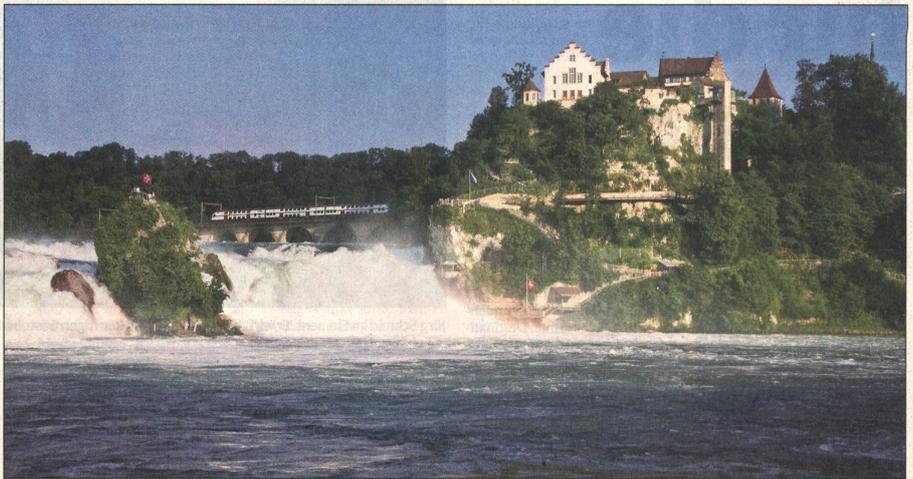
Die starke Präsenz ausländischer Reiseveranstalter und die zahlreich geführten Direktgespräche mit ausländischen Einkäufern stimmen Schweiz Tourismus (ST) zuversichtlich, dass die Ziele 2011 erreicht werden: Das Auslösen von zusätzlichen 253 000 Logiernächten in der Schweiz, was rund 62 Mio. Franken Umsatz entspricht. dst

Grenzen überwinden

Am Rhein zwischen Bodensee und Basel bleibt viel Tourismuspotenzial ungenutzt, weil Anbieter nicht kooperieren. Ein binationales Projekt schafft Abhilfe.

VIRGINIA NOLAN

Die 150 Kilometer lange Rheinstrecke vom Bodensee nach Basel ist ein attraktives Naherholungsgebiet. Fluss und Umland bieten sich dem Tourismus geradezu an. «Leider wird das Potenzial nicht voll genutzt», sagt Frank Leichsenring, Koordinator des Projekts «Erlebnisraum Hochrhein». Das Vorhaben wurde ins Leben gerufen, da Tourismusanbieter zu wenig kooperieren – insbesondere über die Landesgrenze hinweg. Initianten sind drei deutsche Landkreise, die Kantone Aargau, Schaffhausen und Baselland sowie die dort ansässigen Tourismusorganisationen. «Was gibt es in unserer Region?» Die Partner sammeln Antworten auf die Frage, um Tourismuswerber, Anbieter und Behörden zur verstärkten Kooperation anzuregen. Bis 2012 will das Projekt sämtliche touristischen Angebote der Region gebündelt



Swiss-Image

Der Rheinfall bei Schaffhausen bietet sich geradezu an, über die Landesgrenze mittels Kooperation vermarktet zu werden.

haben. Hoteliers und Gastronomen soll das helfen, thematische Schwerpunkte setzen und Angebote treffend platzieren zu können.

Kürzlich haben die Projektpartner für Gemeinden und Touristiker eine 150 Seiten starke Arbeitshilfe mit Anregungen zum Wassertourismus verfasst. Es existieren in der Region Hochrhein rund 20 Schiff-

fahrtsgesellschaften und Kanusportanbieter beidseits der Grenze. Weniger Konkurrenzdenken und mehr Kooperation, sagt Leichsenring, könnten Lücken im Angebot schliessen. «Auf Kanu-Karten sind die Wasserwege im Hochrhein unvollständig abgebildet. Das ärgert den Gast». Auch bei Flusswanderungen verwiesen deutsche und

Schweizer Anbieter nur auf Uferwege im eigenen Land, auch wenn jenseits der Grenze schönere Strecken lockten. Weinanbau, Kulinarik oder das römische Erbe sind verbindende Elemente im geografisch verzettelten Gebiet. Wie man sie nutzen kann, zeigen Schaffhauserland Tourismus und seine Partnerorganisation im deutschen

Hegau. Das Projekt «Grenzenloses Gartenerlebnis» führte Besucherin die schönsten Gärten dies- und jenseits der Grenze. Das hat Schaffhausen viel Besuch aus Deutschland beschert und sein Image im wichtigsten Nahmarkt gestärkt. Frisch im Druck ist ein weiteres Gemeinschaftswerk: ein Wander- und Weinführer.

Jetzt bestellen! Michel in Aktion

FRUCHTIGES VERGNÜGEN SEIT 1929

-.15
günstiger
33 cl PET

-.10
günstiger
20 cl Glas

-.20
günstiger
100 cl Glas

-.20
günstiger
75 cl Glas

Aktion vom 2. bis 20. Mai 2011 bei Ihrem Getränke-Grossisten

110 Millionen für das Grand Hotel Regina

Die neuen Besitzer des Grand Hotels Regina in Grindelwald wollen rund 110 Mio. Franken in die Weiterentwicklung des 5-Sterne-Hauses investieren. In fünf Chalets sollen rund 50 Appartements entstehen.

DANIEL STAMPFELI

Die Regina Holding hat per Ende April 2011 die Grand Hotel Regina Grindelwald AG vom vormaligen Besitzer Hans Stefan Krebs übernommen. Hinter der Regina Holding AG stehen Schweizer Initianten und Berner Planer, darunter die Nüesch Development AG, Tobias Reinhard, Unternehmung und Verwaltungsrats-Präsident der neu gegründeten Regina Holding AG, hat als Projektverantwortlicher mit einem Team von Berner Bauspezialisten ein Projekt zur langfristigen Sicherung und Weiterführung des Grand Hotels Regina erarbeitet.

Investoren gesucht

Die Initianten sind zuversichtlich, die Finanzierung bis im Herbst 2011 zu sichern und schon im Sommer dieses Jahres die Baueingabe für rund 50 Appartements in fünf Chalets einreichen zu können, erklären sie am Dienstag in Grindelwald an einer Medienkonferenz. Man sei derzeit mit potenziellen Finanzierungspartnern in Verhandlungen. Die Wohnungen sollen als



Das Grand Hotel Regina, Grindelwalds einziges 5-Sterne-Haus, soll durch Chalets und einen Annexbau erweitert werden.

Beitrag gegen «kalte Betten» hotelmässig bewirtschaftet werden. Mit dem Verkauf der Appartements für gehobene Ansprüche sollen zudem

«Die gesamte Anlage im Zentrum von Grindelwald belebt das Gletscherdorf.»

Emanuel Schläpfi
Gemeindepräsident von Grindelwald

Mio. Franken geschätzt. Mit dem Gewinn aus den Appartementsverkäufen werden die Sanierungs- und Erweiterungsarbeiten des Hotels quersubventioniert. «Die gesamte Anlage im Zentrum von Grindelwald belebt das Gletscherdorf mit ansprechender Architektur», ist Emanuel Schläpfi, der Gemeinde-

präsident von Grindelwald, überzeugt.

Hotel während Projektierungs- und Bauphasen offen

Für den Bau der zusätzlichen 60 Hotelzimmer, die in einem Annex-Gebäude zum bestehenden Hotel untergebracht werden sollen, ist eine Überbauungsordnung erforderlich, über welche die Stimmbürger der Gemeinde Grindelwald abzustimmen haben. Läuft alles wie geplant, sollen alle Anlagen bis Ende 2015 fertiggestellt sein.

Das heutige Grand Hotel Regina Grindelwald soll auch während der Projektierungs- und Bauphasen weitergeführt werden. Die Grand Hotel Regina Grindelwald AG hat die Von Weissenfluh & Partner GmbH verpflichtet, den Betrieb des Hotels ab der Sommersaison 2011 sicherzustellen.



Adrian Steiner, CEO von Thermoplan: «Nördlich der Schweiz sind wir erfolgreich oder sogar sehr erfolgreich. Vom Tessin Richtung Süden ist es schwierig; die Kaffeekulturen in Italien und Spanien sind verschieden.»

Mehr als nur Schaumschlägerei

Adrian Steiner, Sie haben diese Woche in Lugano Ihren neusten Trumpf, die neue Nespresso-Kaffeemaschine Aquila vorgestellt, mit der sich Nespresso im Hotel- und Gastrogewerbe ausbreiten will. Wie kam diese Zusammenarbeit mit Nespresso zustande?

Vor zwei Jahren gab es eine Ausschreibung von Nespresso für einen solchen Kaffeeautomaten. Wir waren zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort mit der richtigen Lösung. Wir haben das Gerät entwickelt, das jetzt zur Produktion bereit ist. Dabei konnten wir insbesondere mit der Milchaufbereitung punkten.

Darf man sagen, dass Sie mit Schaumschlägerei gewonnen haben ...

(lacht)... So kann man es auf den Punkt bringen. Schaum können wir gut machen. Aber es erklärt sich auch aus unserer «Kuh-lastigen» Firmengeschichte. Begonnen hat alles 1984 mit der Produktion des Sahneautomaten Whipper. Der Weg vom Schlagrahm zur Milch war nicht weit. Und dann kam der Kaffee hinzu.

Wie viele Geräte Aquila werden Sie pro Jahr herstellen?

Unsere Produktion ist so aufgebaut, dass wir in der Lage sind, pro Woche 100 Geräte zu produzieren. Dafür haben wir auch 20 neue Mitarbeiter eingestellt. Die Produktionskapazität könnten wir ohne weiteres sogar verdoppeln, ohne dafür mehr Personal zu benötigen.

Adrian Steiner, Chef des Kaffeemaschinen-Herstellers Thermoplan, über das neue Geschäft mit Nespresso und das Klumpenrisiko von Starbucks.

GERHARD LOB

Machen Sie mit den Nespresso-Maschinen nicht Ihren anderen vollautomatischen Automaten Konkurrenz, die in Hotels und Restaurants eingesetzt und mit Röstkaffee gefüttert werden?

Es ist immer eine Gratwanderung. Und ein neuer Grosskunde stellt immer ein gewisses Klumpenrisiko dar. Aber im Bereich der Fünf-Sterne-Deluxe-Hotels waren wir nie besonders präsent; daher gibt es wenig Berührungspunkte. Auch unsere Vertriebspartner und Kunden, mit denen wir offen kommunizieren, werten dies nicht negativ.

Bei Starbucks konnten Sie das Klumpenrisiko bereits erleben. Als die Kaffeehaus-Kette 2009 vorübergehend einbrach, ging Ihr Umsatz dramatisch zurück. Ist der Nespresso-Deal Teil einer Diversifizierungs-Strategie?

Mit Starbucks leben wir seit elf Jahren in einer wunderbaren Schicksalsgemeinschaft. Als kleine Schweizer Firma haben wir damals begonnen, diesen Giganten exklusiv und weltweit zu beliefern. Das ist schön, aber brachte uns effektiv in eine Abhängigkeit. 2004/05 hatten wir einen Starbucks-Anteil von bis zu 60%. Das konnten wir jetzt auf unter 30% senken. Dies ist eine gute Entwicklung für unsere Firma und die Mitarbeitenden.

Thermoplan produziert Profi-Vollautomaten. Haben Sie nie davon geträumt, auch die von Baristas geschätzten Kolbenmaschinen herzustellen, wie sie in Italien verbreitet sind?

Ich bewundere diese Geräte. Aber es gibt bereits sehr gute Produkte auf dem Markt. Ich sehe somit keinen Spielraum, um etwas besser zu machen. Und einfach ein gutes Produkt zu imitieren, entspricht nicht unserer Firmenphilosophie.

Blieben wir einen Moment in Italien. Ist das ein Markt für Sie?

Italien ist ein schönes Land, aber für

Thermoplan sozusagen nicht existent. Generell gilt für uns: Nördlich der Schweiz sind wir erfolgreich oder sogar sehr erfolgreich. Vom Tessin in Richtung Süden ist es schwierig; die Kaffeekulturen in Italien oder auch Spanien sind verschieden.

Und mit unseren Vollautomaten befinden wir uns auch preislich in einem hohen Segment. Wir sind wohl in einigen Hotels von internationalen Ketten vertreten, aber der grosse Markt von Bars und Bistros bleibt uns dort verschlossen.

Der Kaffeemaschinenmarkt ist heiss umkämpft. Kann Thermoplan in einem solchen Markt als Familienunternehmen mittel- und langfristig überleben?

Gute Frage. Unsere Strategie ist es, das Modell des Familienunternehmens weiter zu pflegen und erfolgreich zu sein. Dafür müssen wir wachsen. Bisher ist es gut gelungen, aber wir müssen uns sehr anstrengen. In diesem Markt sind wir effektiv das letzte Familienunternehmen.

Thermoplan hat mit 98 Prozent einen extrem hohen Exportanteil. Wie problematisch ist die momentane Frankenstärke?

Es stellt ein Problem dar und irgendwann könnte die Schmerzgrenze kommen. Starbucks zahlt 30 Prozent mehr

für dieselbe Maschine als früher. Auch die Talfahrt des Euro ist nicht ausserstanden. Im Moment geht dies zu Lasten unserer Kunden, wobei wir bemüht sind, das Problem mit aufzufangen.

Wie wichtig ist die Swissness für den Erfolg Ihres Produkts?

Die Kundschaft ist bereit, für ein Schweizer Produkt mehr zu bezahlen. Aber die Swissness allein reicht nicht aus. Die Qualität des Produkts muss stimmen.

Zur Person An der Spitze einer Familienfirma mit 220 Mitarbeitern

Adrian Steiner (35) ist seit Oktober 2009 CEO der Thermoplan AG mit Sitz in Weggis. Er löste in dieser Funktion Domenico Steiner ab, der das Unternehmen 1974 gegründet hat. Trotz gleichen Nachnamens liegt keine Verwandtschaft vor. Adrian Steiner konnte vor der Übernahme der Geschäftsleitung während 12 Jahren die Entwicklung der Firma miterleben und mitprägen. Die Entwicklung und Produktion von Kaffeevollautomaten ist seit 1995 das Kerngeschäft der Thermoplan. Der Durchbruch gelang dem sich in Familienbesitz befindenden Unternehmen 1999, als es von Starbucks den Zuschlag als Exklusivlieferant für vollautomatische Espressomaschinen erhielt. Heute erwirtschaftet Thermoplan mit 220 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von 110 Millionen Franken. gl

Die Baukultur zu pflegen, nützt dem Tourismus



Standpunkt

MONIKA SUTER
GESCHÄFTSFÜHRERIN
STIFTUNG FERIE IM BAUDENKMAL

Von Stonehenge über die Pyramiden bis zum Guggenheim-Museum in Bilbao: Die Baukultur ist einer der wichtigsten Faktoren im Tourismus. Umfragen zu Reisetrieben zeigen seit Jahren, dass «einheimische Kultur» und «Landschaft» wichtige Kriterien für die Wahl einer Destination sind. Die Schweiz hat in dieser Hinsicht viel zu bieten. Vielfältige Kulturlandschaften,

mittelalterliche Altstädte und idyllische Dörfer locken viele Gäste an. Gleichzeitig gewinnen in den letzten Jahren aber auch Motive wie Luxus und Exklusivität oder «Neues und Anderes erleben» zunehmend an Bedeutung. Entsprechend steigt die Nachfrage nach Angeboten, bei denen Baukultur nicht nur angeschaut, sondern erlebt werden kann. Historische Hotels, Nostalgie-Fahrten mit historischen Verkehrsmitteln,

«Ein Vorteil der Schweiz ist es, authentische Angebote bereitzustellen zu können.»

Belle-Epoque-Erlebniswochen oder Ferienwohnungen in Baudenkmalen sind gefragt. Ein Vorteil der Schweiz ist es, echte authentische Angebote

bereitstellen zu können: Traditionelle Holzhäuser mit 500-jährigen Balken, Hotels mit antiker Einrichtung, Dampfschiffe, die tatsächlich seit 100 Jahren fahren und Städte, in denen Altes und Modernes ein harmonisches Ganzes bilden. Voraussetzung dafür ist der kontinuierliche Unterhalt und die Pflege unseres historischen Erbes. Kommen die dafür notwendigen finanziellen Mittel von Privaten, ist das erfreulich. Unerlässlich sind aber auch

öffentliche Gelder. Die anhaltenden Bestrebungen, diese zu kürzen, zeugen von einer kurzfristigen Denkweise. Denn ist ein Baudenkmal einmal verfallen, kann es nicht wieder hergestellt werden. Ein Nachbau ist keine Alternative, weil die Authentizität verloren ist. Die Baukultur zu pflegen, ist deshalb eine nachhaltige Investition in die Zukunft, von der nicht zuletzt der Tourismus in hohem Masse profitieren kann.



«Leider werden die Lebensläufe immer standardisierter und sagen nichts mehr über die Persönlichkeit aus.»

Henrike Gosemann Talent Development, Kempinski



Netzwerken unter Kolleginnen und Kollegen – das gehört ebenso zum Ferientag wie die Referate.

Swiss-Image

Sesselrücken

Herbert Volken: Ein Opening am Tag vor der Pensionierung

Am 1. Mai ging **Herbert Volken**, Direktor des Feriendorfs Fiesch, in Pension. Am Vortag eröffnete er das



Gasthaus Aletsch, einzige Jugendherberge im Unesco Weltkulturerbe (siehe Seite 3). Die Umbaukosten von 2,25 Mio. Franken trägt die Genossenschaft Feriendorf Fiesch.

Reto Candrian tritt der Geschäftsleitung der Catering AG bei

Ab 1. August tritt **Reto Candrian** als weiteres Mitglied der Eigentümerfamilie der Geschäftsleitung



der Candrian Catering AG bei. Er wird die Zürcher Betriebe ausserhalb des Hauptbahnhofs leiten.

Geschäftsführer für «Agrotourismus Schweiz»

Nach neun Jahren verlässt **Oliver von Allmen** Baselland Tourismus. Er übernimmt am 1. Juni die Geschäftsleitung von «Agrotourismus Schweiz» in Bern. Die Dachorganisation vereint über 600 Anbieter aus den Verbänden «Ferien auf dem Bauernhof», «Übernachten im Stroh» und «Tourisme rural». kjv



Hotelière **Nadine Traber**, **Andreas Banholzer**, Waadt Tourismus.



Bernard Cazaban und **Philippe Vignon**, Genf Tourismus.



Richard Kämpf, **Marc Isenring** und «www.» **Thomas Winkler** (v.l.).



Jürg Schmid, Österreichs Tourismus-Chefin **Petra Stolba** und **Marco Solari** (v.l.).



Hotelier **Peter Kämpfer** mit Partnerin **Paola Masciulli**.

Wichtiger Ferientag

Die Stimmung war gut, die Zeit zum Netzwerken wurde rege genutzt. Der Schweizer Ferientag gehört zu den wichtigsten Branchen-Events.

CHRISTINE KÜNZLER

Weisst du schon das Neuste?, «Hast Du gehört?», «Ich suche eine neue Stelle...». Wer sich mit Kolleginnen und Kollegen über die Branche austauschen will, besucht den Schweizer Ferientag. Dort bleibt zwischen



hotelleriesuisse-Präsident **Guglielmo L. Brentel** mit **Peter Keller**.

den Präsentationen Zeit zum Netzwerken. Und das wird auch rege genutzt. Denn in der Warteschlange am Buffet trifft man vielleicht genau jene Kollegin oder jenen Kollegen, mit dem man doch schon lange etwas besprechen wollte.

Im Foyer sind auch Informationsstände aufgebaut, an denen



ST-Präsident **Jean-François Roth** und **Nicole Diermeier**.

Partner, Sponsoren und Mitarbeitende von Schweiz Tourismus über Produkte, Kooperationen, Marketingkampagnen und mögliche Erfolgsrezepte Auskunft erteilen.

Der Ferientag war so aufgebaut, dass Pausen und Präsentationen im Gleichgewicht standen. Es blieb genügend Raum für den persönli-



Chen Mang von Caissa Touristic mit **Simon Bosshart**, ST Asia.

chen und unkomplizierten Austausch zwischen Kollegen. Und wem das noch nicht genügte, der blieb zur abendlichen Synergy Night. Dort wurde gegessen, getrunken und weiter genetworkt.

Mehr Bilder finden Sie unter www.htr.ch/ferientag

Tropenhaus Frutigen erneut prämiert: 3. Platz beim «Zürich Klimapreis»

Den ersten Rang belegt die Energieregion Goms. Einen Sonderpreis erhält die Umwelt Arena der W. Schmid AG.

Zürich Schweiz zeichnet Klimaschutz-Projekte aus. Den 1. Preis in Höhe von 50'000 Franken gewinnt die Energieregion Goms. Sie produziert die benötigte Energie lokal mit Wasser, Wind, Sonne und anderen nachhaltigen Energieträgern. Den 2. Preis (25'000 Franken) erhält Coop. Seine Verteilzentrale Bern liefert überschüssige Kälte an das neue Rechenzentrum, während

dessen Abwärme in der Verteilzentrale für Heizzwecke genutzt wird. Das Tropenhaus Frutigen bekommt für seine geschlossenen Stoffkreisläufe und die Nutzung erneuerbarer Energien den 3. Preis (15'000 Franken). Ein Sonderpreis (5'000 Franken) geht an die Umwelt Arena der W. Schmid AG Spreitenbach als Plattform für Entwickler, Hersteller und Konsumenten. kjv

eAwards sind überreicht

In gewohnt dynamischer Manier traf sich der VSTM zur Generalversammlung. Der erste eTourism-Award ging an Davos Klosters.

CHRISTINE KÜNZLER/SIMONE LEITNER

Alle drei Globonet eTourism-Awards, die an der Generalversammlung des VSTM Verbands

Schweizer Tourismus Manager vergeben wurden, gingen nach Graubünden: Neben Sieger Davos Klosters belegten Graubünden Ferien den Platz 2 und die Weisse Arena Gruppe den Platz 3.

Der Präsident des VSTM, Stefan Otz, informierte die 96 Teilnehmenden an der Generalversammlung über Neuigkeiten. So ist unter anderem eine neue Ausbildung für Stadtführerinnen und Stadtführer geplant. Ein Thema war auch der



Stefan Otz mit dem Zweit- und der Erstplatzierten: **Gaudenz Thoma** und **Annemarie Meyer** (v.l.).

touristische Nachwuchs. «Wir haben entschieden, die Kosten für die Berufsbildungskurse zu übernehmen, begrenzt auf fünf bis sieben Betriebe pro Jahr», sagte Otz. Auch können die 233 Verbandsmitglieder von zusätzlichen Vorteilen strategischer Partner profitieren.

Generell will der VSTM «vermehrt wahrgenommen» werden. «Wir wollen uns unter anderem aktiv in den Milestone einbringen», sagte Stefan Otz.



Mit Schulthess waschen Sie für weniger als 2 Franken pro Kilo

Unabhängigkeit, Schnelligkeit und optimale Wäscheschonung sind Faktoren, die für eine eigene Lingerie sprechen. Und auch die Zahlen sprechen für sich: In-house gewaschen betragen die Kosten durchschnittlich weniger als 2 Franken pro Kilo. Dank Wet-Clean, der modernen Nassreinigung von Schulthess, kann zudem fast alles, was z.B. in einem Hotel oder Heim anfällt, gewaschen werden.

Verlangen Sie eine unverbindliche, individuelle Kalkulation – senden Sie eine E-Mail an kostenrechnung@schulthess.ch

Schulthess Maschinen AG, CH-8633 Wolfhausen, Tel. 0844 880 880, www.schulthess.ch



Swissmade

SCHULTHESS
Waschepflege mit Kompetenz

Es muss doch **nicht** alles so kompliziert sein.

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

protel

Jugendtourismus: Packages kommen gut an Seite 8; **Kostengünstige Erlebnisse** Seite 9; **Festivals füllen Hotelbetten** Seite 10; **Österreich setzt auf Sport und Abenteuer** Seite 11



Bald Vergangenheit? Rucksacktouristen.

vorher nachzuschauen, wie andere Reisende ein Hotel auf der Plattform bewertet haben.

Ching-Weng Huang aus Taiwan verfährt ähnlich. Auf Hostelworld.com sucht sich die 22-jährige Studentin ihre Unterkünfte aus. Sicher sollen sie sein. Ching-Weng will die regionale Küche kennenlernen und Museen besuchen. Das Nachtleben interessiert sie nicht: «Vielleicht, weil ich aus einer anderen Kultur komme.»

Geselligkeit ist wichtiges Reismotiv

«Die Jungen zahlen lieber für Erlebnisse als für ihr Bett», sagt Ottenbreit. Nebst dem Preis gebe es auch andere Gründe, warum junge Reisende seltener ins Hotel gingen, selbst wenn es sich um Zweiterhäuser handle: «Sie wollen Gesellschaft von Gleichaltrigen.»



«Die Unterkunft sollte sicher sein. Das Nachtleben interessiert mich nicht.»

Ching-Weng Huang
22 Jahre, Taiwan

Freundschaften, Flirtchancen und Kontaktmöglichkeiten gaben junge Leute in Umfragen der GFJT als bedeutendste Reismotive an. Weil man Freunde nur da findet, wo andere sind, stellen demnach viele die Lage ihrer Unterkunft gar über den Preis: Nah muss es sein – bei Sportzentren, Treffpunkten, Bars. Kelsy Stewart und Heather Fashingwaren 20 Minuten Tramfahrt zu weit weg vom Zentrum, darum wechselten die 20-jährigen Texanerinnen von der Jugendherberge Zürich ins Hostel Biber im Niederdorf.

Jugendliche, so lautet ein weiterer Befund der GFJT, wollen sich mit dem Personal identifizieren und ihm vertrauen können. Vielleicht erklärt das, warum das Eiger Guesthouse in Mürren auf Online-Plattformen mit Lob überschüttet wird. Gastgeberin Ema Baptista, die im Aufenthaltsraum nicht nur Backpacker, sondern auch Jugendliche aus dem Dorf verpflegt, hat gegenüber ihren Gästen eine fast mütterliche Art: «Wir haben ein offenes Ohr – zu jeder Uhrzeit.»

Unter Jugendlichen werden in diesem Fokus junge Leute zwischen 16 und 25 Jahren verstanden, die auf eigene Faust unterwegs sind. Auch die meisten Vergünstigungen für junge Leute richten sich an diese Zielgruppe.

Wohin geht der Trend im Jugendtourismus?

Um Jugendliche als Gäste gewinnen zu können, sollten Destinationen und Hotels ihre Bedürfnisse kennen. Was ist der Jugend wichtig? Ein Augenschein bei Backpackern.

VIRGINIA NOLAN

Wo man als junger Mensch gerne war, dorthin geht man auch gerne zurück: So lautet die Botschaft der Gesellschaft für Jugend und Tourismus (GFJT) in Berlin. Die Institution hat sich zur Aufgabe gemacht, was Tou-

rismuswerber ihrer Ansicht nach versäumen: Sie erforscht die Bedürfnisse junger Reisender. Ein erfolgreicher Zielgruppenaufbau, sagt die GFJT, setzt voraus, dass Hotels und Destinationen den Gast von morgen kennen. Und, was wollen die Jungen?

Übernachten bei Freunden, um Geld zu sparen

«Party und Bier», ruft Alencar Petri aus Brasilien. Der 25-Jährige ist mit Landsleuten in Europa unterwegs und sitzt – mit einem Bier – im Innenhof der Jugendherberge Zürich. Die jungen Männer reisen im Auto. In Dänemark und Deutschland waren sie schon, haben immer bei Freunden gewohnt, in Zürich kennen sie niemanden. «Hier können wir es uns nicht lange leisten», sagt Alencar. Das Wunschziel der fröhlichen Truppe? «Ibiza oder Mallorca», sagen die Burschen. «Aber vorher geht uns das Geld aus.»

Im Gemeinschaftsraum der Herberge bereiten sich Schweizer Matranden auf die Vorausscheidungen zur Chemie-Olympiade vor.

Einer von ihnen ist der 18-jährige Antoine Gilliland. Er reist, weil er Neues erleben will. «Aber es muss günstig sein.» Antoine klettert und feiert gerne. Würde man ihm eine Reise schenken, führte sie in die Berge oder ans Meer. Seine Unterkunft soll zentral sein. Und: «Es muss genügend zu essen geben.» Sauberkeit betonen vor allem die jungen Frauen am Tisch. Einige sind sich die Schüler darin, dass sie auf

Reisen Leute kennenlernen wollen. Jeder hier interessiert sich für andere Kulturen, aber kaum für Bauwerke und Kunst.



«In Zürich kennen wir niemanden. Wir können es uns hier nicht lange leisten.»

Alencar Petri
25 Jahre, Brasilien

der nicht mehr mit Bahn und Rucksack, sondern mit Billigflieger und Rollkoffer reise. «Das kommt heute

fast günstiger», sagt Ottenbreit. Der Flashpacker bucht nicht nur online, er kommuniziert auch so, und kostenloses WLAN ist für ihn ein Muss. Über das Netz knüpfen junge Menschen in Windeseile Kontakte. Leute, die sie vorher nie oder nur flüchtig gesehen haben, werden auf Facebook zu «Freunden». «Irgendwann will man die virtuelle Person sehen», sagt Ottenbreit, «und lädt sie ein.» So entstände ein reger Besuchstourismus, der nicht mehr auf das eigene Heimatland beschränkt sei.

Schweizer Hotels sind vielen Jungen zu teuer

«Ich zahle höchstens 50 Euro pro Nacht.» Yuichiro Mizushita wohnt im Backpacker-Hostel, weil ihm Schweizer Hotels zu teuer sind. Den «Biber» im Zürcher Niederdorf hat er auf Tripadvisor.com gefunden. Der 23-jährige Webdesigner aus Tokio geht nirgendwohin, ohne

Dialock Hotels werden von den Gästen besonders gelobt für:

- optimale Funktionalität
- exzellenten Komfort
- perfekte Organisation
- hohe Sicherheit
- gehobenes Türen-Design
- einfaches, berührungsloses Öffnen und Schliessen der Zimmertüren

Bestellen Sie die Dialock Dokumentation inkl. der Schweizer Hotel-Referenzliste: Tel. 071 686 82 00, info@haefe.ch
Häfele Schweiz AG
Dammstrasse 29, 8280 Kreuzlingen

HÄFELE
AUF NEUEN WEGEN

Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

Der Weg zum Ziel...

www.hotelleriesuisse.ch/hds
Infos/Anmeldung: Tel. +41 (0)31 370 43 01
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

idea creation
swiss made software

Revolutionieren Sie Ihr Gutschein-Business

e-guma
Das Gutschein-Management-System
Gutscheine & Packages erfolgreicher verkaufen - einfacher verwalten
Idea Creation GmbH • 8003 Zürich • +41 44 504 54 00 • www.ideacreation.ch

CERUTTI
il Caffè

Info Ticino e Graubünden Tel. 091 640 70 00
Info Deutsche Schweiz Tel. 079 403 30 63
Info Suisse Romande Tel. 079 458 87 38
Kaffeemaschinen "FAEMA" Milano - Italien

ANZEIGE

Jugendtourismus. Angebote. Packages sollten einen Mehrwert bringen. Interessante Angebote bieten sowohl Bergdestinationen als auch Städte an. Auch mit Sportevents wird versucht, die Zielgruppe zu gewinnen.

Diese Packages ziehen

Jugendliche wollen auf Reisen flexibel sein und Leistungen spontan beanspruchen. Schlanke Packages kommen gut an.

