

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2009)
Heft: 15

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

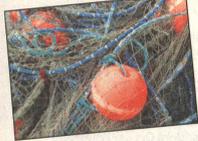
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 02.08.2025

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



Fisch

Auch auf das Netz kommt es an: Welche Fische darf man wo noch bedenkenlos geniessen? **Seite 13 bis 15**

Zug

Mit dem neuen Hotel City Garden soll die Stadt Zug dringend benötigte zusätzliche Hotelzimmer erhalten. **Seite 2**

San Bernardino

Im kleinen Bündner Skort droht zwei von vier Hotels die Schliessung – wegen Konkurs der Betreiberfirma. **Seite 4**

Ferientag

«Quantität lässt sich zählen, die Qualität zählt.»

Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf **Seite 3, 6, 19, 24**



Q + Mensch = Qualität

Alle sprechen von Qualität. Viele tun auch etwas dafür und setzen in ihrem Betrieb ein Qualitätsprogramm um.

CHRISTINE KÜNZLER

Hotels und Gastronomen machen mit dem Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus der Stufen I bis III grundsätzlich gute Erfahrungen. Dies zeigt eine Umfrage. Manchmal braucht der Massnahmenkatalog jedoch Korrekturen, so auch im seit 18 Monaten ISO-zertifizierten «Hof Weissbad» im Appenzel. Direktor Christian Lienhard sagt: «Ich beobachte, dass dabei die Innovation auf der Strecke bleibt.» Deshalb will er die Standards nun anpassen.

Der Weg zur ISO-Zertifizierung und damit zum Q III ist nicht ganz einfach. Vorurteile beim Personal müssen abgebaut werden. Der

«Schweizerhof» in St. Moritz hat den Prozess bald geschafft: Am 14. und 15. April testet der Zertifizierer, ob die Hoteldirektorin Yvonne Urban Scherer und ihr Team ihre Hausaufgaben gemacht haben.

Einen immer höheren Stellenwert im Hotel kommt der Ökologie zu. An Zertifizierungsmöglichkeiten mangelt es nicht. Die umfassendste Variante ist der «Steinbock», der ursprünglich für Bündner Betriebe entwickelt worden ist. 13 Schweizer Betriebe haben dieses Label. Neu ist das System «Swiss Climate»: Es basiert auf der internationalen Norm ISO 14064. Im Zentrum steht dort die Reduktion der Treibhausgas-Emissionen.

Qualität ermöglicht dem Unternehmer, seine Mitkonkurrenten zu überflügeln. Das Qualitätsmanagementsystem allein genügt dafür jedoch nicht. «Eine der besten Investitionen ist jene in die Mitarbeitenden», sagt Chris Brügger, ehemaliger Hoteltester bei Richey. «Die Art und Auswahl an Dienstleistungen und damit verbunden der Faktor Mensch» sind für ihn ausschlaggebend für herausragende Qualität. **Seite 7 bis 11**

Kommentar

Fisch essen ohne Bedenken? Die Biozucht macht es möglich.



RENATE DUBACH

Die Tatsachen zum Fischkonsum: 54 000 Tonnen Fische importiert die Schweiz jährlich, 3000 Tonnen stammen aus inländischen Gewässern. Das ergibt einen jährlichen Fischkonsum von 7 Kilogramm pro Person. Man rechnet damit, dass die weltweite Nachfrage nach Fisch jährlich um 1,5 Prozent steigt. Der Bereich der noch wenig erschlossenen Fischbestände liegt bei erschreckend tiefen drei Prozent. Der grosse Rest ist erschlossen, überfischt, erschöpft oder in der Erholungsphase. So weit, so schlecht.

«Ein Koch muss wissen, wo und wie der Fisch aufgewachsen ist, den er auf die Karte nimmt.»

Es gibt leider keine Märchenfee, die helfen kann. Aber es gibt Unternehmen, die Fische nach strengen Regeln fangen oder züchten. Mehrere Labels geben Auskunft über Produktion und Herkunft von Fischprodukten. Und es gibt Bio-Zuchtanlagen, welche die Kriterien für eine umweltgerechte, nachhaltige Fischhaltung erfüllen. Schön wäre, wenn es noch mehr solche Anlagen in unserem Land gäbe. Nicht riesige Zuchtfabriken, in denen Fische gemästet und auf zweifelhafte Art getötet werden.

Wie auch immer: Ein Küchenchef oder Koch muss nicht nur wissen, wie er einen Fisch zubereitet und wie dieser schmeckt. Er muss auch wissen, wo und wie der Fisch aufgewachsen ist, den er auf seine Menükarte schreibt. Der Gast muss ihm uneingeschränkt vertrauen können. Wer gerne Fische und Meeresfrüchte als nicht alltägliche Delikatessen geniessen will, soll dies weiterhin bedenkenlos tun dürfen. **Seite 13 bis 15**

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



Glattalbahn

Erste Bilanz fällt mehrheitlich positiv aus

Die Glattalbahn verbindet seit Dezember den Flughafen Kloten mit der Zürcher City. Ein Dutzend Hotels liegt an der neuen Tramlinie. Entsprechend positiv sind die Reaktionen der Hoteliers und Gäste. Der Erfolg der neuen Verbindung führt auch dazu, dass das Novotel in Opfikon den hoteleigenen Airport-Shuttle Ende Juni einstellen wird. Das benachbarte Renaissance Hotel tat dies bereits im vergangenen Dezember. Neben der grundsätzlich positiven Beurteilung wird aber auch Kritik laut. Etwa dass die Automaten kein Euro-Kleingeld, keine Euro-Noten und nur beschränkt Geldscheine in Franken akzeptieren. **Seite 4**

Grand Resort Bad Ragaz

Es tut sich was in Bad Ragaz: Das grösste Spa der Schweiz

Morgen Freitag wird in Bad Ragaz eine wichtige Etappe gefeiert: Das Grand Hotel Hof Ragaz präsentiert sich als rundum erneuertes, komplett renoviertes Fünfsternehotel mitsamt «to B.»-Wellbeing & Spa-Bereich. Mit der Eröffnung von fünf neuen Balancing & Harmonising-Suiten ist die Umgestaltung des «Leading Spa of the World» abgeschlossen, das mit seinen 5500 Quadratmetern das grösste Spa der Schweiz darstellt. Aussergewöhnlich ist auch das mit Swarovski-Kristallen verzierte Kräuterdampfbad. Im neuen Restaurant «Namun» wird original thailändische und chinesische Küche serviert.



Eines der neuen Zimmer im Grand Hotel Hof Ragaz.

«Es war der schwierigste Umbau meines Lebens», sagt Peter Tschirch, CEO und Vorsitzender der Geschäftsleitung des Grand Resorts Bad Ragaz. Unter seiner Ägide wurden stolze 160 Millionen Franken verbaut – ein guter Teil davon ging in die neue Tamina-Therme, welche als Meisterstück am 12. Juni eröffnet wird.

Für den Ansturm auf dieses Thermen-«Zugpferd» rüsten sich auch kleinere Hotels in Bad Ragaz: So eröffnete das Dreisternehaus «Rössli» vor zehn Tagen 17 geräumige, kostengünstige und architektonisch überragend gestaltete Zimmer. **Seite 5 und 17**



Alain D. Borliat

MIRELA – die Backoffice-Gesamtlösung von MIRUS und HOTELA.

MIRELA

www.mirela.ch

Aus der Region

Berner Oberland

Beteiligung an Mystery Park verkauft



Ihre Beteiligung an der New Inspiration AG, welche den **Mystery Park** vorübergehend wieder eröffnen will, hat die Casino Kursaal Interlaken AG verkauft. Das Aktienpaket von 1 Mio. Franken wurde laut «Berner Oberländer» zum Nominalwert an die GBU Generalbau Unternehmung AG in Unterseen – VR-Präsident Oskar Kursaal – verkauft. Die Casino Kursaal Interlaken AG ist aber nach wie vor daran interessiert, Restauration und Catering im Park zu übernehmen. **dst**

Solbad Sigriswil hat Angebot erweitert



Diese Woche eröffnete das **Solbad Hotel Sigriswil** über dem Thunersee seinen für 7,5 Mio. Franken erstellten Hotel-Neubau mit Angebotserweiterung im Hotel-Hauptgebäude. Das Bauprogramm des zu den Hauenstein Hotels & Restaurants gehörenden Viersternebetriebs umfasst u.a. den Neubau des Seminar-Panoramahauses, den Ausbau der Saunalandschaft und die Anpassung der Gästezimmer im Hotel-Hauptgebäude an den Zimmerstandard des Neubaus. **dst**

Neue Betten für Zug

Anfang 2010 wird die **Parkhotel Zug AG** in **Zug das Hotel City Garden** mit 82 Zimmern und Suiten eröffnen. Es ist für die 4-Sterne-Superior-Klasse ausgestattet.



So soll Zugs neues Garden City Hotel einst aussehen.

Ulrich Bollmann, VR-Präsident Parkhotel Zug AG, wies beim Spatenstich darauf hin, dass zum einen das Gesamtangebot an Hotelzimmern und Apartments im Drei- und Viersternebereich in der Stadt Zug in absehbarer Zeit um ein Drittel auf knapp 410 Einheiten steigen wird. «Zum zweiten», so Bollmann, «setzen wir aber auch einen quartierbezogenen Akzent. Mit dem frequenzstarken Schmuckstück, das hier entstehen wird, schaffen wir einen neuen und positiven Anziehungspunkt.»

Zusammen mit den 19 Serviced Apartments, die bereits im nächsten Juni in Betrieb genommen werden, wird die Parkhotel Zug AG später über 211 Einheiten verfügen und damit die heutige Kapazität annähernd verdoppeln.

«Zug fehlten Hotelzimmer für Grossveranstaltungen»

Gianni Bomio, Generalsekretär der Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Zug, würdigte beim Spatenstich des Neubaus die Bedeutung eines zusätzlichen Business-

Hotels für den Wirtschaftsplatz Zug. Attraktiv für Business-Kunden wie für Besucher von Wochenend-Grossveranstaltungen soll das neue Haus werden. Für Hoteldirektor Stefan Gareis eröffnet sich «mit City Garden» erstmals die Möglichkeit, in Zusammenarbeit mit Zug Tourismus, mit dem Theater-Casino Zug oder mit dem Lorzenaal in Cham auch Grossveranstaltungen anzunehmen, die in der Vergangenheit immer wieder abgelehnt werden mussten, weil in Zug ganz einfach die notwendigen

Hotelzimmer fehlten.» Das neue Hotel wird über 82 klimatisierte Superior-Zimmer und Junior-Suiten verfügen, die in einem frischen Design die Kriterien der 4-Sterne-Superior-Klassifizierung von hotelexperts erfüllen sollen.

Moderne Materialien suchen Einklang mit der Umgebung

«Im «City Garden», so Stefan Gareis, «wird es aber nicht nur Hotelzimmer geben, sondern auch ein gastronomisches Highlight mit einem innovativen Food-Konzept und einer exquisiten Gestaltung.»

Für Mathias Müller, Partner des Architekturbüros EM2N, bestand die Herausforderung darin, «keine indifferente Kiste mit einer öden Hotelarchitektur zu kreieren, sondern ein Gebäude zu entwerfen, das sowohl im Inneren wie auch im Äusseren etwas Einzigartiges, die Umgebung Aufwertendes abstrahlt.» Das Resultat ist eine mit Chromstahlplatten verkleidete,

plastische Fassade, sowie zum Beispiel rhythmisierte Gänge im Inneren und grosszügige Zimmerfenster.

Gestalterische Ambitionen an sensiblen Ort am Waldrand

«Im Inneren», so Mathias Müller, «setzen wir auf warme, rohe Materialien wie Holz und Beton und setzen Farben nur ganz zurückhaltend ein. Die Atmosphäre soll entspannt sein und Hotel- wie Restaurant-Gäste aus Zug zum Verweilen einladen.»

«Das frequenzstarke Schmuckstück schafft einen Anziehungspunkt für Zug.»

Stefan Gareis
Direktor Parkhotel und City Garden

In konstruktiver Hinsicht wurde aufgrund der vorgegebenen kurzen Planungs- und Bauzeit eine Holzbauteilweise gewählt, die es erlaubt, den Bau ohne Präzisionseinbußen rasch und effizient zu errichten.

Insgesamt sei, so Mathias Müller, ein gestalterisch äusserst ambitioniertes Gebäude entstanden, das versuche, den sensiblen Ort am Waldrand bestmöglich aufzuwerten.

Februar-Bilanz: Rückgang aus den wichtigsten Herkunftsländern

Minus 62 000 Logiernächte von Gästen aus UK, minus 45 000 aus Deutschland, Ausland-Nachfrage verliert 10%.

Gemäss provisorischen Ergebnissen des BFS verzeichnete die Hotellerie in der Schweiz im Februar 2009 insgesamt 3,2 Mio. Logiernächte; gegenüber Februar 2008 eine Abnahme von 9,6%. Die Binnennachfrage ging um 8,9% (-136 000) zurück, die ausländische Nachfrage um 10% (-204 000). Allerdings zählte im 2009 der Februar 28 Tage. Im Schaltjahr 2008 waren es 29. Von Januar bis Februar 2009 lag die kumulierte Zahl der Logiernächte bei 6,1 Mio. Dies entspricht im Vergleich zur Vorjahresperiode

einer Abnahme von 7,3% (-478 000).

Im Februar 2009 hatte das Vereinigte Königreich mit einem Minus von 62 000 Logiernächten (-21%) die stärkste absolute Abnahme im Vergleich zum Februar 2008. Es folgt Deutschland mit einem Rückgang von 45 000 (-8,1%). US-Gäste verbrachten 17 000 Logiernächte weniger (-20%) in der Schweiz, Gästen aus Italien -9700 (-9,7%). Zunahmen der Logiernächte wurden bei den logischen Gästen (+3000 / +2,9%) verzeichnet. **kjv**

Mehr Gäste, weniger Flüge

Gäste aus Singapur besuchern der Schweiz einen Mini-Boom. Trotzdem werden Flugverbindungen gestrichen.

ANDREAS GÜNTERT

In den ersten beiden Monaten 2009 sorgte ein Herkunftsmarkt für «good news» in der Tourismus-Statistik: Aus Singapur resultierte ein Logiernächte-Plus von 34,6%. Schon 2008 steigerten Gäste aus dem asiatischen Stadtstaat die Schweizer Logiernächte von

62 000 auf 88 000. Zwar rangierte Singapur 2008 «nur» an 37. Stelle aller 61 Herkunftsländer; bei der prozentualen Steigerung spielt ein gewisser Basiseffekt. Trotzdem: kein anderer Markt wuchs im Januar und Februar 2009 so stark. Trotzdem werden Flugverbindungen abgebaut. Von bis kürzlich 14 wöchentlichen Nonstop-Verbindungen zwischen Singapur und Zürich reduziert Singapore Airlines ausser in der Hochsaison (Ostern, Juli, August) auf zwölf Flüge. «Durch den weltweiten Passagier-Schwund müssen wir Flugzeuge am Boden lassen und unser Netz optimieren»,

so Singapore-Airlines-Sprecherin Christina Hollenweger. Kommt hinzu, dass die Finanzkrise Singapur hart trifft.

Noch stärker setzt Swiss den Rotstift an: Singapur – bisher mit Bangkok-Zwischenstopp sechsmal wöchentlich bedient – wird ab 26. April ganz gestrichen. «Aus wirtschaftlichen Gründen», heisst es bei Swiss. «Wir bedauern den Rückzug der Swiss aus Singapur sehr», sagt Federico Sommaruga, bei ST zuständig für diesen Aufbaumarkt. Trotzdem werde man mit einzelnen Schweizer Partnern weiterhin lokale Medien und Tour-Operatoren bearbeiten.