ROBERT WILDI

Teenagern und Anfangszwanzigern muss man keine Weekend-Pauschalen mit Welcome-Drink, Kutschenfahrt und Gratis-Museumsbesuch offerieren. «Das kommt bei dieser Zielgruppe nur beschränkt an», weiss Daniela Bär von Schweiz Tourismus (ST). Das Segment der 16- bis 25-Jährigen will mehrheitlich spontan reisen und flexibel entscheiden. Da seien fixe Programmpunkte fehl am Platz. «Wir betreiben aus diesem Grund kein Marketing für diese Zielgruppe», so die ST-Sprecherin.

Günstige Zimmer und Bahntickets

Dennoch beweisen einige Destinationen, dass auch die «jungen Wilden» mit gezielten Angebotspauschalen anzulocken sind. Wichtig ist jedoch, dass die Leistungen den Jugendlichen einen Mehrwert bieten. Häufig reagiert diese Zielgruppe vor allem auf Preisaktionen in Hotels, die etwa mit vergünstigten Transport-Tickets, Gratis-Eintritten in Clubs oder attraktiven Sportkursen kombiniert werden.

Als führende Destination im Jugendsegment positioniert sich seit Jahren Films/Laax. Die neue Freestyle Academy in Laax offeriert für den Sommer 2012 verschiedene

Sportkurse in der Halle und Outdoor. «Bei den 16- bis 25-jährigen kommen diese Packages sehr gut an», sagt Sylvana Volkmann, Sprecherin der Weissen Arena Gruppe. Mit den Angeboten verknüpft sind Übernachtungen im Rocksresort neben der Freestyle-Halle oder in den acht Bike-Hotels der Destination. Begehrter bei den Jugendlichen ist etwa die aktuelle Sommer-Pauschale «Bike Freeride». Sie umfasst zwei Übernachtungen in einem Bike-Hotel inklusive Frühstück, zwei Bergbahn-Tageskarten, Rabatt auf die Bike-Miete sowie die Gratis-Benutzung des Ortsbusses.

Erfolgreich mit Packages ist beim Jugendsegment auch Savognin. Die lokalen Bergbahnen und das Hotel Cube schnüren sie oft gemeinsam. Viele 16- bis 25-Jährige buchten bei den Savognin-Bergbahnen in den letzten Jahren ein «Friendship-Ticket», mit dem zwei Jugendliche zum Tarif von einem auf den Berg fahren konnten. Vollendet wurde das Package mit der Aktion «4 für 3» des Cube-Hotels. Sie ermöglichte

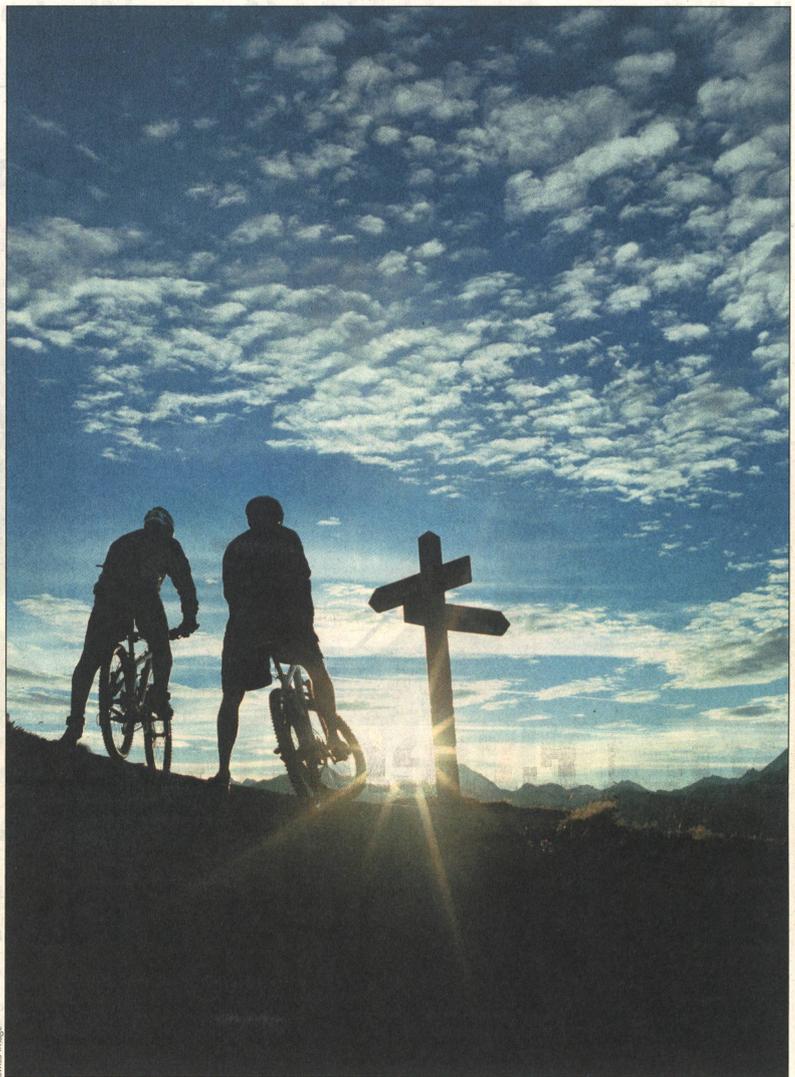
Studenten die Reservierung einer «Vierbox» (Vierbettzimmer) zum Preis für drei Personen. «Dieses Package war in den vergangenen Wintern der Renner bei den Jugendlichen. Für die nächste Saison ist etwas Ähnliches geplant», sagt Bergbahndirektor Vendelin Coray. Er ist überzeugt, dass Junge auf einfache Packages mit wenigen

Programmpunkten und attraktiven Vergünstigungen ansprechen.

Gratis-ÖV, Clubbing und Romantik in der Stadt

Spezielle Packages für 16- bis 25-Jährige gibt es auch in den Städten nicht. «Wir haben keine Angebote, die genau auf diese Altersgruppe

Vergünstigte Sportangebote sind beliebt.



«Wir betreiben kein gezieltes Marketing für 16- bis 25-jährige Touristen.»

Daniela Bär
Schweiz Tourismus

zielen», räumt Luzerns Tourismusdirektor Marcel Perren ein. Auch Zürich, Bern oder Basel Tourismus können nicht mit solchen dienen. Gleichwohl locken Weekend-Pauschalen wie «Zürich Break» oder «Bern Spezialangebot 3 für 2» (jeweils eine Gratisnacht) sowie «Mehr Stadt für weniger Geld» (Gratis-ÖV und -Eintritte in Basel) gezielt junge Besucher in die Städte. In Luzern

profitieren laut Perren junge Touristen vom Tell-Pass, der Vergünstigungen im öffentlichen Verkehr und der lokalen Schifffahrt bietet.

Die Stadttholen werben mit spezifischen Angeboten um die jugendliche Kundschaft. So etwa der Viersternebetrieb Alpha-Palmiers in Lausanne. Es offeriert ein Package mit Übernachtung/Frühstück, Dinner im Trendrestaurant Bleu

Lézar und Gratintritt im legendären Mad Club, einer der bekanntesten Discos in der Westschweiz. Das Durchschnittsalter der Gäste im «Alpha-Palmiers» ist mit diesem Angebot deutlich gesunken. Ähnliche Angebote in anderen Städten werden auf der Webseite weekend4two.ch ausgeschrieben, die im vergangenen Jahr für den Milestone «Nachwuchspreis» nominiert war.

Auf eine für Marketingleiterin Simone Staubli fast überraschend jugendliche Nachfrage stösst mit der Pauschale «Zeit für Gefühle und Sinnlichkeit» auch das Art Deco Hotel Montana in Luzern. Denn das auf Gäste jeden Alters ausgerichtete Package werde häufig von ganz jungen Liebespärchen als perfekter Rahmen für den Heiratsantrag gebucht.

Sport mit Offroad-Rennwagen und Hochseil

Der Sport junger Touristen folgt keinen geläufigen Mustern. Jetzt wandern sie, gegen die Reizüberflutung ihres Alltags. Aber sie verschmähen am Berg auch nicht die neuesten Tools.

KARL JOSEF VERDING

Markus Comploj ist Direktor von Savognin Tourismus im Bündner Surses. Der Ort ist mit einer Lifestyle-Herberge wie dem Cube Hotel und deren 270 Betten für ein junges Publikum attraktiv geworden. Wo und wie in Savognin und Surses sind die Jungen am liebsten sport-

lich aktiv? Comploj: «Im Sommer bei uns ganz klar auf den Trottnett-Strecken, wo es Monsterroller mit Ballonreifen gibt, und in den Mountaincars.» Letztere sind eine Art von alpinem Gokart als Offroad-Rennauto mit Muskelkraft, Hydraulikbremsen und Stossdämpfern.

«Recht viel Geld haben wir in separate Strecken für Mountain-Biker



«Beliebt sind Wanderungen über längere Etappen, weg von der Zivilisation.»

Pascal Schär
Direktor Saas-Fee/Saastal Tourismus

investiert. Im «Cube» kann man das Bike im Zimmer aufhängen. Und auch unser Hochseil-Garten, der «Waldseil-Park» mit dem «Flying-Fox»-Ritt bei der Sesselbahn-Mittelstation Tigignas kommt sehr gut an», freut sich der Direktor.

Im Winter macht man in Savognin die gleiche Beobachtung wie an anderen, sport-Orten: Das Skifahren gewinnt

Anteile zurück, das Snowboard verliert. Grund sind die von der Industrie für den Pulverschnee und den Snowpark produzierten Allmountain-Ski. Sie drehen beim Freestyle und beim Freeride neben der Piste gleich gut. Comploj betont: «Wichtig ist Abwechslung. Den ganzen Tag durchfahren ist nicht mehr Trend. Sondern: ein paar Stunden, dann in der Beiz und an der Sonne sitzen.»

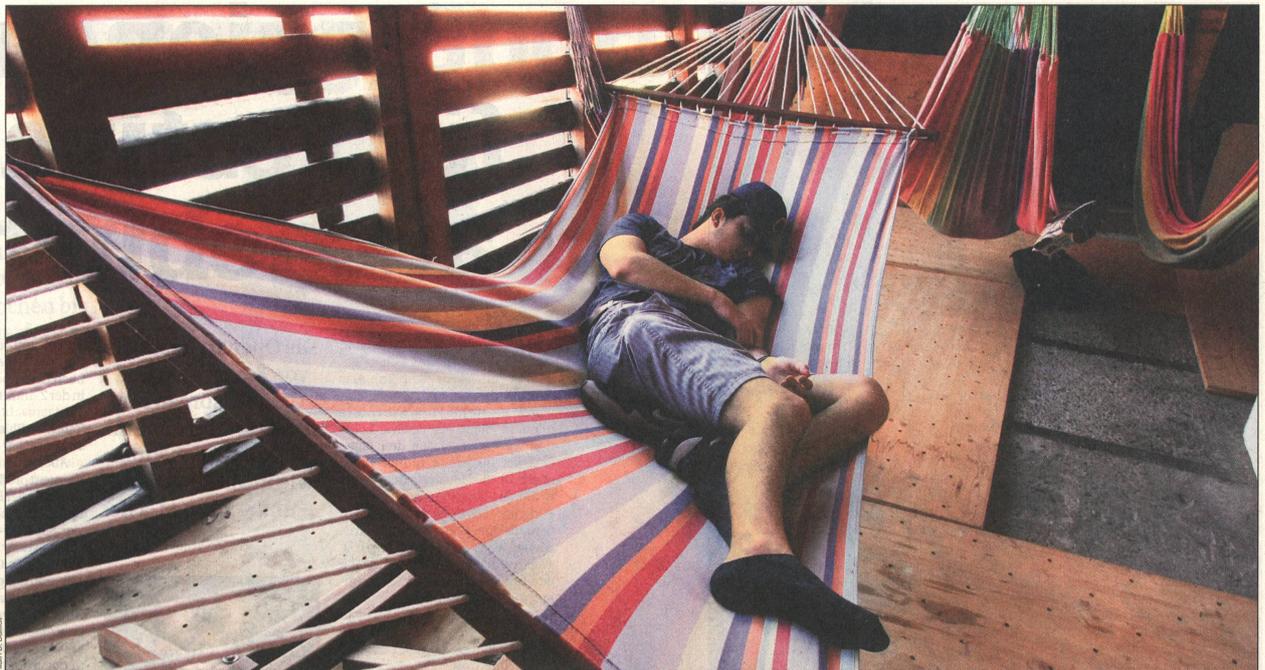
«Es gilt nicht mehr das klassische Muster: wer macht was am liebsten», meint Frédéric Füssinich, Direktor der Engelberg-Titlis Tourismus AG. «Das beste Beispiel ist das Wandern. Es wird bei der jungen Generation immer beliebter. Auch

unsere Klettersteige als Adrenalin-Spender sind bei den Jungen ein grosser Erfolg.»

Engelberg profitiert ausserdem davon, dass es einen Sporting Park eingerichtet hat. Hits für die Jüngeren, von der Eventhalle bis zum Funparcours mit Armbrustschiesse, Billard, Blasrohr, Kletterwand und Weiterem, sind Teil des Parks. Aber, betont Füssinich: «Das Gesamtprodukt muss ansprechen, passende und zahlbare Hotels und Ferienlager gehören hinzu.» Auch er beobachtet: «Skifahren ist bei den Jungen wieder absolut in Mode. Auf den neuen Ski-Typen bei der Fahrt im Pulverschnee empfinden sie die Freiheit der Surf-Kultur.»

Saas-Fee pflegt mit Events wie dem Glacier Downhill Bike Race ein Image als Sportdestination auf warmem oder kaltem Untergrund und meist auch noch zur gleichen Zeit. Der 31-jährige Pascal Schär, der in Sedrun/Disentis und Zermatt gearbeitet hat, ist neuer Direktor von Saas-Fee/Saastal Tourismus und analysiert den Wander-Trend der Jungen: «Beliebt sind bei ihnen vor allem Hüttenwanderungen über längere Etappen, weg von der Zivilisation und unberührt von der Reizüberflutung, die sie sonst ausgesetzt sind.» Schärs Schneesport-Trip: «Unser Snowpark ist einer der grösseren und macht uns westlich von Bern so attraktiv, wie es Laax für die Zürcher ist.»

Jugendtourismus. Unterkunft. Backpacker-Hostels und Jugendherbergen bieten aus Budgetgründen beliebte Logiermöglichkeiten. Wer als Jugendlicher einfach reist, logiert dann später meist luxuriöser.



Junge schätzen die individuelle Atmosphäre.

Viel Erlebnis für wenig Geld

Ein knappes Budget und hohe Ansprüche: Ein gemischtes Angebot und effiziente Energie- und Informatiklösungen helfen dem Gastgeber, günstig und profitabel zu sein.

VIRGINIA NOLAN

Für wenig Geld viel erleben: Das hatten junge Menschen schon Anfang des 20. Jahrhunderts im Sinn, als die ersten Jugendherbergen entstanden. Ihre Gründer waren Wanderer, die sicher und preiswert übernachten wollten. Die Gaststätten wurden bald auch zum Refugium für junge Leute, die den Zwängen der Gesellschaft entflo-

hen. Noch heute sind die Herbergen der Klassiker im Jugendtourismus. Vorbei sind allerdings die Zeiten schäbiger Massenlager. Ein kleines Budget reduzierte nicht den Anspruch auf Komfort, sagt Nic Kaufmann, Mediensprecher der Schweizer Jugendherbergen. Vielen von ihren 54 Häusern hat die Organisation deshalb ein neues Kleid verpasst.

«Jugis» mit frischem Konzept

Heute gibt es mehr Zwei- und Vierbettzimmer als grosse Schlafsäle, und die Architektur der umgestalteten Häuser setzt auf modernes Interieur und Minergie-Standard. Prestigeobjekt dieser Entwicklung ist die frisch renovierte Jugendherberge in Basel-St. Alban. Im Fabrikgebäude haben die Architekten Buchner und Bründler, auch für den Schweizer Pavillon an der Weltausstellung in

Shanghai verantwortlich, eine gelungene Verbindung von Tradition und Moderne geschaffen: mit Sichtbeton, Glas und schlichtem Mobiliar. Diese konzeptuelle Weiterentwicklung hat auch damit zu tun, dass weitere Zielgruppen wichtig geworden sind. Dazu gehören Familien und Senioren. Seit Flüge so billig seien, würden viele Jugendliche nicht mehr in der Schweiz Ferien machen, sagt Kaufmann. «Um unsere Betten ganzjährig besetzen zu können, müssen wir auch für Erwachsene attraktiv sein.» Alles auf modern trimmen wollen die Jugendherbergen aber nicht. Viele Häuser leben von ihrem altentümlichen Charme. Wie die Herberge Dachsen, ein mehr als tausendjähriges Schloss beim Rheinfall, wo der Backpacker im Rittersaal tafelt. Schlösser, Burgen, Alpfütten: In

«Wir organisierten ständig Partys. Dann dachte ich: Wieso eröffnen wir kein Hostel?»

Martin Bühler
Mattenhof Resort, Interlaken

historischen «Jugis» ist das Interieur bescheiden, die Geschichte dahinter dafür umso reicher.

Hostel mit Hostel: Ein erweitertes Geschäftsmodell

Ein kleiner Geldbeutel muss das Reiseerlebnis nicht schmälern – mit dieser Erkenntnis blieben die Jugendherbergen nicht allein. Um die Jahrtausendwende kamen in Europa Backpacker-Hostels auf, die für die Älteren unter den Jungen bestimmt sind. In der Schweiz gibt es vergleichsweise wenig Hostels; insbesondere in den Städten sind die Immobilienpreise dafür oft zu hoch. Einige Hoteliers machten sich die Lücke im Angebot zunutze – und ergänzten ihren Betrieb um ein Hostel. Martin Bühler, der Direktor des Mattenhof Resort bei Interlaken, eröffnete 1998 im Nebenhaus die «Funny Farm» mit 80 Betten.

Im Hostel ist der Name Programm: Es gibt ein Bierzelt, einen Club und ein «Adventure-Desk» für Extremsportarten. Bühler war selbst jung und feierfreudig, als er den Mattenhof übernahm. «Wir organisierten ständig Partys», erinnert er sich und lacht. «Irgendwann dachte ich: Wieso eröffnen wir kein Hostel? Dann müssten wir die Feste wenigstens nicht selbst berappen. Backpacker in einem noblen Jugendstilgebäude residieren zu lassen: Das ist laut Bühler das Besondere an seinem Konzept. Die Gäste der «Funny Farm» bezahlen zwischen 25 und 38 Franken pro Nacht und können Pool, Garten und Restaurant des Hotels mitbenutzen. Für sie ist das zweifelhafte ein Hit. Aber was sagen die Hotelgäste, die für ihr Zimmer einen Dreier bis Viersterne-

preis zahlen, dazu? «Es gab auch schon Probleme», räumt Martin Bühler ein.

«Viel Design für wenig Geld», so lautet ein Trend, der in den Schweizer Bergen auf dem Vormarsch ist. Pionier ist das Sporthotel Rider's Palace in Laax. Der Skipass und ein Bett für fünf Nächte sind im Sechszimmer ab 265 Franken zu haben. Die Multimedia-Suite lockt Design- und Technik-Affine mit Flachbildfernseher, Soundsystem, Spielkonsole und einem Bad, das der Star-Designer Philippe Starck entworfen hat. Wer fünf Tage so logieren und den Skipass dazuhaben will, ist ab 690 Franken dabei.

Wie ist es möglich, zu diesem Preis rentabel zu sein? Für hohe Auslastung sorgt einerseits der Mix von billigen und teureren Zimmern. Andererseits könne man als Minergie-Haus bei den Energiekosten sparen, sagt die Kommunikationsverantwortliche Britta Kaula. «Zudem nutzen alle Hotels der Weissens Arena Gruppe dasselbe Reservationssystem.»

Nic Kaufmann,
Mediensprecher SJH.

2/8

«Junge Gäste sind die besten Werbeträger»

Junge Reisende steigen meist in günstigen Hotels ab. Später, als Erwachsene, kehren viele von ihnen an den Ort ihrer ersten Ferien zurück und logieren in hochklassigen Hotels. Das zeigt sich am Beispiel von Balmer's Herberge.

CHRISTINE KÜNZLER

Das «Balmer's» in Matten bei Interlaken und das «Victoria-Jungfrau» in Interlaken könnten gegensätzlicher nicht sein: Das eine eine Her-

berge für Backpacker mit kleinem Budget, das andere ein Luxushotel für besser betuchte Gäste. Doch das eine schliesst das andere nicht aus, wie Erich Balmer, langjähriger Gastgeber und Besitzer von «Balmer's» «unzählige Male» festgestellt hat. Der ehemalige «Victoria-Jungfrau»-Direktor Emanuel Berger habe ihm immer wieder angerufen und ihm erzählt, dass er gerade frühere Gäste des «Balmer's» in seinem Hotel beherberge. «Meist wollten die ihr ehemaliges Zimmer bei uns nochmals sehen.»

Für Balmer ist ganz klar: «Die Jungen von heute sind die Gäste von morgen. Sie sind die besten Werbeträger, denn sie nehmen Prospekte



Gäste von «Balmer's»: Die Chance ist hoch, dass sie wiederkommen.

mit, bewerten ihren Aufenthalt auf Internetplattformen und erzählen ihre Ferienerlebnisse weiter.» Bedingung aber ist, dass «man die jun-

gen Gäste ernst nimmt und ihnen neben Gastfreundschaft und Qualität auch die Möglichkeit bietet, Emotionen zu erleben.» Es gelte, sagt Erich Balmer, den jungen Menschen zuzuhören und Interesse an ihrem Wohlergehen zu zeigen. Das binde die Gäste. Immer wieder seien er und sein Team – heute sind es seine beiden Töchter Carmen und Fabienne Balmer – auf die jungen Leute zugegangen und hätten sie gefragt, wie sie ihnen helfen könnten. «Das ist gerade bei allein reisenden Gästen unerlässlich», betont Balmer. Wichtig sei aber auch, Backpackern Möglichkeiten für abendliche Unterhaltung und Outdoor-Aktivitäten zu ermöglichen.

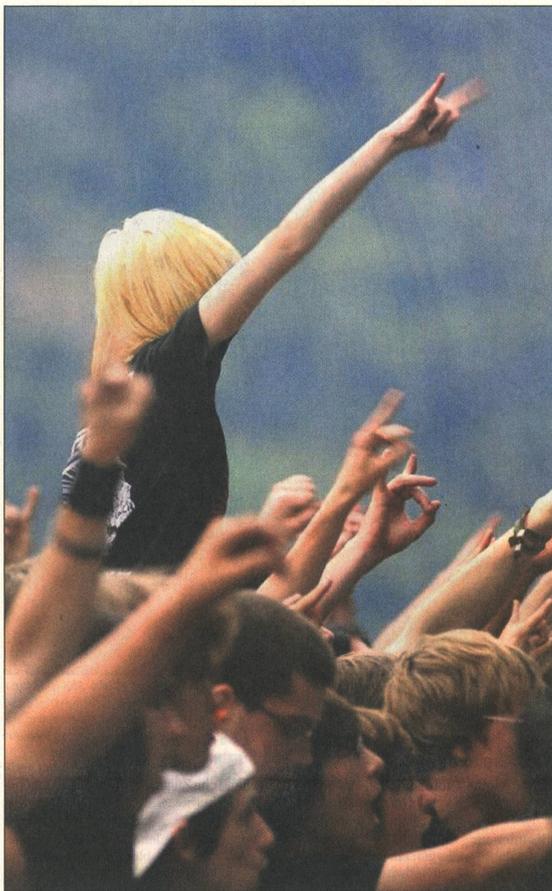
«Wenn die Jungen einen guten Eindruck von ihren Ferien mitnehmen, kommen sie wieder.» Vor allem weil die Schweiz ja Sicherheit, Stabilität, saubere Luft und Qualität biete. «Sie wollen die Berge und Seen in der ganzen Schweiz sehen», so Balmer. «Ich stelle fest, dass die jungen Gäste wieder vermehrt auf Natur setzen und auch länger bleiben. Der Adrenalinkick ist heute nicht mehr so wichtig wie noch vor ein paar Jahren.»

«Immer wieder ist es vorgekommen, dass sich Gäste bei uns kennen gelernt und dann geheiratet haben», erzählt Erich Balmer, der für sein Engagement im Jugendtourismus letztes Jahr mit dem Mil-

stone für sein Lebenswerk ausgezeichnet worden ist. «Ein Paar, das sich hier kennen gelernt und inzwischen zwei Kinder hat, kommt alle zwei Jahre nach Matten und wohnt bei uns im Guesthouse.» Und das seien, versichert Erich Balmer, nicht die einzigen ehemaligen Gäste, die ihm, «Balmer's» und der Schweiz die Treue hielten.

Valentine?
Frittaisen Tellerwämer Teigwarenkoher Was hält länger?
www.beretschi-valentine.ch

Jugendtourismus. Festivals. Sie schlafen lieber im Hotelzimmer als im Zelt: Viele Besucher von Schweizer Openair-Festivals suchen den Komfort der Übernachtung im Trockenen. Auch das obere Hotel-Segment profitiert.



Ein erhebendes Gefühl: Fans am Greenfield Festival Interlaken.

Regionen für Festivals ausgebucht

Snoop Dogg, Ice Cube und der Wu-Tang Clan gehören zu den Top-Acts des «Openair Frauenfeld» vom 8. bis 10. Juli 2011. Die Grosse Allmend dient als Festival-Location. Sie bietet an den drei Tagen Platz für insgesamt 150'000 Besucher. Für die Hotellerie der Region ist bereits absehbar, dass sie zum «Openair 2011» voll belegt sein wird. Eveline Müggler vom Tourist Service Regio Frauenfeld stellt fest: «Wir werden ausgebucht sein. Von den Hotelzimmern und Privatzimmern ist jetzt schon der grösste Teil weg.» Einbezogen in die Festival-Buchungen sind Frauenfeld, die umliegenden Gemeinden und die Stadt Winterthur.

Warum logiert ein beträchtlicher Teil des Snoop-Dogg-Auditoriums in Hotels? «Lieber ein Zimmer als ein Zelt, die Übernachtung im Trockenen wird gesucht», weiss Eveline Müggler. Openair-Veranstalter ist die First Event AG Frauenfeld. Laut Geschäftsführer René Götz logieren die auftretenden Bands und ihre Crews «in der 3- bis 5-Sterne-Hotellerie zwischen Flughafen Zürich und Frauenfeld».

Besucher des Openair Gampel buchen das Walliser Haupttal aus

Die diversen VIP-Bereiche im Gelände und die 40 Sponsoren-Events des letzten Jahres zeigen, dass sich das Openair Gampel zu einem Schwergewicht entwickelt. Der Event für 90'000 Besucher in einem seit Jahrhunderten «Sonnenberge» genannten Walliser Haupttal-Gebiet dauert vom 18. bis 21. August. Laut Julia Blöchliger von Gampel-Bratsch-Tourismus ist das Wochenende des Festivals in Gampel und seiner Umgebung, mit Steg, Raron und Turmänn «total ausgebucht». Auch von Brig bis nach dem Unterwallis seien Hotelzimmer für jene Tage, «wenn sie nicht schon ausgebucht sind, schwer zu fin-

Die Openair-Festivals von Frauenfeld und Gampel sorgen für volle Hotels rundum. VIPs und Sponsoren wie in St. Gallen sind 4- und 5-Sterne-Gäste.

KARL JOSEF VERDING



Bühnen-Lichteffekte begleiten die Show am Open Air Hoch-Ybrig.

den. Die Nachfrage-Situation, so wie sie sich entwickelt, hat viele Gäste veranlasst, ihr Logement für Gampel 2011 schon am Openair 2010 zu reservieren.

Festival mit VIP-Zone bringt Gäste aller Segmente nach St. Gallen

Das «Openair St. Gallen» hat seine VIP-Zone, ihre Klienten werden auch hinter die Bühne geführt, und im letzten Jahrgang es 60 Sponsoren-Events. Astrid Nakhostin ist Marketingleiterin von St. Gallen-Bodensee Tourismus. Sie kann voraussehen, dass es in St. Gallen während des Openair-Festivals vom 30. Juni bis zum 3. Juli, mit – unter anderem den Hardrockern Linkin Park und den Fantastischen Vier – «ein lustiges Zusammentreffen und ein gut gebuchtes Wochenende geben wird». Denn dann findet auch noch das Classic Open Air statt. «Es wird bunt werden in St. Gallen», freut sich Nakhostin. Wer Nächte im Zelt

scheut und «es ein bisschen komfortabel haben möchte», schlafe nach dem Rock 'n' Roll am liebsten in der 2- und 3-Sterne-Hotellerie.

Radisson Blue Hotel ist ein strategischer Partner des Openairs

Aber auch Häuser im höheren Segment profitieren vom mehrtägigen St. Galler Rock- und Rap-Event. Das Radisson Blu Hotel mit seinen vier Superior-Sternen ist sogar ein strategischer Partner des Openair Festivals St. Gallen. «Es arbeitet während des ganzen Jahres mit den Organisatoren zusammen», sagt Direktor Dany Lützel. «Während des Openairs logieren Künstler, Musiker, Techniker und auch Betreuer im Radisson Blu Hotel.»

Laut Jürgen Kögler, Direktor des St. Galler Hotels Einstein hat das Hotel «in den vergangenen Jahren immer wieder vom Openair St. Gallen profitiert und konnte Band-Mitglieder oder auch Vertreter von Künstleragenturen während des Festivals beherbergen».

Urs Majer, Direktor des Best Western Hotels Walhalla in St. Gallen, kann die Mitarbeiter eines Openair-Sponsors sowie dessen Kunden begrüssen, für die im Hotel auch ein spezieller Kunden-Event veranstaltet wird.

«Moon and Stars»: Locarno dankt für dieses «grosse Geschenk»

Das Festival vom 8. bis 17. Juli auf der Piazza Grande in Locarno bietet Stars aller Rock-Generationen auf: Bligg, Sting, Santana, Zucchero, Joe Cocker, Roxette und Amy Winehouse. Benjamin Frizzi, Vizedirektor des Verkehrsvereins Lago Maggiore, bedankt sich für das «grosse Geschenk», das der Veranstalter Good News der Region mit diesem Festival macht. Das grösste Festivalsegment ist zwischen 35 und 40 Jahren alt. Die Juli-Logiernächte sind wegen «Moon and Stars» um 12 Prozent gestiegen.

Verbilligt Pässe für den ÖV

Mit den InterRail Global Pässen von Europas Bahnen (gültig für alle von ihnen) und die InterRail One Country Pässe (gültig für 3, 4, 6 und 8 Tage innerhalb eines Monats in einem ausgewählten Land) erhalten ausländische europäische Touristen von 12 bis 25 Jahren einen Rabatt: drei Tage SBB für 99 Franken, sechs für 164 Franken. Für die Jungen aus anderen Kontinenten gibt es entsprechende Eurail-Pässe. Im 2010 wurden durch

die europäischen Bahnen 244'000 InterRail-Pässe verkauft, 76,3% davon Youth-Pässe. Mehr als InterRail und Eurail bieten in der Schweiz die (um 25% ermässigten) Swiss Youth Pässe des Swiss Travel Systems (STS) für alle Ausländer unter 26 Jahren; gültig vier Tage (200 Franken) bis ein Monat (443 Franken). Nutzbar sind ausser den Eisenbahnen Schiffe und Busse sowie öffentliche Verkehrsmittel in 41 Schweizer Städten. Die meisten Bergbahnen geben 50% Rabatt.