Bern

Bern Tourismus erhält finanziellen Zustupf

Der Gemeinderat der Stadt Bern hat den Leistungsvertrag mit Bern Tourismus für die Jahre 2010 und 2011 genehmigt. Vorgesehen ist, dass Bern Tourismus nebst der bisherigen Unterstützung pro Jahr einen konjunkturellen Zusatzbeitrag von 200 000 Franken für zusätzliche Marketingaktivitäten erhält. Die Abgeltung der Stadt Bern an Bern Tourismus muss noch vom Stadtrat bewilligt werden. Der jährliche Beitrag der Stadt Bern wird auf der Höhe der letzten Jahre belassen. **dst**

Passivrauchen: Bestimmungen genehmigt

Ab dem 1. Juli 2009 sind öffentlich zugängliche Innenräume im Kanton Bern rauchfrei. Nun hat der Regierungsrat auch die Ausführungsbestimmungen verabschiedet. Diese legen fest, wie ein Fumoir ausgestaltet sein muss, damit dort weiter geraucht werden kann. Danach dürfen im Fumoir keine Leistungen angeboten werden, die im übrigen Betrieb nicht erhältlich sind. Im Fumoir sind weder Bar noch Buffet zugelassen. Den Betrieben bleiben nun drei Monate Zeit, um die Umstellung vorzubereiten. **dst**

Entrée: Wie hiess dieses Hotel (Foto von 1899)? Wettbewerb auf www.htr.ch/hotelarchiv



Hotelarchiv/Schweiz Zug



Der Frage «Nachhaltig oder Erfolgreich?» war am Ferientag in Luzern eine prominent besetzte Podiumsdiskussion gewidmet.

Alain D. Bollat

Nachhaltig erfolgreich

Erfolgreich sein dank Nachhaltigkeit. So das Fazit eines Podiums am 12. Schweizer Ferientag. Dieser stand unter dem Motto «Nachhaltig oder erfolgreich?»

DANIEL STAMPLI

Die Führungskräfte der Wirtschaft und insbesondere der Tourismusbranche beschäftigten sich intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit. Dies ergab die am Schweizer Ferientag geführte Podiumsdiskussion. «Wir schauen, dass wir mit unseren Ressourcen möglichst schonend umgehen», sagte Andreas Meyer, CEO der SBB AG. «Es gibt kein Bahnunternehmen auf der Welt, das mit derart viel regenerativer Energie fährt wie die SBB. Gerade in unserem Geschäft ist die Nachhaltigkeit Teil des Geschäftsmodells, somit also kei-

nesfalls erfolgsmindernd», so Meyer weiter. Und in der Schweiz sei es von unschätzbarem Vorteil, dass Bevölkerung und Politik ein nachhaltiges Verständnis für den öffentlichen Verkehr hätten. Andreas Meyer appellierte an die versammelte Tourismusgemeinde: «Ich erwarte von der gesamten Tourismusbranche, dass sie den Weiterausbau der Eisenbahninfrastruktur in der Schweiz mitunterstützt.»

Luxus und Nachhaltigkeit ist kein Widerspruch

«Nachhaltigkeit ist ein fortwährender Prozess, der nie abge-

schlossen ist», erklärte Paola Ghillani, Inhaberin der Paola Ghillani & Friends AG, aktiv unter anderem in der Beratung zur Implementierung von Nachhaltigkeit und Ethik in der Wirtschaft. Das erfolgreiche Umsetzen von Nachhaltigkeit setze sehr viel Transparenz und die Bereitschaft zum Kommunizieren voraus. Die Schweiz habe sämt-

liche Privilegien und die nötige Ruhe, um ein Land der nachhaltigen Entwicklung zu werden, dies auch in Zeiten der Krise. Laut Ghillani erwirtschaften nachhaltig geführte Firmen keinesfalls weniger Ertrag als andere. Dies bestätigte auch Hans Wiedemann, Managing Director des Badrutts Palace Hotel in St. Moritz: «Für mich ist Nachhaltigkeit Erfolg, muss sogar Erfolg sein. Sonst geht es gar nicht.»



«Nachhaltigkeit ist Erfolg, muss sogar Erfolg sein. Sonst geht es gar nicht.»

Hans Wiedemann
Direktor Badrutts Palace St. Moritz

Das Luxushotel kommuniziert dies auch gegenüber seinen Gästen. «Was mich in St. Moritz berühmt und erfolgreich macht, ist unsere Umwelt», so Wiedemann weiter. Nachhaltigkeit ist bereits bei der Ausbildung von Führungskräften für die Hotellerie ein wichtiges

Thema, wie Ruud J. Reuland, Generaldirektor der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), erklärte. Oft würden die EHL und ihre Professoren auch von den Studenten zur Nachhaltigkeit inspiriert.

UBS will verlässlicher Partner für Tourismus bleiben

«Die Nachhaltigkeit steht ganz und gar nicht im Gegensatz zum wirtschaftlichen Erfolg. Sie ist vielmehr dessen Grundlage», sagte Peter Kurer, Verwaltungsratspräsident der UBS, in seinem Key Note-Referat. «Wir müssen sicherstellen, dass die Art und Weise, wie wir wirtschaften, nicht nur auf den kurzfristigen, sondern auf den langfristigen Erfolg ausgerichtet ist», erklärte Kurer die Kursänderung. In der Schweiz sind rund 20 Prozent des landesweiten Kreditvolumens in der Hotellerie und Gastronomie durch die UBS finanziert. «Dies macht uns zum wichtigsten Finanzpartner der Branche. Und wir möchten diese Position beibehalten.» Erfolg versprechende Konzepte würden auch weiterhin finanziert. «Wir bleiben deshalb ein verlässlicher Partner für Ihre Branche», so Kurer.

Schweiz Tourismus Neue «Perlen» lanciert

Schweiz Tourismus (ST) lanciert eine Service- und Erlebnisoffensive. Dazu gehört eine im Rahmen des Wirtschaftsförderungsprojekts eingegangene Partnerschaft mit Coop. Initialzündung ist dabei die Publikation des gemeinsamen «Reiseverführers». Dieser gibt über 50 Insider-Tipps zu Ausflügen und für Ferien in der Schweiz und wird am 9. Juni 2009 in drei Sprachen über die Coop-Presse an 65% aller Schweizer Haushalte und auch über die Coop-Verkaufsstellen vertrieben.



Gold waschen als «Perle».

Weitere Partnerschaften geht ST mit den SBB und den Raiffeisenbanken ein. Die SBB werden die touristischen Angebote in ihre

Kommunikation aufnehmen. Die Mitglieder der Raiffeisenbanken werden im Sommer und Herbst die Möglichkeit erhalten, vergünstigt in Hotels der Kategorien «typically swiss», Kidshotel und Historic Hotel zu übernachten.

Eine weitere Neulancierung sind die «Erlebnis-Perlen». Diese Perlen sollen dem Gast unvergessliche, aussergewöhnliche und vorwiegend durch Menschen geprägte Erlebnisse bieten. In einem Wettbewerb werden bis am 4. Mai für den Sommer «Erlebnis-Perlen» gesucht. dst

Victoria-Jungfrau Collection mit schlechteren Kennzahlen für 2008

Die aktuelle Krise will die Gruppe mit verschiedenen Massnahmen meistern.

Das Geschäftsjahr 2008 der Victoria-Jungfrau Collection habe sich neun Monate lang von einer vorwiegend heiteren Seite präsentiert, teilte die Gruppe am Dienstag mit. Unter dem Einfluss der Finanzkrise und der einsetzenden globalen Rezession litt aber das Geschäft im letzten Quartal zusehends. Für das gesamte Geschäftsjahr verschlechterten sich die meisten Kennzahlen. Für das Geschäftsjahr 2008 vermeldet die Victoria-Jungfrau Collection 163321 Logiernächte, was einer Abnahme von 10,2% entspricht. Der Umsatz ging um 1% auf 93,6 Mio. Franken zurück. Der Bruttobetriebserfolg (GO) nahm um 0,7% auf 43,7 Mio. Franken

ab, das EBIT um 10,6% auf 7,1 Mio. Franken. Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich der Konzerngewinn um 41,5% auf noch 3,8 Mio. Franken.

Alle vier Betriebe der Gruppe – Victoria-Junfrau in Interlaken, Place Luzern, Eden au Lac in Zürich, Bellevue Palace in Bern – mussten im Berichtsjahr eine Einbusse bei den Logiernächten hinnehmen. Der aktuellen schwierigen Situation will die Victoria-Jungfrau Collection «mit bewährten Massnahmen» begegnen. Dazu zählen eine rollende Planung, eine stringente Kostenüberwachung, die Intensivierung von Personalschulungen und Renovierungen. dst

leserbriefe

Dank hotel revue Betrugsfall entdeckt

htr hotelrevue vom 19. März: «Betrug statt Hotelkauf»

Ich möchte Ihnen für den Artikel danken. Seit einigen Wochen habe ich telefonischen Kontakt mit den von Ihnen beschriebenen Personen, und auch die Vorgehensweise stimmt genau mit Ihrem Artikel überein. Mein Besuch vor Ort in Turin war für den letzten Montag, den 06.04., geplant. Obwohl ich schon mehrfach unter verschiedenen Stichworten im Internet recherchierte, stiess ich erst gestern Abend zufällig auf Ihren Artikel. Ich werde den DEHOGA hier in Deutschland von dem Vorgang unterrichten und auf den Artikel verweisen. Zu Beginn der Kontakt-

aufnahme hatte ich dort bereits nachgefragt, doch über diese Fälle war bislang nichts bekannt.

Cord Schaper
Hotel & Restaurant Schaperkrug, Celle

Es war fast wie in einem James-Bond-Film

Ich habe den im Artikel erwähnten Herrn Habil selbst vor rund 4 Wochen in Milano getroffen. Es war fast wie in einem James-Bond-Film. Zum Glück waren meine Menschenkenntnisse gut genug, dass ich schnell merkte, dass da etwas nicht stimmt. Ende Januar hatte uns Herr Habil kontaktiert mit dem Angebot, unser Hotel zu kaufen. Er bot eine traumhaft hohe Summe. Ich wollte mich eigentlich mit ihm in unserem Hotel treffen, doch Herr Habil gab vor, keine

Zeit zu haben. Was mich beim Treffen gleich wunderte: Herr Habil gab sich als Saudi-Arabier aus, konnte aber kein Englisch. Habil war begleitet von einem jungen Österreicher. Er verlangte, dass wir ihm als Erstes eine Provision von 1,5 Mio. Franken in kleinen Scheinen entrichten und ihm aus der Schweiz noch ein paar Ture Uhr mitbringen. Sein Portemonnaie war voll mit Euro-Scheinen aber ohne Kreditkarte. Wir forderten einen Kaufvertrag nach Schweizer Recht, er schickte eine schlecht geschriebene Kopie eines eigenen Vertrages. Wir sagten ab, doch Herr Habil liess nicht locker. Er bedrängte uns noch ein paar Mal telefonisch.

Jesper Andresen
4-Sterne-Hotel Klosterhof
Stein am Rhein

Aus der Region

Wallis

Lex Koller: Verbesserung der Modalitäten

Die Walliser Regierung will die Umsetzung der Lex Koller unter die Lupe nehmen. Der Staatsrat möchte die Modalitäten beim Erwerb von Grundstücken durch Ausländer verbessern. Die Regierung hat dazu eine Arbeitsgruppe eingesetzt. Das Vorprojekt für die Revision der kantonalen Ausführungsgesetzgebung soll die Arbeitsgruppe noch bis Ende Jahr vorlegen. In Kraft treten soll die Revision 2011. dst/sda

Zentralschweiz

Titlis-Bahnen: Einbruch im Sommer 2008



Die rund 1,7 Mio. Franken, die das Berichtsjahr den Bahnen an Mehreinnahmen brachte, stammen hauptsächlich aus der Wintersaison. Häufige schlechte Sommerwetterbedingungen verursachten einen Sommer-Rückgang von 421'000 Franken. Vor allem das chinesische Gruppengeschäft ist um gegen 10% eingebrochen. kjv

Ostschweiz

Weg frei für das Parkhotel Bad Rans

Die Ortsgemeinde Sevelen und die Basaltstein AG ziehen die Einsprache gegen die Zonenplanrevision sowie die Sondernutzungspläne Bad Rans zurück. Damit kann das Projekt Parkhotel weiter vorangetrieben werden. Da der geplante Hotelkomplex die bisher vorgesehene Verbindungsstrasse in das Abbaugelände tangierte, wurden die beiden Einsprachen vorsorglich erhoben. kjv



10 JAHRE
only the best

NEWS:

- Tamina Terme, Bad Ragaz
- Le Mirador Kempinski, Mont Pèlerin
- Fitnesspark Einstein, St. Gallen
- Thermes Parc, Val d' Illiez



www.wellnesspartner.ch
● garantiert anders ●

Schweiz

Set-Top-Boxen: Mit Motion gegen Verschlüsselung

Kabelnetzbetreiber Cablecom soll nicht mehr Geld mit Fernsehkanälen verdienen, die er gratis aus dem Äther bezieht und verschlüsselt. Eine vom Nationalrat abgeänderte Motion wird einstimmig durch die Fernmeldekommission des Ständerates unterstützt. Dieser hatte eine Motion von Simonetta Sommaruga gutgeheissen. Die Berner Sozialdemokratin hatte die Verschlüsselung von freien Fernsehkanälen, wie sie Cablecom betreibt, als wettbewerbslich skandalös bezeichnet. Die Vorlage wird im Ständerat in der Sommersession behandelt.
se/sda

Rekordjahr für Railway dank Freizeitreisenden



Kurzreisen mit dem Zug lagen bei den Schweizern im 2008 hoch im Kurs: Die SBB-Tochter Railway AG verzeichnet ein Rekordjahr. Über 1,6 Mio. verkaufte Angebote trugen im Vergleich zum Vorjahr zu einem Plus von 55 Prozent bei. Bei den **Freizeitreisenden** besonders beliebt sind die vergünstigten Angebote für Tages- und Halbtagesausflüge sowie Tickets für Snow 'n' Rail. Auch für das 1. Quartal 2009 verzeichnet Railway Spitzenzahlen.
se

Freilichtmuseum Ballenberg erhält neues Gebäude



Ein neues **Verwaltungsgebäude** soll die bisherigen Bauten des Freilichtmuseums Ballenberg ergänzen. Der Entwurf des neuen Verwaltungsgebäudes sei als eine Einleitung zu Ballenberg zu verstehen, teilt das Freilichtmuseum mit. Die Nutzungen sind über vier Geschosse verteilt. Die Fassaden werden aus vorgefertigten Holzelementen hergestellt. Ausser wird das Gebäude mit Massivbeton aus regionalem Fichtenholz eingeleidet.
dst

Aus dem cahier français

Crans-Montana mit neuem Erscheinungsbild

Der Walliser Tourismusort Crans-Montana hat seinen grafischen Auftritt modernisiert. Neben einem neuen zeitgemässen Logo mit den geschwungen verbundenen Buchstaben C und M fand auch die Bildsprache eine Auffrischung. Die Illustrationen zeigen neu Personen und lebendige Szenen im Gegensatz zu reinen Landschaften. Ein gutes Logo und eine gute Strategie sind mit Kosten verbunden. Crans-Montana gibt dafür 100'000 Franken aus.
dst

Seite 20



Die neue Glattbahn ist ein Hit für Hotelgäste, wenn sie das richtige Eintrittsgeld in der Tasche haben.