«Anders als beim InterRail One Country Pass», so Wiebke Sander, Kommunikationsmanagerin des STS, «sind die benutzbaren Züge nicht limitiert, es müssen keine Zuschläge gezahlt werden.» Im 2010 wurden 243'100 Swiss Youth Pässe verkauft. «Für junge Schweizer unter 25 Jahren, die in der Schweiz reisen, empfehlen sich Halbtax und «Gleis 7», sagt Daniele Pallecchi, Mediensprecher der SBB. «Damit können sie ab 19 Uhr bis 5 Uhr beliebig oft fahren.» kjv

ANZEIGE

In Aktion bei Ihrem Getränkeshändler vom 2. bis 20. Mai 2011
En action chez votre grossiste en boissons du 2 au 20 mai 2011



Produkt	Discount pro Flasche/par bouteille
Burn Energy Drink 0.25l Dose/bouteille	CHF 0.10
Schorle by Minute Maid 0.5l PET	CHF 0.10
Schorle by Minute Maid 0.5l PET	CHF 0.15
Schorle by Minute Maid 1.5l PET	CHF 0.30
Powerade Mountain Blast Orange, Mango Green 0.5l PET	CHF 0.25
Valsler Classic, Silenae, Naturelle 0.33l, 0.5l, 0.75l Flasche/par bouteille	CHF 0.10
Valsler Limelite 1.5l PET	CHF 0.20
Valsler Classic, Silenae, Naturelle 1.5l PET	CHF 0.20

Bestellungen direkt bei Ihrem Getränkeshändler oder bei Coca-Cola HBC Schweiz AG / Commandez directement chez votre grossiste en boissons ou chez Coca-Cola HBC Suisse SA
www.cokeonline.ch Customerline: 0848 26 22 26

Jugendtourismus. Österreich. Die verschiedenen Bundesländer versuchen mit unterschiedlichen Initiativen, junge Gästegruppen zu gewinnen. Jugendliche nutzen dabei mehr das Internet als herkömmliche Werbemittel.

Spannung, Sport und Spass

Im Wettbewerb um den jugendlichen Gast versucht Österreich an vorderster Front mitzuspielen. Das Angebot reicht von Sportwochen bis zu Abenteuerferien.

HERIBERT PURTSCHER

Entsprechend seiner föderalistischen Struktur – Tourismus ist in Österreich Sache der neun Bundesländer – setzen diese auf unterschiedliche Initiativen zur Gewinnung neuer Gästeschieden und zur Belebung der Regionen. So etwa im Waldviertel, Österreichs nördlichster Region, wo sich Beherberger und freizeittouristische Anbieter zu einer «Arbeitsgemeinschaft Jugendtourismus» zusammengesetzt haben. Niederösterreich unterstützt Projekte, wie die Errichtung von Jugendgästehäusern, unter Einbindung von EU-Kofinanzierungsmitteln. Kärnten wiederum fördert den Aufbau des Jugendtourismus durch Zuschüsse (bis zu zwei Drittel der Projektkosten) aus seinem Zukunftsfonds.

Tirol fokussiert auf das junge Publikum

Für das Land Tirol ist der Jugendtourismus ein Schwerpunktthema. Es gilt das Motto, dass rechtzeitige Massnahmen zur Zukunftsabsicherung beitragen und Grundlage für die Erfolge von morgen sind. Dabei hat man zwei Zielgruppen im Auge: Individualreisende im Alter von 15 bis 35 Jahren und Jugendgruppen im Rahmen von Schulsportwochen. Insgesamt gibt es ein Potenzial von 250.000 Jugendlichen in Österreich, die jedes Jahr an einer Schulsportwoche teilnehmen.

Führend in diesem Bereich ist das Salzburger Land. Die rund 130 Salzburger Jugendhotels verfügen über 45 Prozent aller österreichischen Jugendgästebetten, auf die im Winter 1,2 Millionen Nächtigungen entfallen. Die Tourismushochburg Tirol liegt mit 10 Prozent aller Schulsportwochen nur an vierter Stelle. Dem soll die Plattform «Young Tirol» abhelfen, die bei der Durchführung von Sportwochen hilft und mit qualitätsgeprüften Betrieben kooperiert. Zur Unterstüt-

zung von Hotels, Skischulen, Outdoor-Partnern sowie Orten und Regionen hat das Land Tirol ein Handbuch aufgelegt, das Anregungen und Ideen liefert und den Einstieg in diesen wichtigen Markt erleichtert. Und im Projekt «Unlimited Winterworld» werden Tausende Schüler aus Deutschland, Spanien und Holland nach Tirol geholt. Dabei handelt es sich um Projektwochen für Schüler im Alter von 12 bis 18 Jahren, die Sport- und Bildungselemente miteinander verbinden.

Geschäft mit dem Abenteuer

Salzburg spricht mit der Jugendinitiative «One Big Park» abenteuerlustige 14- bis 29-jährige Gäste aus dem In- und Ausland an. «Diese Zielgruppe gilt als schwierig. Die üblichen Werbemittel werden kaum beachtet, es zählen Mundpropaganda und das Internet. Deshalb haben wir eine ei-

gene Internetplattform eingerichtet, auf der Events und Infos sowie Reportagen von Testimonials zu finden sind. Die User können die teilnehmenden Hotels gleich online buchen», erklärt der Geschäftsführer von Salzburger Land Tourismus, Leo Bauernberger. Das breite Angebot für Abenteuerurlaube soll der Destination ein frisches Image bringen, ist doch der durchschnittliche Salzburg-Gast 40 bis 45 Jahre alt.

Jugendliche für den Wintersport begeistern

Ähnliche Ziele verfolgt Salzburg mit dem «Netzwerk Winter», um Kinder und Jugendliche für den Wintersport zu gewinnen. Da aus Kindern vor allem dann später Winterurlauber werden – wenn es gelingt, sie vor dem zehnten Lebensjahr für den Sport zu begeistern –, setzt die Initiative gezielt bei Eltern und Lehrern an.

«Die Gruppe der 14- bis 29-Jährigen ist schwierig. Sie beachtet Werbetexte kaum.»

Leo Bauernberger
Salzburger Land Tourismus

Die «Cube Hotels» bieten Spass und unkonventionelle Architektur

Bei Jugendlichen beliebt sind die von Rudolf Tuček, dem früheren CEO der Vienna International Hotelmanagement AG, entwickelten «Cube Hotels». Das Fun-Hotel-Konzept setzt auf unkonventionelle Architektur, die modernen Lifestyle mit urbanem Design kombiniert.

Dem 2004 eröffneten Cube Nassfeld in Kärnten folgte 2006 das Cube Savognin in Graubünden und 2007 das Cube Biberwier-Lermoos in der Tiroler Zugspitz-Arena. Weitere Häuser sind in Planung. «Das ursprünglich ausschliesslich auf Jugendliche zugeschnittene Konzept haben wir mittlerweile auch in Richtung Firmen-Incentives und Events weiterentwickelt», präzisiert Cube-Geschäftsführer Jörg Preiss.

Als Unterkünfte-Spezialist für Jugendreisen und Sportwochen sieht sich die 1950 gegründete Organisation «young austria». Diese kooperiert mit 18 Häuserpartnern in Salzburg, Kärnten und dem

Burgenland. Erst kürzlich wurde ein Vier-Sterne-Apparthotel direkt an der Piste in Zauchensee erworben. Der Klassiker im Jugend-

tourismus sind allerdings nach wie vor die Jugendherbergen. Über den 1946 gegründeten österreichischen Verband (ÖJHV) haben Jugendli-

che Zugang zu mehr als 70 Jugendherbergen mit gut 6400 Betten in ganz Österreich sowie zu über 4000 Herbergen in 90 Ländern.



Das Cube Hotel Nassfeld in Kärnten.

TODESANZEIGE

Kurz vor seinem 89. Geburtstag hat uns unser Vater, Grossvater, Urgrossvater, Schwiegervater, Götti, Onkel und Freund

Georges C.A. Hangartner-Fanciola
geboren am 06. Mai 1922

für immer verlassen. Er ist in Ruhe in eine andere Welt übergetreten. Wir wünschen ihm von Herzen, dass er dort seine über alles geliebte Denyse wieder findet. Sein Leben war geprägt von einer abwechslungsreichen und sehr erfolgreichen Laufbahn als internationaler Hotelier. Durch seine starke Persönlichkeit und seinem sehr grossen Engagement hat er diese Branche massgebend mitgeprägt.

In stiller Trauer:

Georges Hangartner
mit Jean Marc und Sonja Hangartner mit Thalia
Michel Hangartner
mit Philipp und Lena
Daniela und Luigi Gallo-Hangartner
mit Isabella und Filip Crznjacovic-Gallo mit Daliah
mit Alessandro und Francesca
Verwandte und Bekannte

Traueradresse:

Daniela Gallo-Hangartner, Oberdorfstrasse 19, 8114 Dänikon

Die Beerdigung hat bereits stattgefunden

Anstelle von Blumenspenden gedenke man der Stiftung Kinderspital Kantha Bopha, Dr. med. Beat Richner, Kambodscha, Postkonto 80-60699-1



Die Zielgruppe von Salzburg sind abenteuerlustige junge Traveller.



Frisch auf den Tisch: Der wahre Trinkgenuss aus der Rivella-Glasflasche.

Bekennen Sie Farbe zu Spitzenqualität und Top-Service. Mit Rivella in der Glasflasche garantieren Sie Ihren Gästen Frische und Qualität. Und somit den Service, den Ihre Gäste verdienen, nämlich den besten. Nutzen Sie die Vorteile:

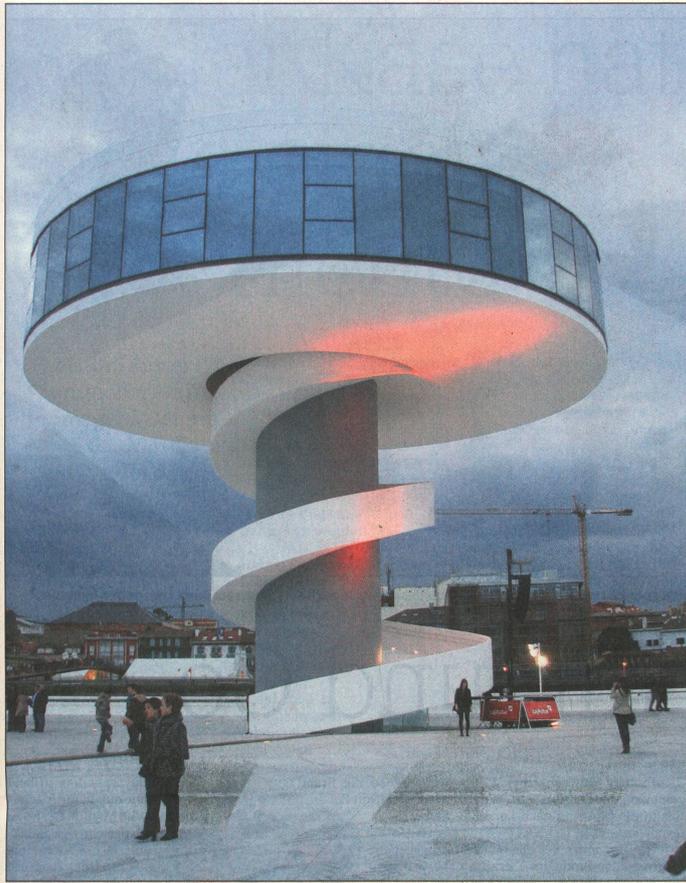
Garantierte Frische: Das Zischen beim Öffnen garantiert Ihrem Gast absolute Frische.

Top-Qualität: Ihr Gast weiss konstante Qualität zu schätzen.

Professionalität: Rivella aus der wertigen Glasflasche unterstreicht Ihre Professionalität.



www.rivella.com



Der von Oscar Niemeyer entworfene und zum Kulturzentrum von Avilés gehörende Panoramatum.

Mit Architektur Gäste anziehen

Die spanischen Regionen Asturien und Galizien wollen mit moderner Spitzen-Architektur Zeichen setzen. Ganz nach dem Vorbild von Bilbao.

ISABELLE BIRAMBAUX

Seit der Einweihung des Guggenheim-Museums gilt die baskische Industriestadt von Bilbao als Beweis, dass Investitionen in Kultur und Tourismusbereich ein Mittel zum wirtschaftlichen Aufschwung einer ganzen Gegend werden können. Auf diese Karte haben Asturien und Galizien gesetzt. Beide Regionen versuchen sich aus der Misere, die fast alle Bereiche betrifft (Fischfang, Stahl- und Schifffahrtsindustrie) zu befreien. Nun erhofft man in Avilés (Asturien) mit Oscar Niemeyers Kulturzentrum und in Santiago de Compostela (Galizien) mit Peter Eisenmans «Stadt der Kultur» das Wundervon Bilbao zu wiederholen.

Die Cidade da Cultura in Santiago de Compostela

Der mittelalterliche Wallfahrtsort von Santiago de Compostela, die Hauptstadt von Galizien, gehört zu den ärmeren Gegenden der Halbinsel. Die Stadt, die von der Unesco zum Weltkulturerbe erklärt wurde, sehnt sich danach, ihr Bild zu verändern und gleichzeitig ein Wirtschaftsmagnet für die ganze Region zu werden. So wurde 1999 ein internationaler Architekturwettbewerb für die Neugestaltung ihrer «Stadt der Kultur» organisiert. «Es sollte das Symbol für das Galizien des 21. Jahrhunderts werden», betont Roberto Varela, Kultur- und Tourismusminister in Galizien.

Um Galizien in die moderne Zeit zu führen, wurde der amerikanische Architekt Peter Eisenman gegen Kollegen wie Ricardo Bofill, Jean Nouvel oder Dominique Perrault ausgewählt. So entstand ein spektakuläres Gebäude auf dem Berggipfel von Gaïas, das mit Steinen aus der Region verkleidet wur-

de und dessen Formen sich dem bewaldeten Hügel perfekt anpassen. Das Gesamtprojekt sollte ursprünglich 475 Mio. Euro kosten, doch wurden bis jetzt nur 300 Mio. ausgegeben. Die Wirtschaftskrise Spaniens hat die Pläne teilweise auf Eis gelegt, so dass nur zwei Gebäude von den sechs ursprünglich geplanten eingeweiht worden sind. Noch zwei weitere werden noch dieses Jahr dem Publikum vorgestellt, erklärt Varela.

Oscar Niemeyer schenkt Avilés ein Kulturzentrum

In der Nachbarregion Asturien wurde im März dieses Jahres das Niemeyer Internationale Kulturzentrum in der Industrie- und Küstenstadt Avilés eingeweiht. Die Einwohner haben grosse Hoffnung in dieses Projekt gesetzt, das Bestandteil eines umfangreichen Umgestaltungsplans der gesamten Uferzone ist. Die «Innovationsinsel» nennt sich der Masterplan, der von Norman Foster übernommen wird und Gesicht und Zukunft von Avilés nachhaltig verändern soll. Der Rauch der Schornsteine der Stahlöfen, die sich hinter dem strahlend weissen futuristischen Niemeyer-Gebäude auf einer künstlichen Insel am Fluss entlang aufreihen, symbolisiert gleichzeitig Vergangenheit und Zukunft. «Es gibt ein vor und nach Niemeyer», sagt Pilar Varela, Bürgermeisterin von Avilés. Sie ist davon überzeugt, dass «das internationale Kulturzentrum der Stadt aus der Krise helfen wird, so wie Bilbao es erlebt hat».

Eine Aussage, die sicherlich den 103-jährigen brasilianischen Archi-

tekten und überzeugten Kommunisten Oscar Niemeyer erfreut hätte. Niemeyer, Stararchitekt von Brasilia, hat diesen Komplex der Stadt anlässlich des 25. Geburtstags der spanischen Prinz-von-Asturien-Stiftung geschenkt. Im Jahre 1989 wurde Niemeyer für sein Lebenswerk von der Stiftung ausgezeichnet und hat diesen Beitrag für das Jubiläum geleistet. «Ein Schriftsteller kann schreiben, ich kann Gebäude entwerfen, so schenke ich Euch diese Skizze», sagte der brasilianische Architekt, der in fünf Minuten sein architektonisches Ensemble aus Kurven auf Papier gezeichnet hatte.

Auditorium, Panoramatum und Filmzentrum

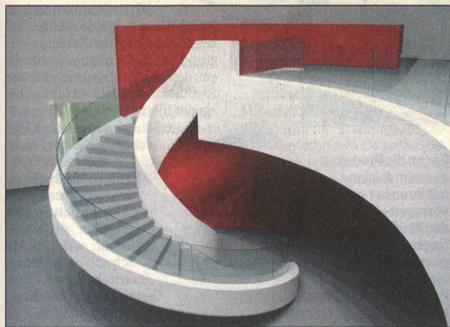
Auf der Skizze stand eine aus vier Teilen bestehende Gebäudegruppe: ein wellenförmiges Auditorium, das über eine geschwungene Brücke mit einer Raumschiff-ähnlichen weissen Kuppel verbunden ist, ein Panoramatum für Spitzen-Gastronomie mit Wendeltreppe und ein Glasgebäude im Hintergrund, das ein Filmzentrum beherbergen soll. Das war im Jahre 2005. Sechs Jahre später wurde diese Idee für 43,4 Mio. Euro verwirklicht.

Am Einweihungstag spürt man einen Hoffnungswind unter den Einwohnern von Avilés, die zahlreich auf der grossen Esplanade von Niemeyers Zentrum zusammengekommen sind, um Woody Allens New Orleans Jazzband zuzuhören. Der Wunsch des brasilianischen Architekten wurde dabei respektiert: hier ist kein Platz für VIPs, sein Geschenk gehört allen.

Bilbao Von der grauen Industrie- zur attraktiven Kunstmetropole

Bereits sind 15 Jahre vergangen, aber der so genannte Bilbao-Effekt ist in Spanien noch allen in Erinnerung. 1997 weihte die baskische Stadt Bilbao das Guggenheim-Museum ein, ein vom amerikanischen Stararchitekten Frank O. Gehry entworfenes spektakuläres Gebäude. Damals war Bilbao eine graue Industriemetropole, deren

Name mit der Wirtschaftskrise und dem ETA-Terrorismus verbunden war. Aber das Werk von Frank Gehry hat in kurzer Zeit die kleine gesichtslose Industriestadt in eine Kulturmetropole verwandelt. Von diesem Moment an erlebt Bilbao einen unglaublichen wirtschaftlichen Aufschwung und zieht tausende von Touristen aus der ganzen Welt an.



Typisch für den brasilianischen Architekten: geschwungene Linien, ...



... weisse Kuppeln und ...



... filigrane Strukturen.

Tasmanien Museum sorgt für Furore

Tasmanien, Australiens Anhängsel am Ende der Welt, dürfte künftig noch mehr Besucher anlocken. Ende Januar eröffnete – 15 Autominuten von der Hauptstadt Hobart entfernt – das Museum of Old and New Art (Mona). Und die Startphase verlief vielversprechend: In den ersten 60 Tagen seit der Eröffnung verzeichnete das Museum schon 100 000 Besucher. Kein Wunder, denn der Eintritt ist gratis.

gestossen. In der australischen «Sunday Times» wurde es etwa als «aufregendster Neuzugang zur Kulturlandschaft Australiens seit der Oper von Sydney» gerühmt.

Der Besitzer ist ein tasmanischer Multimillionär

Hinter dem Projekt steht David Walsh, ein Kunstmäzen und Investor und einer der reichsten Männer von Down Under. Das 300 Mio.

Australische Dollar teure Gebäude (rund 286 Mio. Franken) ist ein Konstrukt aus Beton und Kortenstahl und liegt direkt am Meer. Unterirdisch ist es in eine Million Jahre alten Sandstein eingebaut und verfügt über drei Ausstellungsebenen.

Das Kunstmuseum liegt auf einem der beliebtesten Weingüter Tasmaniens, dem Moorilla Wine Estate. Auf dem Gelände befinden

sich weiter die Kleinbrauerei «Moo Brew», das Restaurant «The Source», das sich der französischen Küche verschrieben hat, so wie ein beheizter Innenpool.

Eine bunt zusammengewürfelte Eröffnungsausstellung

Besitzer David Walsh nennt sein Museum «ein subversives Disneyland für Erwachsene». In der Eröffnungsausstellung «Monanism», die noch bis zum 19. Juli andauert, sind seine bunt zusammengewürfelten Lieblingsstücke zu sehen: Rund 400 Kunstwerke von ägyptischen Grabobjekten und Mumien, überantike Münzen bis hin zur Gegenwartskunst. Viele Kunstwerke stammen von zeitgenössischen britischen Künstlern. Insgesamt sind rund 2200 Kunstwerke zu bestaunen.



Die Aussenansicht des rund 286 Mio. Franken teuren Gebäudes.



Das von Peter Eisenman kreierte Eisenman Zentrum in Galizien und ...



... das Guggenheim Museum in Bilbao, gebaut von Frank O. Gehry.

Das «Mona» ist Australiens grösstes Privatmuseum

Das Museum of Old and New Art ist mit 6000 Quadratmetern Ausstellungsfläche Australiens grösstes Privatmuseum. Und die Ziele sind hoch gesteckt: Das Mona soll die «aufregendste Kunstdestination des fünften Kontinents» werden. Tatsächlich ist das Museum bereits auf viel positive Resonanz

News

Schweizer essen pro Kopf über 21,5 Kilo Käse

Exakt 21,55 Kilogramm Käse pro Kopf sind im vergangenen Jahr in der Schweiz gegessen worden. Das entspricht 170 Gramm oder 0,8 Prozent mehr als im Vorjahr. Mit total 63'608 Tonnen Schweizer Käse konnte die Schweizer Käsebranche 2010 laut der Switzerland Cheese Marketing AG 2,5 Prozent oder 1'560 Tonnen mehr Käse ausführen als im Vorjahr. Die Sortenkäse Le Gruyère AOC, Appenzeller und Raclette konnten dabei die grössten Exportsteigerungen verbuchen. Neben den Exporten legten 2010 auch die Importeure, im Vergleich zur Vorjahresperiode um 2'791 Tonnen (+6,3 Prozent); sie erreichten insgesamt 46'892 Tonnen.

Alpinavera exportiert Käse nach Deutschland



Alpinavera, die überregionale Vermarktungsplattform alpiner Spezialitäten aus den Kantonen Graubünden, Uri und Glarus, hat zum ersten Mal Käse nach Deutschland exportiert: Berggenuss, die Handelsfirma für Naturkost aus dem Alpenraum, beliefert den Bio-Fachhandel in Deutschland mit den Bio-Berg- und Alpkäsen verschiedener Käseereien aus Graubünden, Glarus und St. Gallen. Eine weitere Expansion ins Ausland ist geplant.

Ein Blog begleitet, wie Alpkäse entsteht

Auf dem Blog www.alpgeschichten.ch berichten die jungen Sennerinnen Monika Bolz und Nadja Tschanz und das erfahrene Senner-Ehepaar Hedwig und Martin Capaul von ihrem Leben auf der Site-Alp im Berner Oberland. Die vier bloggen über ihren persönlichen Alpkäse: Ergeht es den Erfahrenen gleich wie den Neueinsteigern? Die Leser erfahren dabei, wie die Sennen den Alltag meistern; dazu gehört auch das Käsen. So begleitet der Blog auch die Entstehung von Schweizer Alpkäse. sag

www.alpgeschichten.ch
www.schweizeralpkäse.ch

Käse. Schmelz- und Frischkäse. Die Produktion ist rückläufig: Die Frische-Welle und diverse Produkte aus dem Ausland laufen den Gerber- und Gala-Käsi den Rang ab.

Einst hat man sie über den grossen Teich exportiert. Heute begeistern sie vor allem Kinder und Nostalgiker: die Schmelzkäsi, notabene eine Schweizer Erfindung.

FRANZISKA EGLI

Wie vermutet, haben wir keinen Streichkäse wie Gala, Kiri oder Ähnliches», heisst es bei The Dolder Grand in Zürich. «Wir verwenden bei uns keinen Schmelzkäse», lassen ebenso das Park Hotel Weggis in Luzern sowie das Hotel Eden in Spiez ausrichten. Und nein, auch nicht in der Kinderecke.

Die Frage irritiert. Wer wissen will, ob ein Hotel im mittleren bis oberen Preissegment auf seinem Frühstücksbuffet eventuell auch portionierte Streichkäsi feilbietet, löst Überraschung aus, etwas Belustigung, in jedem Fall aber eine ablehnende Haltung. Man führe ausschliesslich «richtigen», frischen Käse im Sortiment, lautet gemeinhin der Tenor.

Heutzutage und hierzulande muss alles möglichst frisch sein

«All die Schmelz- und Frischkäsi, die finden vorab in der Gemeinschaftsgastro-rono-



Das berühmte Gerber-Käsi erinnert an die Kindheit.

mie wie Heimen und Spitalern Verwendung oder aber bei den kleinen und mittleren Gastrobetrieben», so Kerstin Zbinden, Senior Category Manager Molkerei bei der Prodega. «Bei uns machen sie mittlerweile nur noch ein Prozent vom gesamten Molkereiumsatz aus, das ist nicht viel.» Und sie vermutet, dass im Zuge der Bio-Welle einfach Frische Trumpf sei: «Diese Art von Käse ist nicht mehr zeitgemäss.» Dabei waren gerade die Schmelzkäsi einst eine Sensation, vor allem aber eine Schweizer Erfindung: Walter Gerber und Fritz Stettler gelang es 1911 mit einem besonderen Schmelzverfahren, Käse geschmeidig und länger haltbar zu machen. Innert Kürze wurde das handliche und hygienische einwandfreie Produkt in der

berühmten Rundschtal weltweit ein grosser Erfolg und wurde bis in die USA und nach Kanada exportiert.

«Das war eines der allerersten Convenience-Produkte», erzählt Freddy Schwab, Key Account Manager Food Service bei Emmi Interfräis. Und wehrt sich auch gegen das Vorurteil, wonach diese Dreieckskäse aus minderwertiger Ware hergestellt würden, im Gegenteil. «Aber eigentlich kann man sie gar nicht mit richtigem Käse vergleichen», findet er.

In Frankreich genießt Frischkäse einen besseren Ruf

Dass die Frisch- und Schmelzkäse-Portionen hierzulande einen speziellen Ruf haben, das nimmt auch Sophie Parisod etwas verwundert zur Kenntnis: «Hier begegnet man ihnen mit viel Skepsis – ganz anders etwa in Frankreich oder in Deutschland, wo viele Desserts statt mit Mascarpone mit Philadelphia Cream Cheese zubereitet

werden», so die Brand Managerin von Bel Suisse.

Gegen die «zugegeben hervorragenden»



Gegen die Produkte aus dem Ausland mit ihren hervorragenden Marketingstrategien haben die Schweizer Produkte einen schwierigen Stand.

den» Produkte aus dem Ausland – La Vache qui rit, Kiri, das italienische Mignon Bel Paese oder der würzige Cantadou – hätten die Schweizer Produkte einen schweren Stand, rüstet Kathrin Tschachtli vom

Verband der Schweizerischen Schmelzkäseindustrie SEKS. Das zeigt sich auch in den Zahlen: «Aufgrund der rückläufigen Nachfrage aus dem Ausland sinkt die hiesige Produktion von Jahr zu Jahr.» Einzig der Inland-Verbrauch, der stagniere. So schaffen es die Käse-ecken vielleicht nicht mehr aufs Frühstücksbuffet. Oft aber finden sie den Weg zu den Angestellten, will Freddy Schwab von Emmi Interfräis wissen. Denn Gerber- und Gala-Käsi, das ist auch Nostalgie.



Mehr als nur streichfähig: Aus Frischkäseprodukten lässt sich viel zaubern, beispielsweise auch eine Sauce auf Basis von Pfeffer-Cantadou.

Gala, Kiri und Co.

ANZEIGE

MEINE CHANCE **WIR** Bank

KMU-SUPPORT PAR EXCELLENCE

Die WIR-Verrechnung – ein geniales System

www.wirbank.ch
Telefon 0848 947 947

Käse. Sommelier Maître Fromager. Eine Diplombildung vermittelt Wissen über die Kombination von Käse und Wein. Die Expertin verrät einige hilfreiche Faustregeln.

«Jeder Käse hat seine eigene Geschichte»

Christian Kaiser ist «Sommelier Maître Fromager». Der mit 16 Gault-Millau-Punkten dekorierte Küchenchef vom Hotel Alpina in Klosters verrät über die Verbindung von Käse und Wein.

SABRINA GLANZMANN

Fakten Ausbildung zum Sommelier Maître Fromager

Christian Kaiser gehörte 2009 zu den ersten Abgängern der Diplombildung «Sommelier Maître Fromager». Die Wein- ausbildung GmbH in Nuolen (ZH) führt die Ausbildung mit Promate als Fachpartner regelmässig durch. Sie will Mitarbeitenden aus Hotellerie, Gastronomie und Fachhandel fundiertes Wissen zum Thema Käse und Wein vermitteln. Zum Lehrplan gehören Kursblöcke zu Oberthemen wie Käsekunde und -produktion, Sensorik und Käsebeurteilung, Weinkunde, regionale Spezialitäten, länderspezifische Sorten oder Verkaufsförderung. Die Ausbildung schliesst mit einer mündlichen und schriftlichen Prüfung ab.

www.weinausbildung.ch
www.fromarte.ch

Christian Kaiser, was haben Käse und Wein gemeinsam?
Grundsätzlich sind beides wertvolle Naturprodukte, die allein für sich bereits zahlreiche Geschmackskomponenten und -varianten aufweisen. Die Herausforderung bei der Kombination dieser beiden Produkte ist es, diesem Umstand gerecht zu werden.

Haben Sie deshalb die Ausbildung zum «Sommelier Maître Fromager» absolviert?

Es hat mir persönlich vor allem auch in der Zusammenarbeit mit den regionalen Käsern geholfen. Seit ich detaillierter weiss, was die Käseherstellung alles beinhaltet, kann ich im Vorfeld besser abschätzen, was Käse-Wein-technisch funktionieren könnte und was nicht; dieses Wissen nehme ich auf meine Besuche bei den Käsern mit.

... und wie geben Sie es an Ihre Mitarbeiter weiter?

Zu Beginn der Sommer- respektive Wintersaison besuche ich mit meinen Mitarbeitern alle unsere Käseproduzenten. Dort haben wir Einblick in die Herstellung und degustieren vor Ort. Es ist wichtig, dass gerade die Servicemitarbeitenden alle Geschichte der Käse, die sie präsentieren, kennen und Auskunft darüber geben können. Das wirkt sich direkt auf die Arbeit im Restaurant aus.

Was meinen Sie damit?

Nun, jeder Käse hat seine Herkunft und damit seine eigene Entstehungsgeschichte. Wenn ich dem Gast erklären kann, weshalb ein Alpkäse genau so schmeckt, wie er schmeckt, welche Kräuter die Kühe gegessen haben, dann bekommt er ein ganz anderes Gefühl für den Käse. Bei Klassikern wie dem Sbrinz reicht die Geschichte dermassen weit zurück – das interessiert die Gäste immer sehr. Es optimiert den Service und die Dienstleistung und ist deshalb letztlich auch verkaufspychologisch interessant.

Wie hilft ein Sommelier Maître Fromager dem Gast ausserdem noch weiter?