Fast alles glatt

Seit Dezember verbindet die Glattbahn den Flughafen Kloten mit der Zürcher City. Bei den Hoteliers kommt die neue Linie gut an.

ANDREAS GÜNTERT

In der Direktissima in 10 Minuten – oder in 36 Minuten mit 24 Zwischenstopps? Diese Wahl haben Passagiere neuerdings am Flughafen Kloten, wenn sie mit dem öffentlichen Verkehr in die Zürcher City gelangen wollen. Mit der Glattbahn, der Tramlinie 10, ist im Dezember 2008 eine neue Transportvariante

zur Bahn hinzugekommen. Der Preis für die einfache Fahrt – 6,20 Franken – ist gleich für Bahn und Tram, für Letzteres spricht hingegen, dass Gebiete mit grossen Arbeitgebern bedient werden. Und dass ein Dutzend Hotels an der Wegstrecke liegt.

Hoteleigene Shuttle-Dienste werden eingestellt

Während überaus flughafennahe Betriebe wie etwa das Radisson Blu oder das Mövenpick Airport weniger auf die Glattbahn angewiesen sind, versorgt die neue Tramlinie vor allem Betriebe zwischen Opfikon und ETH/Universitätsspital mit Gästen, die bisher in hohem Masse auf Transportlösungen wie Busse oder Taxis angewiesen waren. Der 210 Mio. Franken teure Ausbauschritt der Glattbahn, das zeigt eine erste Umfrage

bei Hoteliers, entspricht offenbar einem echten Bedürfnis.

Im Gebiet zwischen dem Flughafen Kloten und Zürich-Oerlikon, das bis zum Start der Glattbahn vom öffentlichen Verkehr suboptimal erschlossen war, erlebt das neue Verkehrsmittel den grössten Zuspruch: «Es ist sehr gut angefallen, wir haben positive Resonanz von Gästen und Mitarbeitern – die Haltestelle liegt ja gleich vor unserer Tür», sagt Patrick Bonnaure, Direktor des Novotel Opfikon.

«Es ist sehr gut angefallen. Wir haben positive Resonanz von Gästen und Mitarbeitern.»

Patrick Bonnaure
Direktor Novotel Opfikon

«Der Erfolg dieses neuen Verkehrsmittels führt auch dazu, dass wir unseren hoteleigenen Airport-Shuttle-Dienst per Ende Juni einstellen.» Im benach-

barten Hotel Renaissance wird der Einfluss der Glattbahn ebenfalls «sehr positiv» verspürt, in der Vorahnung auf diesen Effekt wurde der Hotel-Shuttle gar schon im Dezember 2008 eingestellt.

Auch weiter stadtwärts ist die Resonanz gut. Andrea Melzow, General Manager Leonardo Hotel Righof, Zürich: «Die Glattbahn ist eine preiswerte Alternative zu Taxi und Hotelbus, die unsere Gäste gern und oft nutzen.» In vorbildlicher Weise geht das Hotel Comfort Inn Royal mit dem Thema um, das auf der hoteleigenen Website gleich den umfassenden Fahrplan der Tramlinie 10 publiziert.

Das neue Transportmittel ist sogar wichtig für Hoteliers, die noch keine Gäste empfangen. Das geplante Glattpark Convention Center mit seinen 300 Hotelzimmern baut geradezu auf die neue Mobilitätsform, sagt Silvana Zabel von der Fallwiesen Immobilien AG: «Für unser Projekt spielt die Glattbahn als Zubringer eine massgebliche Rolle, hohe Wichtigkeit wird sie für unser Konferenzzentrum haben. Die Glattbahn war eines der Elemente, die beflügelnd für unser Bauvorhaben gewirkt haben.»

Signale, Tickets und ein frommer Wunsch

Trotz der grundsätzlich positiven Stimmung werden auch Mängel geortet. Andrea Melzow vom Leonardo Righof: «Dass die Automaten kein Euro-Kleingeld, keine Euro-Scheine und nur beschränkt Franken-Scheine akzeptieren, wird von Gästen bemängelt – auch die schwache Ausschilderung der Glattbahn am Flughafen.» Ähnlich äussert sich Patrick Bonnaure vom Novotel Opfikon – und merkt an: «Auch wird gewünscht, dass das Glattbahn-Ticket gleich im Flugbillett inbegriffen wäre.»

Flughafen-Sprecherin Sonja Zöchling dazu: «Bisher sind in der Ankunftshalle bloss Bahn und Bus ausgeschildert, wir denken an Verbesserungen, so dass auch das Tram ausgeschildert werden kann.» Auch bei den Automaten ist Verbesserung in Sicht, sagt Sarah Bühler, Sprecherin des Zürcher Verkehrsverbundes (ZVV): «Die nächste Automaten-Generation, die sich derzeit in der Testphase befindet, wird zwar nicht Euro-kompatibel sein, doch sie wird die Bezahlung per Kreditkarte ermöglichen.» Und selbst der fromme Wunsch nach einem Ticket-Kombi verhält nicht ungehört, sagt Bühler: «Dazu haben erste Gespräche zwischen der Flughafenbetreiberin Unique und den Verkehrsbetrieben Glattal VBG stattgefunden.» Es werde nach einem Weg gesucht, bei welchem einzelne Fahrzeugen des ZVV ins Flugticket integriert werden könnten.

Milestone feiert Jubiläum

Ab sofort können wieder Projekte für den «Milestone 2009» eingegeben werden. Seit zehn Jahren würdigt dieser Tourismuspreis herausragende und innovative Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus.

DANIEL STAMPFLI

Teilnahmeberechtigt für den öffentlichen Wettbewerb, der bis am 31. August 2009 läuft, sind alle im Tourismus tätigen Personen, Unternehmen und Organisationen. Die vier Preiskategorien des Milestone (herausragendes Projekt, Nachwuchspreis, Sonderpreis Nachhaltigkeit, Lebenswerk einer Persönlichkeit) sind mit insgesamt 33'000 Franken dotiert.

Der «Milestone-Tourismuspreis Schweiz» ist die wichtigste Auszeichnung in der Branche und steht für Innovation, Förderung von Know-how-Transfer, Attraktivität der Destination Schweiz und Imageförderung für die Tourismuswirtschaft.

Der ehemalige Tourismusdirektor Alberto Vonaesch setzt sich seit 2008 als Projektleiter für den Branchenpreis ein. Spezielle Aufmerksamkeit widmet er dem Nachwuchspreis, der gerade für Fachschulen einen guten Transfer von Wissen und Technik in die Praxis bietet. Auf der Website www.htr-milestone.ch sind Reglement, Bewerbungsformular und weitere Informationen zu Ausschreibung und Preiskategorien abrufbar.

Die in Stein gemeisselte Auszeichnung der Tourismusbranche wird zum zehnten Mal am 17. November 2009 im Kultur-Casino in Bern verliehen, im Kreise von über 500 Entscheidungsträgern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien. Der «Milestone-Tourismuspreis Schweiz» wird von der htr hotelrevue, mit hotelleriesuisse als Trägerin, verliehen und im Rahmen des Innotour-Förderprogramms vom Seco mitgetragen, unter der Beteiligung des Schweizer Tourismusverbands STV und der Hotela.



«Milestone», Belohnung für besondere touristische Projekte.

Hotels droht Schliessung

Zwei Hotels im kleinen Graubündner Skiort San Bernardino droht zum zweiten Mal innerhalb eines Jahres wegen Konkurses der Betreiberfirma die Schliessung.

ANTJE BARGMANN

Für die Urlaubsdestination im italienischsprachigen Misox wäre dies ein schwerer Schlag, würde sich doch das Angebot an Hotelbetten um über die Hälfte reduzieren. Nach Ostern wird sich zeigen, ob es den Firmeninhabern der Alfatour SA gelingt, die geschuldeten Beträge rechtzeitig

aufzubringen. Die Direktorin der Hotels Albarella und Suisse, Maryam Egger, hofft ansonsten, dass neue Investoren die Häuser retten könnten.

«Ich habe für den Sommer bereits 700 Reservierungen entgegengenommen», sagte sie. «Es wäre fatal, jetzt schliessen zu müssen.» Rund 20 Arbeitsplätze gingen verloren – aber auch 2 Mio. Franken Investitionen für Renovierungen. Erst vor einhalb Jahren hat die Alfatour SA das «Albarella» übernommen, das mit über 150 Betten das grösste Hotel vor Ort ist. Zuvor stand der imposante Betonbau aus den 80er-Jahren etwa zehn Jahre lang leer. Die Geschäfte der beiden Hotels Albarella und Suisse würden nach Aussage von

Maryam Egger zufriedenstellend laufen. Vor allem der schneereiche Winter habe mit über tausend Übernachtungen gute Ergebnisse gebracht. Mangelnde Gästefachfrage hält die Direktorin demnach nicht für die Ursache der Finanzprobleme, sondern vielmehr Fehlspekulationen seitens der Betreibergesellschaft. Kritisch äussert sich auch Christian Vigne, San Bernardino Tourismusdirektor, zum Geschäftsmodell der Alfatour SA. Dennoch ist er überzeugt, dass das «Albarella» ganzjährig touristisches Potenzial hat. Es sei schliesslich die einzige Hotelanlage im Ort, die genügend Platz und Infrastruktur für die Zusammenarbeit mit Tour-Operatoren biete.

Globale Wirtschaftskrise bestimmt Reisepläne: Die Nähe wird attraktiver

Vier von zehn Europäern ändern ihr Reiseverhalten. Krisensensibel sind zwischen 19 und 64 Prozent.

Der am Montag veröffentlichte ITB World Travel Trends Report zeigt, dass es auch Gewinner der Krise geben wird. Nach wie vor wird die Zahl der Reisenden aus China und Indien, zwar mit reduziertem Tempo, zunehmen. Das Internet gewinnt als Buchungs-Plattform weiter an Bedeutung. Der nationale Reiseverkehr in den Reiseländern bleibt 2009 mehr oder weniger stabil. Märkte in der Nähe starker Reisezentren werden nicht so stark betroffen sein wie Fernreisestationen, die weltweit kämpfen müssen. Auch Geschäftsreisen, Meetings und Incentives kommen verstärkt unter Druck.

Deutschland war 2008 erneut stärkste Reisezentration in Europa, gefolgt von Grossbritannien und Frankreich. Die Schweizer führen die Liste der Nationen in Europa mit dem höchsten Reisebudget an.

Der ITB World Travel Trends Report basiert im Wesentlichen auf dem bevölkerungsrepräsentativen IPK International World Travel Monitor, für den über 500'000 Menschen in den weltweit wichtigsten Reisemärkten zu ihrem Reiseverhalten befragt werden.
kvy

Gratis-Download unter www.itb-berlin.de im Bereich Presse-Service unter «Publikationen».

Sein schwierigster Umbau

Morgen wird das Grand Hotel Hof Ragaz als komplett renoviertes Fünfsternehaus wieder eröffnet. Am 1. Mai folgen die Spa-Suites und Mitte Juni die Tamina-Therme. Herr über den 160-Millionen-Bau ist Peter Tschirky.

INTERVIEW ELSBETH HOBMEIER

Peter Tschirky, mit einem beeindruckenden Programm bauen Sie das Resort Bad Ragaz aus und um. Wie stehen Sie im Zeitplan?
Sehr gut, wir sind stolz auf die punktgenaue Einhaltung unseres ehrgeizigen Zeitplans. Der ganze Umbau ist optimal gelaufen – auch deshalb, weil wir nicht alles auf einen Schlag, sondern gestaffelt eröffnen wollten. Bereits im September 2008 nahmen wir 70 renovierte Zimmer in Betrieb, jetzt, am Ostern, eröffnen wir das «Grand Hotel Hof Ragaz». Ende Juni ist dann das Grand Opening angesagt mit dem neuen Wellbeing-Bereich und der Tamina-Therme.

Wie haben Sie das geschafft?
Mit einem guten Team und einem Ausschuss, der schnelle Entscheide erlaubte. Etwas Glück ist auch immer dabei. Froh bin ich, dass unsere Stammgäste die neuen Zimmer so gut aufgenommen haben: 95 Prozent äussern sich sehr zufrieden. Wir haben unsere Kunden aber auch gezielt mit einbezogen: Jeden Donnerstagabend stehe ich den Gästen Rede und Antwort, wir hatten auch mehrere Stammkunden als «Tester» aktiv eingebunden. So wandelte sich eine anfängliche Empörung über die «Modernisierung» zu einer breiten Akzeptanz.

Sie gelten als erprobter «Hotelumbauer». Stellten sich Ihnen in Bad Ragaz spezielle Hürden entgegen?
Es war der schwierigste Umbau meines Lebens. Wir haben ja die 160 Millionen nicht irgendwo in der Pampa verbaut, sondern in einem grossen, laufenden Betrieb. Ging der eine Teil zu, boten wir in einem anderen Teil Ersatz. Fünf Baukräne waren auf dem Gelände so zu platzieren, dass die Sicherheit der Gäste immer gewährleistet blieb – eine Riesen-Herausforderung!

160 Millionen Franken sind eine gewaltige Summe. Half da Ihr Mehrheitsaktionär Schmidheiny entscheidend mit?
Wir sind ein gutes, gesundes Unternehmen und erhielten entsprechend gute Kredite. Dass dabei der Name Schmidheiny auch hilft, ist wohl schon so.

Die Schliessung brachte ja sicher auch Einbussen. Wie schaut die Rechnung 2008 aus?
Die Belegung 2008 war trotz der Baustelle hervorragend: Allein der Quellenhof brachte mit 85 Prozent eine Rekordbelegung. Der Durchschnittsumsatz belief sich auf 434 Franken, wir hatten keinen operativen Verlust zu verzeichnen.

Alle reden von Krise. Sie aber wollen bis 2012 das führende Haus Europas sein. Schaffen Sie das?
Der Anspruch «führendes Haus» steht nach wie vor. Im Moment verzeichnen wir auch noch keinen Einbruch in der Belegung. Rückläufig sind dagegen die Konsumationen in Restaurants und Bars. Ob schon die Lokale nach wie vor gut besetzt sind, wird deutlich weniger konsumiert – für uns bleibt der Aufwand an Service und Qualität jedoch derselbe. Dass es nicht ewig so weitergehen

Zur Person Ein erprobter «Hotelumbauer»

Peter P. Tschirky (1952) ist als Vorsitzender der Geschäftsleitung verantwortlich für die Gesamtleitung der Unternehmensgruppe Grand Resort Bad Ragaz. Seine berufliche Karriere führte ihn von den Hilton Hotels Zürich und München ins Bahrain Sheraton. Danach für viele Jahre nach Mallorca, unter anderem in die Hotels Castillo und Arabella Golf in Son Vida, wo er den Zusammenschluss der Hotelketten Arabella und Sheraton mitgestaltete. **eho**



«Dies war der schwierigste Umbau meines Lebens.»

Peter P. Tschirky
Vorsitzender GL Bad Ragaz

Jean-Jacques Ruchti

kann, ist klar, aber ebenso klar ist, dass wir jetzt auf sehr hohem Niveau jamern.