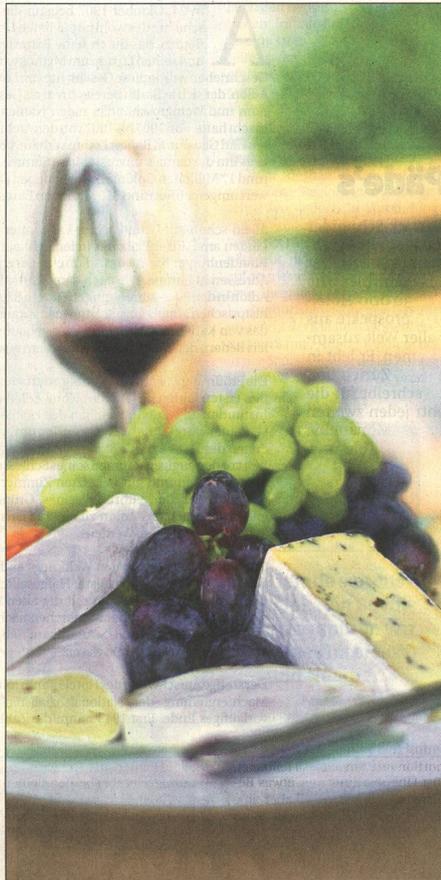
Er kann ihm Hemmungen



«Alles Wissen über Käse und Wein nützt nichts, wenn man den Gast nicht spürt.»

Christian Kaiser
Küchenchef «Alpina» Klosters

nehmen und zeigen, was alles möglich sein kann. Noch heute ist weit verbreitet, dass zu Käse einfach Rotwein passt. Kann man dem Gast aber erklären, dass mit gewissen Weichkäsen fruchtige Weissweine viel besser harmonieren, oder dass der Genuss von Rotwein mit stark salzhaltigem Käse nicht selten Kopfweh mit sich bringt, wird er neugierig und bekommt Lust, Neues oder für ihn Unge- wohntes auszuprobieren. Ganz wichtig ist aber: Alles Wissen eines Sommeliers Maître Fromager nützt nichts, wenn er den Gast nicht spürt. Das Entscheidende sind letztlich der Geschmack und die persönlichen Vorlieben. Wir sind dazu



Wer sich mit den beiden Naturprodukten Käse und Wein näher auskennt, den erwartet eine harmonische Liaison.

da, mit unserem Wissen fundierte Hinweise und Empfehlungen abzugeben. Aber am Schluss wählt der Gast selber.

Wie hat das Diplom Sommelier Maître Fromager Ihre Arbeit als Küchenchef beeinflusst?
Es kommt vor allem auch der Gerichthauskomposition zugute: Je nachdem, welche Käsesorte man als Komponente wählt, verändert dies das ganze Gericht. Dessen bin ich mir noch stärker bewusst. Schon Lernen- de oder Jungköche würde deshalb eine Weiterbildung in dieser Richtung früh sensibilisie-

ren – zumal es ja nicht nur um Käse geht, sondern um die ganzen Roh- und Nebenprodukte wie Milch, Rahm und Butter.

Welche Käse-Wein-Kombinationen sind Ihre persönlichen Favoriten?
Zu Hause esse ich sehr gerne einen Vacherin Mont-D'Or und trinke dazu – das hat wohl auch mit meiner Herkunft zu tun – am liebsten österreichischen Smaragd-Riesling. Eine der genialsten Kombinationen für mich ist aber eine ohne Wein: Sbrinz zusammen mit Apfelsaft – herrlich!

Weisswein nach der Hauptspeise: kein Problem

Nach der von Rotwein begleiteten Hauptspeise wieder auf Weisswein zu wechseln, ist kein Fauxpas, «sondern vielmehr eine Erfrischung der Sinne», sagt die Expertin. «Ein Weisswein am Ende eines Menüs kann nochmals herrlich ermuntern und die Lebensgeister wecken.»

Generell empfiehlt Barbara Hulsbergen: «Nur nicht zu dogmatisch werden. Genuss soll schliesslich Freude machen und nicht hemmen.» Weil jeder Mensch Geschmacksnuancen immer etwas anders wahrnehme und eine andere Toleranzschwelle gegenüber Süssem, Saurem, Salzigem und Bitterkeit habe, sei «viel Raum für Offenheit die beste Empfehlung.»



Barbara Hulsbergen, Dozentin «Sommelier Maître Fromager».

Der Wein dazu: einige Faustregeln

Welcher Wein passt zu sehr mildem Käse, welcher zu salzigem? Die Basic-Tipps von Weinakademikerin Barbara Hulsbergen.

SABRINA GLANZMANN

Barbara Hulsbergen ist Geschäftsführerin von Die Weinausbildung GmbH und unter anderem für die Diplombildung zum Sommelier Maître Fromager zuständig (siehe Faktenbox). Zu ihren «Faustregeln, die bei der Zusammenstellung von Käse und Wein hilfreich sind», gehören:

Je salziger der Käse, desto besser passen süsse Weine

So harmonisieren Roquefort oder andere Blauschimmelkäse etwa sehr gut mit Beerenauslesen.

Je cremiger ein Käse ist, desto mehr Säure darf der Wein haben

Aber: Einen sehr milden, cremigen Käse sollte auch ein in der Säure eher milder Wein begleiten. «Ein säurebetonter, junger Wein macht den Genuss von cremigem, reifem Brie de Meaux oder ähnlichen Käsen schwierig. Jedoch passt er hervorragend zu Frischkäse wie Ricotta», so Barbara Hulsbergen.

Rotwein zu Weichkäse: Achtung Tanningehalt

Wer zu Weichkäse nicht Weiss- sondern Rotwein trinkt, sollte auf

tanninarme Sorten wie Pinot Noir oder Merlot zurückgreifen.

Bei verschiedenen Käsen regiert die intensivste Sorte

Bei gemischten Käseplatten den Wein immer nach dem intensivsten Käse auswählen. Dabei den Teller so anrichten, dass der mildeste Käse zuerst gegessen wird. Es bewahrt sich dabei das Uhrzeigersinn-Prinzip.

Regionalität als Kriterium für die Harmonie

Weine und Käse aus derselben Region passen in der Regel zusammen. Beispiele dafür sind der Elsass-Münster und der Gewürztraminer oder Ziegenkäse von der Loire mit Sancerre oder Pouilly-Fumé.

Genuss

Vielfältiger Ziegenkäse aus dem Puschlav



Ab sofort ist das Käsesortiment aus der Produktlinie La Rôsa «Prodotti di Capra» wieder erhältlich. Zu den Puschlaver Naturprodukten gehören, neben einem Salametto, ein Chabis-Ziegenfrischkäse, ein Ziegenricotta und ein Tomme-Ziegenhalbhartkäse. Die Produkte sind in verschiedenen Lebensmittelgeschäften im Engadin und im Valposchiavo, am Wochenmarkt in Chur und in ausgewählten Geschäften im Unterland erhältlich.

www.larosa.ch

Käse aus der Region an der Berner BEA

Während der Berner Frühlingsmesse BEA können die Besucherinnen und Besucher verschiedene Käse aus regionalen Dorfkäseereien zusammen mit Schweizer Weinen degustieren. Im Käsekeller der Marke «Das Beste der Region» werden noch bis zum 8. Mai Käseneuheiten vorgestellt. Dazu gehören beispielsweise ein Halbhartkäse aus Schaf-, Büffel- und Ziegenmilch. Die Käser stellen Plättli nach den Varianten mild, würzig oder rezent zusammen, die der Messebesucher je nach Gusto auswählen kann.

www.beaexpo.ch
www.regionalprodukte.ch

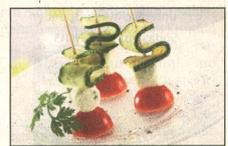
Spezialitäten an den Käsetagen im Toggenburg



Vom 13. bis zum 15. Mai 2011 finden in Unterwasser die «Käsetage Toggenburg» statt. Regionale und andere Schweizer Käser sowie Hersteller aus dem benachbarten Ausland zeigen ihre Spezialitäten. Einige Sorten aus kleinen Produktionen, die ausserhalb der Region kaum erhältlich sind, etwa der «Bloderkäse» (weisser, leicht säuerlicher Frischkäse). Neben dem Käsemarkt finden zudem verschiedene Workshops statt.

www.kaesetage.ch

Cantaduo Apérowürfel neu für Gastronomie



2009 wurden sie eingeführt, die fingerhutgrossen Apérowürfel von Cantaduo. Nun gibts die würzigen Frischkäsewürfel auch für die Gastronomie. Die Häppchen eignen sich für die warme wie auch die kalte Küche, die lange Haltbarkeit erleichtert Planung und Einkauf. fee

Hotellerie

Parkhotel Zug:
Erdgeschoss
komplett erneuert



Das Parkhotel Zug wartet nach der Erdgeschoss-Renovation mit einigen Neuerungen auf: Dazu gehören der neue Living Room in der Lobby mit Aussenterrasse, das umgestaltete, nun von der Bar getrennte Restaurant oder modernisierte Tagungs- und Baketräume. Die bisherige Piano-Bar firmiert neu als Davidoff Smoker's Lounge. sag

www.parkhotel.ch

Das Hotel Herisau steht vor der Wiedereröffnung

Bald präsentiert sich das Hotel Herisau in einem neuen Kleid. Die Eröffnung ist für den 11. Juni geplant und wird mit einem Tag der offenen Tür gefeiert. Hoteldirektor René Wohnlich zeigt sich zufrieden mit den Bauarbeiten: «Wir sind im Zeitplan.» Auch das Restaurant Moo wird komplett umgebaut und erweitert. Neu bietet es Platz für 120 Personen. Die Ziele sind ehrgeizig: Das Restaurant soll dank eines neuen Gastronomiekonzepts zum «Meeting Point für Geniesser im Appenzelerland» werden. esp

Meisterstück oder Todsünde?



Päde's

Patrick Schneider (42) ist seit 35 Jahren Hotelfan. Der Sammler trug 30 000 Hotelprospekte aus aller Welt zusammen. Er lebt in Zürich und schreibt für die htr jeden zweiten Monat eine Kolumne.

Am 24. Oktober 1907 begann die Geschichte des wohl populärsten Hotels Berlins, das durch seine Extravaganz und seinen Luxus zum Mythos wurde. Geschrieben wurde diese Geschichte von Lorenz Adlon, der sich in Berlin bereits zuvor als Gastronom und Weingrosshändler einen Namen gemacht hatte. Von 1905 bis 1907 von den Architekten Carl Gause und Robert Leibniz erbaut, kostete es ihn die damals unvorstellbare Summe von rund 17 Millionen Goldmark – in heutigen Geldwert umgerechnet rund 350 Millionen Euros.

Allein schon auf Grund seiner Lage unter den Linden am Pariser Platz mit freier Sicht auf das Brandenburger Tor war das Adlon eine der ersten Adressen in Europa. Wie auch dem Neubau des Adlon in den 90er-Jahren, ging auch dem Bau des historischen Hotels eine Kontroverse voraus, da das von Karl Friedrich Schinkel umgebaute Palais Radern der Luxusherberge weichen musste.

Die Eröffnung war ein voller Erfolg, und bereits in den ersten Jahren begann das Hotel Adlon eine Institution zu werden. Familien des Hochadels verkauften ihre Winterpalais in Berlin, um in den Suiten des Hotels zu residieren, und Wilhelm II. floh vor den zügigen Räumen seines Schlosses in die luxuriösen und gut beheizten Zimmer des Adlon. Unter der Führung seines Gründers entwickelte sich das Adlon zu einem Haus des Sehens und Gesehen-Werdens.

Nach dem Ende des Ersten Weltkriegs änderte sich vorerst nur die Gästeliste. Hofgesellschaft und Grossbürgertum waren mit der alten Welt untergegangen. Wo früher Monarchen nächteten, stiegen nun reiche US-Amerikaner ab, die auf Urlaubsreise in Europa waren.

Der stetige Aufschwung des Hotels nahm mit der Machtergreifung der Nationalsozialisten ein vorläufiges Ende. Erst 1943 nahm die Zahl der



Das Hotel Adlon in Berlin wurde 1997 neu eröffnet. Im Bild: Die «Berlin Suite».

Gäste wieder zu, da der Kaiserhof total zerstört wurde und die SS-Oberschicht nun einen neuen Ausrichtungsort für ihre Feste suchte. Während des Zweiten Weltkriegs bekam das Adlon lediglich eine Brandbombe ab, welche die Wäscherei traf und rasch gelöscht werden konnte. Doch das Adlon brannte aus nicht geklärten Gründen in der Nacht vom 2. auf den 3. Mai 1945 ab.

Nach dem Fall der Mauer wurde am selben Standort ein neues Hotel Adlon gebaut. Man gibt zwar vor, der Neubau sei keine Kopie des Originals, sondern eine Neuschöpfung mit Anlehnung an das ursprüngliche Hotel, aber stört man durch alte Bücher, kommt der Verdacht auf, man habe versucht, etwas Einmaliges wieder-aufstehen zu lassen.

Ich gebe zu, ich bin ein grosser Fan von alten Hotels und das Adlon hat mich schon seit Kindesbeinen fasziniert. Aber bei meinem ersten Besuch kurz nach seiner Eröffnung 1997 machte

sich schnell Ernüchterung breit – was ist da passiert? Ein neues Hotel wie aus einem Katalog, aber nichts Besonderes und in keiner Weise ein Adlon, wie man es sich aus Büchern und Biografien vorstellt. Wo ist die Patina, wo ist das Gefühl, es käme gleich der Kaiser um die Ecke? Die ganze Vergangenheit wird zum Mittel eines voyeuristischen Zwecks degradiert.

Ist es ein Meisterstück oder eine Todsünde, eine Hotellegende wiederaufstehen zu lassen? Es kann sehr wohl ein Meisterstück sein, wenn nicht einfach eine Kopie erstellt wird. Wird eine alte Legende neu interpretiert, kann etwas Ausserordentliches entstehen.

Im grossen Stil wurde so ein Wagnis noch nie unternommen; ansatzweise beim Dolder Grand in Zürich. Vor Jahre bestanden Pläne für die Wiedergeburt des legendären New Yorker Hotels Astor von den Schweizer Architekten Herzog & de Meuron – leider wurden sie nie umgesetzt.

ANZEIGE



Reduzieren Sie Ihre Wasserkosten!



Untertischwasserspender
SodaSwiss WSU-HO15

SodaSwiss liefert Ihnen kostengünstig gekühltes Sprudelwasser oder stilles Wasser aus dem lokalen Trinkwasser und ist die Alternative zu Mineralwasser. Immer mehr Gäste schätzen diese transportfreie und umweltfreundliche Lösung.

Für die Gastronomie und Hotellerie sind SodaSwiss Trinkwasserspender als Miet- oder Kaufgerät eine überaus lohnenswerte Investition. Damit können Sie rasch einige tausend Franken pro Jahr einsparen.

SodaSwiss
erfrischend & frisch

Atlis AG, Schössliweg 2-6, 4500 Solothurn, Tel. 032 628 28 00,
Fax 032 685 40 55, info@atlis.ch, www.atlis.ch

Karl Lagerfeld und der Traum von der Schokoladensuite

Das Pariser 5-Sterne-Haus La Réserve war ein Tag lang Paradies für Schleckmäuler: Der Modedesigner Karl Lagerfeld entwarf eine Suite ganz aus Schokolade.

Lagerfelds Werk aus dem speziellen Arbeitsmaterial war allerdings nur von kurzer Dauer: Nach der Enthüllung konnten ausgewählte Hotelgäste das süsse Interieur essen. Magnum wurde im Jahr 1987 als erstes Premium-Glace am Stiel speziell für Erwachsene eingeführt. Heute gehört Magnum zu den führenden Glace-Marken und ist mit einem Verkauf von über 1 Milliarde Stück pro Jahr weltweit die grösste Glace-Marke des Unilever-Unternehmens.

SABRINA GLANZMANN

Zum Launch der neuen Glace «Magnum Temptation Chocolate» enthüllte Karl Lagerfeld im Pariser Luxus-Hotel «La Réserve» eine komplett aus Magnum-Schokolade gefertigte Hotel-Suite. Bett, Tisch, Sofa, Bettwäsche und Kronleuchter – sämtliches Mobiliar und auch verschiedene Accessoires hat der deutsche Star-Designer höchstpersönlich entworfen und von dem Meister-Chocolatier Patrick Roger aus belgischer Schokolade modellieren lassen.

Seine Muse Baptiste Giabiconi setzte der Designer als Skulptur auf einem Schokoladenbett in Szene.



Meister und Muse: Karl Lagerfeld mit Model Baptiste Giabiconi in der Schokoladen-Suite im Pariser «La Réserve».

Impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Elisabeth Hobmeier/eho
Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/sls
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Simone Leitner Fischer/sls (Ressortleitung dolce vita); Eugenio D'Alessio/eda (Ressortleitung cahier français); Alexandre Caldarà/aca; Franziska

Egli/fee; Sabrina Glanzmann/sag; Theres Lagler Berges/lt; Gudrun Schlenker/sg; Karl Josef Verding/jv
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb
Layout: Roland Gerber/rgr; Regula Wolff/rwo
Korrektorat: Paul Le Grand
Volontär: Eveline Spahr/esp
Online-Redaktion: Melanie Roth/rom
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung), Natalie Alesch, Beatrice Gertschen
Verlag
Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Häni
Stellensinsetzer: Angela Di Renzo Costa; Patricia Nobs Wüss
Geschäftsanzeigen: Michael Müller; Béda-Luis Schönberger
hoteljob.ch; Denise Karam
Druck: Buchler Grafino AG, Druckzentrum Bern
Auflage: WEMF-beglaubigt 2009/10

verkaufte Auflage: 9814; Grattaufgabe: 1065

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 152.–, ISSN: 1424-0440

Kontakt

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
Insertate: Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: insertate@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.



Freie Sicht auf die Zentralschweizer Berg- und Seenwelt: das neueröffnete Hotel Villa Honegg auf dem Bürgenstock.

Bilder zvg

Renaissance auf dem Bürgenstock

Morgen lebt ein Stück Schweizer Hoteltradition neu auf. Nach mehrjähriger Gesamtrenovation öffnet das Hotel Villa Honegg auf dem Bürgenstock seine Tore.

SABRINA GLANZMANN

gen Wiedereröffnung endet die Gesamtrenovationsphase, die unter Federführung der Ennetbürger Bauherrin Hotel Honegg AG im Frühling 2009 begann. Eine alte Hoteltradition lebt damit wieder auf: Das 1905 erbaute Haus wurde bis zu Beginn der 1970er-Jahre als Hotel betrieben. Nach seiner Schliessung wurde es bis 2007 als Restaurant Honegg genutzt – und empfängt nun, als Privat-Resort, nach 40 Jahren wieder Hotelgäste.

Ein Nebengebäude für die kleinen Gäste und deren Begleiter

Mit einem Investitionsvolumen von 32 Millionen Franken wurde das Gebäude komplett ausgebaut und umgebaut und nur die ursprüngliche Fassade beibehalten. Entstanden sind 23 Zimmer und Suiten, zwei Konferenzräume und ein privates Kino für 18 Personen inklusive Karaoke-Technik und Spielkonsolen. Zum neuen Spa-Bereich gehören neben Sauna, Dampfbad und Fitnesscenter



Das Zimmerinterieur ist in warmen Brauntönen gehalten.

auch Möglichkeiten zu Massage- oder kosmetischen Behandlungen, sowie ein Schwimmbad mit Innenpool und Randlosbecken im Aussenbereich. Und Golf Freunde finden den 9-Loch-Platz des Golfclubs in der Nähe. Die Dépendance neben dem Hauptgebäude steht ganz im Zeichen der kleinen Gäste: Hier finden sich ein Kinderspielzimmer und in fünf Zimmern Übernachtungs-

möglichkeiten für Begleitpersonen.

Auf Wunsch können Gruppen den ganzen Hotelkomplex buchen

«Wir wollen kein normales Fünfsternehotel sein», beschreibt Hoteldirektor Peter Durrer die «Honegg»-Philosophie. So können beispielsweise geschäftliche oder private Gruppen, die unter sich bleiben wollen, das Haus ab 24 000

Franken pro Tag als Ganzes buchen. Man wolle aber nicht nur Ferien- oder Geschäftsgäste ansprechen, sondern gerade mit den gastronomischen Angeboten auf der Terrasse und im Restaurant auch den Bedürfnissen von Tagesgästen im Ausflugsgebiet entgegenkommen. «Wir spüren gerade seitens der lokalen Bevölkerung grosses Interesse und Neugier», sagt Peter Durrer, selbst gebürtiger Nidwaldner.

Auf der Menükarte trifft Regionales auf Internationales

Auch deshalb wird auf der Menükarte Regionalität gross geschrieben, jedoch in Verbindung mit Spezialitäten aus der ganzen Welt. So treffen etwa Fischknusperli aus dem Vierwaldstättersee auf libanesishe Gerichte; auf Letzteren liegt der Schwerpunkt der internationalen «Honegg»-Gastronomie. In der Küche zeichnet Thomas Amstutz, zuletzt Küchenchef in der Stanser Brasserie Le Mirage (13 Gault-Millau-Punkte), verantwortlich.

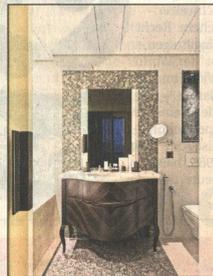


«Gerade seitens der lokalen Bevölkerung spüren wir grosses Interesse und Neugier.»

Peter Durrer
Direktor Hotel Villa Honegg

Peter Durrer tauscht den Vizeleitungs-Posten der Hotelfachschule Luzern mit dem neuen Gastgeber im Hotel Villa Honegg. Über die erste Buchungssituation zeigt sich der frühere Geschäftsführer des Luzerner Hotels Schiller «äusserst zufrieden».

www.villa-honegg.ch



Der Badbereich kombiniert verschiedene Materialien.

Getränke

Dôle des Monts feiert den 125. Geburtstag

Bald erscheint der Jahrgang 2010 des Dôle des Monts – der Kultwein feiert bereits seinen 125. Geburtstag. Um das Jubiläum gebührend zu begehen, erscheinen die ersten Flaschen des 125. Jahrgangs im ursprünglichen Gewand. Die Jubiläumsedition «Vintage» ist eine getreue Reproduktion der ältesten Flasche, die heute noch im Keller des Hauses Gilliard zu besichtigen ist. Sie hat Jahrgang 1921.



Ballenberg: Walliser Wein neu angelegt

Der Walliser Weinberg im Freilichtmuseum Ballenberg ist neu angelegt worden: Eine Delegation des Branchenverbandes der Walliser Weine reiste extra nach Ballenberg und erneuerte die Parzelle, auf der Walliser Rebsorten angepflanzt sind. Dabei verteilte die Delegation rund hundert Rebstöcke. Auch die Besucher des Freilichtmuseums kamen auf ihre Kosten. Sie hatten die Gelegenheit, den Arbeiten im Weinberg beizuwohnen. Zudem konnten sie Walliser Raclette zusammen mit Walliser Wein aus den eingesetzten Rebstöcken kosten.

www.ballenberg.ch
www.walliserweine.ch

Genfer Weine zur Degustation in Zürich

Am Montag, 16. Mai 2011, findet im Restaurant Markthalle im Viadukt in Zürich eine Degustation von Genfer Weinen statt: Von 16 bis 18 Uhr präsentieren 18 Betriebe ihre jüngsten Jahrgänge. Rund siebzehn Weine stehen zur Wahl. Der Eintritt ist frei. Um 20 Uhr können an einem Nachessen mit den Genfer Weinproduzenten Bisonspezialitäten aus der Zucht von Laurent Girardet in Collex-Bossy und dazu passende Weine aus der Region gekostet werden. Die Platzzahl ist beschränkt, eine Reservation erwünscht. sag

www.stefan.keller.name

Neuer Teebeutel von London Tea Company

Das Ziel der London Tea Company war, «einen einmaligen Teebeutel für die Gastronomie zu kreieren», so Matthias Bisang von der London Tea Company Ltd in Basel. So sein Stehbeutel für die gehobene Gastronomie in einer unverwechselbaren Form entstanden. 300 verschiedene Teesorten stehen den Kunden zur Verfügung, zudem kann auf Wunsch das Firmenlogo aufgedruckt werden. Gefertigt werden alle Beutel von Hand. sls

www.london-tea.ch



Neue Bücher

Schweizer Architektur mit dem Velo erkunden

Die Schweizer Städte bieten einen breiten Fundus an architektonisch interessanten Bauten. Besonders gut lassen sich diese mit dem Velo

chitektur erfahren) enthält 15 Radtouren durch 11 Städte: vom Kurzausflug ins ehemalige Zürcher Industriequartier bis zur abwechslungsreichen Rundtour in Chur auf den Spuren von Meisterarchitekt Peter Zumthor.

Usé Meyer, Reto Westermann, 15 Radtouren zu architektonischen Highlights in Schweizer Städten, Werd Verlag, Fr. 34.90

«Touristisch», die wichtigste Sprache der Hauptsaison

Beherrschen auch Sie die klassische Fotohocke? Wissen Sie, was «wildromantische Lage» und «landestypisch» wirklich heisst und wie viele Sterne Ihr eigenes Zuhause hat? Wenn nicht, wird es Zeit, «Touristisch» zu lernen. Der ehemalige Reiseleiter Clemens Dreyer bietet mit «Touristisch für Anfänger» einen witzigen und etwas anderen



«Sprachkurs»: Er entschlüsselt die wichtigste Sprache der Hauptsaison und gibt so Pauschalisten Tipps, wie sie kulinarische, modische und sprachliche Unsicherheiten bewältigen können.

Clemens Dreyer, Touristisch für Anfänger. Die wichtigste Sprache der Hauptsaison, Langenscheidt, Fr. 18.60

Zu Fuss zu den Kuh-, Ziegen- und Schafalpen

Alpwege sind Arbeitswege, kurz und einfach, oft aber lang und an-



strengend. Im Buch «Alpwandern» werden nun zwischen Wallis und Graubünden 16 Touren vorgestellt, die zu Kuh- und Ziegenalpen führen, aber auch zu Schaf-, Rinder- und Mutterkuhalpen. Ob die Alp Bernematt im Maderanerental (UR), die Alp Stieretungel ob Launen (BE) oder die Alp de Lagh bei Cama im Mixox (GR) – zusammen ergibt das einen Querschnitt durch das heutige Schweizer Alpwesen mit seinen Betriebsformen, Produktionsweisen und Arbeitsbedingungen.

Michael T. Ganz, Marc Valance, Alpwandern. 16 Touren zu Kuh-, Ziegen- und Schafalpen im Schweizer Alpenbogen, Werd Verlag, Fr. 32.90

Eine Reise durch die deutsche Weinkultur

Von den Weinhängen am Bodensee bis zu den Anbaugeländen an Saale und Unstrut: Jede der deutschen Weinregionen hat ihre charakteristischen Eigenheiten. Mal sind es Steillagen an Flussschleifen, mal sanfte Hügel oder Terrassenweingärten. Der neue Merian-Band empfiehlt auf 160 Seiten die besten Adressen der deutschen Weinkultur, nennt besondere Weingüter und beschreibt Sehenswürdigkeiten in deren Nähe. fee

Claudia Weber, Merian live! Genussstouren durch die deutschen Weinregionen, Travel House Media, Fr. 23.90

Alle hier vorgestellten Bücher können Sie in unserem neuen Buchshop beziehen: www.hotellerieuisse.ch/buchshop



besichtigen: So erhält man innert Kürze einen guten Einblick in die neuere Schweizer Architekturschicht und lernt die Stadt noch aus einer anderen Perspektive kennen. Das handliche Buch «Ar-

Gastronomie

Swiss Economic Award nominiert Gourmet15box

Der Hauslieferservice und Caterer Gourmet15box GmbH ist unter den neun Finalisten des Swiss Economic Awards 2011. Das Prinzip des Berner Unternehmens, sich frisch gekochte, mehrgängige Menüs nach Hause liefern zu lassen und diese innerhalb von höchstens 15 Minuten fertig zubereiten zu können, hat es in der Kategorie «Produktion/Gewerbe» in die Endrunde geschafft. Die Bekanntgabe der Gewinner und die Preisverleihung erfolgen im Rahmen des 13. Swiss Economic Forums, der internationalen Plattform für Unternehmertum, am 20. Mai in Interlaken.

Das «Al Porto» in Lachen wird «The Steakhouse»



Das ehemalige Ristorante Al Porto am Hafen in Lachen wird nach viermonatiger Umbauphase als «The Steakhouse» wiedereröffnet. Es gehört zu Marina Lachen, der Gastronomie- und Erlebnismeile am Zürichsee. Die Gäste erwartet ab 13. Mai 2011 ein offener Grill, eine Metzgerei-Theke und eine Vinothek.

www.marinalachen.ch

Kulinarische Kutschenfahrt durch Interlaken

Am 27. Mai 2011 findet die dritte kulinarische Kutschenfahrt durch Interlaken statt. Die Teilnehmer erwarten während der Zwischenstopps verschiedene Gänge in den Restaurants Le Petit Casino, Stocker's Degusta und Wine Art sowie im Lindner Grand Hotel Beau Rivage und im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa. Der Preis pro Person beträgt 165 Franken; eine Anmeldung ist obligatorisch.

www.congress-interlaken.ch

Stets im Dienste der Natur

Sie wurde vor 50 Jahren in der Schweiz gegründet, nun widmet ihr das Zürcher Landesmuseum eine Ausstellung: die weltbekannte Umweltschutzorganisation WWF.

FRANZISKA EGLI



WWF-Plakat aus dem Jahre 1962.

Alles begann im Jahr 1961: Eine kleine Gruppe britischer Naturfreunde teilte nicht nur das Interesse an Vogelkunde, sondern auch die Sorge um die Zukunft der Nationalparks in Afrika. Nachdem sie nicht mehr länger zusehen wollten, wie die letzten Nashörner zu verschwinden drohten, gründeten sie den WWF den World Wildlife Fund. Ausgestattet mit dem heute noch berühmten Panda-Logo, sammelte die Organisation innert nur einer Woche 60 000 britische Pfund.

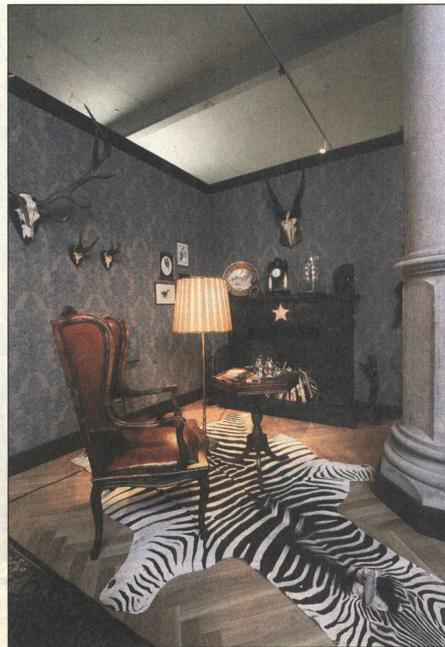
Im selben Jahr offiziell als Stiftung nach Schweizerischem Recht eingetragen, ist der World Wide Fund for Nature – wie die einstige Spendenorganisation seit 1986 heisst – heute eine der



Auch das Fisch-Label MSC ist dem WWF zu verdanken

Wie es dazu kam, wie aus einer Idee ein global agierendes Netzwerk entstehen konnte, aber auch wie wechselläufig die Geschichte dieser NGO ist und überhaupt wie zwiespältig das Geschäft mit dem und für den Umweltschutz sein kann, das alles zeigt nun die Ausstellung «WWF Eine Biografie», zu sehen im Landesmuseum in Zürich. Die von Alexis Schwarzenbach kuratierte Ausstellung besteht aus zwei Teilen. Zum einen gibt es inszenierte Zimmer, die von den Meilensteinen in der Geschichte des WWF erzählen.

Der zweite Teil der Ausstellung im Museumsinnenhof ist der



«Das Gründerzimmer» in seinem englischen Landhausstil vermittelt die Entstehungsgeschichte des WWF.



«Das Waldwohzimmer» setzt das hochgesteckte Ziel einer harmonischen Zukunft von Mensch und Tier szenographisch um.

«Footprint»-Garten, der den Umgang der Menschen mit Wasser, Boden, Rohstoffen und Energie anhand eines Schrebergartens thematisiert. Dabei werden einheimische, essbare Pflanzen ebenso präsentiert wie das Fisch-Label MSC für umweltverträglichere Fangmethoden. Es wird gezeigt, wie sich der durchschnittliche Wasserverbrauch pro Person zu-

schutz sein kann, das alles zeigt nun die Ausstellung «WWF Eine Biografie», zu sehen im Landesmuseum in Zürich. Die von Alexis Schwarzenbach kuratierte Ausstellung besteht aus zwei Teilen. Zum einen gibt es inszenierte Zimmer, die von den Meilensteinen in der Geschichte des WWF erzählen.

WWF Die Stiftung in Zahlen, ein Buch zur Geschichte

WWF Schweiz mit Hauptsitz in Zürich hat heute 23 kantonale Sektionen, 130 Mitarbeiter, 260 000 Mitglieder und Supporter und macht 53 Millionen Franken Umsatz (2010). WWF International mit Hauptsitz in Gland (VD) hat 31 nationale Organisationen, 5400 Mitarbeiter, über 5 Millionen Supporter, 1300 Projekte in über 100 Ländern und machte 2010 525 Millionen Euro Umsatz. Zeitgleich zur Exposition hat der Ausstellungskurator Alexis Schwarzenbach «WWF – Die Biografie» herausgegeben. Das Buch zeigt auf, wie aus der Idee einer Handvoll britischer Wissenschaftler die grösste Naturschutzorganisation der Welt wurde.

WWF – Die Biografie, Alexis Schwarzenbach, Collection Rolf Heyne, Fr. 43.50.



Die WWF-Krawatte von His Royal Highness Prinz Philip, Herzog von Edinburgh.

sammensetzt, wie viel Boden benötigt wird, um 2000 Kilokalorien eines Grundnahrungsmittels zu produzieren, und wie die Ökobilanz eines Gartenfestes aussieht.

Tipps zu Kräutern und Blüten
Und nicht zuletzt gibt's ein Ausstellungsprogramm, das auch Genüßliches nicht ausser Acht lässt: Unter dem Motto «Frisch gepflückt – die Natur tischt auf» geben Experten von der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW Tipps, wie aus einheimischen Kräutern und Blüten Salate, würzige Saucen sowie sommerliche Getränke zubereitet werden können. Und «WWF-Umwelttipps» widmet sich Fragen wie «Welcher Fisch soll auf den Tisch?» oder «Umweltgerecht geniessen – gewusst wie!».

www.wwf.landesmuseum.ch

ANZEIGE

Marktplatz – immer am ersten Donnerstag im Monat

Gastro-Einrichtungen

LADEN- UND GASTROBAU jung.

Worbstrasse 180
3073 Gümligen
T 031 951 23 73

1008 Prilly-Lausanne
T 021 625 92 50

www.ladenbau-jung.ch

Namensschilder Werbeartikel

20 Jahre unser Leistungsausweis!

HAENNI PROMOTION

Werbe- und Geschenkartikel

Für die Gastronomie ganz stark mit Namensschilder, Kugelschreiber, Schirm, Wellness, Give Aways etc.

www.haennipromotion.ch

CH-8197 Rafz/ZH Tel. 044 869 41 00

10 Jahre in der Schweiz!

Original «ci» Scotland Magnet-Namensschilder mit Stil & Qualität

Generalvertretung für die ganze Schweiz:

HAENNI PROMOTION

20 Jahre – unser Leistungsausweis

www.haennipromotion.ch

CH-8197 Rafz / ZH Tel. 044 869 41 00

Gastropapiere

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

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

Hotelzimmer/Innenausbau



Gastrobau
Restaurant
Bar- und Buffetanlagen
Hotelleinrichtungen

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

Stellen und Markisen

REVI Storeservice

Terrassenüberdeckung bei Sonne und Regen

Freiburgstrasse 385a
3018 Bern
Tel. 031 382 40 45
www.revistoren.ch



cahier français

htr hotelrevue No 18 / 5 mai 2011



Val-de-Travers
La gare de Noiraigue rénovée devient un centre d'accueil touristique atypique.
Page 20



Crans-Montana
Un ambitieux projet de structure professionnelle d'accueil pour les footballeurs.
Page 21



Montreux va accueillir dès dimanche une manifestation de calibre international, pendant trois jours.

Swiss-Image

Montreux fait la Une

Dès dimanche prochain, Montreux va accueillir pour la première fois: «The Festival of Media Global 2011». Événement.

CLAUDE JENNY

Directeur de l'Office du tourisme de Montreux-Vevey Tourisme. Harry John n'hésite pas à parler d'un «cadeau divin». C'est en effet une aubaine pour la Riviera de recevoir, pour la première fois, une manifestation de calibre international qui va attirer sur la Riviera quelque 800 managers en provenance d'une quarantaine de pays, qui sont tous des leaders dans le domaine de la créativité publicitaire et de l'innovation médiatique. Lancé en 2007 par l'Anglais Charlie

Crowe et organisé par sa compagnie londonienne, ce festival mondial de la publicité et des médias innovants n'a cessé de prendre de l'ampleur pour devenir le principal rassemblement annuel des décideurs en matière de publicité, représentant les plus grandes agences et compagnies mondiales.

Des décideurs d'entreprises qui pèsent 200 milliards

Ainsi se retrouveront à Montreux les chairman, CEO et autres décideurs d'une multitude d'entrepris-

es qui pèsent 200 milliards sur le marché de la communication. Pour n'en citer que quelques géants, mentionnons Yahoo, Facebook, Google, Microsoft, Nokia, Orange, Twitter, Unilever, Fox, Euronews, Bloomberg, etc. Ce qui fait dire que «The Festival of Media» est «The Davos of advertising», l'équivalent du rassemblement grison pour la publicité et les médias émergents, avec conférences, expositions et distribution d'awards. Après Venise et Valence, les organisateurs anglais de ce festival des médias mondiaux

ont choisi Montreux au terme d'une sélection rigoureuse parmi 15 sites en Europe. Directeur du Centre de congrès de Montreux, Rémy Crégut parle de «cerise sur le gâteau» pour expliquer que ce choix apporte la récompense de «l'important travail de visibilité effectué depuis plusieurs années sur le marché anglais». Et, ajoute-t-il, «c'est

«C'est exactement le type de manifestation que nous cherchons à attirer.»

Harry John
Dir. de Montreux-Vevey Tourisme

rium Stravinski rénové résonnait encore des mille notes du Brass Band Euro Festival. Le gotha mondial de la pub va se plonger dans d'autres partitions, dès dimanche.

exactement le type de manifestation que nous cherchons à attirer». Si Montreux a séduit, c'est grâce à sa «méthode maison». Tant Harry John que Laurent Wehrli, municipal au tourisme et futur syndic de Montreux, soulignent en effet que lorsque des organisateurs s'intéressent à venir à Montreux, ils ont l'agréable surprise, dès la première rencontre, de se retrouver autour de la même table avec tous les partenaires concernés: délégation des autorités, responsables de l'Office du Tourisme, du centre du congrès et des hôteliers.

«Les organisateurs se sentent immédiatement accueillis»

Une tactique qui impressionne et qui s'avère... payantel-ils se sentent immédiatement accueillis et valorisés dans leur démarche», souligne l'homme fort de la Municipalité hôte qui, comme pour d'autres manifestations, va tout faire pour que la Ville de Montreux se montre à la hauteur de l'événement, notamment lors de la Welcome Party de ce dimanche. C'est dire que si les médias mondiaux ont rendez-vous à Montreux, c'est pour leur offrir le «hub» parfait pour un tel grand rendez-vous de réseautage devenu incontournable. Et si les éditeurs de journaux se réunissent chaque année dans une autre ville - ils seront en congrès à Vienne en octobre - les patrons de la pub préfèrent, eux,

une base fixe pour leurs assises annuelles. Ainsi, le contrat avec Montreux pourrait bien durer... au minimum trois ans. Le week-end dernier, l'Auditorium Stravinski rénové résonnait encore des mille notes du Brass Band Euro Festival. Le gotha mondial de la pub va se plonger dans d'autres partitions, dès dimanche.

Hôteliers actifs dans le repositionnement

Emmené par la Société des hôteliers, le monde du tourisme montreuisien a fait son exercice d'introspection. Avec pour objectif l'étude du positionnement de la région sur les marchés.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

«Non, le tourisme montreuisien n'est pas en crise, mais il a subi des chocs dus à la crise et à la cherté du

franc. De là, il nous est apparu important de réfléchir à notre stratégie pour rester concurrentiel», prévient d'emblée Christopher Rudolph, président de la Société des hôteliers Montreux-Riviera lorsqu'on évoque la journée de travail qui a réuni, en février à l'EHL, le comité de la société et quelques invités.

A l'agenda de cette journée, une présentation de la Marque et du positionnement de Montreux-Riviera, mis en parallèle avec le cas de Lucerne Tourisme, présenté par le directeur du marketing de l'OT

lucernois, Lucas Hammer, une réflexion sur les réseaux sociaux, les

Partenariats entre tous les acteurs régionaux de la branche, notamment les transporteurs ainsi que les vigneronniers puis- que Lavaux a encore un énorme développement du potentiel touristique à effectuer. A ces réflexions, courantes au de-

meurant, Christopher Rudolph se

plait à ajouter un accent mis sur la promotion de la destination bien-être, historiquement l'un des atouts principaux de la région. «Mais un bien-être, insiste-t-il, qui ne se limite pas aux cliniques renommées et aux spas,

mais qui englobe encore la qualité de vie sur la Riviera ainsi que l'environnement entre lac et montagnes,

palme et neige et encore la gastronomie et le rythme de vie des habitants, voire même la sécurité».

Autant de points qui figureront au programme d'un groupe d'étudiants dans le cadre des Student Business Projects qui a été mandaté pour établir une étude de compétitivité de la région afin de mieux la situer sur les marchés MICE - ceux-ci sont d'ailleurs d'ores et déjà au travail et devraient remettre leurs conclusions rapidement. «De tout temps, rappelle encore le président,

les hôteliers ont été l'un des moteurs du développement de la région. Grâce au travail de leur comité, ils ont notamment permis le regroupement entre les différents organes touristiques de la Riviera

et de Lavaux et ils participent aujourd'hui encore très activement à des actions de promotion.

Normal dès lors qu'ils soient également partie active dans une étude de repositionnement face aux changements économiques, donc forcément touristiques, qui sont intervenus.

ANNONCE

WWW.SWISSHOTELFILMWARD.CH

stars&hotels
Swiss Hotel Film Awards

LES TENDANCES DE DEMAIN

Laissez les concepts touristiques exceptionnels sur www.htr-milestone.ch vous insuffler un élan novateur.

idea creation

swiss made software

Révolutionnez vos affaires de bons

e-guma

Le système de gestion de bons

Plus de succès à la vente - moins de difficultés à la gestion

Idea Creation GmbH - 8003 Zürich - +41 44 500 54 00 - www.ideacreation.ch

Dormir c'est sensuel.

roviva

OBJECTS

www.roviva.ch

En bref

Suisse

Le parc Chasseral
sous toutes les
coutures

Swiss-Image

La nouvelle brochure annuelle du Parc régional Chasseral sortira le mardi 10 mai prochain. Cette publication met en avant une trentaine de visites, de musées et d'activités en tout genre. La brochure propose également une carte avec des suggestions de randonnées.

www.parcchasseral.ch

Le groupe
Fassbind s'étend
en ville de Zurich

Fassbind Hotels, la plus grande chaîne hôtelière familiale de Suisse, vient d'acquiescer le Senator de Zurich, un quatre-étoiles de 120 chambres. Cette acquisition porte à huit le nombre d'hôtels détenus par le groupe. Trois d'entre eux sont situés à Lausanne et deux à Genève. Fassbind Hotels annonce d'ailleurs que l'Hôtel Agora de Lausanne fermera ses portes le 15 octobre prochain pour une reconstruction totale. eda



A la gare de Noiraigue, on veut inciter les touristes à emporter des souvenirs.

Tourisme en gare

Vendredi, la gare de Noiraigue, rénovée et embellie, a inauguré son centre d'accueil touristique atypique, sur plusieurs étages.

VALÉRIE MARCHAND

Construite dans les années 1800, la gare de Noiraigue a été menacée de démolition avant d'être complètement restaurée. L'inauguration de ce bâtiment, reconnu d'intérêt historique, s'est déroulée vendredi. «C'est grâce à un capitaine comme Matthias von Wyss, directeur de l'Hôtel de l'Aigle à Couvet et directeur de Goût & Région que l'équipe qui s'est occupée

du projet a réussi son pari. Entrepreneur, innovateur et visionnaire, l'hôtelier a déjà su attirer beaucoup de touristes dont les autocaristes de Suisse allemande. Noiraigue, pour sa part, est une commune qui comprend peut-être mieux que d'autres les retombées intéressantes que le tourisme peut générer. Sa gare est le portail d'entrée de toute la région, là où des milliers de visiteurs affluent pour se rendre ensuite dans les gorges de l'Areuse ou au Creux-du-Van», a expliqué Jean-Nat Karakash, Conseiller communal de Val-de-Travers.

Mais l'objectif principal est d'inciter les gens à prolonger leur séjour ou à emporter des souvenirs. Les excursionnistes qui se déplacent pour une journée sont informés des visites à faire dans la région.

Vélos électriques et produits du terroir

A la gare de Noiraigue, ils peuvent également profiter des vélos électriques ou acheter des produits du terroir. «Ainsi, ils dépensent plus d'argent. Une solution que Goût & Région a trouvée depuis bien longtemps avec l'ouverture d'un kiosque d'accueil et d'une petite boutique dans la gare», a poursuivi Jean-Nat Karakash. A présent, la commune et Tourisme Neuchâtelois ont choisi de donner une nouvelle dimension à cette démarche avec un point d'information touristique plus important sur des étages supplémentaires. Dans l'une des salles du bâtiment, il est ainsi possible de déguster du chocolat et de connaître ses secrets de fabrication. Dans une autre salle, les touristes, s'ils le désirent, ont l'opportunité d'organiser eux-mêmes leur itinéraire avec des documents mis à leur disposition et un accès WiFi.

Le volume d'activité du centre d'accueil a été calculé au préalable et sera suffisant pour assurer une ouverture toute l'année.

Le mountain board, une nouvelle attraction sur des roulettes

Une autre nouveauté a aussi été présentée vendredi dernier: le mountain board. Similaire à un snowboard, il est doté de roulettes et d'un frein pour dévaler les petites routes environnantes. Il s'agit là d'une première en Suisse romande.



La gare de Noiraigue, bâtiment reconnu d'intérêt historique.

mande. Cette offre est née d'un partenariat entre Goût & Région et la société événementielle Alpestein.

«Le plaisir de pouvoir réaliser le rêve d'un touriste a de tout temps été le moteur de mon investissement. Etre voyageur est rêver de découvrir un lieu dont on a une image et qui devra ensuite se confirmer. Répondre à cette projection est une tâche difficile qui nécessite une grande connaissance des gens. Ceci, afin de pouvoir sentir quels seront les éléments essentiels pour que la réalité soit la plus proche de ce qu'ils espèrent. Déjà se rendre à la gare donne le sentiment de pouvoir s'évader!», a déclaré Matthias von Wyss dans son discours intitulé «I have a dream».

actuel – pour vous
forger une opinion
10 semaines
pour 29 francs

Lisez des avis de professionnels pendant 10 semaines, pour 29 francs seulement. Ou alors choisissez de vous abonner à l'hotel revue htr au prix de 159 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

En bref

Suisse

La galère «La Liberté» bientôt sur les flots

La galère «La Liberté» restera stationnée dans la baie de Morges. Même si l'accès à Ouchy, Nyon et Montreux lui est toujours interdit. Mais d'ici à juillet, elle devrait naviguer toutes voiles dehors sur les eaux du Léman, grâce à quelques modifications techniques et au soutien de bénévoles. 92 croisières seraient déjà au programme d'après «24 heures». L'association qui gère «La Liberté» a nommé son nouveau président Serge Zehntner. Diverses animations sont prévues, comme des partenariats avec des vigneron.

www.galere.ch

Nendaz se branche sur le VTT électrique



Nendaz vient de se convertir au VTT électrique en acquérant sept deux-roues d'une autonomie de quelque 60 kilomètres, indique «Le Nouvelliste». L'investissement avoisine les 3000 francs la pièce. Comme le souligne Beat Egger, responsable marketing de Nendaz Tourisme, «ces bécanes ont une plus-value touristique originale». La station a adapté son prospectus VTT en proposant quatre parcours spécialement appropriés au vélo électrique. eda

Le train touristique du label Unesco

Pour débiter sa troisième saison, le train touristique des Montagnes neuchâteloises a arpenté les rues du Locle dimanche et celle de La Chaux-de-Fonds hier. Parmi les nouveautés de cette saison, le départ du circuit a été déplacé sur la place Espacé, à La Chaux-de-Fonds et resté à la place du marché au Locle. L'arrivée se fait toujours à l'Espace de l'urbanisme horloger, pour permettre aux visiteurs de découvrir ce lieu de présentation des richesses du pays. Autre aménagement, les passagers auront la possibilité de demander un arrêt à la Maison blanche du Corbuser. aca

Un million de francs pour le combat des reines



La finale des combats de reines, nationale cette année pour la première fois, dispose d'un budget proche du million de francs. A lui seul, le Valais injecte 170 000 frs. dans cette manifestation qui se déroulera à Aproz les 7 et 8 mai prochains. Par ailleurs, comme le souligne «Le Nouvelliste», un projet de Maison des Reines est en gestation à Evolène. Objectif: promouvoir la race d'Hérens. eda

La création d'une structure professionnelle pour l'accueil d'équipes de foot à Crans-Montana. Un projet très attractif pour la station.

ALEXANDRE CALDARA



Le terrain synthétique de Crans-Montana complète la gamme avec les trois autres terrains de la région, dont celui de Lens aux normes FIFA.

Walter Loser connaît l'impact du ballon rond. Le consultant en marketing touristique vient de fonder une structure professionnelle pour accueillir les équipes de football, avec Mélanie Rey, directrice de la société Marketing & Sport Management. Dans les années 1990, Walter Loser alors directeur de Crans-Montana Tourisme (pendant 18 ans) accueillait plusieurs équipes de haut niveau comme le FC Servette.

L'offre hôtelière de Crans-Montana est considérable

En 2006, Walter Loser décide de reprendre contact avec le monde du football: «Cela a beaucoup changé, à l'époque j'organisais l'ensemble tout seul avec les entraîneurs. Maintenant quatre agents différents s'occupent d'une équipe nationale ou d'un grand club.» Et la concurrence semble très vive, notamment celle de l'Autriche qui possède plus de terrains en altitude que la Suisse. Pourtant Crans-Montana garde de



beaux atouts. Dans un périmètre de sept kilomètres la station peut mettre à disposition quatre terrains. Celui de Crans-Montana en synthétique, celui aux normes FIFA de Lens, plus ceux de Chermignon et Bluche. En plus l'offre hôtelière de la station est considérable. Walter Loser cite: la Prairie, le Grand-Hôtel du Golf & Palace, l'Aïda Castel, l'Helvetia In-
Walter Loser a déjà fait venir de nombreuses équipes.

Accueillir un grand club pendant dix jours. C'est un joli apport économique.

Walter Loser
Consultant en marketing touristique

tergolf, le Mont Paisy, l'Etrier. Et bien évidemment l'Hôtel Royal où l'équipe de Suisse avait pris ses quartiers avant la Coupe du monde en Afrique du Sud. Walter Loser souligne aussi les avantages pour un hôtel: «Accueillir un grand club en juin ou juillet, cela représente entre 30 à 50 personnes, pendant dix jours. C'est un joli apport économique.»

Mélanie Rey apporte au projet ses connaissances en marketing sportif et son sens de l'accueil. La

gestion des terrains est assurée par Crans-Montana Football Association. Alors que Walter Loser peut activer ses relations dans le monde du ballon rond: «Michel Pont, l'entraîneur adjoint de l'équipe suisse est un ami. Je peux mentionner son nom en référence.» Depuis un mois, une vingtaine d'offres ont été envoyées à travers le monde. «Il faut essayer de signer les contrats le plus vite possible pour éviter la surenchère», explique le consultant.

«Notre centre de presse permet d'accueillir 150 journalistes»

L'objectif pourrait être d'accueillir déjà deux ou trois équipes

cet été. Et Walter Loser pense à la complémentarité: «Une équipe de juniors peut se satisfaire du terrain artificiel, quant aux sélections venues du Moyen-Orient, elles ne font pas d'histoires pour des terrains qui mesurent un ou deux mètres de moins.» Crans-Montana peut aussi mettre en valeur son expérience: «Notre centre de presse permet d'accueillir 150 journalistes», se félicite Walter Loser. La création d'un deuxième terrain aux normes FIFA pourrait encore améliorer l'attractivité. «Mais nous sommes déjà ravis par les efforts consentis par les communes.»

Crans-Montana rêve et rime avec «blaugrana»...

L'Hôtel Touring immortalisé

D'anciens bâtiments ont été détruits pour que la ville de Bienne reflète une image plus moderne. Mais Yvan Kohler prépare une exposition en leur mémoire.

VALÉRIE MARCHAND

«Disparu, mais pas loin» c'est le nom de l'exposition que le producteur et réalisateur Yvan Kohler a choisi d'organiser dans la ville bilingue.

Visible au Musée Neuhaus d'ici le mois d'août, elle sera composée de plusieurs courts métrages d'an-

ciens bâtiments historiques. L'Hôtel Touring est placé au premier rang de ses archives. Aujourd'hui, l'établissement a été remplacé par des surfaces commerciales.

«Les gigantesques bouleversements des années 1990»

«On a sacrifié le patrimoine pour des raisons de rentabilité et sans état d'âme. Choqué, j'ai voulu devenir une mémoire historique», précise Yvan Kohler. Les premières prises de vue datent de 1991, soit vingt ans plus tôt.

«J'aimerais montrer aux jeunes un visage de l'environnement qu'ils n'ont jamais eu l'opportunité de voir. Pour les plus âgés, c'est le moment de faire revivre des



Yvan Kohler
L'Hôtel Touring aujourd'hui transformé en surfaces commerciales.

souvenirs probablement oubliés. Je pense aux gigantesques bouleversements qui ont marqué les années 1990 et qui ont profondément déstabilisé Bienne. Elle sortait alors de trois décennies de quasi inertie», poursuit le réalisateur. Par le biais de son exposition, Yvan

Kohler espère intéresser le grand public, mais aussi des architectes, des urbanistes ou encore des historiens.

Jusqu'ici, jamais personne n'avait archivé autant d'images sur une si longue durée. Il souhaite également susciter la réflexion.

«Je ne suis pas un spécialiste du domaine de la construction, ni de la démolition d'ailleurs... Mais lorsque j'ai vu ce spectacle apocalyptique depuis les fenêtres de mon atelier situé en plein centre, je ne pouvais pas

rester sans réagir», s'exclame-t-il. C'était sa manière à lui de lancer le débat.

Simplement témoigner par les images

«Face à ce spectacle apocalyptique, je devais réagir!»
Yvan Kohler
producteur et réalisateur

de témoigner en images de ce qui a été fait. Ainsi, chacun pourra se faire sa propre idée sur la conservation du patrimoine.

Les mois d'avril de l'Astra

Inauguration, grands travaux, anniversaires, il y a toujours quelque chose à fêter en avril à l'Astra Hôtel, de Vevey. A commencer par le patriarcale, Niklaus Ming et ses 75 ans.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

En avril, il se passe toujours quelque chose à l'Astra Hôtel, à Vevey, le fief de la famille Ming puisque

depuis septembre 2005, Nicolas et Christophe ont pris le relais de Niklaus, le patriarcale, à la direction de ce 4 étoiles* urbain essentiellement orienté vers une clientèle d'affaires.

Ainsi, en cette année 2011, ce sont les façades de cet établissement voisin de la gare qui ont vu leurs couleurs ravivées, lavées des outrages de douze ans de pollution sur le principal axe routier traversant Vevey, voire de vingt ans pour la partie du bâtiment face à la gare. «Nous avons choisi de refaire les

deux façades afin de conserver l'harmonie de couleur qui a été légèrement modifiée», précise Nicolas Ming. Un peu plus de 100 000 francs ont été consacrés à l'opération, une somme qui a également permis de changer les enseignes lumineuses avec le passage au LED.

Mais c'est un autre événement marquant que la famille fête également début avril, précisément le premier: les 75 ans de Niklaus Ming et ses 45 ans «de maison», puisqu'après un premier passage à l'Hôtel Pavillon, alors propriété de

son oncle, lors de la Fête des Vignerons 1955, c'est le premier avril 1956 que, venu de Zurich où ses parents avaient un restaurant, il s'est définitivement établi à Vevey avant, toujours fidèlement secondé par Monique, de racheter «la maison» en son nom en avril 1981.

Depuis, c'est d'ailleurs toujours en ce mois symbolique qu'il se passe quelque chose à l'Astra Hôtel, comme l'inauguration en grande pompe, le 1er avril 1999 de la partie la plus récente de l'établissement.



Les façades rénovées de l'Hôtel Astra, à Vevey.

En bref

Suisse

Un projet pour des jets de luxe en Valais



A l'aéroport de Sion, Grély Promotions prévoit de construire dix hangars pour la maintenance et le parking de jets d'affaires et de luxe. Les travaux devraient démarrer avant la fin de l'année, pour un investissement prévu de 45 millions de francs. La fondation du CIO est actionnaire principal de Grély Promotions.

La consommation de vins suisses en hausse

La consommation de vins helvétiques a augmenté de 3,2% l'an dernier. Cette reprise compense en partie la perte de 4,5% subie en 2009. La hausse concerne aussi bien le blanc (+2%), que le rouge (+4,2%). Les trois plus grands cantons viticoles: Valais (5042 hectares), Vaud (3818 ha) et Genève (1433 ha) peuvent sourire. La consommation de vins de ces vignobles a augmenté pour le rouge/rosé et pour le blanc.

Les défis du tourisme

Médias sociaux et nouveaux marchés: cette double évolution, inéluctable pour le tourisme, a été au cœur de la 14^e Journée suisse des vacances de Genève.

EUGENIO D'ALESSIO

Les canaux d'information explosent et les médias sociaux se répandent dans toutes les couches de la population. Devant plus de 1200 professionnels de la branche réunis mardi dernier au Centre international de conférences de Genève, Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme (ST), n'a pas manqué de marteler une vérité socio-économique à la saveur de révolution copernicienne pour le monde du tourisme: même si le phénomène ne date pas d'hier, les nouveaux médias tels que Facebook, Twitter, YouTube ou Flickr modifient en profondeur la nature même du marketing touristique.

Face à des clients zappeurs qui choisissent souvent leur destination sur la base de commentaires publiés sur les réseaux sociaux, face à des comportements de voyage en constante évolution – les séjours sont de plus en plus courts (2,2 jours en moyenne dans les hôtels helvétiques en 2010) et la quête d'écotourisme grandissante – les acteurs touristiques doivent se mettre à la page. Un sondage en temps réel, une pratique inaugurée par ST à Genève, a d'ailleurs montré que près de 40% des votants jugeaient insatisfaisant le marketing clients de leur entreprise ou destination.

«La Suisse aurait intérêt à adoucir sa politique des visas pour les touristes chinois.»

Chen Mang
Fondateur de Caissa Touristic AG

Suisse Tourisme lance l'offensive

Désireux de tracer la voie, ST part à l'offensive. Comme l'a expliqué Thomas Winkler, le responsable du portail de l'organisation fatièrre, le site de l'entreprise va être rajouté sur le principe du «share everything». Il favorisera la diffusion de textes, de photos, de webcams, de vidéos et proposera

des visites virtuelles tout en intégrant les réseaux sociaux. «Plus claire, plus adrée, plus simple, cette nouvelle mouture de mysitzerland.com sera en ligne début juin», a fait savoir Thomas Winkler.

Dans une 2^e phase, ST prévoit de remplacer ses brochures principales par une version numérique. Elle mise sur l'iPad d'Apple, qui affiche la plus grande croissance de l'histoire avec quinze millions d'appareils vendus en 2010.

Parallèlement au défi technologique, «le tourisme helvétique doit assurer une partie de son avenir en travaillant les marchés lointains à forte croissance», a rappelé Jean-François Roth, le président de ST. On le sait, le réservoir de clientèle européenne stagne. C'est donc au sein des marchés stratégiques de croissance, Chine, Inde, Brésil, Russie, Pologne, que la Suisse peut trouver de nouveaux débouchés, «à moins que le budget de 227 millions que nous demandons pour 2012-2015 ne soit rabaissé», avertit Jean-François Roth.

En 2010, les touristes chinois ont généré dans notre pays plus de 400 000 nuitées, soit une hausse de 49% par rapport à 2009. Ils s'agit de la plus forte croissance parmi les hôtes étrangers. Invité de cette 14^e Journée suisse des vacances, Chen Mang, fondateur à Hambourg de la société Caissa Touristic, un des voyageurs leaders pour le marché chinois, a évoqué le potentiel touristique de l'Empire du Milieu: «L'année dernière, 57 millions de Chinois ont voyagé à l'étranger, dont 24 millions en Europe. Avec l'enrichissement du géant asiati-



Le directeur de Suisse Tourisme, Jürg Schmid, a rappelé le rôle clé des nouvelles technologies de l'information pour le tourisme.

que, la force d'attraction qu'exerce le Vieux Continent, ces chiffres sont destinés à gonfler.» Et d'ajouter: «A côté des traditionnels séjours de groupes, le tourisme individuel devrait également se populariser parmi les touristes chinois.»

Deux pistes pour fidéliser la clientèle chinoise

Mais pour saisir cette opportunité, la Suisse aurait intérêt à adoucir sa politique des visas, juge Chen Mang: «Les ambassades helvétiques dressent trop d'obstacles sur la route des hôtes potentiels. Les procédures tatillonnes, la longueur des démarches en découragent plus d'un. Bref, il faudrait davantage de souplesse.» Afin d'optimiser l'accueil des visiteurs chi-

nois, ce dernier propose deux pistes: «Mes compatriotes, notamment ceux des vieilles générations, privilégient leur cuisine. Or, les bons restaurants chinois sont rares en Suisse. Et la présence d'un guide sinophone encadrant les touristes chinois est à mon avis indispensable pour fidéliser cette clientèle.»

A noter que cette 14^e Journée suisse des vacances a été marquée par l'intervention du conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann, qui est venu apporter son soutien à la branche. Le comique Joseph Gorgoni alias Marie-Thérèse Porchet a fait souffler, lui, un petit vent de dérision sur la réunion.

Voir aussi sur la Journée suisse des vacances les pages 3 et 6

ANNONCE

Michel
LA PASSION DES FRUITS, DEPUIS 1929

Commandez ! Michel en action

- 15 en moins 33cl PET
- 10 en moins 20cl verre
- 20 en moins 100cl verre
- 20 en moins 75cl verre

Action du 2 au 20 mai 2011 chez votre grossiste en boissons

Des offres spontanées et flexibles pour la jeunesse

En voyage, les 16-25 ans veulent rester souples. Les forfaits les plus simples sont les mieux accueillis. Laax est une destination de premier plan avec les activités de sa nouvelle Freestyle Academy.