Welche Gäste, welche Nationen sprechen Sie an?
Zurzeit zählen wir 42 Prozent Schweizer, und 30 bis 43 Prozent deutsche Gäste. Seit zwei Jahren sind wir auch gut unterwegs im Mittleren Osten. Im Sommer sind wir eine beliebte Destination für arabische Familien, nicht zuletzt auch wegen unserer Stärke im medizinischen Angebot. Eher sinkend sind die Buchungen aus Russland und

den USA. Trotzdem bleiben wir dort aktiv am Markt, im Hinblick auf die Zukunft.

Das neue Zauberwort heisst Medical Wellness. Auch für Sie?
Unser Zauberwort heisst Wellbeing. Darauf setzen wir nicht erst seit gestern, sondern eröffneten schon 1957 unser Medizinisches Zentrum und riefen dann 1994 den Wellnessbereich «to B.» ins Leben. Entsprechend hoch ist die Kompetenz unseres Hauses. Der Gast wählt zwischen verschiedenen Modulen wie medizinischen Check-ups, Entschleunigungsprogrammen, Gewichtskontrolle, Massagen und Wellness, ergänzt von unserer Cuisine équilibrée in den Restaurants «Olives d'Or» und «Bel-Air».

Bei Ihnen sprudelt das eigene Thermalwasser aus dem Hahn. Ein Vorteil?
Wasser ist das höchste Gut, und dieses eigene Thermalwasser, das mit 36,5 Grad aus dem Boden kommt, ist für unsere Bäder und Anwendungen von unschlagbarer Qualität. Die Rechte dafür wurden im Jahr 1868 erworben und gelten bis 2067.

Zwei Fünfsternehotels, Spa, Therapie, Golf, Casino – was fehlt noch? Haben Sie noch Wünsche offen?

Ja, ich wünsche mir für unsere Gäste und für die gesamte Region noch einen guten, gediegenen, schicken Nightclub, wo sich ein Gast wohlfühlt. Wir wollen auch in Zukunft innovativ sein und bleiben.

Ende Juni werden alle Neubauten des Grand Resort Bad Ragaz eingeweiht sein. Was tun Sie als passionierter Bauherr dann? Haben Sie bereits Pläne?

Mein Prinzip ist nicht «nach mir die Sintflut», sondern: Wenn ich ein Hotel gebaut habe, begleite ich es noch eine Weile lang. Bad Ragaz ist meine achte «Baustelle». Die Qualität eines Baus beweist sich nicht beim Einweihungsfest, sondern nachher, im grossen Test durch die Gäste. Dieser Prozess dauert etwa zwei Jahre, und diese zwei Jahre werde ich sicher noch auf meinem Posten bleiben. Nachher bin ich wieder bereit für Neues.

Für welche Aufgabe?

Ganz offen gesagt: Eigentlich möchte ich einmal ein Hotel führen, als Direktor. Aber in den letzten Jahren holte man mich immer nur zum Bauen... (lacht). Ich lasse mich jedoch überraschen. Meistens kommt es ohnehin anders, als man denkt.

Standpunkt

Ein Spiel mit dem Feuer mit Qualm vor den Augen



Weniger die Rezession und die Wirtschaftskrise, vielmehr das Rauchverbot macht einigen Schweizer Casinos zu schaffen: Wer spielt, der spielt offenbar nicht nur mit Geld, sondern allgemein gerne mit dem Feuer. In Mendrisio etwa gingen die Einnahmen im letzten Jahr um 20 Millionen zurück, in Lugano um 26 Millionen Franken. Seit April 2007 gilt im Kanton Tessin ein Rauchverbot, dem nun auch die Casinos nachkommen mussten. Das Casino in Lugano hat inzwischen Geld in die Hand genommen

«Ohne Qualm vor den Augen sieht man ohnehin klarer.»

und drei Millionen Franken in einen «Rauchbereich» investiert. Aber auch diese Massnahme scheint das Problem nur zum Teil zu entschärfen: Wer dauernd vom Spieltisch in die Raucherecke verschwindet, wird weniger spielen und damit weniger Geld einsetzen und weniger zum Umsatz beitragen. Das Problem ist übrigens nicht nur hausgemacht: Auch die Casinos in den Nachbarländern wie Frankreich, Deutschland und Österreich klagen, dass ihr Umsatz einbricht, weil die Spieler ihrer Anspannung nicht mehr mit Rauchzeichen Erleichterung verschaffen können.

Raucher, so kann man aus diesen Erfahrungen schliessen, sind die besseren Gäste für die Casinos. Auch von Seiten der Restaurateure hört man, dass Raucher mehr konsumieren. Aber Achtung!, bitte nicht nur kurzfristig rechnen: Hält die Wirtschaftskrise wirklich an, werden wieder mehr Leute der Verlockung erliegen, die Löcher in ihrem Portemonnaie mit schnellen Gewinnen zu stopfen. Und auch für die Restaurants gilt: Falls Nichtraucher/-innen die «sparsameren» Gäste sind, so sind sie doch wenigstens ausdauernder – schliesslich leben sie im Durchschnitt länger als Raucher. Das zeigt einmal mehr, dass auch bei der Interpretation der Umsatzzahlen nicht nur der kurzfristige Profit, sondern die längerfristige Perspektive im Auge zu behalten ist. Ohne Qualm vor den Augen sieht man ohnehin klarer.

Sara Stalder ist Geschäftsleiterin der Stiftung für Konsumentenschutz.

L'angoisse de la feuille blanche? Pas vraiment...



MIROSLAW HALABA
RÉDACTEUR

Zum Thema
Rédiger

On nous demande, parfois, à nous journalistes: avez-vous l'angoisse de la feuille blanche? La question est justifiée si l'on ne connaît pas bien les mécanismes d'une rédaction. Chaque semaine – pour ce qui est de l'hotelrevue, en tout cas –, nous repartons, en effet, à zéro. Les pages sont effectivement blanches. Tout est à refaire. Rapidement, toutefois et pour autant que l'on les sente, les sujets affluent. L'actualité touristique est

vivante, très vivante, même. Il n'y a, en fait, jamais de saisons creuses. Même si les hôtes se font plus rares, l'activité des professionnels de la branche reste très soutenue. La prochaine grande saison est toujours à l'horizon. C'est le moment propice pour procéder à des travaux, pour préparer les campagnes de promotion et les budgets, pour engager du personnel ou pour suivre des séminaires ou des assemblées. Autant de thèmes qui trouvent une place dans un hebdomadaire

«Le défi d'un hebdomadaire, c'est d'offrir un produit qui colle au plus près de l'actualité.»

professionnel comme le nôtre. On l'aura compris: l'angoisse de la feuille blanche, nous ne l'avons pas vraiment. Ce qui est, en revanche, notre réel défi, c'est d'offrir un produit qui colle au plus près de l'actualité. Même si de nombreux sujets sont relative-

ment intemporels, c'est l'actualité pure, comme l'annonce d'un projet, la nomination ou la démission d'une personnalité touristique ou la présentation d'un nouveau produit, qui fait, en bonne partie, l'attrait de notre hebdomadaire. Or, en raison de son rythme de parution, tout hebdomadaire doit jongler avec les échéances pour informer, en même temps ou presque, que la presse quotidienne. Cela explique, dès lors, pourquoi, il nous est souvent impossible

d'attendre la conférence de presse ou le délai que le prestataire s'est fixé pour communiquer. Aussi, pour assurer la qualité du produit, sommes-nous très reconnaissants lorsque nous pouvons recevoir les informations quelques jours avant, voire après, mais avec des compléments ou un éclairage qui n'a pas été traité. Par chance, le caractère professionnel de notre hebdomadaire nous permet, en général, de nous distinguer des médias destinés au grand public.



«Der Tourismus ist ein extrem sensibles Geschäft.»

Urs W. Studer, Stadtpräsident Luzern



Der 12. Ferientag in der Luzerner **Swiss Life Arena** stand unter dem Motto «nachhaltig oder erfolgreich?».

Ferientag mit Synergie



Silvia Mettler (l.) betreibt eine Kommunikationsfirma in Interlaken und **Helge von Giese** ist für die Kommunikation bei Zermatt Tourismus zuständig.



Markus Lergier (v.l.), Bern Tourismus, **Bernhard Rhyn**, Bern Incoming, **Susanne Staiger**, Zürich Tourismus, und **Thomas Lüthi**, Bern Tourismus.

Wenn es ein Rating der besten Networker gäbe, wären die Touristiker und Hoteliers an erster Stelle. Am **Ferientag** in Luzern traf sich die Branche und diskutierte rege.

SIMONE LEITNER

Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, freute sich, dass der Aprilscherz von ST rund um den Verein der Felsenputzer auf internationales Echo stiess. ST-Präsident Jean-François Roth machte der Branche Mut für die kommende Zeit und kündigte bereits am Morgen das Referat von Noch-UBS-Verwaltungsrats-Präsident Peter Kurer an. Kurer kam auch und sprach zum Thema Nachhaltigkeit, dem Motto des 12. Ferientags in Luzern. Auf dieses Referat waren viele der rund 1500 Besucher gespannt, da man mit der UBS zurzeit nicht in erster Linie Nachhaltigkeit assozi-



Erwin Rutishauser, Rhätische Bahn (v.l.), **Silvio Schmid**, Sedrun Bergbahnen, und **Marcus Gschwend**, Bergbahnen Graubünden.



Marlene Bellwalder, Thunersee Tourismus, **Maya Kobi**, Riederalp Mörel Tourismus, **Ursula Mühlemann**, Jungfrau Region, **Ronnie Oehrl**, CEO Feratel, und **Andrea Hess**, Lauterbrunnen Tourismus.



Asseghid Dinberu, Les Trois Rois (v.l.), **Karin Kunz**, Mont Cervin Zermatt, **Claudia Wettstein**, Swiss Deluxe Hotels, **Michael Lohnort**, Gstaad Palace.



Jean-François Roth (l.), Präsident ST, Wetterprofi **Thomas Bucheli**.

iere, war zu hören. Peter Kurer räumte dann ein, dass die UBS Fehler gemacht hätte. Und dass dadurch Nachhaltigkeit ein grosses Thema im Unternehmen gewor-

den sei. Beim lockeren Gespräch mit Moderator Kurt Aeschbacher musste Peter Kurer auch Humor beweisen, stolperte dann allerdings über seine Antwort: «... wenn ich das wüsste, wäre ich ein reicher Mann.» Das Publikum lachte und tuschelte, dass er das wohl schon längst sei.

Klare Worte sprach Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf. Sie rief die Branche auf, die Einführung des biometrischen Passes zu unterstützen, «da dieser Pass für den Tourismus in der Schweiz von grosser Bedeutung ist». Die Bundesrätin zeigte ihr Engagement für den Tourismus mit prägenden Statements und überzeugte durch ihre professionelle und sympathische Art.

Sesselrücken

Sparmassnahmen beim Personal im Hotel Uto Kulm



Auch für das «Uto Kulm» hat die Finanzkrise spürbare Folgen. **Giuseppe Fry** (Bild) hat sich für eine Trennung von seinem Geschäftsführer **Christian Maier** entschieden. Die Lücke, welche der seit Januar 2008 amtierende Maier hinterlässt, füllt Fry selbst. Er wird die operative Leitung des Hotels bis auf Weiteres übernehmen.

Publicitas Mosse Zürich: Wechsel auf Führungsebene

Christian Ehrbar (Bild) übernimmt die Direktion der Publicitas Mosse AG in Zürich. **Peter Fehrlin**, Direktor seit 1992, trat Ende März in den Ruhestand. Ehrbar hat die operative Leitung im Januar übernommen und ist bereits seit 2006 zusam-



men mit Fehrlin für die Strategie der AG verantwortlich. Der 36-Jährige absolvierte den Executive Master of Business Administration in Media Management. Publicitas Mosse erarbeitet Marketing- und Kommunikationslösungen für Unternehmen im Tourismus- und Freizeitbereich.

Barry Callebaut's CEO verlässt Firma nach sieben Jahren

Per August wird **Jürgen B. Steinemann** (Bild) neuer CEO von Barry Callebaut, Hersteller von Kakao- und Schokoladenprodukten. Er wird Nachfolger von **Patrick De Maeseneire**, der das Unternehmen nach sieben Jahren verlässt und CEO von Adecco SA wird. Steinemann ist seit 2001 Vorstandsmitglied von Nutreco, einem inter-

«Keine tourismusschädigende Aktion, sondern Anregung zur Diskussion»

Der Hotelier Thomas Stettler bekannte sich öffentlich zu den Sachbeschädigungen in Grindelwald.

«Es sollte auf keinen Fall eine tourismusschädigende Aktion sein», erklärt Thomas Stettler sein Vorgehen der htr. Der Hotelier gab kürzlich an der Versammlung des Hoteliervereins zu, für die Sachbeschädigungen in Grindelwald verantwortlich zu sein. Gegen ihn läuft eine Anklage. Er habe während zwei Wintern Verbotstafeln und die Spuren von Langlaufloipen in Grindelwald zerstört. Stettler betont, dass er die Langlaufloipen nicht beschädigt habe. Grund seiner Aktion: «Es fehlt in Grindelwald am Wanderwegen

in Dorfnähe». Grindelwald sei für ihn keine Langlaufdestination. So sollen auch Winterwanderer die Wege nutzen können, sagt der Hotelier. Am Dienstag suchte er das Gespräch mit Grindelwald Tourismus. Dieser wolle nun mit den Landbesitzern über die Wege diskutieren. Stettler bleibt weiterhin Hotelier des Parkhotels Schoenegg. Als Verwaltungsratspräsident der Bussalp AG und der Elektrizitätswerk Grindelwald AG habe er bisher keine negativen Reaktionen erhalten. «Ich würde heute nicht mehr so vorgehen, bin aber froh, dass dadurch die Diskussion in Gang kam», so Stettler. br

Angeklagt: Hotelier **Thomas Stettler**.

Joe Cocker rockte den Schnee auf über 2000 Metern

Auch das diesjährige SnowpenAir-Konzert auf der Kleinen Scheidegg kann mit Redordzahlen aufwarten. Joe Cocker und Uriah Heep rockten.

SIMONE LEITNER

Das 12. SnowpenAir-Konzert auf der Kleinen Scheidegg stand unter einem guten Stern. Bei sehr milden Temperaturen lockten die Stars Joe Cocker und Uriah Heep rund 10000 Fans auf 2061 Meter über Meer. Die Arena war bis auf den letzten Platz restlos ausverkauft. «Man hätte das Konzert zweimal verkaufen können», schätzt Organisator Urs Kessler von den Jungfraubahnen und



Joe Cocker brachte auch viele Übernachtungsgäste.

ergänzt, dass «ein solches Event für unsere Schneeregion enorm wichtig ist. Wir können die Saison verlängern und der ganzen Schweiz zeigen, dass bei uns noch herrlich winterliche Verhältnisse herrschen». Ein Anlass, der auch für die touristische Regi-

on wichtig geworden ist. Eine Studie befasst sich mit der Frage, wie hoch die Wertschöpfung des SnowpenAir 2008 für die Jungfrauregion ist. Die Zahlen für das letzte Jahr: Es wurde eine direkte Gesamtumsatzschöpfung von 2035679 Franken berechnet, welche effektiv auf das SnowpenAir 2008 zurückgeführt werden kann. Daraus liessen sich anschliessend die Tourismusanteile herausfiltern, was zu einer direkten touristischen Bruttowertschöpfung von 1574265 Franken führte, wird in der Studie festgehalten.

Aus der Gesamtnachfrage der Übernachtungsgäste konnte weitgehend ermittelt werden, von wie vielen zusätzlichen Einnahmen einzelne Ortschaften in der Jungfrauregion profitierten.



nationalen Tiernahrungs- und Fischfuttermittel-Hersteller, als Chief Operating Officer von Nutreco Agriculture. Der 51-Jährige war zuvor CEO von Loders Crocklaan.

Spa im Capella Schloss Velden unter neuer Leitung

Maika Virgili ist die neue Managerin des Auriga Spa im Capella Schloss Velden und somit zuständig für das 3500 m² grosse Verwöhn-Refugium. Die 38-Jährige war zuletzt als Leiterin des Spa- und Wellnessbereiches im Strandhotel Georghöhe in Nordsee (D) tätig. Das Auriga Spa wurde 2008 von Gault-Millau zum besten Spa Österreichs gekürt. br

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

rebagdata
hotel management solutions

8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch



Qualität. Prozess. Lässt sich ein Hotel ISO-zertifizieren, dann ist das ein komplexes Unterfangen. Davon weiss die Direktorin des «Schweizerhofs» in St. Moritz, Yvonne Urban Scherer, ein Lied zu singen.

Auf den Spuren des «Q III»



Das Hotel Schweizerhof in St. Moritz hat sich für die Sommersaison gerüstet: Nächste Woche wird der Betrieb ISO-zertifiziert.

Das Hotel Schweizerhof St. Moritz wird am 14. und 15. April ISO-zertifiziert. Dann wird geprüft, was ein Jahr lang erarbeitet wurde.

SIMONE LEITNER

Die Spannung ist gross. Nächste Woche geht die ISO-Zertifizierung im Hotel Schweizerhof St. Moritz über die Bühne. «Wir haben natürlich ein gutes Gefühl, sind aber dennoch etwas angespannt», sagt Yvonne Urban Scherer, Direktorin des «Schweizerhofs». Der Betrieb sei sehr gut vorbereitet und die Mitarbeitenden alle vom Qualitäts-Gütesiegel überzeugt, betont die Hoteldirektorin.

Der Startschuss zum Q III fiel vor einem Jahr. Ans Thema geführt wurde das Direktionsheparr Yvonne Urban Scherer und Martin Scherer allerdings schon länger. Die Jahres-

zeitplanung, die sie seit vier Jahren gemeinsam mit einem externen Berater erarbeiten, war die Grundlage. «Roland Berger von der Lune Management & Training AG kennt sich mit Qualitätsmanagementsystemen aus und hat uns sanft auf den Weg zum Q III geführt.» Darüber ist Yvonne Urban heute froh. Und darüber, dass der Verwaltungsrat sie voll unterstützt hat. Die Kosten sind kein Pappenstiel, aber über deren Höhe möchte niemand sprechen. «Wir sind alle sicher, dass sich die Investition lohnt», so Yvonne Urban.

Als der Prozess vor einem Jahr begann, gab es auch Überraschungen: Es sei spannend und erstaunlich gewesen, dass der Betrieb etwa 80 Prozent der Arbeitsprozesse bereits dokumentiert und hinterlegt



«80 Prozent der Arbeitsprozesse hatten wir bereits dokumentiert und hinterlegt.»

Yvonne Urban Scherer
Direktion Schweizerhof St. Moritz

hatte. «Die Herausforderung war eigentlich nur noch, diese Informationen zu vernetzen und anzupassen», so Yvonne Urban.

Das Führungsteam im Hotel Schweizerhof St. Moritz ist vom Nutzen des Q III überzeugt. Es war ihre Aufgabe, das Vorhaben den Mitarbeitenden beliebt zu machen. Einfach war das nicht, denn eine ISO-Zertifizierung ist nicht bei allen Hotelangestellten beliebt. «Aber die meisten Vorurteile entstehen aus Unwissenheit oder schlechter Information», so die Direktorin. Also wurde im «Schweizerhof» viel und sehr genau informiert. Kritikpunkte wie «dann müssen wir unendlich viel Schreibkram erledigen» oder auch «wir können keine spontanen Entscheide mehr fällen», konnte das Direktions-

team aus dem Weg räumen oder ins richtige Licht rücken. Yvonne Urban hat gemeinsam mit ihrem Coach Ro-

1. Warum soll ein Betrieb ein Qualitäts-Gütesiegel erarbeiten?

Wenn ein Hoteller gezielt an seiner Produkte- und Dienstleistungsqualität arbeiten möchte, kann er dies mit Hilfe des Qualitäts-Gütesiegels tun, denn dieses hilft ihm, das Thema systematisch und prozessorientiert anzugehen.

2. Für welche Hotelbetriebe überhaupt Sinn?

Das Q ist grundsätzlich für alle Unternehmen geeignet, die im Wettbewerb stehen und eine marktfähige Leistung erbringen wollen und können.

3. Was entgegnet Sie der Kritik, dass dieses Q viel koste und nur wenig bringen soll?

Ich bin überzeugt, dass keine oder schlechte Qualität das Un-

ternehmen ungleich viel mehr kostet als ein Q. Im Übrigen ist das Q die Auszeichnung für Initiativen, welche ein Team ergreift, um die Qualität im Betrieb kontinuierlich weiter zu entwickeln. Das Q an sich kann also nicht schlecht sein, sondern lediglich die Anwendung des Systems.



Definierte Prozesse sollen jeden Bereich einzeln optimieren.

Urban. «Erst in der Praxis wird klar, ob sich die theoretischen Abläufe bewähren.» Für die Mitarbeitenden eine wichtige Erfahrung: «Wir haben auch Korrekturen vorgenommen und gewisse Punkte angepasst.» Flexibilität sei immer noch, auch mit dem Q III möglich. Das Qualitäts-Gütesiegel fordert zudem eine interne Kontrolle.



Nachgefragt

Hubert Rizzi

Tätigkeit: Zuständig für den Tourismus bei der Schweizerischen Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme SOS.



Das Viersternehaus hat sich ein Jahr auf das Q III vorbereitet.

Und wie werden diese so genannten Auditoren vom Team aufgenommen? Hoteldirektorin Yvonne Urban hat nie eine schlechte Erfahrung gemacht. «Schliesslich werden diese Auditoren nach vorgegebenen Kriterien ausgewählt und müssen auch grosse soziale Kompetenz vorweisen. So hätte sich die Stimmung unter den Mitarbeitenden im Hotel Schweizerhof St. Moritz in den der letzten 12 Monaten «eigentlich nur positiv entwickelt».



«Schweizerhof» setzt auf Qualität und wirbt mit guten Aussichten.

4. Sehen Sie das Q auch als Marketinginstrument für ein Hotel?

Ja, absolut. Eine Auszeichnung ist immer auch eine Verpflichtung, die man gegenüber seinen Kunden einget, und das ist heute wichtiger denn je. Wichtig ist auch, dass sich der ausgezeichnete Betrieb dieser Verantwortung bewusst ist und sich in der Marktleistung entsprechend von den Mitbewerbern differenziert. Der Kunde will schliesslich wissen: «Ist Q drin, wo Q drauf steht?»

Aus www.jobs.htr.ch wird neu www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Neue Gäste? Finden Sie bei uns!

CHF 99.00 für 4 Wochen
Onlinepräsenz

Ihre «hotel specials» auf www.swisshotels.com

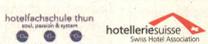
hotelleriesuisse
Telefon 031 370 42 26
hotelspecials@hotelleriesuisse.ch



Gemeinsam **ÜBER FÜHRUNG** diskutieren

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

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



KASTLISTOREN
Ideen Design Kompetenz

Für mehr Gäste – bei jedem Wetter

Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne!

Kästli & Co. AG
Hühnerhubelstrasse 63
CH-3123 Belp-Bern
Tel. 031 340 22 22
www.kaestlistoren.ch
info@kaestlistoren.ch

Qualität. Hotels. Was macht Qualität im Hotel aus? Es sind die kleinen Dinge und es ist die Gesamtheit der Dienstleistung. In einem guten Hotel fühlt man sich sofort wohl, sagt der frühere Hoteltester Chris Brügger.

«Entscheidend ist der Faktor Mensch»

Chris Brügger, was verstehen Sie unter Qualität in einem Hotel?
Aus Sicht des Hoteliers bedeutet Qualität die Gesamtheit aller Dinge, die einen guten Hotelbetrieb ausmachen. Von der Architektur des Hauses über die Infrastruktur sowie Freundlichkeit und Qualifikation der Mitarbeitenden bis zum Speise- und Getränkeangebot, das auch überraschen kann.

Sie kennen als ehemaliger «Mystery-Tester» die besten Hotels der Welt. Was ist für Sie ein «gutes Hotel»?
Es sind die Hotels, wo man sich nach kurzer Zeit sehr gut aufgehoben oder «at home» fühlt. Selbst wenn man zum ersten Mal da ist, kann sich ein solches Gefühl schnell einstellen. Einige Faktoren müssen zusammenspielen. Dann ergibt sich dieser harmonische Zustand von Zufriedenheit und Entspannung. Die «Seele des Hauses» wird spürbar.

Worauf achten Sie zuerst, wenn Sie ein Hotel betreten?

Zur Person Manager der Qualität war einst «Mystery Man»

Chris Brügger (43) ist diplomierte Hotellerie und Qualitätsmanager, seit 2006 Partner der Denkmotor GmbH (www.denkmotor.com) in Zürich, Büro für strukturierte Kreativität und Innovation. Als Senior Consultant bei Richey International testete er die besten Hotels rund um den Globus als so genannter «Mystery Man».

Für den Qualitätsmanager Chris Brügger gibt es keine Standardrezepte. Wichtig sei es, dem Gast bei jeder Gelegenheit Mehrwert zu bieten.

ROBERT WILDI



«Kurzfristige Wow-Effekte werden von der Wirkung eines Service am Gast übertroffen.»

Chris Brügger
Qualitätsmanager

Es sind viele Dinge, die teilweise auch unbewusst sofort analysiert werden. Generelle Atmosphäre, Licht, Stimmung, Luft und immer die Sauberkeit gehören dazu. Dann auch ganz praktische Dinge, zum Beispiel: Finde ich den Weg zum Front-Desk intuitiv, oder ist die Beschilderung zumindest hilfreich? Wie werde ich vom ersten Mitarbeitenden begrüßt, bietet man mir Hilfe an mit dem Gepäck?

An welchen Merkmalen erkennen Sie sofort, ob ein Hotel echte Qualität bietet?

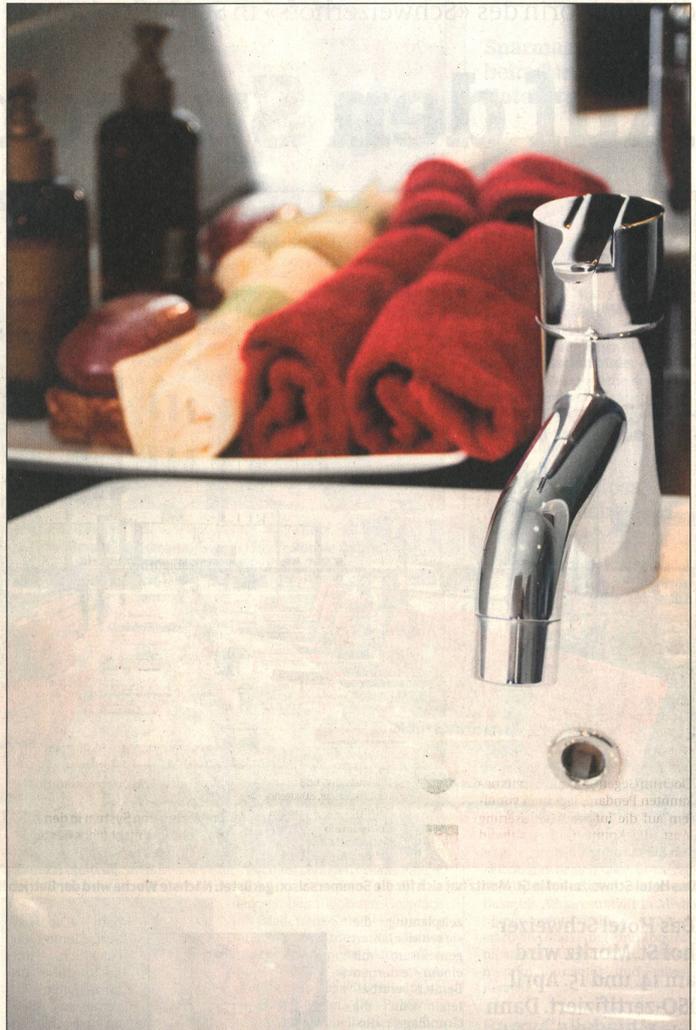
Ist die Uniform des Bellmans oder Empfangsmitarbeitenden abgewetzt oder ungepflegt, sind das bereits mögliche Hinweise auf Qualitätsdefizite. Auch an kleinen Dingen, wie Frischblumen und Material von Dekorationselementen, Kugelschreiber, Guest-Stationary oder Toilettenartikel. Ganz zentral ist auch das Thema Nachhaltigkeit und Sensibilität mit der Umwelt. Wenn mir als Gast der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen näher gebracht wird, ist das für mich ein hohes Qualitätsmerkmal.

Hat Qualität etwas mit Detailpflege zu tun?

Unbedingt. «Attention to detail» auf jeder Stufe resultiert fast zwingend in einer besseren, qualitativ hochstehenden Dienstleistung. Eine der wichtigsten Eigenschaften, die dabei helfen kann: Gut zuhören.

Welchen Anteil am qualitativen Wert eines Hotels haben materielle Infrastrukturen, welchen die Dienstleistungen?

Persönlich haben für mich Art und Auswahl an Dienstleistungen – und damit verbunden der Faktor Mensch – den bedeutend wichtigeren Anteil am qualitativen Wert des Hotels als eine State-of-the-Art-Infrastruktur. Wenn mir als Gast etwas in Erinnerung geblieben ist, dann sind es immer Erlebnisse einer Dienstleistung, die mich begeistert haben. Auch eine Top-Infrastruktur und tolle Gästezimmer mögen kurzfristig Wow-Effekte auslösen, aber kaum mit dieser Wirkung eines Service am Gast, der Erwartungen übertrifft.



Die Qualität steckt im Detail: kleine Aufmerksamkeit im Bad und grösste Sauberkeit.

Wie wichtig ist der erste Eindruck, den ein Gast am Hotel-Empfang erfährt, und wie stark beeinflusst dieser die qualitative Beurteilung?

Der erste Eindruck ist wichtig, meine ich. Sofortiger Augenkontakt und eine freundliche Begrüssung sind ein «Must». Das schlichte Rezitieren von Service-Standards genügt nicht.

international zur Spitze gehören – solche, die in vielen Bereichen auch Qualitäts-Benchmarks setzen. Ich kenne kein anderes Land, das auf so kleinem Raum eine solche Dichte an Luxus-hotels wie die Schweiz bietet.

Tragen die Hotels diesem Umstand genügend Rechnung?

In den Top-Hotels ist man sich dieses Umstandes sicher bewusst. Oft sind die Mitarbeitenden gut trainiert, mehrsprachig und sehr serviceorientiert. Da aber viele junge Mitarbeitende in diesem Bereich arbeiten und die Fluktuation dadurch relativ hoch ist, ist es eine permanente Herausforderung, die Qualität auf dem angestrebten hohen Niveau zu halten.

In welchen Bereichen ist die Schweizer Hotellerie top, wo besteht im internationalen Vergleich Nachholbedarf?