ROBERT WILDI

Inutile de proposer des forfaits week-end avec verre de bienvenue, promenade en calèche et visite de musée aux 16-25 ans. Une tranche d'âge qui, majoritairement, voyage de manière spontanée et décide de manière flexible. «C'est la raison pour laquelle nous ne faisons pas de marketing pour ce groupe cible», relève Daniela Bär, porte-parole de Suisse Tourisme (ST).

Des chambres bon marché et des titres de transport

Néanmoins, il est possible d'attirer ces «jeunes loups» avec des offres ciblées pour autant qu'elles proposent une valeur ajoutée. Ainsi les jeunes réagissent avant tout à des actions hôtelières avantageuses, combinées à des titres de transport réduits, à des entrées



Laax sait séduire les jeunes avec sa Freestyle Academy.

gratuites dans des clubs ou à des cours sportifs attractifs.

Depuis des années, la destination de premier plan dans le segment jeunesse est Flims/Laax. Pour l'été 2012, la nouvelle Freestyle Academy, à Laax, suggère différentes activités sportives en salle et en plein air. «Ces forfaits sont très bien accueillis par les 16-25 ans», souligne Sylvana Volkman, porte-parole du groupe Weiss Arena. Ils sont combinés à des nuitées au Rocksresort ou

dans les huit Bike-Hotels de la destination.

L'offre estivale actuelle «Bike Freeride», aussi, est très populaire auprès des jeunes. Elle comprend deux nuits dans un Bike Hotel avec petit déjeuner, deux cartes journalières en train de montagne, 15 pour cent de réduction sur la location d'un vélo ainsi que l'utilisation gratuite des bus locaux.

Transports publics gratuits et clubbing dans les villes

Les hôtels urbains aussi font des offres promotionnelles à la jeune clientèle. Ainsi le 4-étoiles Alpha-Palmeri, à Lausanne, est un forfait nuitée et petit-déjeuner, dîner au Bleu Léopard, le restaurant tendance de la ville et l'entrée gratuite au légendaire MAD, l'une des plus célèbres discothèques de Suisse romande.

Grâce à cette offre, la moyenne d'âge des hôtes du week-end a considérablement chuté à Alpha-Palmeri.

Des offres similaires sont annoncées dans d'autres villes sur le site www.weekend4two.ch, qui a remporté le prix de la relève lors du Milestone 2010.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un texte en page 8



Les frères Stähli produisent de la mozzarella de bufflone, à Travers, dans le canton de Neuchâtel. Un marché qui se développe.

Plus de deux kilos par habitant, elle devance le Gruyère

Fromage frais. Les Suisses en sont friands. En 2010, ceux-ci représentaient un tiers de la consommation totale de fromage, soit 7,18 kg par habitant sur un total de 21,55 kg. La mozzarella vient en tête des variétés les plus consommées avec 2,47 kg par habitant, devançant nettement le Gruyère AOC (1,70 kg). La mozzarella a même renforcé sa position sur le marché avec une hausse de la consommation de 5,1%. Sa production totale, réalisée en majorité à base de lait de vache, s'est élevée à 18819 tonnes (+9,6% par rapport à 2009).



Les ménages et les restaurants italiens aiment la mozzarella.

mises en valeur par Suisse Tourisme. Approvisionnée par le lait de quelque 200 bufflonnes de la région, elle fabrique divers produits laitiers dont la mozzarella.

La consommation devrait encore prendre l'ascenseur

La consommation de mozzarella, toutes variétés confondues, devrait encore augmenter en Suisse ces prochaines années. Certains producteurs misent sur cette tendance à l'image de Serge André, fromager à Romanel-sur-Morges (VD), qui s'est lancé dans la fabrication de la mozzarella de lait de vache pour diversifier ses revenus. Daniel Stähli croit avant tout au développement du marché de la mozzarella de bufflone. «Le public commence à découvrir ses qualités. Son utilisation tend aussi à s'étendre dans les pizzerias», affirme-t-il.

On rappellera, par ailleurs, que la mozzarella produite en Italie avait fait parler d'elle en mars 2008. Certains lots avaient contenu des traces de dioxine. Quelques mois plus tard, ce sont 11 000 tonnes de fromage périmé italien qui avaient été découvertes. Ces événements n'avaient pas eu de conséquences notables pour la Suisse.

La mozzarella, la préférée des Suisses

Fromage frais, la mozzarella est bien présente sur le marché helvétique. C'est «la vraie» – celle produite à base de lait de bufflone – qui a les faveurs des gourmets.

MIROSLAW HALABA

Elle rappelle l'Italie. Le Sud, plus précisément. La Campanie, le Latium, les Pouilles ou encore le Basilicate. On la trouve sous la forme de perles, de boules, de barres ou râpée. Elle a conquis la Suisse. Ses habitants en consomment plus de deux kilos par an, bien plus que le Gruyère AOC. La mozzarella, puisque c'est d'elle

qu'il s'agit, occupe une place de choix sur les tables des ménages helvétiques et des restaurants italiens où elle sert principalement d'ingrédient pour les pizzas et les entrées.

Un produit dont la consistance se désagrège très vite

Ce n'est pourtant pas d'Italie que vient l'essentiel des quantités consommées en Suisse. Trois quarts de la consommation seraient, en effet, produites dans notre pays. «La mozzarella est un produit frais dont la consistance se désagrège très vite. Elle n'est pas destinée à être un produit d'exportation», note Georges Wenger, le grand chef du Noirmont (JU).

Deux variétés de ce produit hautement périssable coexistent sans toutefois s'affronter. Les quantités

de mozzarella réalisées à base de lait de vache sont, en effet, nettement supérieures à celles produites, comme cela se faisait à l'origine, à base de lait de bufflone.

Produite de manière artisanale, c'est à la seconde variété que vont les faveurs des gourmets qui apprécient son caractère moelleux et

fondant. Pour Daniel Stähli, en tout cas, la «vraie» mozzarella, c'est celle-là. Avec son frère Georges-Eric, il est l'un des rares producteurs suisses de mozzarella au lait de bufflone.

«Le public commence à découvrir les qualités de la mozzarella bufflone.»

Daniel Stähli
Producteur à Travers

Installé à Travers (NE), il possède un cheptel de 300 têtes. Son exploitation produit par semaine 5000 à 10 000 boules de mozzarella de 125 grammes qui prennent le chemin des grandes surfaces et des restaurants. Aujourd'hui, Georges Wenger n'utilise quasiment plus de mozzarella. Séduit qu'il était par le



Un produit frais très apprécié des consommateurs suisses.

caractère authentique des produits Stähli, il s'était cependant fait un plaisir, un devoir même, de les promouvoir à leurs débuts en les proposant dans son établissement.

Parmi les entreprises qui travaillent dans le même créneau, on citera la fromagerie Schangnau, à Marbach (LU). Ouverte au public, elle est l'une des «perles» touristiques

Pêle-mêle

La Suisse romande sur un pas de danse



Roberto Conciatori/Id

La Fête de la danse reprend ses droits les 14 et 15 mai prochains. Initiée à Zurich en 2006, cette manifestation a désormais pris racine dans vingt-cinq villes et communes de Suisse, dont onze cités romandes (Bienna, Fribourg, Genève, La Chaux-de-Fonds, Lausanne, Meyrin, Moutier, Neuchâtel, Sierre, Vevey et Vicques). Dans les théâtres, les centres culturels et l'espace public, la Fête de la danse propose des spectacles, des performances, des bals populaires, des soirées dansantes et plus de 500 cours de danse pour tous les goûts.

www.fetedeladanse.ch

La Fondation Gianadda s'offre Claude Monet

Après Van Gogh, Gauguin ou Manet, la Fondation Gianadda, à Martigny, épingle un autre nom prestigieux à son palmarès en présentant, du 17 juin au 20 novembre, une septantaine de toiles de Claude Monet, une des figures de proue de l'impressionnisme. Vingt-six tableaux exposés dans la cité octodurienne proviennent du musée Marmottan de Paris, dépositaire de la collection léguée par Michel Monet, fils de l'artiste français.

www.gianadda.ch

Le Jardin Potager veut s'implanter en ville de Nyon

La coopérative Le Jardin Potager cherche à renforcer sa présence à La Côte, indique le quotidien «24 Heures». La société lausannoise ambitionne notamment de lancer sa distribution de paniers à légumes en ville de Nyon, où la demande ne cesse de prendre de l'ampleur. Quelque quatre cents familles profitent actuellement des services du Jardin Potager, proposés depuis 2007 sous la forme d'un abonnement annuel. Les fruits et légumes sont cultivés à Ballens par le maraîcher Gilles Roch, qui est un pionnier de l'agriculture bio en Suisse romande.

La Chaux-de-Fonds fête la musique contemporaine



Swiss-image

Depuis longtemps, La Chaux-de-Fonds se distingue par son offre incomparable en matière de musique contemporaine. Le festival «Les Amplitudes» se consacre à l'œuvre d'un compositeur, cette année l'Anglaise de Berlin Rebecca Saunders. Jusqu'à dimanche, on pourra découvrir sa collection de boîtes à musique, au théâtre ABC. Et entendre la plupart de ses compositions, notamment dimanche à la salle de musique avec l'Orchestre de chambre de Lausanne.

www.lesamplitudes.ch

Vins et fromages: le jeu des alliances

Quel vin se marie à un fromage très doux, lequel à un fromage salé? Barbara Hulsbergen propose quelques rudiments d'accords.

SABRINA GLANZMANN

Barbara Hulsbergen est directrice de la société Die Weinausbildung GmbH, en particulier de la formation de sommelier maître fromager diplômé. Parmi les règles d'or qu'elle recommande pour les mariages vins et fromages, en voici



Les mariages vins et fromages ont leurs règles d'or.

une qui est très utile: plus un fromage est salé, mieux il s'allie à des vins doux. Ainsi le roquefort ou autres fromages à pâte persillée s'accordent parfaitement aux vins liquoreux.

Plus un fromage est crémeux, plus le vin doit être doté d'une belle acidité. Mais: il est aussi possible

qu'un fromage crémeux et très doux accompagne un vin à l'acidité plutôt tendre. «L'acidité prononcée des vins jeunes ne convient pas à un brie de Meaux, crémeux et mûr, ou à des fromages semblables, alors qu'elle s'accorde parfaitement à des fromages frais comme la ricotta», affirme Barbara Hulsbergen.

Vin rouge et fromages à pâte molle: attention aux tanins

Celui qui boit du vin rouge à la place du vin blanc avec des fromages à pâte molle devrait choisir des vins pauvres en tanins, comme le pinot noir ou le merlot.

Sur un plateau de fromages, il faut toujours choisir le vin en fonction du fromage le plus puissant. Et

dresser l'assiette de manière à ce que le fromage le plus doux soit dégusté en premier. Pour cela, le plus simple est de les disposer dans le sens des aiguilles d'une montre, un principe qui a fait ses preuves.

Le régionalisme comme critère d'harmonie

En règle générale, les vins et les fromages d'une même région vont de pair. Par exemple le munster alsacien et le gewürztraminer ou le fromage de chèvre de La Loire et le sancerre ou le pouilly-fumé.

Le vin blanc après le plat principal ne pose pas de problème

Revenir au blanc après le plat principal accompagné de rouge, n'est pas un faux-pas. Il répond

davantage à un besoin de se rafraîchir les sens, nous dit l'experte. «Un vin blanc en point d'orgue d'un menu peut stimuler et requinquer merveilleusement.»

De manière générale, Barbara Hulsbergen prône ceci: «Surtout ne pas devenir trop dogmatique. Manger doit procurer de la joie, ne pas être un frein.»

Et parce que chaque être humain a sa propre perception du goût et de ses nuances et un seuil de tolérance différent à l'égard du sucré, de l'acidité, du salé et de l'amertume, «la meilleure recommandation est de laisser place à la franchise.»

Traduction Françoise Zimmerli sur la base d'un article en page 15

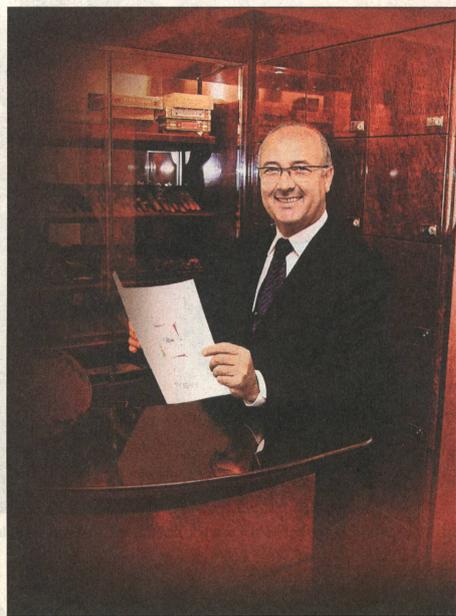


«La Suisse, un pays selon mes rêves: chacun a le droit d'être un individu et personne n'emmerde les autres.»

Nikita Mandryka Bédéaste



Louis Villeneuve en 1981 avec le célèbre chef Fredy Girardet dans la cuisine du restaurant de l'Hôtel de Ville, à Crissier.



Le majordome de Crissier, un Breton de 63 ans à l'humeur joyeuse.

Un seigneur de l'accueil

Le parcours original Louis Villeneuve dirige le service du restaurant de l'Hôtel de Ville de Crissier. Ou quand un fils de paysan devient un des maîtres d'hôtel les plus connus de Suisse.

EUGENIO D'ALESSIO

La restauration! Pouvoir choyer la clientèle à table vêtue comme un ministre. J'avais trouvé là un but à mon existence.» Ce rêve de jeune homme, Louis Villeneuve l'a réalisé au-delà de ses plus folles espérances. Fils de paysan breton, terrien dans l'âme, le sexagénaire à la voix cavernueuse et au verbe coulant comme un ruisseau de montagne endosse depuis 36 ans le costume de directeur de salle du restaurant de l'Hôtel de Ville, à Crissier. Une fonction prestigieuse qui lui a permis de côtoyer deux icônes de la gastronomie suisse, Fredy Girardet et Philippe Rochat. Fort de mille souvenirs, Louis Villeneuve publie aujourd'hui ses mémoires sous la plume de Philippe Gindraux.

Modeste, le Français, qui a entamé sa carrière helvétique en 1966 à l'Alpenrose de Schönried, attribue son parcours d'exception au hasard. «En 1975, je m'apprétais à quitter Lausanne – j'aurais alors au Carlton – pour travailler dans un hôtel monégasque. Or, c'est à ce moment précis que Fredy Girardet m'a proposé de devenir son majordome, un poste pour lequel j'avais postulé deux ans auparavant...»

Evidemment, on ne dirige pas quatre décennies durant le service d'un restaurant mondialement connu sans disposer d'un mental d'acier et d'un physique de marathonnier. «Face à des tâches hyper-exigeantes, le salut passe par un engagement maximum, une vertu qui est en voie de disparition dans



Le découpage du canard, un art que maîtrise Louis Villeneuve.

la branche. Et il faut s'accrocher, savoir encaisser les coups, car dans ce métier, les faiblesses n'ont pas droit de cité», explique Louis Villeneuve. Cette force intérieure, le majordome de Crissier l'a puisée dans le sport, le vélo notamment, qui l'a transformé en «guerrier» selon son expression.

Les principales qualités d'un directeur de salle? Louis Villeneuve cite la discrétion, l'élégance, la diplomatie, «car les situations scabreuses et délicates sont légion».



Louis Villeneuve présente Nixon au chef de cuisine Gérard Cabuscens.



Avec les footballeurs Boniek, Velo et Platini (de g. à dr.).

Et d'ajouter: «Il faut savoir coacher une équipe, donner l'exemple, montrer que l'on est le cheval de tête et que l'on ne craint pas d'aller au front.»

Pour définir la quintessence du métier, le Breton manie la métaphore théâtrale: «A l'instar du comédien qui a l'obligation de connaître son texte et de répéter pour bien interpréter son rôle, tout

employé de restauration se doit d'être préparé, entraîné, imprégné de la carte et porteur d'un savoir gastronomique très large.»

Artistes de renom, sportifs et hommes politiques célèbres, le restaurant de l'Hôtel de Ville a vu défiler un impressionnant cortège de personnalités, de Charlie Chaplin, Jean-Paul Belmondo, Jacques Brel, Dalí, Maurice Béjart à Richard Nixon ou Jean-Pascal Delamuraz. «Le défunt conseiller fédéral était un homme extraordinaire qui se distinguait par sa grande culture, souligne Louis Villeneuve. Quant à l'ancien président américain, il s'est montré d'une grande jovialité lors de son passage à Crissier, serrant la main de tout le monde!»

Face à tant d'honneurs, grande estalation de l'arrogance. Louis Villeneuve, lui, garde la tête froide: «En restant humble, en traitant sur un pied d'égalité les clients célèbres et les clients ordinaires, vous vous rendez service.» Et de poursuivre, philosophe: «Je ne suis pas dupe. Grâce à ma position, j'ai aujourd'hui une foule d'amis, mais le jour où j'arrêterai, combien d'entre eux resteront...»

Philippe Gindraux, Le majordome de Crissier, Ed. Slatkine, 2011

Les gens

Un Français à la tête de Glion Institut de Hautes Etudes



Philippe Attia (photo) vient d'être nommé à la direction générale de l'école hôtelière Glion Institut de Hautes Etudes. Ce Français de 49 ans succédera le 1er juillet à Christian Beek, qui était à la tête de l'institution depuis 2007. Philippe Attia jouit d'une expérience de 22 ans dans le domaine de la gestion hôtelière.



Une nouvelle directrice pour le Théâtre du Casino

Marie-Claire Mermoud Lambelet va prendre la tête du Théâtre du Casino, à Rolle. Formée au Conservatoire de Lausanne, cette Rolloise, qui a été chargée de communication pour le Grand Théâtre de Genève et le Musée de l'Élysée de Lausanne, a fondé en 2008 sa propre société de production de spectacles. Elle aura pour tâche de créer une saison artistique.



Un professionnel de la restauration goûte à la télé-réalité

Julien Colas épaula quatre chômeurs pour le besoin de l'émission de télé-réalité «Le resto, l'espoir d'une nouvelle vie», lancée sur les ondes de TF1 le vendredi 29 avril dernier. Ce Français de 29 ans est bien connu dans le monde de la restauration romande. Il est en effet directeur général du groupe Canonica, qui règne depuis 60 ans sur la restauration de l'Aéroport international de Genève. eda

Les paysannes suisses ont une cheffe jurassienne

Christine Bühler (photo) est la nouvelle présidente de l'Union suisse des paysannes et des femmes rurales (USPF). Elle succède à Ruth Streit, qui avait passé neuf ans à la tête de l'institution. Originnaire de Tavannes, dans le Jura bernois, Christine Bühler gère avec son mari une exploitation agricole. Elle présidait depuis quatre ans la commission politique agricole et relations publiques de l'USPF.



Les saveurs gastronomiques d'un parc naturel seront au menu de Finges

Le premier «Gastro-Trophy» permettra à sept cuisiniers valaisans de proposer un menu en lien avec la nature.

Le parc naturel de Pfin-Finges, en Valais, lance son premier Gastro-Trophy du premier mai au 15 octobre. Sept restaurants s'affronteront pour l'obtention du trophée. Les trois meilleurs participeront à la finale du Gastro Trophy, le 5 décembre. Lors de cette soirée, les brigades de cuisine nominées serviront leur menu à un jury renommé.

Son président Didier de Courten salue ce projet qui permettra de découvrir un parc naturel d'une manière différente: «Les habitudes alimentaires et les coutumes d'un peuple sont toujours intimement liées à la topographie du pays. Dans notre région l'alternance d'austérité et de majesté, qu'offrent nos montagnes et nos vallées se reflètent sur notre gastronomie.» Le jury

sera complété par Met Hiltbrand, cuisinière zurichoise de talent et Pascal Schmutz, révélation de l'année en Suisse alémanique.

Les restaurateurs devront composer le menu du parc avec trois plats. Il devra contenir 80% de produits valaisans, dont 30% de produits régionaux et devra correspondre aux principes du label Fourchette verte. Ils participeront au Gastro-Trophy: Restaurant-Pension Park (Jeizinen), Hôtel-Restaurant Emshorn (Oberems), Restaurant-Camping Bella Tola (Susten), Hôtel-Restaurant-Pizzeria Bayard (Susten), Wellnesshotel Griching & Badnerhof (Loèche-les-Bains), Hotel-Restaurant Flaschen (Albinen), Hotel-Restaurant Vinum (Salgesch). aca

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi de la branche

htrhotelrevue Nr. 18/5. Mai 2011



Hesch gnueg vom Alltagsrott?
Denn chum zu Eus!

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

Der Weg
zum Ziel...

www.hotelleriesuisse.ch/nds
Infos/Anmeldung: Tel. +41 (0)31 370 43 01
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch



htrnews
Newsletter der
htr hotel revue

htr hotelrevue

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung	2
Direktion/Kaderstellen	3-4
Deutsche Schweiz	4-7
Suisse romande	7
Svizzera italiana	7
International/Marché international	-
Stellengesuche/Demandes d'emploi	2
Immobilien	9

Mehr Auslastung

Nur 55 Prozent
Auslastung?
Wunderbar –
da ist Platz für
weitere 45 Prozent!
Wie? Mit Revenue
Management und
einer optimierten
Website.



Fotolia

Revenue Management



ROLAND OTH
GRÜNDER UND INHABER
VON WWW.IGUMBI.COM

Wo fangen Sie an? Kreieren Sie spannende Produkte & Preise! Starten Sie mit einem Rückblick auf Ihre Buchungshistorie. Überdenken Sie kreativ Ihre Basispreisstruktur und recherchieren Sie vergleichbare Hotels in anderen Orten. Erkennen und visualisieren Sie Ihre Nachfragemuster (Wochenmitte, Wochenende, Saisons, Messen & Events). Erkennen Sie die Potenziale für Mehrumsatz bei den Top-Terminen und seien Sie mutig bei den Preisen. Definieren Sie Ihre langfristige Diskontpreise: Für die Perioden, in denen Sie Geschäft stimulieren müssen, legen Sie Produkte & Preise zu recht. Diese bleiben erst mal in der Schublade und werden erst bei Bedarf aktiviert. Somit vermeiden Sie später Panikpreis-Reaktionen. Ihre entwickelte Pricing-Strategie wird hauptsächlich online angewandt:

über die eigene Website mit integriertem Online-Buchungstool. Ihre Preisstruktur bilden Sie auch in den Buchungsplattformen und OTAs ab. Die Realtime-Antworten Ihres Online-Buchungstools sollte auf der hinterlegten Pricing-Logik basieren. Auch Anfragen via Telefon oder E-Mail bedienen sich dieser Logik. Idealerweise sind diese in die Prozesse eingebunden.

Website optimieren

Wenn Ihre Hotelsoftware & Infrastruktur steht, dann machen Sie sich dran, Ihre Website zu optimieren, um mehr Zugriffe und letztendlich mehr Direktbuchungen zu generieren. Die Logik ist einfach – bessere Google-Platzierung durch SEO und Social Media Engagement sind Assets, deren Aufbau sich lohnt. Dafür sollten Sie Mittel in

Ihrem Marketingbudget vorsehen – Sie sparen später ein Vielfaches bei Provisionen. Optimieren Sie die Performance Ihres Salesfunnels. Search Engine Marketing ist sinnvoll, um taktische Preisaktionen durchzuführen, denn die Schaltung kann sehr gezielt gesteuert werden. Ihr Blog, Ihre Facebook-Seite und die Twitter-Posts können Ihre Anstrengungen unterstützen.

Auslastung und RevPAR steigern

Wenn Sie mitten im Tagesgeschäft stehen, ist eine einfache, robuste Logik zum Managen Ihrer Kapazitäten pro Ankunfts-tag sehr wichtig. «Trapped inventories» sollen tunlichst vermieden werden. Die Methode des «Nestings», wie von Fluglinien angewandt, eignet sich besonders gut da

für. So definieren Sie die Zimmeranzahl, die Sie für höherpreisige Reservierungen aufheben wollen. Man arbeitet hier mit «Buckets» oder «Levels», um die Preisschwellen festzulegen. Die tagesaktuelle Verfügbarkeit der höheren Preise kann immer auf die niedrigeren Levels zurückgreifen und Zimmer ausborgen. Die Kapazität, die dem günstigsten Preis zur Verfügung steht, ist limitiert auf die Kapazität des niedrigsten Levels.

Was bringt Revenue Management?

In einem Stadthotel in Österreich konnte die Auslastung von 2010 zu 2011 von 46% auf 72% gesteigert werden, wobei der RevPAR von €34 auf €55 stieg. Revenue Management zahlt sich auch für kleinere Hotels aus.

Weiterbildung aktuell.

Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus, Stufe I
10./11.05.2011, Zürich
16./17.06.2011, Mari
08./09.08.2011, Pfäffikon
20./21.09.2011, Winterthur
10./11.10.2011, Basel
14./15.11.2011, Chur
06./07.12.2011, Gwatt

Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus, Stufe II
23./24.05.2011, Meisterschwanden
18./19.08.2011, Bern
29./30.11.2011, Lenzenerheide
Weitere Kursdaten finden Sie unter: www.quality-our-passion.ch
KOPAS-Ausbildungen
24.08.2011, Basel / 30.11.2011, Gwatt

Ganzheitliche Sicherheit in der Hotellerie 2011
18.10.2011, Hotel Storch, Zürich
Beginn Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, Zyklus 38
19.10.2011
Informationsveranstaltungen
26.05.2011, Hotel Allegro, Bern
24.08.2011, Hotel zum Storch, Zürich

reception@hotelleriesuisse
Modul 1 Persönlichkeit: 3. bis 8. Oktober 2011
Modul 2 Front Desk Skills: E-Learning, Self Learning
Modul 3 Kommunikation: 28. November bis 3. Dezember 2011
Seminarhotel Sempachersee, Nottwil
www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung,
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch, Telefon +41 (0)31 370 43 01



Schweizerische Nationalbibliothek IIR
Bibliothèque nationale suisse BN
Biblioteca nazionale svizzera BN
Biblioteca nazionale svizra BN

Französisch
f. Gastronomie/Hotellerie/Touristik u. Allgemein in SW-Frankreich u. Österreich, Spezial-Anfänger-CRASH-Kurse sowie Intensiv für Fortgeschrittene für Schule, Beruf und Hobby.
Centre DEL - F 73070 CELES s/Belle
eva.gattinger@laposte.net 0033 549279275
simonnet.gilles@laposte.net 0043 756220697

Italienisch in Florenz
Spezialangebot:
2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag, in kleiner Gruppe und Unterbringung in Einzelzimmer, total sFr. 790.-.
1 Woche Tourismus Superintensiv, Gruppe+Einzelunterricht und Unterbringung in Einzelzimmer, total sFr. 900.-.
Scuola Toscana, Via dei Benci 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039 055 244 583
www.scuola-toscana.com

Kaderfrau, 47, in ungekündigter Stelle, mit langjähriger und breiter Berufs- und Führungserfahrung in Gastronomie und Hotellerie, sucht neue Herausforderung als Geschäftsführerin in kleinem Hotel, als Leiterin Gastronomie/Hotellerie in Privatunternehmen oder in anderen, gastroverwandten Führungspositionen. Sprachen: D, E, F, Sp. Raum Zürich, Ostschweiz. Unter Chiffre 13105-6551 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Stellengesuche

Wer gibt mir DIE Chance?
Bin ein aufgeschlossener, junger, interessierter Arbeitnehmer, der eine Arbeitsstelle als
Hilfskraft / Allrounder
im Gastgewerbe, Spital/Heim oder Ähnliches sucht.
Arbeitsort: Burgdorf und Umgebung.
Ich freue mich auf Ihren Anruf: 079 469 84 77.

Gesucht im Raum **Bern-Burgdorf**
Stelle in Hausdienst
20 bis 40 Prozent (Aushilfe).
Telefon 031 859 12 26

KOMPAKTES WEINWISSEN FÜR GASTROPROFIS
DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE
DER WEINBERATER
Mit international anerkanntem Zertifikat WSET® Level 3
WEITERE INFORMATIONEN?
GastroSuisse 8046 Zürich, Tel. 0848 377 111
www.gastrouisse.ch
TERMIN: Start 03.10.11
HERBST- Start 03.10.11
GASTRO_SUISSE

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

hoteljob.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!

Service / Restauration		
Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
stv. Chef de Service	Region Zentralschweiz	J28242
Chef de Service	Region Zentralschweiz	J28542
Servicefachangestellte/r	Region Zentralschweiz	J28278
Service/Gastgeberpersönlichkeit	Region Zentralschweiz	J28488
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Zentralschweiz	J28544
Barkeeper	Region Zentralschweiz	J28243
Chef de brigade	Region Zentralschweiz	J28311
Servicepraktikant/in	Region Zürich	J28563
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J28565
Chef de Service	Region Zürich	J28566
Serviceaushilfe	Region Zürich	J28257
Operative Assistent / -in inkl Duty Management	Region Zürich	J28525
Servicemitarbeiter / -in à la carte	Region Zürich	J28529
Chef de Service	Region Zürich	J28494
Servicefachmitarbeiter/in	Region Zürich	J28302
Servicefachmitarbeiter/in	Region Zürich	J28304
Frühstückservice (50%,w)	Region Zürich	J28593
Demi Chef de Rang (w)	Region Zürich	J28594
Chef de Service Teilzeit	Region Zürich	J28577
Chef de service	Region Zürich	J28540
Restaurantleiter/in	Region Zürich	J28555
Restaurantfachfrau/mann	Region Zürich	J28561
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J28564
Praktikum	Tessin	J28319
Service	Tessin	J28310
Chef de rang	Tessin	J28537
Restaurationsfachfrau	Tessin	J28226
Commis de rang	Tessin	J28224
Chef de rang	Region Freiburg	J28586

Beauty/Wellness/Fitness		
Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Fitnesstrainer 80%	Region Zentralschweiz	J28546

Diverses		
Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebselektriker	Region Basel	J28579
Chef de partie Diätkoch	Region Ostschweiz	J28291
Junge Hospitality Managerin	Region Zentralschweiz	J28480
HR-Bereichsverantwortliche/n	Region Zürich	J28518
Praktikum	Tessin	J28308

Express Stellengesuche					
1	2	3	4	5	6
B1927	Küchenhilfe/Hilfskraft	44	CH	per sofort	D F E
B1788	Catering, Events, Service	41	IT	per sofort	D I
B1939	Chef de rang, Chef d'étage, Kellner	51	ES	per sofort	D F E ES
B1946	Chef de Service/ Betriebsassistent	28	CH	per sofort	D F E
B1923	Empfang, Réception, Reservation	28	CH	per sofort	D F E
B1893	Front Desk Manager, Asst. Hotel Director	52	CH	per sofort	D F E
B1914	Koch	31	BG	per sofort	D RU E BG
B1901	Küchenchef	45	CH	per sofort	D F
B174	Küchenchef, Koch	46	CH	per sofort	D F E ES /P
B1889	Nachtportier	55	ES	per sofort	D F E ES
B1863	Pâtissier / Konditor	55	CH	per sofort	D F E
B1891	Pâtissier / Konditor	31	CH	per sofort	D
B1822	Réceptionist	35	CH	per sofort	D F E
B1813	Réceptionist, Housekeeping, Service Mitarbeiter, Anwascher	32	HU	per sofort	D E HU
B1148	Servicefachangestellte	27	CH	per sofort	D
B1919	Servicefachkraft mit viel Verantwortung	42	DE	per sofort	D E F
B1952	Souschef, Chef Gardemanger	48	DE	per sofort	D E
B1943	Wellness-Therapeutin, Reiki, Energie-Heilung	38	CH	per sofort	D F E

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

Hauswirtschaft		
Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
stv. Teamleiter Hauswirtschaft	Region Basel	J28559
Gruppenleiterin Reinigung	Region Bern	J28524
Leiterin Etage	Region Zentralschweiz	J28543
Siv. Hauswirtschaftsleiter/in	Region Zürich	J28551
Housekeeping-Leiterin	Region Zürich	J28580

Marketing/Verkauf/KV/IT		
Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Director of Sales	Region Bern	J28504
Mitarbeiter/in Sales	Region Zürich	J28553
Marketing & Sales Executive	ganze Schweiz	J28549

Stand per 2. 5. 2011. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.
Weitere Bewerberdossier finden Sie unter www.hoteljob.ch

BELLE ÉPOQUE
HOTEL BAR CAFE RESTAURANT

NACHFOLGER GESUCHT!
Wir möchten bald den Ruhestand geniessen und suchen für unser einzigartiges *****-Jugendstilhotel in der Berner Altstadt mit 17 Zimmern, Restaurant, Bar und Terrasse eine(n)

PÄCHTER/IN

Seriöse und solvente Interessent/-Innen melden sich bitte bei:
juerg.musfeld@belle-epoque.ch
Besuchen Sie uns auf unserer Website:
www.belle-epoque.ch
Absolute Diskretion zugesichert.