Ausbildung und berufliche Qualifikationen der Mitarbeitenden sehe ich als Stärken. Auch Ausstattung der Zimmer und die moderne Infrastruktur. Von einigen Ausnahmen abgesehen, gibt es in den Bereichen Spa/Wellness oder Food & Beverage-Konzepte im internationalen Vergleich noch eher wenig Überraschendes oder Trendsetzendes.

«Eine der besten Investitionen ist diejenige in die Mitarbeitenden.»

Chris Brügger
Qualitätsmanager

Wo stehen Ihrer Meinung nach die qualitativ hochwertigsten Hotels?

Wenn es nicht nach Infrastruktur und Dienstleistung zu unterscheiden gilt, bin ich bei dieser Frage gedanklich im asiatischen Raum.

Wie schneidet die Schweizer Hotellerie im qualitativen Vergleich mit der ausländischen Konkurrenz ab?

Im Top-Segment gibt es in der Schweiz einige Häuser, die auch

Die Schweizer Q-Labels haben die internationalen Normen gepusht

Menschen welche die Dienstleistungen in der Hotellerie umsetzen, bleiben unverzichtbar: immer mehr sind es die Softfaktoren, die den entscheidenden Unterschied eines Hotels ausmachen. Mittels Qualität kann sich ein Hotel abheben oder eben nicht.

Ein gut eingeführtes Qualitätsmanagement-System unterstützt eine ganzheitliche qualitativ hochstehende Dienstleistungsmasse. Betriebe, welche ein umfassendes Qualitätsmanagement-System (QMS) einführen, versetzen sich damit nämlich in die Lage, die Prozesse zu beherrschen und zukunftsgerichtete Entscheide aufgrund systematischer und marktorientierter Fakten zu fällen. Zudem – und nicht unwesentlich – bleiben damit Betriebs- und Markt-Know-how vermehrt im Betrieb: Unbezahlabares Wissen wird dadurch weniger von einzelnen Personen abhängig.

In der Schweizer Hotellerie haben sich verschiedene Qualitäts-

Qualitätslabels: Die Kriterien



Q I
Qualitätsbewusstsein wecken und steigern. Tiefe Einstiegshürde.

1096 Betriebe in der Schweiz.



Q II
Misst die Führungs- und Dienstleistungsqualität, leitet Verbesserungsmassnahmen ein.

243 Betriebe in der Schweiz.



ISO 9001:2008 = Q III
Prozessorientiertes Qualitätsmanagement-System.

214 Betriebe in der Schweiz.



Valais Excellence + ISO 9001:2008 + ISO 14001:2004 + OHSAS 18001 = Q III
Damit sind auch die Umwelt-Normen und Arbeitssicherheits-Elemente im Betrieb implementiert.

EFQM = Q III

Bewertet und beurteilt verschiedene Bereiche der Unternehmensführung. Ein internationales, branchenneutrales Qualitätsmanagement-System. Minimale festgelegte Punktzahl für Q III erforderlich.

Quelle: hotelleriesuisse

Labels durchgesetzt, welche entweder vom Qualitätsprogramm für den Schweizer Tourismus selber entwickelt wurden (Q I und Q II) oder international anerkannte Normen (Q III) integrieren. Das Schweizer Qualitätsprogramm hat ganz klar auch zur Verbreitung von international anerkannten Normen beigetragen.

Das Q I soll im Betrieb das Qualitäts-Virus setzen. Die Hürde ist bewusst tief angesetzt, damit sich auch kleine Hotels auszeichnen lassen können.

Die Stufe für das Q II ist bereits höher. Das Programm liefert Instrumente, welche die Führungs- und Dienstleistungsqualität eines Betriebes beleuchten.

Das Q III zeigt die Prozesse eines Unternehmens umfassend auf. Wer diese Auszeichnung anstrebt, muss sich ISO-zertifizieren lassen, das Label Valais Excellence oder das EFQM erarbeiten.

Daniel Beerli, Leiter Mitgliederservice und Kooperationen, hotelleriesuisse

Qualität. Ökologie. Der «Steinbock» ist in der Schweiz das anspruchsvollste Öko-Qualitätslabel. Das ist mit ein Grund, das bis heute erst 13 Betriebe «Steinbock»-zertifiziert sind.

Eine Reihe von Öko-Labels

Bei den zertifizierten Umweltlabels im Tourismus ist eine Harmonisierung im Gange. Das erspart dem Hotelier Aufwand und Kosten.

GU DRUN SCHLENCZEK

An Möglichkeiten, sein Hotel in Sachen Umweltverträglichkeit zertifizieren zu lassen, mangelt es nicht. Schweizer Hoteliers haben gleich mehrere: Die von den Kriterien her restriktivste Variante ist der im 2001 zuerst für Graubünden, dann die Schweiz entwickelte «Steinbock». Wer europaweite Konformität sucht, erreicht das mit dem EU-Umweltlabel. Und wer sogar auf der internationalen Bühne der Umweltgerechtigkeit mitspielen will, dem ist eine ISO-14001-Zertifizierung zu empfehlen.

«My Climate» bekommt mit «Swiss Climate» Konkurrenz

Ganz neu auf dem Markt ist «Swiss Climate». Das System basiert auf der internationalen Norm ISO 14064. Im Zentrum steht ähnlich wie bei «My Climate» die Reduktion der Treibhausgas-Emissionen. Doch im Gegensatz zum bereits bekannten Pendant, legt man vor allem auf die interne Verbesserung Wert, die Kompensation anhand von Klimaschutzprojekten ist dann der letzte Schritt. Aber vor allem unterscheidet sich «Swiss Climate» mit einer externen Verifizierung durch die Schweizer Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme (SQS), was Seriosität garantiert. Noch zählt «Swiss Climate» kein Hotel, bei «My Climate» kompensieren dagegen bereits alle Sunstar-Hotels sowie das «Giardino» in Ascona und das «Ferienart» in Saas-Fee ihren CO₂-Ausstoss und dürfen sich somit klimaneutral nennen.

Auf der europäischen Ebene pflegen viele Länder ihre eigenen Labels (siehe Liste). Das liegt nicht zuletzt am Timing: Die privaten Labels entstanden zuerst, die EU lancierte ihr Umweltlabel erst 2003.

Ökolabels im Tourismus mit Zertifikat

-  **Steinbock**
Schweiz
38 Betriebe, davon 13 Hotels
-  **Swiss Climate**
(Bronze, Silber, Gold) Schweiz
Noch kein Hotel
-  **Umweltzeichen für Tourismusbetriebe**
Österreich
Rund 250 Betriebe, davon 95 Hotels
-  **Ecolabel**
Luxemburg
35 Betriebe, davon 14 Hotels
-  **Nordic Swan**
Dänemark, Island, Norwegen, Finnland, Schweden, 215 Hotels und Jugendherbergen
-  **Legambiente Turismo**
Italien
300 Unterkunftsbetriebe und Badeeinrichtungen
-  **The Green Key**
Belgien, Zypern, Dänemark (43 Hotels), Estland, Frankreich (La Clief verte: 51 Hotels, 242 Campingplätze, 22 Bnkl. Unterknfte), Italien, Japan, Litauen, Marokko, Portugal, Schweden, Niederlande, Tunesien
insgesamt über 450 Betriebe
-  **Zalais sertifikats**
Lettland
74 Betriebe (Landhuser, Bauernhofe, Gstehtuser)
-  **Green Tourism Business Scheme**
Grossbritannien
341 Hotels, 206 B&B, 113 Gstehtuser, 80 Jugendherbergen
-  **El Distintivo de Garantia de Calidad Ambiental**
Spanien
18 Hotels, 16 Campingplzte, 110 lndliche Unterknfte
-  **EU Umweltlabel**
20 Betriebe in der Schweiz, davon 2 Hotels
-  **Blue Flag International**
3200 Badestellen und Sport-hfen in 37 Lndern
-  **ISO 14001**
International, 8 Hotels/Hotelketten in der Schweiz

Es ist jedoch eine Tendenz zu einer Harmonisierung unter den Öko-Auszeichnungen festzustellen. Das inzwischen am weitesten verbreitete private Label auf der europä-

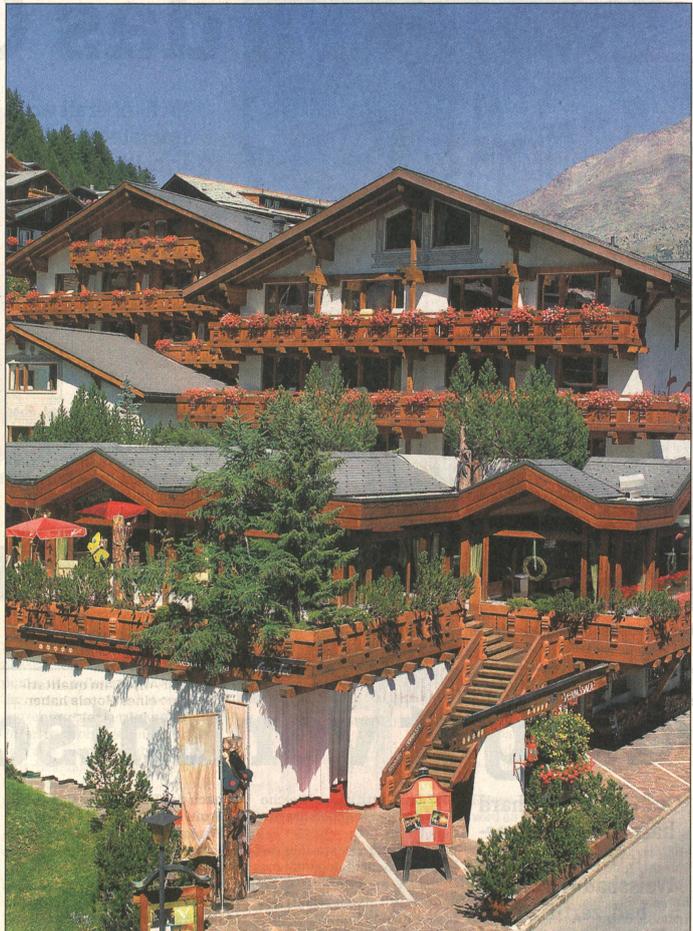
ischen Ebene ist «The Green Key», das verschiedene andere nationale Öko-Marken für den Tourismus in den letzten Jahren geschluckt hat. In der Schweiz könne heute ein Hotel, das den «Steinbock» trägt, auch das EU-Umweltlabel bekommen, erklärt Domenico Saladino, Mitentwickler des Steinbock-Labels. Im Umweltbereich wären die beiden Auszeichnungen zu 70 Prozent deckungsgleich.

Umweltlabels bei Schweizer Hoteliers wenig gefragt

Angenähert hat man sich auch an das Qualitätsprogramm des Schweizer Tourismus: «Statt über die ISO-Norm können Betriebe nun über das Steinbock-Label mit einem Zusatzmodul das Qualitätsgütesiegel III des Schweizer Tourismus erlangen», betont Saladino. Möglich ist dies, da der «Steinbock» nebst dem Ökologischen auch Nachhaltigkeit auf den ganzen Betriebsablauf bezieht, das heisst vom Management über die Betriebswirtschaft bis zum Sozialen. Zudem will man in die Steinbock-Zertifizierung noch Tools des Qualitätsgütesiegels wie die Mystery-Tests einbauen. Der «Steinbock»-Initiator hofft, über das Zusammengehen mit dem Q-System, mehr Betriebe zum Mitmachen zu bewegen. Heute sind gerade mal 13 Hotels «Steinbock»-zertifiziert. «Alle aktuellen 250 Q II-Betriebe wären potenzielle Steinbock-Träger», so Saladino.

Labels bringen System in den Betrieb, aber nicht mehr Gäste

Weit besseren Zulauf geniessen die Umweltanstrengungen im Ausland. Das wundert Saladino wenig: «Dort unterstützt der Staat.» Zum Beispiel in Österreich oder in Italien. Denn so ein Audit geht ins Geld und fordert den Betrieb. Das weiss Beat Anthamatten, Inhaber des 5-Sterne-Hotels Ferienart in Saas-Fee, der seinen Betrieb gleich mehrfach zertifizieren liess. Die Marke Valais Excellence, deren System sich an ISO 9001 und 14001 anlehnt, kostete ihn im Startjahr rund 50'000 Franken (externe und interne Kosten). Die laufenden Kosten sind für das «Ferienart» tiefer: 1500 Franken pro Jahr für «Valais Excellence», 1800 Franken fürs EU-Umweltlabel, 2450 Franken für den



Eingang des 5-Sterne-Hotels Ferienart in Saas-Fee, das mehrfach zertifiziert worden ist.

«Steinbock» plus alle drei Jahre 4900 Franken fürs Audit. Was bringt ihm das Zertifizieren? «Vor allem System», so Anthamatten. Prozesse festlegen sei nachhaltiger als ein-

fach mal drauflos agieren. «Jede getroffene Massnahme war für uns auch ökonomisch sinnvoll.» Mehr Gäste zähle er durch das Umweltengagement nicht. Anthamatten

schätzt, dass nur 3 bis 5 Prozent der Gäste deswegen zu ihm kommen. «Die LOHAS gibt es nur in den Köpfen der Marketingleute, aber nicht in der Realität.»

Zusammen nachhaltig wirken

Die Direktoren der touristischen Dachverbände und der Regionaldirektorenkonferenz haben eine Charta unterzeichnet. Und damit ein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit abgelegt.

DANIEL STAMPFELI

Mit der am am vergangenen Freitag anlässlich des 12. Schweizer Ferientages unterzeichneten Nachhaltigkeits-Charta bekennt sich der Schweizer Tourismus zur Nachhaltigkeit auf den drei Ebenen Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft. Dabei wird ein besonderes Gewicht auf den Faktor Umwelt gelegt. Mit einem 3-Punkte-Programm soll sichergestellt werden, dass dieses Bekenntnis umgesetzt wird. **Verpflichtung der Unterzeichner zur Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismus:** Mit verschiedenen Aktionen legen die



Die Direktoren der touristischen Dachverbände und der Regionaldirektorenkonferenz nach Unterzeichnung der Nachhaltigkeits-Charta.

Unterzeichner bis Ende 2002 den Grundstein für eine nachhaltige Sektor- und Unternehmenspolitik. **Verankerung in der Branche mittels Sensibilisierung und Unterstützung:** Sicherstellung durch verschiedene Massnahmen, dass die Nachhaltigkeit bei

allen Marktteilnehmern ein Bestandteil der «Corporate Culture» wird. **Regelmässige Überprüfung und Evaluation der Fortschritte:** Gemeinsame Erarbeitung eines Umsetzungsprogramms mit Aktionsplänen im Rahmen der Mittelfristplanung.

Ökologie und technische Neuerungen integriert

Ab diesem Jahr ist einiges neu beim Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus Q I, Q II und Q III. Zum Beispiel wird der ökologische Aspekt höher gewichtet.

CHRISTINE KÜNZLER

Neu wird in der Stufe Q I auch die Erlebnisqualität in der Schulung und in der Servicekette thematisiert. Das Qualitätsprofil mit den sechs zentralen Q-Aspekten wird nun noch empfohlen und nicht mehr als obligatorisch vorausgesetzt. Auch werden dort neu neue ökologische Aspekte miteinbezogen. Sowohl bei der Schulung als auch beim Aktionsplan. Leitfadens und Handbuch sind neu überarbeitet. Fazit: Der Zugang zum Q I ist einfacher geworden, Erlebnisqualität und Ökologie erhalten mehr Gewicht.

Die Stufe II wird demnächst mit einem neuen Prozess-Modul, einem E-Tool, ergänzt. Damit entwickelt sich das Q II auch zu einem Trainingssystem für die nächsthöhere Stufe, der Stufe III. Das Führungsprofil mit den acht bis zehn Aspekten bleibt obligatorisch, dafür wird das Basisprofil mit maximal acht statt wie bisher zehn Aspekten nur noch empfohlen. Der ökologische Aspekt wird auch bei Q II höher gewichtet. Alles in allem macht damit das Qualitäts-Gütesiegel der zweiten Stufe den Betrieb fit für das Q III, obwohl weder das Q I noch das Q II Voraussetzung für die dritte Stufe sind.

Die Basis der Stufe III bleiben ISO 9001:2008 und EFQM. Generell ist das gesamte Q-Programm flexibler geworden und akzeptiert nach festgelegten Kriterien auch so genannte externe Qualitätssysteme, wie zum Beispiel Mystery-Checks oder interne Qualitätssysteme von Hotelketten.

In der Schweiz sind bis heute 1587 Unternehmen mit dem Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus ausgestattet. Die meisten ausgezeichneten Betriebe sind im Bereich Hotellerie zu finden: 667. 106 Hotels haben das Q III erarbeitet, 151 das Q II und 411 das Q I. Auf Platz zwei stehen die Parahotellerie-Anbieter mit 234 Qs. Acht von ihnen haben das Q III erhalten.

Von den Tourismus-Organisationen haben 160 das Q-Programm eingeführt, 21 davon das Q der dritten Stufe. In 106 der Schweizer Gastronomie-Betriebe wird heute mit dem Q gearbeitet. Sieben Restaurants haben das Q III realisiert.

Valentine's®
Fritusen Tellerwärmer Teigwarenkoher Was hält länger?
www.bertschi-valentine.ch

ANZEIGE

Qualität. Kontrolle. Wer kontrolliert, ob ein Betrieb, der sich auf seiner Internet-Site mit dem «Q» schmückt, das Qualitätsprogramm auch wirklich erarbeitet oder erneuert hat? Bis anhin niemand.



Der «Grächerhof» schmückt sich zurzeit noch mit dem ungültigen Q.

Manchmal wirkt das Q nur optisch

Nicht überall wo Q draufsteht ist auch Q drin. Wenn ein Hotelier das Gütesiegel nicht mehr erneuert, kontrolliert niemand, ob das Logo weiterhin an der Eingangstür klebt.

CHRISTINE KÜNZLER

Klickt sich der Gast über www.matterhornvalley.ch zum 3-Sterne-Superior Turm Hotel Grächenhof in Grächen, sieht er, dass das Haus mit dem Q ausgezeichnet ist. Klickt er das gleiche Hotel auf der Walliser Hotelplattform www.hotel-wallis.ch oder auf myswitzerland.com von Schweiz Tourismus, schmückt sich das gleiche Hotel sogar mit dem Q II. In Realität hat das Haus weder das eine noch das andere, sondern gar kein gültiges Q.

Was aber in diesem Fall keinesfalls heisst, dass in diesem Hotel keine Qualität gelebt wird. Vielmehr ist das Hotelierspaar Ines Linder und Peter Scheffer gerade dran, das Q III zu erarbeiten. «Wir werden im August ausgezeichnet», sagt Ines Linder. Und versichert, dass die Gästezufriedenheit, die sie mittels Fragebogen ermittelt, bei ihnen hoch sei. «Wir haben schon im letzten Betrieb das Q II erarbeitet, deshalb richten wir uns auch hier nach diesen Richtlinien. Der Gast wird also bei uns nicht getäuscht.»

Die Prüfstelle kontrolliert nicht, ob das Q weiter verwendet wird

Nichtsdestotrotz: Korrekterweise darf das Hotel das Q-Logo nicht mehr verwenden. Ines Linder ist überrascht: «Als wir das Hotel im letzten November übernahmen, gingen wir davon aus, dass das Haus mit dem Q II ausgezeichnet ist. Wir wollen nicht absichtlich etwas Falsches vortäuschen.» Nach der Übernahme eines Hotels gebe es eben wichtigere Dinge zu tun als zu kontrollieren, ob die Auszeichnungen noch gültig sind, versichert die junge Hotelière glaubhaft.

Zu Unrecht getragen hat das Grächer Hotel die Auszeichnung schon unter der früheren Pächterin, der Hotelière Jacqueline Fux. Sie hatte das Q II im Jahr 2000 erarbeitet, im 2004 erneuert und 2007 dann abgebrochen, erklärt Siegfried Schmid von der Prüf- und Koordinationsstelle beim Schweizer Tourismus-Verband (STV) in Bern. «Abgebrochen möglicherweise deshalb, weil die Hotelière das Q III erarbeiten wollte.»

Seit 2008 also dürfe das Hotel das Logo nicht mehr kommunizieren. Weder an der Eingangstür noch im Internet. «Wer das Q nicht mehr erneuert, erhält von uns ein Schreiben in dem wir ihm mitteilen, dass er das Q nicht mehr verwenden darf», so Schmid. Kontrolliert, ob der Hotelier der Aufforderung auch Folge leistet, wird indes nicht. «Wenn wir aus irgendeinem Grund einen Missbrauch feststellen oder uns jemand darauf aufmerksam macht, bekommt der betreffende Hotelier nochmals einen Brief.»

Vier- bis fünfmal im Jahr trifft beim STV eine Gäste-Reklamation ein, der das Team der Prüfstelle dann nachgeht. Hier fliegt auf,

wenn ein Hotelier sich mit fremden Federn schmückt. Dass es einige Hoteliers gibt, die das Q abgebrochen haben und das Logo trotzdem weiter benutzen, davon geht Schmid aus.

Zusätzliche Kontrolle seitens der Swiss-Quality-Hotels-Gruppe

Der «Grächerhof» ist seit 1. April 2009 Mitglied bei den Swiss Quality Hotels der Kategorie Value. Wer der Gruppe beitreten will, muss im Minimum das Q I erarbeiten. Häuser, die der Kategorie Superior oder Excellence angehören, brauchen das Q II. «Der Hotelier hat ein Jahr Zeit, das Qualitätslabel zu erarbeiten», sagt die Geschäftsführerin Eva Fischer. «90 Prozent unserer Hoteliers haben ihr Q bereits.» Der «Grächerhof» setzt also freiwillig auf das Q III und könnte sich dafür ein Jahr Zeit lassen.

«Wir achten sehr strikte darauf, dass kein Hotelier sein Qualitätslabel zu Unrecht trägt», so Eva Fischer. Dafür stehen sie regelmässig in Kontakt mit der Prüf- und Koordinationsstelle beim STV. «Wir wollen nicht, dass sich unsere Hotels mit fremden Federn schmücken.»

«Angst vor Entscheidungen»

Christian Lienhard hat seinen 4-Sterne-Betrieb, den «Hof Weissbad» in Weissbad, zertifizieren lassen. Ganz glücklich ist er mit dem Q III nicht.

ELSBETH HOBMEIER
CHRISTINE KÜNZLER

Christian Lienhard, das Hotel Hof Weissbad ist seit Herbst

2007 ISO-zertifiziert. Welche Erfahrungen machen Sie mit dem Q III?

Wir wollen in diesem Jahr den Massnahmenkatalog auf jenes Niveau herunterfahren, auf dem er uns noch etwas bringt. Das bedeutet eine Reduktion auf rund die Hälfte. Die Mär von mehr Effizienz stimmt für mich sonst nicht. Wir müssen uns fragen: Weshalb machen wir das Q III? Für den Betrieb oder nur für das Label? Für das Label allein muss man die Zertifizierung nicht erarbeiten, das macht keinen Sinn.

Wo liegen Ihrer Ansicht nach die grössten Schwierigkeiten

nach der Einführung des Q der Stufe III?

Wir haben mit Q III grundsätzlich ein perfektes System. Aber ich mache die Beobachtung, dass damit die Innovation auf der Strecke bleibt. Der Mitarbeitende muss meiner Ansicht nach mehr Kompetenzen bekommen, um selber entscheiden zu können. Heute haben wir die Situation, dass der Mitarbeitende vorher in drei Ordnern nachschlägt, bevor er sich traut, eine Entscheidung zu fällen. Ein weiterer Punkt ist der Zeitaufwand für das Ausfüllen der Formulare. Der Küchenchef füllt heute Formular um Formular aus und verliert damit

einen halben Tag pro Woche.

Gibt es nicht die Möglichkeit, den Standard so festzulegen, dass der Mitarbeitende in einem vorgegebenen Rahmen selber entscheiden darf?

Natürlich, jeder Betrieb kann seine Standards so festlegen, dass sie für den Betrieb stimmen. Beispielsweise könnte es heissen:



«Bei einer Beanstandung entscheidet jeder Mitarbeitende selbstständig über die Wiedergutmachung dem Gast gegenüber.»

Gibt es Bereiche, in denen sich das Qualitätsprogramm positiv auswirkt? Das System ist sehr gut für Betriebe.

Hoteldirektor Christian Lienhard will den Massnahmenkatalog abspecken.

che wie Schulung, Lebensmittelkontrolle, Gesundheit und Hygiene.

Wie viel hat die ISO-Zertifizierung für Ihren Betrieb gekostet?

Insgesamt haben wir für die Zertifizierung etwa 150 000 Franken investiert.

Wirkt sich diese Investition auch positiv auf Ihren Umsatz aus?

Eine direkte Umsatzsteigerung gibt es mit dem Qualitätsprogramm nicht. Es ist hingegen möglich, verbesserte Warenkosten und tiefere Mitarbeiterkosten zu erreichen.

2

+

1

Jedes 3. Teil gratis!

33% Aktionsrabatt auf unsere Bruttoverkaufspreise
Nicht kumulierbar mit sonstigen Rabatten oder Spezialkonditionen

Gültig vom 01.03.2009 bis 31.05.2009
Beim Kauf von Geschirr der Marken
Suisse Langenthal, Lilien und G. Benedikt

Porzellanfabrik Langenthal AG

Bleienbachstrasse 22
4900 Langenthal

Tel. 062 919 04 04
Fax 062 919 04 00

info@suisse-langenthal.ch
www.suisse-langenthal.ch

Qualität. Praxis. Drei Betriebe, drei Qualitäts-Labels. Jeder Unternehmer hat das Qualitätsprogramm implementiert, das ihm dient. Die drei Direktoren sprechen von positiven Erfahrungen.



Die eigene Location für Events direkt neben dem Hotel-, Seminar- und Kongresszentrum «Seedamm Plaza» in Pfäffikon SZ ist der «EventDome».

ren sollen, werden jährlich überprüft.»

«In Theorie sind wir nicht gut. Jede Verbesserung wird gelebt»

«Wir sind keine Theoretiker. In Theorie sind wir nicht gut», sagt «Seedamm-Plaza»-Chef Peter H. Ernst. «Qualitäts-Verbesserung ist bei uns ein dauerhafter Prozess, der vom ersten Tag an gelebt worden ist. Unsere Mitarbeiter machen pro Jahr 400 Verbesserungs-Vorschläge. 80 Prozent davon werden unmittelbar umgesetzt. Alle haben den Erfolg gespürt, den uns der Verbesserungsprozess einbringt.»

Für den Weg hin zum QIII war folgender Vorgang als Anregung wichtig: Angespornt durch guten Resultate bei Qualitäts-Zertifizierungen seit der Eröffnung 1999, entschied sich das «Plaza»-Führungsteam für eine Bewerbung um den «Esprit – Swiss Excellence Award» des Jahres 2006. Um «Business Excellence» zu erreichen, mussten alle Mitarbeitenden vom entsprechenden Geist besetzt sein. Das Hotel-, Seminar- und Kongresszentrum Seedamm Plaza wurde dann anlässlich des Esprit-Forums vom März 2006 in Luzern nicht nur zum Finalisten, sondern zum Preisträger für Mitarbeiterentwicklung ausserkoren.

«Wir holten auch die ins Boot, die negativ gegenüber ISO waren»

Diese Auszeichnung war für das «Seedamm Plaza» so wertvoll, weil sie das seit Beginn eingeführte und gelebte Qualitätsmanagement spektakulär würdigte. Peter H. Ernst stellt fest: «Beim Esprit-Gewinn war es das Einrücklichste, dass man auch jene ins Boot holen konnte, die immer negativ gegenüber ISO waren. «Hey, wir sind die Besten!» – Diese Mitarbeitenden wurden zu Botschaftern, nachdem sie sich jahrelang gestäubt hatten.»

Eigene Teambildungs-Erfahrung wird an Kunden weitergegeben

Die mit dem «Esprit» gewürdigte Vorgehensweise und die Erfahrungen der Teambildung gab das «Seedamm Plaza» von diesem Zeitpunkt an zahlreiche interessierte Unternehmen und Organisationen weiter – zum Beispiel als Rahmenprogramm einer von diesen Kunden gebuchten Veranstaltung im «Seedamm Plaza».

Qualität von Anfang an

Eine ganze Geschichte von geprüfter Qualität und Excellence-Awards weist das Hotel-, Seminar- und Kongresszentrum Seedamm Plaza auf.

KARL JOSEF VERDING

mit seinen Unternehmens-Bereichen Meetings, Hotel, Restaurant und Events. Die ISO-Zertifizierung gibt dem Unternehmen das Recht, für alle seine Bereiche das Qualitätsgütesiegel III zu führen.

«Einen unheimlichen Impuls im Betrieb gaben die Assessments»

Für Organisationen mit einem reifen Qualitätsmanagementsystem, welches noch weiter verbessert werden soll, hat die Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme SQS das Modell 9004 entwickelt (Bewertung von Qualitätsmanagementsystemen). «Alle bei uns haben mitgemacht. Das war das Highlight, da gab es Assessments, und nicht



Ein Gästezimmer des Hotels im Zentrum «Seedamm Plaza».

Ernst so zusammen: «Uns wurde bewusst: Der Gast steht im Mittelpunkt, wir müssen alles vom Gast her anschauen. Wir haben unser ganzes Programm aufgrund dieser Prozesse infrage gestellt und alles auf den Gast ausgerichtet. Die Mitarbeitenden sollten Wünsche bereits erkennen können, wenn der Gast vor ihnen steht.»

«Uns wurde bewusst: Wir müssen alles vom Gast her anschauen»

«Seedamm Plaza»-Chef Ernst betont: «Wir wollen uns permanent verbessern und haben hohe Ziele. Der Verwaltungsrat wird einbezogen, jede Vision wird gemeinsam mit der operativen Leitung angeschaut. Die Elemente, die zu den Verbesserungs-Zielen hin füh-



Das Zentrum wird auch für private Bankette gebucht.

Andeer, QII: Management mit System im Hotel von 1827

Im Jahre 1827 wurde es gebaut, 1828 als Bade- und Kurhotel eröffnet, und 1907 erweitert: Das Hotel Fravi in Andeer im Val Schöns gehört seit der Gründung durch Landammann Johann Jakob Fravi Gondini der Familie Fravi. Gegenwärtig setzt das 3-Sterne-Superior-Hotel mit 47 Zimmern und Meeting-Kapazität für 10 bis 100 Personen seine Marksteine in der Qualitätssicherung. Im 1999 erarbeitete es sich das QI. Seit 2006 hat es das QII. Den Plan für das Qualitätsgütesiegel III hat Reto Rey, der Direktor des Hotels, bereits gefasst.

rapieabteilung, die einer eigenständigen AG gehören, ist das Hotel durch einen direkten Zugang verbunden. Alle Übernachtungspreise schliessen den Mineralbad-Eintritt ein.