Hotel Belle Epoque
Jürg und Bice Musfeld-Brugnoli
Gerechtigkeitsgasse 18, 3011 Bern

Post Hotel Weggis
chill out in style

Hotelcrew sucht Captain m/w
Jetzt bewerben unter www.captain.poho.ch

MENU MORE

KÜCHE IN BEWEGUNG

Die Menu and More AG ist auf die Herstellung und den Vertrieb von Menüs-, Menükomponenten und Konsumprodukten spezialisiert. Die Aktivitäten finden in den vier Geschäftsfeldern School, Care, Business und Gastronomie & Retail statt. Täglich werden für über 300 Kunden bis zu 10'000 Menüs und 2'000 Spezialprodukte gefertigt, konfektioniert sowie ausgeliefert.

Im Zuge der weiteren Wachstumspläne suchen wir per Mitte 2011 oder nach Vereinbarung einen

Mitarbeiter/in Sales für das Geschäftsfeld School (100%)

Aufgaben:

- Erfolgreiche Akquisition von Neukunden im Geschäftsfeld School:
 - Mittagstische in Schulorten von Gemeinden und Privatschulen
 - Mittagstische von Kinderkrippen
- Durchführung von Offertpräsentationen, Probessens und Vertragsgesprächen
- Selbständige und systematische Kundenkontakte (telefonisch / vor Ort)
- Diverse administrative Grundlagenarbeiten (Offerten und Verträge erstellen und laufend weiterentwickeln, Führen von Gesprächsprotokollen mit Kunden, Versand Menüpläne usw.)
- Aktive Mitwirkung in Projekten
- Stellvertretung Leiter Marketing und Verkauf School

Ihr Profil:

- Von Vorteil bringen Sie eine Ausbildung in Gastronomie / Hotellerie mit (z. Bsp. Abschluss einer Schweizer Hotelfachschule)
- Sie verfügen über mehrjährige, erfolgreiche Verkaufserfahrung, vorzugsweise in der Catering-Branche
- Sie sind eine verkaufstarke und kommunikative Persönlichkeit mit gewinnendem, positiven und sicheren Auftreten sowie gepflegtem Erscheinungsbild
- Sie haben eine positive Einstellung zu Kindern und Betreuungsmitarbeitenden
- Sie sind ein Teamplayer mit grosser Affinität zur Selbständigkeit
- Sie verfügen über ein stilsicheres Deutsch in Wort und Schrift und sehr gute PC Kenntnisse (Word, Excel, Powerpoint)
- Sie haben den Führerausweis Kat. B

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung, die Sie bitte an folgende Post- oder Email-Adresse senden:

Menu and More AG
Nadja Giuffredi
Sihlquai 340
8005 Zürich
nadja.giuffredi@menuanmore.ch

Für die Leitung eines **5-Sterne-Hotels** mit rund **120 Zimmern** im Ländereck Tirol, Vorarlberg, Bayern suchen wir eine/n

HOTELDIREKTOR/IN bzw. DIREKTORENPAAR

Unser Klient führt mehrere Ferienhotels der Top-Klasse. Die Betriebe befinden sich an besonders wertvollen Standorten, werden **ganzjährig geführt** und richten sich an ein ausgewähltes internationales Privatklientel.

Wir wenden uns an **erfahrene, führungsstarke** und **«begeisterter Gastgeber»**.

Ihr Augenmerk liegt im persönlichen Gästekontakt. Ihre Stärke liegt in der Motivation eines Teams von ca. 100 Mitarbeitern und in der Teamentwicklung. Sie führen das Haus weitgehend selbständig. Die weiteren Schwerpunkte umfassen die Bereiche Hotelmanagement, Steuerung der Controllingssysteme, Unterstützung und Mitgestaltung des Marketings bzw. Verkaufs.

Ausgewiesene Erfahrung in der Führung eines alpenländischen Ferienhotels der 4-Sterne-Superior- bzw. 5-Sterne-Kategorie wird vorausgesetzt.

Falls Sie eine derartige Herausforderung interessiert, freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung. Wir sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

ETB – Edinger Tourismusberatung GmbH
z.H. Mag. Silvia Krabichler
Kaufmannstrasse 58 • A-6020 Innsbruck
Tel.: +43 (0)512 344 231
s.krabichler@etb.co.at • www.etb.co.at



Bei uns fangen Sie ganz oben an.

Hoch über Zürich, in den beiden obersten Stockwerken des stadtbekanntesten Prime Tower, eröffnen wir Ende Jahr einen aussergewöhnlichen Gastronomiebetrieb mit Restaurant, Bistro-Bar, Lounge und Conference Center.

Dafür suchen wir per Oktober 2011 folgende engagierte KadermitarbeiterInnen, welche unsere Gäste verwöhnen und begeistern können:

- Sous-Chef
- Manager Restaurant
- Manager Bistro-Bar
- Manager Lounge
- Manager Sales & Administration
- Manager Guest Relations
- Betriebsassistent

IN DIESER FUNKTION führen Sie ein Team und bringen Ihre berufliche Erfahrung und Ihre Leidenschaft für Gastronomie ein. Sie bieten erstklassige Dienstleistungen und schaffen es, Ihre Gäste immer wieder aufs Neue zu überraschen. Sie übernehmen gerne Verantwortung und behalten die Übersicht auch in einer hektischen Eröffnungsphase.

WIR BIETEN Ihnen interessante Perspektiven. Neben der herrlichen Aussicht erwartet Sie ein attraktiver Arbeitsplatz mit grosser Gestaltungsfreiheit und einem Arbeitgeber, der ebenso wie Sie den Willen zum nachhaltigen Erfolg hat.

PS. Zur Komplettierung des gesamten Teams werden wir in den nächsten Wochen auch die Rekrutierung für alle Mitarbeiterpositionen in Küche, Service und Guest Relations starten. Bewerbungen sind herzlich willkommen.

IHRE BEWERBUNGSUNTERLAGEN
senden Sie bitte elektronisch inklusiv Foto an:
jobs@clouds.ch

www.clouds.ch

WALDHOTEL DAVOS

«Es gab ein Essen und Trinken, ganz ausser der Zeit.»

THOMAS MANN – ZAUBERBERG



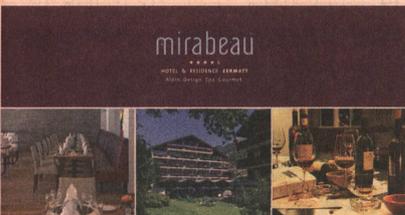
Hoch über den Dächern von Davos. Man ist ganz oben. Trotzdem bieten sich selbst hier noch manche Aufstiegschancen. Zum Beispiel im Gourmet-Restaurant des legendären Waldhotels Davos als neuer

KÜCHENCHEF GOURMETRESTAURANT MANN UND CO.

AB 1. JUNI 2011 ODER NACH VEREINBARUNG

Sie sind ambitioniert und darum hoch motiviert. Ein kreativer Kopf, der mit seiner aussergewöhnlichen Kochkunst die Gäste überraschen und überzeugen kann. Sie haben eine eigene Handschrift und Lust, eine persönliche Note in unsere Speisekarte zu bringen. Ausserdem sind Sie flexibel, verfügen möglicherweise bereits über GaultMillau-Erfahrung und sind gewillt, den bereits bestehenden Standard (15 Punkte) zu halten und zu verbessern. Sie sind ein echter Leader und darum auch ein versierter Teamplayer, der sein kleines Team fördern und zu Höchstleistungen motivieren kann. Sehen Sie das auch so, dann sehen wir uns vielleicht bald. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Waldhotel Davos Herr Marc Demisch
Buelstrasse 3 CH-7270 Davos Platz
Tel. +41 (0)81 415 15 15 Fax +41 (0)81 415 15 16
marc.demisch@waldhotel-davos.ch



Come work at a magic place!

Für unser 4*^{Superior} Mirabeau Hotel & Residence in Zermatt suchen wir ...

Chef de Service / Restaurantleiter

SIE ...

- » leiten den F&B-Bereich: Restaurant zerMatta, Kamin Bar, Gourmetrestaurant, Le Corbeau D'Or und Josef's Wine Lounge
- » helfen beim Frühstücks- und Abendservice aktiv mit
- » sind verantwortlich für die Einhaltung unserer Qualitätsstandards
- » sorgen mit Ihrer strukturierten Organisation des Teams von 15 Mitarbeitern für einen reibungslosen Ablauf
- » bewerkstelligen die F&B Administration: Tischläufe, Einkauf, Bestellungen, Arbeitspläne, Karten, Functionsheets, Handbücher, Checklisten

WIR ...

- » bieten Ihnen eine Jahresstelle in einem der Top-25 Hotels der Schweiz (Bilanzstratig)
- » ein junges Kaderteam, flexible und enge Zusammenarbeit mit der Familie Julien
- » viel Platz für Entwicklung, Ideen und kontinuierliche Verbesserung
- » angemessene Entlohnung und komfortable Unterbringung im Neubau-Doppelstudio

Anforderungsprofil:

- » Erfahrung in gehobener Gastronomie
- » Gute Sprachkenntnisse (D, E, F)
- » Führungserfahrung und Freude an der Arbeit mit jungen Menschen
- » Adäquates Wein- und Fachwissen
- » Sicheres Auftreten und positive Ausstrahlung, sind engagiert, motiviert und leben den Umgang mit internationalen Gästen

Bewerbung bitte an: A. Julien-Kracht, Direktionsassistentin, anna@hotel-mirabeau.ch

Sepp & Rose Julien - Untere Mattenstr. 12-14 - CH-3920 Zermatt
Tel.: +41 (0) 27 966 26 60 - info@hotel-mirabeau.ch - www.hotel-mirabeau.ch



Erfolg!

Wir sind eine erfolgreiche Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für gastronomische Betriebe in der Deutschschweiz und suchen Sie:

Junge Gastro-Profis m/w
als Geschäftsführer oder Stellvertreter

Sie helfen tatkräftig mit, einen unserer Betriebe erfolgreich zu führen.

Sie sind aufgestellt, frech, dynamisch, verantwortungsbewusst, engagiert und zählen Durchhaltewillen und Durchsetzungsvermögen ebenso zu Ihren Stärken wie das Aufspüren von neuen Trends und das Veranstalten von attraktiven Anlässen.

Für diese Positionen suchen wir Branchen-fachfrauen oder -männer. Der Bereitschaft für frontorientierte Arbeitseinsätze, auch ausserhalb von Bürozeiten, stehen interessante Verdienstmöglichkeiten und tolle Aufstiegschancen gegenüber.

Wer wagt gewinnt! Bitte senden Sie Ihre kompletten Unterlagen mit Foto an:

Roland Högger, BEREST AG
Thannerstrasse 30, 4009 Basel
Tel. 061 228 95 55
r.hoegger@berest.com
www.berest.com

**Franziska Trachsel
Treuhand**

Vertrauen & Klarheit
Bällli 4, 3714 Frutigen
Tel. 033 671 24 24
www.trachsel-treuhand.ch

Im Dorfzentrum von **3713 Reichenbach i.K.** wird das Gebäude «Rest. Kreuz» in ein attraktives Wohn- und Geschäftshaus umgebaut. Auf Mitte / Ende Sept. 2011 ergibt sich die Gelegenheit, das ehemalige Restaurant Kreuz mit dem Betrieb **eines Bistros oder eines Café-Restaurants (evtl. mit Vinothek) zu neuem Leben zu erwecken.**

Der Charme der alten Räume mit Modernem verbinden, ein Lokal mit dem gewissen Etwas.

Die Räumlichkeiten inkl. einer kleinen Terrasse bieten Platz für ca. 30-50 Gäste.

Sind Sie interessiert, einen eigenen Gastwirtschaftsbetrieb zu führen? Bei der Gestaltung der Räumlichkeiten können Sie Ihre Idee und Ihr Konzept einbringen und mitbestimmen.

Auf Ihre Kontaktaufnahme für ein Gespräch zusammen mit den Eigentümern freuen wir uns.

Der Landgasthof zum Löwen (16 Gault Milla) in Nänikon bei Uster braucht Verstärkung:

Servicefachfrau/-mann 100%, evtl. auch Teilzeit

Mit Lehrabschluss oder Erfahrung in gepflegtem Speiseservice. Sonntag und Montag frei.
Carmen Stalder Tel. 044 942 33 55
www.loewen-naenikon.ch



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

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

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

Hilfskoch/Küchenhilfe
Ihre Hauptaufgabe ist die Zubereitung von einfachen kalten Speisen wie Salate, Sandwiches und Desserts. Zusätzlich sind Sie für die Sauberkeit in der Küche mitverantwortlich.

Fühlen Sie sich durch eine dieser Stellen angesprochen, so erwarten wir gerne Ihre Bewerbung.

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



4**** Hotelbetriebe in Zürich West sucht per sofort:

einen jungen, ambitionierten Küchenchef

Unser Restaurant hat 70 Plätze, auf der Gartenterrasse 80 Plätze. Wir bieten gutbürgerliche und italienische Küche und sind mittags von der lokalen Bevölkerung, abends auch von unseren Hotelgästen gerne besucht.

Sie schaffen es, Ihr kleines Team täglich mit Kreativität und Leidenschaft für das Kochen zu motivieren und unsere Gäste zu verwöhnen und zu überraschen. Sie gestalten gerne ein frisches, saisonales Angebot und sind auch mit Einkauf und Kalkulation vertraut.

Wir bieten Freiraum für Ihre innovativen Ideen an einem spannenden Arbeitsplatz in einem familiären Betrieb. Gerne bieten wir einer engagierten Fachkraft auch den Einstieg als Küchenchef.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung an mohn@senator.ch oder

Hotel Senator
Silvia Mohn
Heinrichstrasse 254/256
8005 Zürich.
www.senator.ch, www.fassbindhotels.com



BAD SCHINZNACH

Die magma Bar & Lounge gehört zur Bad Schinznach AG und liegt inmitten einer wunderschönen Parkanlage. Unser gastronomisches Angebot ergänzt die Thermalbäder, ein 4*-Kurhotel, eine Privatklinik mit Therapiezentrum sowie einen Kurzlochhofplatz.

In unser aufgestelltes und motiviertes Bar-Team suchen wir Sie als

Teamleiter/in Bar

Sie schätzen die Arbeit in unserer wunderschönen magma Bar & Lounge und sind Gastgeber durch und durch. Dank Ihren erstklassigen Umgangformen finden Sie sich in jeder Situation bestens zurecht. Sie sind eine dynamische Persönlichkeit, die es ausgezeichnet versteht Abläufe effizient sowie wirtschaftlich zu organisieren und haben die Geschäfte bestens im Griff. Sie motivieren Ihr kleines Team zu Höchstleistungen und gehen mit bestem Beispiel voran.

Idealerweise verfügen Sie über eine gastronomische Grundausbildung, einen Barfachkurs und vor allem haben Sie bereits erfolgreich eine Bar im gehobenen Stil geführt. Sie sprechen fließend Deutsch und Ihr Auftreten ist jederzeit zuvorkommend und gepflegt.

Wir sind ein qualitätsorientiertes und erfolgreiches Unternehmen, das Ihnen anspruchsvolle Aufgaben sowie interessante Anstellungsbedingungen bietet. Sie haben am Sonntag und Montag frei und mögen lange Sommerferien.

Zögern Sie nicht und senden Sie uns noch heute Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Wir freuen uns auf Sie!

BAD SCHINZNACH AG
Brigitte Bartholet, Personalabteilung
Postfach 67
5116 Schinznach-Bad
056 463 77 15/10
info.personal@bs-ag.ch

www.bad-schinznach.ch



Rote Wüste – Ayers Rock – Strände – Krokodile – Freiheit und Abenteuer

Zur Führung unseres erfolgreichen Restaurants in Winterthur suchen wir per 1. Juli 2011 oder nach Vereinbarung eine/n einsetzungsfreudige/n und belastbare/n

Geschäftsführer/in

Ihre Aufgabe ist es, diesen boomenden Betrieb erfolgreich weiter zu führen und mit aussergewöhnlichen Food, Aussie Cocktails und verrückten Ideen unseren Gästen den Outback-Virus zu übertragen und nach Downunder zu entführen. Dazu braucht es eine/n Gastgeber/in aus Leidenschaft, welcher dem „Aussie way of life“ viele gute Seiten abgewinnt.

Ihr Idealalter liegt zwischen 26 und 39 Jahren und Sie bringen eine gastgewerbliche Aus- und Weiterbildung mit der entsprechenden Führungserfahrung mit. Sie sind in der Lage den Betrieb im Rahmen des bestehenden Konzeptes aktiv und kreativ zu lenken. Als Allrounder/in stehen Sie am Herd sowie im Restaurant und an der Bar Ihre/n Mann/Frau. Eine sympathische und positive Ausstrahlung ist Ihnen eigen und Sie besitzen ein ausgesprochenes Qualitätsdenken. Ein junges, motiviertes und gut eingespieltes Team wartet auf Sie.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann zögern Sie nicht und senden Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:

Downunder Company AG, Michael Schibili, Industriestrasse, 25, 8604 Volketswil
Tel. 044/826 02 30 / michael.schibili@outback-lodge.ch www.outback-lodge.ch

Gasthof Krone, im Zentrum von Adliswil

Neue PächterIn für gut erschlossenes Restaurant mit kleiner Aussen Terrasse und eigenen Parkplätzen gesucht. Der Betrieb verfügt über 515 m² Betriebsfläche mit 120 Sitzplätzen (Restaurant 60, Bar/Lounge 20, Saal 40 im 1. OG). Das Lokal und die Küche präsentieren sich in bestem Zustand.

Die Eigentümer-Familie sucht eine langfristige Lösung. Die neuen Pächter können ein eigenes Betriebskonzept umsetzen oder eines gemeinsam mit der Eigentümerin realisieren. Herzblut, Engagement und die Fähigkeit, die Krone langfristig zu führen sowie dem Riegelhaus eine Seele zu geben und sie zu einem lokalen/regionalen Anziehungspunkt zu machen, sind bei der Auswahl ausschlaggebend.

InteressentInnen senden bitte ihr vollständiges Dossier inkl. Foto an Peter Herzog unter peter.herzog@hc-ag.ch.



Servicemitarbeiter/in (Teilzeit)



Die Migros Luzern wird ab Sommer 2011 exklusiver Caterer sämtlicher Gastronomie-Dienstleistungen für alle Veranstaltungen in der neuen swissporarena. Rund 800 VIP-Gäste lassen sich an den Fussballspielen durch den Catering Services verwöhnen.

Für die Bedienung der VIP-Gäste an den Fussballspielen und/oder an Bankettanlässen suchen wir kundenorientierte und selbstständige Persönlichkeiten als

Servicemitarbeiter/in swissporarena (Teilzeit)

Ihr Aufgabengebiet

Sie sind verantwortlich für die professionelle Bedienung und Betreuung unserer Catering-Kunden an den Fussballspielen und/oder an Bankettanlässen.

Unsere Anforderungen

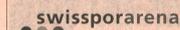
- Sie verfügen über gute Servicekenntnisse, idealerweise mit Berufserfahrung im Bankettbereich
- Im Umgang mit VIP-Kunden sind Sie vertraut und zeigen ein team- und kundenorientiertes Verhalten
- Sie sind jung sowie dynamisch und haben ein gepflegtes Erscheinungsbild
- Ebenso zeichnen Sie Zuverlässigkeit, Belastbarkeit und eine saubere Arbeitsweise aus
- Sie verfügen über sehr gute Deutschkenntnisse
- Zudem sind Sie zeitlich flexibel einsetzbar. Im Bereich der Logen verpflichten Sie sich, an allen Fussballspielen des FC Luzern tätig zu sein.

Wir bieten

Wir bieten eine abwechslungsreiche und interessante Stelle in einem fortschrittlichen Unternehmen in der Zentralschweiz.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann erwarten wir gerne Ihre vollständige Online-Bewerbung (inkl. Foto) unter www.migros.ch/jobs

Genossenschaft Migros Luzern
Sarah Gisler



SAASTAL

Stolze Viertausender, Gletscher zum Anfassen, stahlblauer Himmel, Auto-freiheit: das ist das Saas Fee. Inmitten der höchsten Berge der Schweizer Alpen liegt Saas Fee in einem verträumten Talkessel und wurde wieder zum «BEST SKIRESORT EUROPAS» bezüglich Schneesicherheit ausgezeichnet. 13 Viertausender umrahmen das Gletscherdorf und geben ihm den unverwechselbaren Namen «Perle der Alpen». Das HOTEL DOM im Zentrum ist ein ***Sterne-Haus der besonderen Art und ist das ortsälteste Hotel, eröffnet anno 1881. Es sucht ab dem Sommer 2011 oder nach Vereinbarung eine

begeisterungsfähige Persönlichkeit als Gastgeber

Diese vielfältige Aufgabe beinhaltet:

- Führung, Organisation und Sicherstellung eines optimalen Betriebsablaufes
- Kontinuierliche Verbesserungen aller Ablaufprozesse für den Hotelbetrieb
- Neupositionierung des gesamten Gastronomieangebotes im Restaurant und Hotel
- Umsetzung des gemeinsam erarbeiteten Betriebskonzeptes und Erreichung der jährlich festgelegten Ziele
- Planung, Festlegung und Umsetzung der Yieldmanagement-Strategie
- Interpretation und die Analyse der jeweiligen Ergebnisse sowie Einleiten von geeigneten Massnahmen
- Gastgeberrolle wahrnehmen und Pflegen sowie Betreuen unserer Gäste im Restaurant und Hotel
- Verantwortung für die Qualitäts- und Neupositionierung im gesamten Hotel

Zudem spielt die Zusammenarbeit mit internationalen Touroperator eine grosse Rolle und mittelfristig ist die Weiterentwicklung mit einer klaren Positionierung des Hotels von einem 3-Stern- zu einem 4-Stern-Haus beabsichtigt sowie eine Inplace-Bar mit Entertainment, Sport, Action, Snowboard, Shop und Bar.

Sie verfügen über eine solide Aus- und Weiterbildung in der Hotellerie (US oder NDS HF hotellerie suisse) oder über eine vergleichbare Ausbildung, sowie einen Leistungsnachweis in der mehrjährigen und erfolgreichen Führung eines ähnlichen Betriebes.

Sie haben die Fähigkeit, sich in verschiedenen Themen rasch zurechtzufinden, besitzen Fachwissen und Fachautorität, haben Sozialkompetenz, Empathie und Durchsetzungsvermögen. Als engagierte Gastgeberpersönlichkeit mit Herzblut für diese Rolle, Ihren unternehmerischen Fähigkeiten sowie Ihrer Führungserfahrung, lieben Sie es, Ihre Gäste zu verwöhnen. Ihre Mitarbeitenden spornen Sie mit Ihrer natürlichen Art täglich zu Höchstleistungen an.

Nebst Deutsch als Hauptsprache werden sehr gute Kenntnisse in Französisch und Englisch erwartet (weitere Sprachkenntnisse erwünscht). Das Inserat richtet sich auch gerne an Paare, die sich dieser interessanten Aufgabe annehmen möchten.

Sind Sie begeistert und motiviert, dann senden Sie Ihre Unterlagen per Mail an: Hotel Dom Saas Fee AG, z.H. Auguste Supersaxo, Postfach 27, 3906 Saas Fee, supersaxo.auguste@bluewin.ch



Hotel Seeburg Luzern

In the Sign of Times

Lifestyle und Romantik am Vierwaldstättersee.
Lust ab sofort neue Wege zu gehen? Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung

SEMINAR- & BANKETTKOORDINATOR/IN 40% befristet bis Ende April 2012
...dem/der das Wohl unserer Gäste am Herzen liegt

IHR AUFGABENGEBIET IST SEHR VIELFÄLTIG UND UMFASST FOLGENDE PUNKTE

Koordination und Verkauf sämtlicher Räumlichkeiten für Events. Führen jeglicher Korrespondenz inkl. Ausarbeitung der Checklisten. Seminar- & Bankettbesprechungen. Betreuung der Veranstaltungen tagsüber.

FOLGENDE ANFORDERUNGEN ERFÜLLT UNSER WUNSCHKANDIDAT
Praxisnahe Küchen- und/oder Service-Erfahrung mit ausgeprägten Kenntnissen der jeweiligen Abläufe sowie eine kaufmännische Aus-/Weiterbildung. Sehr gute administrative Fähigkeiten und Kenntnisse. Beherrschen der wichtigsten Office-Tools. Kultivierte, angepasste Ausdrucksweise. Grosses Verantwortungsbewusstsein.

Sind Sie es gewohnt, exakt und sorgfältig zu arbeiten und das vernetzte, koordinative Denken bei der täglichen Arbeit einzusetzen? Mit Ihrer gewinnenden, engagierten und positiven Art fühlen Sie sich immer wieder motiviert, Dienstleistungen auf hohem Niveau zu erbringen – dann sind Sie die richtige Person für uns.

Wir freuen uns auf qualifizierte Kandidaten, die mit uns gemeinsam die Atmosphäre der Seeburg prägen wollen.
Lea Nauer, Leiterin Seminar- und Bankettkoordination, freut sich auf Ihre vollständige Bewerbung per Post oder Mail.

Hotel Seeburg Luzern, Seeburgstrasse 53-61, 6006 Luzern
Mail: nauer@hotelseeburg.ch, Tel. 041 375 55 55, Fax: 041 375 55 50



HERSCHAFTSGÄSTLICH IN MALANS

Haben Sie Freude und Spass an einem tollen Umfeld?

Dann suchen wir Sie zur Verstärkung unseres stark expandierenden Restaurants / Hotels+

Servicemitarbeiterin
und
Koch

Katja Wolf und Tieni Theus
Restaurant / Hotel Weiss Kreuz
Dorfplatz 1
7208 Malans
Telefon 081 322 81 61
info@weisskreuzmalans.ch
www.weisskreuzmalans.ch



Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir in unser **Fischspezialitätenrestaurant am Zürichsee** mit angegliedertem Cateringbetrieb fachkundigen und motivierten

Chef de Partie/Koch

Haben Sie Freude am Beruf und lieben Sie die selbstständige Arbeit in einem gepflegten Betrieb mit verschiedenen gastronomischen Auszeichnungen?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen per Post oder E-Mail an

Fredi Bloch
Restaurant Seeli
Seestrasse 189
8806 Bäch am Zürichsee
info@see.li / www.see.li
Tel. 044 784 03 07
Sonntag Ruhetag



Wir brauchen mehr flinke Hände, fröhliche Gesichter und kreative Verkaufstalente, um unseren Gästen weiterhin den Service zu bieten, welchen sie von uns gewohnt sind.

Unser junges Team freut sich auf ein(e)
Servicemitarbeiter(in)

mit mehrjähriger Berufserfahrung im Service (Servicelehre von Vorteil), hohem Qualitätsbewusstsein und viel Begeisterung für Kaffee und Wein. Vollezeitstelle, Eintritt im Mai/Juni 2011.

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an: **Markus Mani**
mani's coffee & wine bar
Panoramastrasse 1A, 3600 Thun

Info: www.manis.ch
Sie haben noch Fragen?
Rufen Sie an. 033 / 221 60 65

JUNGFRAU LODGE
SWISS MOUNTAIN HOTEL

Grindelwald

Für unser 3-Sterne-Hotel mit 90 Betten in Grindelwald suchen wir ab sofort oder nach Übereinkunft folgende/n Mitarbeiter/in:

Réceptionist/in
Mit Berufserfahrung und Sprachkenntnissen D, F, E in Wort und Schrift
Anfänger wird gerne angelernt

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto freut sich:
Jungfrau Lodge, Renata Märkle, Postfach 70, 3818 Grindelwald
Info@jungfraulodge.ch



SCHWEIZERHOF
BERN

WERDEN SIE TEIL EINES FÜHRENDEN EXKLUSIVEN HOTELS DER SCHWEIZ!

Das Traditions- und Wellnesshaus Schweizerhof Bern hat im April 2011 in neuem Glanz seine Pforten eröffnet. Zur Ergänzung unseres Eröffnungsteams suchen wir Sie als dynamische, flexible, einsatzfreudige und leidenschaftliche Persönlichkeit (m/w). Mit Ihrer Erfahrung können Sie zum Erfolg des Hotels Schweizerhof Bern beitragen.

Folgende Stellen sind per sofort oder nach Vereinbarung zu besetzen:

MARKETING

Sales Manager

HOUSEKEEPING

Etagenmitarbeiter
Portier

F&B SERVICE/KÜCHE

Gastgeber Jack's Brasserie
Assistant Manager Lobby-Lounge-Bar
Chef de Rang
Chef de Partie
Commis de Cuisine
Commis Patissier

FRONT OFFICE

Chasseur/Doorman

Für alle Stellen setzen wir gute Deutschkenntnisse sowie Erfahrung in der gehobenen Gastronomie / Hotellerie voraus.

Wenn Sie an einer dieser anspruchsvollen und herausfordernden Position interessiert sind, erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an untenstehende Adresse.

Für Fragen stehen Ihnen Frau Franziska Büschlen oder Frau Mirjam Thomann, Human Resources, gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Schweizerhof Bern – Human Resources – Bahnhofplatz 11 – 3001 Bern – Tel. 031 326 80 88
hr@schweizerhof-bern.ch – www.schweizerhof-bern.ch

Bocken:

Unser stilvolles und aussergewöhnliches Seminar- und Eventhotel hat eine auf vier Häuser verteilte einmalige Ambiance. Es verfügt über 40 Hotelzimmer und 14 Seminarräume sowie eine Eventhalle für 200 Personen. Das Hotel, im Besitz einer Schweizer Grossbank, liegt inmitten von einzigartigen Kunstwerken eingebettet in der Natur und doch in Stadtnähe. Unsere anspruchsvollen Gäste geniessen internationale Gerichte mit saisonalen Akzenten sowie den Charme und die Professionalität unserer Mitarbeiter.

Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir ab sofort eine/n Mitarbeiter/in für die

Administration 50-60% Personalwesen und Buchhaltung

Sie sind zuständig für die gesamte Administration des Personalwesens von A-Z eines dezentralen Betriebes mit 70 Mitarbeitern in Zusammenarbeit mit dem Hauptsitz. Die monatliche Eingabe im SAP der Absenzen und Stundenmeldungen sowie die administrativen Aufgaben beim Ein- und Austritt der Mitarbeiter gehören zu Ihren Hauptaufgaben. Ausserdem unterstützen Sie die Buchhaltung bei ihren Aufgaben der Debitoren- und Kreditorenkontrolle sowie beim Monatsabschluss. Gleichzeitig übernehmen Sie diverse Aufgaben in Zusammenarbeit mit der Direktion in den Bereichen Einkauf Non-Food und Controlling.

Wir bieten

- hohe Eigenständigkeit
- spannendes und herausforderndes Umfeld
- strukturierte Betriebsabläufe

Sie bieten

- Erfahrung im Personalwesen und Buchhaltung
- stilsicheres Deutsch (mündlich und schriftlich) sind Voraussetzung
- Kenntnisse im Gastgewerbe sind von Vorteil
- analytisches und vernetztes Denkvermögen sowie gute Auffassungsgabe
- Verantwortungsbewusstsein
- Flexibilität bei den Arbeitszeiten/Tagen

Haben wir Sie neugierig gemacht?

Dann freut sich Herr Stephan Schué auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Seminarhotel Bocken
Stephan Schué, Hotel Manager
Bockenweg 4, 8810 Horgen
stephan.schue@bocken.ch
www.bocken.ch

managed by SV

Bergrestaurant Tignas
1600 m ü. M.



Wir suchen für die Sommersaison 2011 in ein kleines und junges Team

Koch (m/w)

Service-Mitarbeiter/in (40-60%)

Mitarbeiter-Unterkünfte stehen in Savognin zur Verfügung. Hin- und Rückfahrt ist gewährleistet.

Bei gegenseitigem Interesse können wir Ihnen auch für die Wintersaison eine Stelle bieten.

Wir freuen uns auf Ihren Kontakt

Bergrestaurant Tignas
Christoph und Rosmarie Burri
Postfach
CH-7460 Savognin

Tel. 081 684 21 27
E-Mail tignas@savogninbergbahnen.ch



BLUE CITY HOTEL

Für unser 4* design & lifestyle-Hotel mitten in Baden AG suchen wir nach Vereinbarung:

Direktionsassistent – Front Office Manager (m/w)

Stellenantritt:
Mitte Juni 2011 oder nach Vereinbarung.

Aufgabenbereich:
Funktion als Front Office Manager, Betreuung der internationalen Gäste, Stellvertretungsfunktion des Direktors, allgemeine administrative Aufgaben.

Anforderungen:
Mehrjährige Erfahrung im Front Office, umfangreiche Kenntnisse der Branchensoftware prorel, abgeschlossene Ausbildung im Hotelgewerbe wünschenswert. Sprachen: D/E in Wort und Schrift. Leistungsbereitschaft und Verantwortungsbewusstsein.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns, Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Lebenslauf, Zeugnissen und einem Bild zu erhalten.

Blue City Hotel AG, André Leimgruber, Haselstrasse 17, 5400 Baden, Tel. 056 200 18 18 / E-Mail: a.leimgruber@bluecityhotel.ch / www.bluecityhotel.ch

Weiterbildungsangebote
www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

hoteljob.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!



Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Geschäftsführerassistenz	Region Bern	J28229
stv. Betriebsleitung	Region Bern	J28465
Betriebsleitung	Region Graubünden	J28268
Assistant to Management	Region Zürich	J28519
Geschäftsführer/in	Region Zürich	J28493
Betriebsleiter	Region Waadt / Unterwallis	J28464

Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Réceptionist/in	Region Basel	J28298
Réceptionist/in	Region Basel	J28296
Réceptionistin	Region Bern	J28511
Réceptionistin	Region Bern	J28237
Réceptionistin	Region Bern	J28234
Empfangsmitarbeiterin	Region Bern	J28233
Empfangsmitarbeiterin 60%	Region Bern	J28506
Réceptionist/in	Region Bern	J28277
Réceptionist	Region Bern	J28523
Leiter/in Reservation	Region Bern	J28510
Assistant Rooms Division Manager	Region Graubünden	J28468
Rezeptionist/in	Region Graubünden	J28261
Rezeptionist/in	Region Graubünden	J28533
Anfangsrezeptionist/in	Region Graubünden	J28262
Reservationsmitarbeiter/in	Region Oberwallis	J28574
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J28535
Chef de reception Junior	Region Zentralschweiz	J28536
Chef de reception	Region Zentralschweiz	J28575
Rezeptionist/in	Region Zentralschweiz	J28585
Réceptionist/in	Region Zürich	J28255
Front Office Manager/in	Region Zürich	J28287
Réceptionistin/Restaurantempfang	Region Zürich	J28489
Mitarbeiterin Empfang/Reception	Region Zürich	J28552
Nacht-Concièrge 40-100%	ganze Schweiz	J28583
Praktikum	Tessin	J28317

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Pâtissier mit Gourmet-Erfahrung	Region Basel	J28301
Koch/in	Region Basel	J28513
Chef de partie	Region Basel	J28300
Chef Pâtissier	Region Basel	J28299
Commis de cuisine	Region Bern	J28258
Pâtissier	Region Bern	J28590
Commis de cuisine	Region Bern	J28576
Chef de partie Tournant	Region Bern	J28241
Commis Pâtissier	Region Bern	J28239
Koch für asiatische Küche	Region Bern	J28568
Koch	Region Bern	J28571
Commis Pâtissier	Region Bern	J28570
Chef de partie	Region Bern	J28238
Koch für temporären Einsatz	Region Bern	J28496
Jungkoch	Region Bern	J28230
Jungkoch	Region Bern	J28501
Diätkoch	Region Bern	J28502
Koch für temporären Einsatz	Region Bern	J28503
Chef de partie	Region Bern	J28505
Chef Tournant	Region Bern	J28508
Koch 50% für den Mittagsservice	Region Bern	J28514
Konditor-Confiseur	Region Bern	J28516
Koch	Region Bern	J28528
Demi-chef de partie	Region Bern	J28259
Koch für temporäre Einsätze	Region Bern	J28267
Chinesischer Koch	Region Bern	J28270
Commis de cuisine / Commis pâtissier	Region Graubünden	J28463
Küchenchef/in	Region Graubünden	J28592
Demi-chef pâtissier	Region Graubünden	J28470
Commis pâtissier	Region Graubünden	J28469
Jungkoch	Region Mittelland (SO,AG)	J28539
Teamleader Food	Region Mittelland (SO,AG)	J28520
Sous-chef	Region Mittelland (SO,AG)	J28475
Garde Manger/Pâtissier	Region Mittelland (SO,AG)	J28490
Demi-chef de partie	Region Mittelland (SO,AG)	J28314
Commis de Cuisine	Region Mittelland (SO,AG)	J28595
Commis de cuisine	Region Mittelland (SO,AG)	J28313
Commis de cuisine	Region Oberwallis	J28227
Commis de cuisine	Region Oberwallis	J28573
Chef de Partie	Region Oberwallis	J28285

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Asiatischen Koch oder Hilfskoch	Region Ostschweiz	J28295
Chef de partie / Sous-Chef	Region Ostschweiz	J28288
Chef de partie Gardemanger	Region Ostschweiz	J28292
Hilfskoch oder Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J28247
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J28594
Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J28315
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J28316
Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J28586
Sous-chef	Region Zürich	J28497
Chef de partie bis August	Region Zürich	J28562
Chef de partie	Region Zürich	J28477
Chef de Partie	Region Zürich	J28244
Chef de Partie temporär	Region Zürich	J28245
Koch temporär	Region Zürich	J28256
Chef de partie/Gardemanger	Region Zürich	J28478
Commis pâtissier	Region Zürich	J28481
Pâtissier	Region Zürich	J28550
Kochprofi	Region Zürich	J28284
Asia Koch	Region Zürich	J28530
Koch GM und Michelin Stern	Region Zürich	J28321
Sous-chef	Region Zürich	J28492
Pâtissier / Tournant	Region Zürich	J28532
Commis de Cuisine	Region Zürich	J28578
Chef de Partie	Region Zürich	J28591
Chef de Partie	ganze Schweiz	J28548
Commis de cuisine	ganze Schweiz	J28547
Koch / Köchin	ganze Schweiz	J28582
Chef de partie - England - Region Dorset	International	J28534
Chef pâtissier - England - Region Dorset	International	J28472
Chef de partie	Tessin	J28225

F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de rang	Region Basel	J28473
Eventverantwortlicher operativ	Region Bern	J28526
Leiter Bankette & Catering	Region Bern	J28240
Operativer Mitarbeiter im Meeting & Event	Region Ostschweiz	J28263
Chef de Bar	Region Zürich	J28495
Chef de Partie	Region Zürich	J28567
Barmaid	Region Zürich	J28541
Betriebsassistent/in	Region Zürich	J28554

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
stv. Chef de Service	Region Basel	J28269
Servicefachangestellte/n	Region Basel	J28297
Serviceangestellte/in	Region Basel	J28500
Chef de rang	Region Bern	J28228
Sefa / Kellner	Region Bern	J28589
Servicefachangestellte	Region Bern	J28557
Serviceangestellte	Region Bern	J28556
Assistant Manager	Region Bern	J28569
Gastgeber	Region Bern	J28474
Shiftleader Service	Region Bern	J28476
Restaurantfachmann/-frau	Region Bern	J28498
Teamleiter Service	Region Bern	J28499
Leiter Gastronomie und Catering	Region Bern	J28507
Restaurantleiter/in	Region Bern	J28509
Serviceangestellte/in Frühstück 40%	Region Bern	J28512
Servicefachangestellte	Region Bern	J28517
Chef de service	Region Bern	J28521
Serviceangestellte	Region Bern	J28265
Serviceangestellte	Region Bern	J28266
Restaurantfachmann/-frau	Region Bern	J28235
Restaurantleiter	Region Bern	J28236
Barmaid	Region Graubünden	J28246
Chef de rang	Region Graubünden	J28471
Restaurationsfachmann	Region Mittelland (SO,AG)	J28587
Chef de service/w	Region Mittelland (SO,AG)	J28320
Servicefachfrau	Region Mittelland (SO,AG)	J28479
Service- /Restaurationsfachfrau	Region Mittelland (SO,AG)	J28491
Restaurantfachmann	Region Mittelland (SO,AG)	J28515
Restaurationsfachfrau/mann (MI-SO)	Region Mittelland (SO,AG)	J28531
Chef de service	Region Oberwallis	J28312
Servicefachangestellte/r	Region Ostschweiz	J28294
Pächter	Region Ostschweiz	J28558
Koch	Region Ostschweiz	J28293

hotel
restaurant
catering

www.randstad.ch

Zürich, Tel. 058 201 45 30
oerlikon@ch.randstad.com

Bern, Tel. 058 201 42 00
bern@ch.randstad.com

Basel, Tel. 058 201 41 00
basel@ch.randstad.com

Genève, Tel. 058 201 49 00
geneve@ch.randstad.com

Lausanne, Tel. 058 201 48 00
lausanne@ch.randstad.com

Jobs à la carte

Das Stadt-Casino Basel – DAS Konzert- und Veranstaltungshaus im Herzen von Basel – sucht per 1. Juli 2011 oder nach Vereinbarung eine/n

Direktionsassistenten/-in (100%)

Das vielfältige Aufgabengebiet in einem kleinen Team umfasst unter anderem:

- Telefonische Kundenbetreuung
- Korrespondenz, selbständig und nach Stichworten
- Vorbereitung und Betreuung von Anlässen
- Saal- und Personaldisposition
- Vertrags- und Rechnungswesen
- Diverse Büroarbeiten

Wir erwarten:

- Engagierte, zuverlässige und selbständige Persönlichkeit
- Kontaktfreudig und dienstleistungsorientiert
- Kaufmännische Ausbildung und effizienter Umgang mit MS Office
- Sprachkenntnisse in D, F, E
- Interesse am kulturellen Geschehen rund um Basel
- Bereitschaft zu unregelmässigen Arbeitszeiten

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Casino-Gesellschaft Basel
Direktion, Steinenberg 14, 4051 Basel, info@stadtcasino.ch

hotelleriesuisse, l'association des entrepreneurs de l'hôtellerie suisse, défend, aux côtés de ses 3'200 membres, un secteur suisse de l'hébergement et de l'hôtellerie axé sur la qualité et tourné vers l'avenir.

Première publication spécialisée dans les domaines de l'hôtellerie, de la gastronomie et du tourisme, l'htr hotel revue possède également le plus grand marché de l'emploi de la branche. En tant qu'éditeur de cet hebdomadaire spécialisé bilingue, nous recherchons, à partir du 1er juillet 2011, une personne motivée et engagée, pour occuper, dans nos locaux à Berne, le poste de

Rédacteur/trice (70 – 80%)

Vos tâches

- Organisation des sujets pour le Cahier français
- Négociations avec les journalistes indépendants, distribution des mandats et contrôle
- Recherche et rédaction d'articles propres
- Production de la partie française
- Préparation et développement de sujets liés au tourisme

Votre profil

- Journaliste et producteur/trice expérimenté(e)
- Idéalement, expérience dans la direction rédactionnelle
- Langue maternelle: française; bonnes connaissances orales de la langue allemande
- Disposition à occuper le poste de chef de service pendant ses congés et donc à le remplacer à 100% en son absence

Vous êtes intéressé(e)?

Pour toute information complémentaire, merci de contacter Elsbeth Hobmeier, rédactrice en chef, par téléphone au 031 370 42 38 ou par e-mail à l'adresse elsbeth.hobmeier@htr.ch.

Nous nous réjouissons de recevoir votre candidature écrite.

hotelleriesuisse
Valérie Gerber
Collaboratrice ressources humaines
Mombijoustrasse 130
Postfach, 3001 Berne
valerie.gerber@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch

Sie sind unser Gewinn!

Verkaufsassistent F&B (m/w) 100%

In dieser abwechslungsreichen Position sind Sie verantwortlich für die administrativen Aufgaben rund um die Organisation von Anlässen und vertreten die Grand Casino Luzern Gruppe erfolgreich während Anlässen an der Front. Sie sind kommunikationsgewandt und besitzen ein ausgesprochenes Organisationsflair.

Interessiert? Detaillierte Informationen finden Sie unter www.grandcasinoluzern.ch

Ihre vollständige Bewerbung senden Sie bitte an: Grand Casino Luzern AG – Personalabteilung – Haldenstrasse 6 – Postfach – 6002 Luzern

www.grandcasinoluzern.ch

Suisse romande

AUBERGE DU CHÂTEAU A NYON
8 PLACE DU CHÂTEAU
1260 NYON

NOUS CHERCHONS POUR ENTRE DE SUITE

**SERVEURS OU SERVEUSES QUALIFIES
EN CHEF DE CUISINE
AVEC CONNAISSANCES DE LA CUISINE
GASTRO ITALIEN
EN PIZZAIOLO EXPERIMENTER**

CONTACTER PAR TÉLÉPHONE
PAGLIUCA ANTONIO
TEL. 079 401 14 68

Svizzera italiana

Ristoranti Fred Feldpausch

Die Ristoranti Fred Feldpausch betreiben im Locarnese die Restaurants Osteria Nostrana, Grotto Broggin und Sensi. Sie sind Pâtissier aus Leidenschaft und suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine neue Herausforderung.

Pâtissier (m/w)

Mit Ihren hochstehenden Qualitätsansprüchen produzieren Sie das gesamte Dessertangebot aller drei Restaurant. Ihr Arbeitsort ist im Grotto Broggin in Losone.

Idealerweise haben Sie eine Berufsausbildung als Pâtissier oder als Bäcker-Konditor absolviert. Haben wir Sie „gluschtig“ gemacht? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

Senden Sie Ihre Unterlagen an:
Ristoranti Fred Feldpausch SA, Administration
Bea Rivaroli, Via Varenna 20, 6600 Locarno.
Mail: brivaroli@ristoranti-ff.ch
Betreff: Pâtissier

CNP
Centre neuchâtelois de psychiatrie

Établissement autonome de droit public cantonal, le Centre neuchâtelois de psychiatrie (CNP) a pour but de conduire, en collaboration avec les institutions partenaires, la politique sanitaire publique dans le domaine de la prise en charge des patients souffrant de problèmes de santé psychique.

Pour ses sites de Préfargier et Perreux (psychiatrie hospitalière et résidentielle), la direction des finances et infrastructures du CNP recherche un

chef hôtelier*

(Taux d'activité: 100 %)

Les activités et compétences requises, de même que la description de fonction sont à consulter sur notre site internet www.cnp.ch

Entrée en fonction: à convenir

Délai de postulation: 13 mai 2011

Conditions d'engagement: classification selon la CCT Santé 21

Renseignements: M. Mme Maria Biundo Mazzola, directrice des finances et des infrastructures, tél. 032 755 07 55. La description de fonction complète peut être consultée sur notre site www.cnp.ch

* Toute désignation de personne ou de fonction s'entend indifféremment au masculin et au féminin.

Stellenvermittlungen

Gastro Express

Die führende Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

News aus Gastronomie,
Hotellerie und Tourismus

www.baizer.ch

Ristoranti Fred Feldpausch

Die Ristoranti Fred Feldpausch betreiben im Locarnese die Restaurants Osteria Nostrana, Grotto Broggin und Sensi. Sie sind Pâtissier aus Leidenschaft und suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine neue Herausforderung.

Pâtissier (m/w)

Mit Ihren hochstehenden Qualitätsansprüchen produzieren Sie das gesamte Dessertangebot aller drei Restaurant. Ihr Arbeitsort ist im Grotto Broggin in Losone.

Idealerweise haben Sie eine Berufsausbildung als Pâtissier oder als Bäcker-Konditor absolviert. Haben wir Sie „gluschtig“ gemacht? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

Senden Sie Ihre Unterlagen an:
Ristoranti Fred Feldpausch SA, Administration
Bea Rivaroli, Via Varenna 20, 6600 Locarno.
Mail: brivaroli@ristoranti-ff.ch
Betreff: Pâtissier

PARKHOTEL
DELTA
ASCONA

Wählen Sie jetzt Ihre neue Arbeitsstelle am Lago Maggiore!

Wir sind ein 5-Sterne-Hotel am Lago Maggiore. Unser Hotel gehört zu den besten Ferienhotels im Tessin.

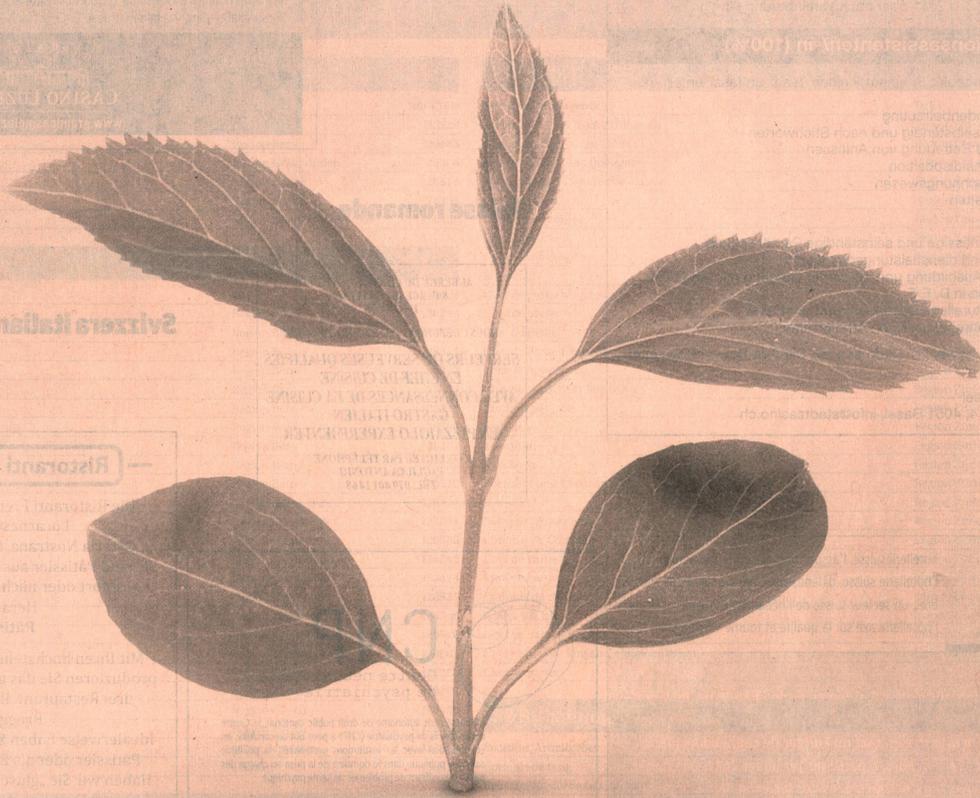
Zur Verstärkung unseres jungen, kollegialen und motivierten Teams suchen wir hervorragende und herzliche Mitarbeiter. Wenn Sie Engagement und Freude am Beruf mitbringen, bewerben Sie sich bitte bei uns. Wir suchen noch ab sofort oder nach Vereinbarung:

2. Chef de Réception (w/m) in Jahresstelle
Ihre Stärken liegen im sicheren und korrekten Umgang mit anspruchsvollen Gästen, in der Organisation eines Tagesablaufes an der Réception, in der Unterstützung des Chef de Réception sowie in der Führung eines eingespielten Teams. Sie sprechen Deutsch, Italienisch und evtl. Englisch sehr gut. Bringen eine min. 3-jährige Berufserfahrung und sehr gute PC-Anwenderkenntnisse MS Office sowie Hotelsoftware Protel mit.

ein Chef de rang von Ende Mai bis Ende Oktober bringen eine gute Berufserfahrung und viel Begeisterung mit und sprechen Italienisch, Deutsch und evtl. Englisch sehr gut.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Curriculum Vitae und Foto:

Parkhotel Delta, Irene Rianda, Human Resources
Via Delta 137-141, 6612 Ascona
Tel. 091 785 77 85 / Fax: 091 785 77 27
E-Mail: risorse@parkhoteldelta.ch
Internet: www.parkhoteldelta.ch



GROSSES BEGINNT MIT EINEM INSERAT.

Sehen Sie, was aus dem Sprössling wird, und gewinnen Sie Einkaufsgutscheine von Coop City im Gesamtwert von CHF 130000.-

- 1. Laden Sie die kostenlose iPhone-App «Kooaba Paperboy» herunter.**
- 2. Fotografieren Sie den Sprössling mit der «Kooaba Paperboy»-App.**

Alternativteilnahme: www.das-kann-nur-ein-inserat.ch/sproessling

Das kann nur ein Inserat.

Interaktivität ist nur einer der vielen Vorzüge von Inseraten, beworben von Manuel Rohrer von der Werbeagentur Contexta. Eine Aktion der Schweizer Presse in Zusammenarbeit mit dem Kreativnachwuchs der Schweizer Werbeagenturen. www.schweizerpresse.ch



SCHWEIZER PRESSE
PRESSE SUISSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
seit 35 Jahren

Wir sind die Drehscheibe für die
Vermietung-Verkauf von Hotels u.
Restaurants und die Spezialisten
für bessere Betriebsergebnisse

Wir erarbeiten vorgängig eine kosten-
lose Betriebsanalyse und Offerte

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055 410 15 57 - Fax 055 410 41 06
hesser@bluewin.ch

10301-5504



Gemeinde Stäfa

In Stäfa am Zürichsee
ist per 1. März 2012 die

Wirtschaft zur Alten Krone

zu vermieten.

Das historische und unter Denkmalschutz stehende Goethe-
Haus verfügt über folgende Gasträume:

- Restaurant mit Kreuzgewölbe unterteilt in
Kronenkeller ca. 30 Plätze
Cheminéeraum ca. 10 Plätze
Itzschner-Stube ca. 30 Plätze
- zwei Säle im Obergeschoss
Heinrich-Meyer-Saal ca. 60 Plätze
Goethe-Saal ca. 30 Plätze
- Gartenrestaurant ca. 60 Plätze

Im selben Gebäude kann auf Wunsch eine 4-Zimmer-Wirtwoh-
nung dazugemietet werden.

Für diesen Betrieb suchen wir erfahrene und innovative Gastro-
nomen. Einen ersten Einblick können Sie virtuell auf der Home-
page www.altekrone.ch gewinnen.

Fragen sowie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, unter
Beilage eines Betriebskonzepts und eines Businessplans für die
Wirtschaft Alte Krone, richten Sie bitte an:

Aebersold & Partner
Hanspeter Aebersold, Wehntalerstrasse 251, 8046 Zürich
Telefon 044 371 71 20, E-Mail: h.aebersold@apartner.ch

10710-8002

Zu verkaufen an der Lenk im Simmental

Gastwirtschaftsbetrieb

An einmaliger Lage direkt bei attraktiven
Wasserfällen, verkaufen wir aus
Altersgründen einen gut laufenden Betrieb.
Gemütliche Restauration in verschiedenen
Räumlichkeiten und sonniger Terrasse.
Hotelzimmer, Massenzimmer und grosser
eigener Parkplatz. Gute Zufahrt Sommer
und Winter, zudem Buszubringer das
ganze Jahr. Besichtigung, Verkaufspreis
und Übernahme auf Anfrage!

Hans-Ueli Hähler 3775 Lenk
Tel. 033 733 18 40 www.haehlen.ch

10711-8002

Zu verkaufen in Herzogenbuchsee

heimeliges Restaurant im Dorf Kern

total 150 Sitzplätze und Terrasse.
Grosse Wirtwohnung, nur 780 000.-.
Telefon 079 425 29 05

10308-6002

Zu verkaufen (evtl. zu vermieten) auf Cardada, dem Hausberg
von Locarno, mit atemberaubender Aussicht auf den Lago
Maggiore und die umliegenden Berge

Bergrestaurant / Pension Colmanicchio
mitsamt Inventar

Typisches Bergrestaurant mit 50 SP
1. Stock und Mansarde, total 14 Betten, Toilette auf der Etage
Terrasse mit Seeblick 70 SP
Gesamthaft 1899 m², überbaut 257 m²
+ kleiner Aussenanbau

Verkaufspreis CHF 790'000.-

Interessenten wenden sich bitte an
Cardada Impianti Turistici SA, Herr Gb. Vetterli
Tel. 079 346 87 70 gbvetterli@cardada.ch

10703-6017

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.

Eine Dienstleistung von hotellerieuisse.



IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

**htr hotel revue - stellen revue / marché de l'emploi
- immobilier / 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 Hobmeier
Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König
Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger
Anzeigen-Innendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo Costa, Patricia Nobis Wyss, Alain Hännli

E-Mail: inserate@htr.ch / Homepage: www.htr.ch
Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi: www.hoteljob.ch

Anzeigentarif (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/quadr CHF 2.10
- Stellenangebote / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadr CHF 2.10
- Kadernabrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadr CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellenangebote / 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/quadr CHF 2.10
1 Gz bis spätestens Freitag vor Erscheinen - zusätzliche Gz werden mit je CHF 30.- verrechnet.

Termine

	Nr. 19/2011	Nr. 20/2011	Nr. 21/2011	Nr. 22/2011
- Ausgabe / Numéro	12. 5. 2011	19. 5. 2011	26. 5. 2011	Mi 1. 6. 2011
- Erscheint / Parution	12. 5. 2011	19. 5. 2011	26. 5. 2011	Fr 27. 5. 2011/9:00 Uhr
- Anzeigenschluss / Délai	9. 5. 2011	16. 5. 2011	23. 5. 2011	

Anzeigenschluss / Délai **Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr** **Liegenschaften- Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr**

Doppelnummern / Numéros couplés
Nr. 27/28 / 7. 7. 2011 Nr. 29/30 / 21. 7. 2011 Nr. 51/52 / 22. 12. 2011

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage WEMF-beglaubigt 2010 / tirage contrôlés REMF 2010: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 9814 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 467 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.

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 18 / 5. Mai 2011

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

htr hotel revue

Hygiene

Die neuen Leitlinien verschaffen einen Überblick und helfen, die Minimalanforderungen praxisgerecht umzusetzen.



Fotolia

Hygiene-Leitlinien



DAVID STIRNIMANN
PROJEKTLIEFERANT RECHTSDIENST
HOTELLERIESUISSE

«Gute Hygienepraxis», «Gute Herstellungspraxis» oder «Gute Verfahrenspraxis» werden in der Hotellerie von jeher angestrebt. Was diese Schlagwörter jedoch genau bedeuten, wissen die wenigsten: Die Minimalanforderungen sind in 3 Gesetzen, über 30 Verordnungen, in HACCP-Leitlinien und weiteren Publikationen verankert und werden durch ISO- und andere Normen ergänzt. Dass dabei der Überblick leicht verloren gehen kann, ist nachvollziehbar.

Gemeinsames Vorgehen

hotelleriesuisse entwickelte gemeinsam mit anderen Branchenverbänden und unter aktiver Beteiligung zahlreicher Praktikerrinnen und Praktiker die Leitlinie «Gute Verfahrenspraxis im Gastgewerbe GVG». Mit dieser Leitlinie aus der Praxis für die Praxis

setzt das Schweizer Gastgewerbe ein starkes Zeichen bezüglich Qualität im Hygienebereich und Mindeststandards. Durch die Genehmigung des Bundesamts für Gesundheit (voraussichtlich Juli 2011) erhält die Leitlinie einen verbindlichen Charakter. Sie erhöht die Rechtssicherheit in der ganzen Schweiz, sowohl für den einzelnen Betrieb als auch für den kantonalen Vollzug. Die Leitlinie wird zur unverzichtbaren Grundlage, den Betrieb rechtskonform zu führen und die Selbstkontrolle betriebspezifisch umzusetzen. Sie ist übersichtlich aufgebaut und trägt den Bedürfnissen verschiedener Betriebstypen Rechnung.

Selbstkontrolle

Herzstück der neuen Leitlinie ist die Selbstkontrolle. Die Umsetzung der Selbst-

kontrolle und der Umfang der Dokumentation richten sich nach der Betriebsgröße. Das bringt wesentliche Erleichterungen für die Klein- und Kleinstbetriebe. Die für alle Betriebe geltenden Bestimmungen sind in die Bereiche Organisation, Personenhygiene, Infrastruktur, Produktion und Deklaration gegliedert.

Zusammenarbeit mit Partner

Für die Umsetzung der Leitlinie konnte hotelleriesuisse mit Diversey Consulting einen ausgewiesenen Partner gewinnen. Auf der Grundlage der Leitlinie wird gemeinsam ein Konzept erarbeitet, welches als Umsetzungshilfe im Hotelbetrieb angewendet werden kann. Entsprechende Informationsveranstaltungen, Schulungs-

angebote und die Durchführung von Quick-Checks in den Hotelbetrieben werden regional nach Inkraftsetzung der Leitlinie durchgeführt.

Weiterentwicklung

Die Leitlinie bleibt nicht in Stein gemeißelt, sondern muss und wird sich der Entwicklung der Gesetzgebung anpassen. Auch die Erfahrungen aus den Betrieben werden berücksichtigt. Im Sinne einer lernenden Organisation wollen die Verbände zusammen mit den Betrieben die Leitlinie weiterentwickeln zum Wohl der Gäste und der Branche. Die Leitlinie inkl. deren Umsetzungshilfen erscheint in den drei Landessprachen und wird den Mitgliedern von hotelleriesuisse nach deren definitiven Genehmigung gratis zur Verfügung gestellt.

★ WWW.SWISSHOTELFILMAWARD.CH

stars & hotels
Swiss Hotel Film Award