Zusätzliche Prüfung von Küche, Restaurant und Arbeitssicherheit

Alle Zimmer sind seit 2001 renoviert worden. Jedes Jahr, in den drei

Dezember-Wochen vor den Feiertagen, wird im Hotel Fravi etwas erneuert, seien es Böden oder Zimmer oder Infrastruktur. Das Restaurant wurde im 2002 erneuert.

Vor allem Restauration, Küche und Arbeitssicherheit im Haus werden vier- bis fünfmal pro Jahr von Eurofin Schweiz angeschaut. Das betreffende Zertifikat hängt wie das QII-Diplom in der Réception. kv



Moderner Komfort in einem historischen Pionier-Hotel.

«Die mit dem QII gewonnene Beständigkeit gibt uns Sicherheit»

Rey, seit Dezember 2008 im Amt, ist selber Beispiel für eine wichtige Eigenschaft des «Führungsinstrumentes» QII, so wie er es nennt: «Fast alle Abläufe sind schriftlich festgehalten. Bei Personal- und Führungswechsel wird die Kontinuität bewahrt. So kommt eine Beständigkeit hinein, welche den Mitarbeitenden Sicherheit gibt.»

Mit dem Mineralhallen- und Aussenbad (34°C) und seiner The-

Bern, QI: Kultur-Casino hat ein sensibles Publikum



Grosse Fenster für den Blick der Gäste in Richtung Süden.

Wir sind Mieter im Haus des Kultur-Casinos Bern, Pächter für den Bankettbereich und zwei Restaurants», sagt Tobias Burkhalter. Er ist Direktor der seit gut einem Jahr mit dem Qualitätsgütesiegel I zertifizierten Casino Restaurants Bern AG. Der zur Q-Zertifizierung hin führende Prozess hat laut

Burkhalter für das Unternehmen zwei wirksame Seiten. Erstens eine interne Seite: dass man es anpackt und jeder Mitarbeiter mitmacht. Und zweitens: «Es bringt eine Aussenwirkung für das Kultur-Casino, dass man das Qualitäts-Siegel hat. Gerade jetzt, in der heutigen Zeit, wo es Nachrichten über schlechte Resultate bei Lebensmittelkontrollen gibt, sind die Leute für die Wahl einer sicheren Qualität sensibilisiert.»

Mit viel Ausblick an der Südseite der Berner Altstadt gelegen, beherbergt das Kultur-Casino hinter neoklassizistischer Fassade eine moderne Infrastruktur. Event-, Bankett- oder Meeting-Veranstalter können aus sechs Sälen, dem Casino-Restaurant und dem neuen Spezialitäten-Restaurant Relais sowie der Gartenterrasse wählen.

Zuerst war der Q-Prozess für die Mitarbeitenden nur Papier

Was die Mitarbeitenden betrifft, so Tobias Burkhalter, sei es «am Anfang nicht so einfach» gewesen, «den Kick-off für den Q-Prozess zu machen. Zuerst war der Prozess für sie nur Papier.» Aber dann,

schliesslich, seien aus allen Abteilungen Vorschläge gekommen, um die Abläufe zu verbessern. Daraus habe sich ein Massnahmenplan ergeben, «der von den Mitarbeitern getragen wird: Auch die Küche ist mit drin, sowie die Hauswirtschaft und die Administration.»

Massnahmenplan und neue feste Standards sind das eine – aber deutlich zu machen, dass das Ganze kein ruhender Prozess (also ein Widerspruch in sich) ist, das ist das andere. Burkhalter sorgt dafür, dass alles, was dazu gehört, auf einer Pinwand mit Piktogrammen und Fotogalerie in einem Gang dokumentiert wird, den die Mitarbeitenden vier- bis fünfmal pro Tag passieren.

«Wir haben bereits das QII im Köcher»

«Unterdessen», verrät Tobias Burkhalter, «haben wir von der Leitung her bereits das QII im Köcher. Meine Frau Nilgün macht eine Weiterbildung mit Abschluss im Sommer, und dann sind wir frei für die Lancierung des Prozesses hin zum Qualitätsgütesiegel II.» kv

liegenschaften

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
seit 35 Jahren

Sie haben einen Betrieb
zu verkaufen – zu vermieten
oder Sie suchen einen Betrieb?

Wir sind die Drehscheibe
für interessante Betriebe

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Ergebnisoptimierung, z. B. 5% mehr Umsatz und 5% weniger Betriebskosten ergibt 30-50% Ergebnissteigerung
- Projektentwicklung/Projekt-optimierung zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit
- Rekrutierung einer Direktion, Mieter oder Betriebsgruppe, Marketingkonzepte, Vergleiche bei Rechtsstreitigkeiten u. a. m.

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055 410 15 57 – 079 422 37 24
Fax 055 410 41 06
hesser@bluewin.ch

199

Nachmieter

Für unseren *** Hotelbetrieb in der Innerschweiz mit 45 Zimmer suchen wir gesundheitshalber einen seriösen Nachmieter.

Die Übernahme könnte auf den Herbst 09 oder nach Vereinbarung gemacht werden. Abnahme von Inventar (ca. CHF 180'000.-) ist eine Voraussetzung. Guter Mietvertrag kann übernommen werden.

Gerne stellen wir Ihnen den Betrieb vor. Ernsthafte Interessenten melden sich unter Chiffre xxxx an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

1964

An zentraler Lage in der modern reno-
vierten Liegenschaft vermieten wir nach
Übereinkunft

Rest. Löwen, Laupen

– Restaurant mit Säli, ca. 60 Sitzplätze
und Terrasse, ca. 30 Sitzplätze
– 3½-Zimmer-Wohnung

Sind Sie interessiert? Rufen Sie uns an,
wir geben Ihnen gerne nähere Auskünfte.

Tel. 079 222 55 54 / 032 391 99 81

1218-723

aus- und weiterbildung

ERSTE BAUSTEINE FÜR DEN
START AM "FRONT-OFFICE"

DER RECEPTIONS KURS

**DAS INTENSIV-
SEMINAR
VON GASTROSUISSE**

DATEN
10 Semintage
in Form eines Blockkurses

**WEITERE
INFORMATIONEN?**
GastroSuisse
Berufsbildung
8046 Zürich
T 0848 377 111
F 0848 377 112
weiterbildung@
gastrouisse.ch
www.gastrouisse.ch
CHF 2'650.-
GASTRO_SUISSE

140-61

KONKAPTES WEINWISSEN
FÜR GASTROPROFIS

DER WEIN BERATER

**DAS INTENSIV-
SEMINAR
VON GASTROSUISSE**

START DER KURSE
KURS 3 2009/2010
Montag, 12. Oktober 2009
KURS 4 2010
Montag, 6. September 2010

**WEITERE
INFORMATIONEN?**
GastroSuisse
Berufsbildung
8046 Zürich
T 0848 377 111
F 0848 377 112
weiterbildung@
gastrouisse.ch
www.gastrouisse.ch
GASTRO_SUISSE

141-19

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag, in
kleiner Gruppe und Unterbringung
in Einzelzimmern
Total SFR 790.-

Fragen Sie uns bezüglich längerer
Kursdauer bzw. spezielle Kurse
für den Tourismus.

Scuola Toscana
Via dei Benci, 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039/055 244583
www.scuola-toscana.com

1532-889

Französisch in Vichy

Französische Gastronomie - Kulinarium
Annemarie + Rolf Frischknecht
Tel 044 926 39 58

www.sprachausbildung.ch

1900-108

Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr **hotel revue**

Begehrter Speisefisch, den man ohne schlechtes Gewissen essen darf: die Goldbrasse oder Dorade royale.



Fisch. Handel. Die Bianchi AG liefert von Zufikon aus Fische und Meeresfrüchte in die ganze Schweiz. Auch in das Restaurant Bianchi in Zürich.

Frisch – seit 128 Jahren

In vierter Generation beliefert Bianchi die Schweiz mit Fischen und Meeresfrüchten. Nachhaltig produziert, betonen Paolo Bianchi und Abteilungsleiter Jürg Grob.

RENATE DUBACH

Paolo Bianchi, verkaufen Sie vor Ostern viel mehr Fisch? Paolo Bianchi: In den letzten Jahren hat sich die Situation stark verändert. Dadurch, dass die Menschen mehr reisen und sich bewusster ernähren, essen sie das ganze Jahr hindurch Fisch. Wir stellen nur noch einen leicht höheren Absatz in der Karwoche fest.

Sind zeitweise gewisse Fische mehr gefragt als andere?

Bianchi: Das schon. Die asiatische Küche ist bedeutender geworden, das heisst, dass ein anderes Fischsortiment gefragt ist. Wir sind ja Mitglied beim WWF, da sind gewisse Produkte ein Thema. Zum Beispiel beim Thunfisch kaufen wir nur jene Arten ein, deren Bestände noch intakt sind.

Der WWF legt fest, welche Arten Sie nicht anbieten dürfen? Bianchi: Der WWF sperrt nicht, er gibt Empfehlungen zu einzelnen Arten ab. Er teilt mit, wenn sich die Bestände erholt haben.

Das ist sehr gebietsabhängig. Heilbutt ist jetzt aus einem bestimmten Meerbereich freigegeben worden, in anderen Zonen darf man ihn nicht fischen.

Für einzelne Fische und Meeresfrüchte gibt es keinen richtigen Ersatz – für Seezunge, oder Black-Tiger-Prawns etwa. Was bieten Sie da an?

Jürg Grob: Wir haben Fische, die akut vom Aussterben bedroht sind – Hai, Rochen, Blauflossentuna, einige Aale – nicht mehr im Angebot. Wir setzen uns schon länger mit dem Thema auseinander. Der WWF gibt einen Einkaufsführer mit fünf Stufen ab – von Hände weg bis empfehlenswert. Bei den Black-Tiger-Prawns beispielsweise gibt es gute Qualität aus Zuchten. Bioqualität wäre auch hier die Krönung. Wir haben Level-2-Crevetten im Angebot, das heisst, sie stehen einen Schritt vor der Biozertifizierung.

«Im Binnenland Schweiz haben Sie frischere Fische auf dem Teller als direkt am Meer.»

Paolo Bianchi
Fischimporteur

Woher kommen diese?

Grob: Aus Vietnam. Wir arbeiten seit Jahren mit den Züchtern zusammen. Wir haben eine eigene Firma und eigene Leu-

te vor Ort, die die Richtlinien überprüfen. Es kann sein, dass ein Produzent nicht optimale Bedingungen hat, aber ein anderer ganz in der Nähe schon. Eine unabhängige Stelle prüft sie. Ich gehe davon aus, dass unser Crevetten-Produzent im Frühsommer das Bio-Zertifikat bekommt. Es genügt nicht, dass einer sagt, er habe nachhaltig produzierte Ware, er muss es auch beweisen können.

Es wäre schön, wenn die Gäste im Restaurant sehen könnten, ob die Fische aus nachhaltigen Betrieben kommen.

Bianchi: Die Gastronomie ist noch nicht so weit heute. Erst wenige Betriebe zeichnen ihre Fische auf der Karte mit Labels aus. Es ist nicht so einfach.

Man weiss schon lange, dass es um die Fischbestände schlecht bestellt ist. Trotzdem wird wenig unternommen.

Bianchi: Das sehe ich anders. Jedes Land am Meer kann innerhalb seiner Zone seine eige-

nen Gesetze erlassen. Die Länder im Norden haben sehr viel zum Schutz der bedrohten Fischarten unternommen. Es gibt Regionen, in denen sich die Fischbestände bereits gut erholt haben. Das Problem ist erkannt, es braucht einfach Zeit. Die Fische, die wir in der Gastronomie brauchen, kommen zu 90 Prozent aus Angelfang oder von «petits bateaux». Man muss zwischen Küsten- und Hochseefischerei unterscheiden.

Sie importieren keine Produkte von schwimmenden Fischfabriken, das ist schon klar.

Bianchi: Die grossen Schiffe, die mit Schleppnetzen fangen, bringen andere Fische zurück. Raubbau wird auf hoher See betrieben, nicht nahe der Küste. Im Bereich Tiefkühlfisch gewährleisten Labels wie MSC, dass keine bedrohten Fischarten auf den Tisch kommen. Unsere Gastronomie ist sehr heikel im Frischfischbereich.

Was heisst heikel?

Bianchi: Heikel in Bezug auf die Qualität. In der Schweiz haben wir eine absolute Topqualität.

Im Binnenland Schweiz haben Sie frischere Fische auf dem Teller als direkt am Meer. Wir importieren täglich frischen Fisch. Wenn Sie in einem Restaurant am Meer Fisch essen, wissen Sie nicht, wie lange er schon in der Auslage gelegen hat.

Sind Gastronomen daran interessiert, Fische anzubieten, die nicht gefährdet sind?

Grob: Die Nachfrage im Hochpreissegment ist jedenfalls da. Im günstigen Bereich, bei Convenience-Produkten trägt etwa

die Hälfte unseres Angebotes das MSC-Label. Wir wollen kein undefiniertes Mus mit Panade als Fischstäbli anbieten. Wir haben ein MSC-Fischstäbli im Angebot. Auch beim beliebtesten Massenfisch Pangasius rechnen wir damit, den ersten zertifizierten Fische in diesem Jahr.

Bianchi: Unsere Gastronomen sind noch nicht so sensibilisiert, wie sie sein sollten. Es ist unser Job, sie aufzuklären. Ein Koch kann heute zwischen einem Zuchtfisch und Wildfang auswählen. Heute haben wir mehr Möglichkeiten, günstigeren Zuchtfisch anzubieten. Man rechnet damit, dass bis 2013 etwa 80 Prozent unserer Fische aus Zuchten kommen werden.

Früher gab es markante Unterschiede.

Bianchi: Die gehobene Gastronomie arbeitet immer noch mit Wildfang-Fischen. Sie kann die höheren Preise auch umsetzen beim Gast. Ich möchte aber nicht sagen, dass Zuchtfische schlechter sind. Ein Kiloschwerer Zucht-Loup-de-mer ist ein Superprodukt. Die Vorschriften zur Haltung und die Bedingungen, dass sie überhaupt in den EU-Raum exportiert werden dürfen – wir sind ja an die EU-Gesetzgebung angeschlossen – sind sehr streng.

Ich muss mich informieren, wenn ich im Restaurant Fisch essen will. Aber eigentlich bin ich etwas überfordert.

Bianchi: Es ist eine Vertrauensfrage. Auch, wenn Sie Fisch im Laden kaufen.

Für mich sind die Caterer der Gemeinschaftsgastronomie Vorbilder. Wenn ein Lieferant nicht gewisse Normen erfüllt, darf er ihnen nichts liefern.

Das ungekürzte Gespräch: www.htr.ch

Zwei Fischexperten: Paolo Bianchi (links) und Jürg Grob.



Im Zürcher Ristorante Bianchi gilt das Motto: Fisch, Fisch, Fisch



Elegante, helle und schnörkellose Ambiance.

Fisch will schwimmen. Das sagt eine alte Feinschmeckerregel – wobei man dabei vor allem an einen feinen Wein denkt, den man dazu trinken sollte. Der Start des Ristorante Bianchi am Zürcher Limmatquai war auch vom Wasser geprägt: Kaum war es Ende Juli 2008 fulminant eröffnet, überfluteten infolge eines Rohrbruchs ganze Wasserwegen den Gastraum und die Küche des neuen Lokals. Seit letztem Oktober

ist das «Bianchi» nun wieder offen. Und hat sich sofort zum Geheimtipp für die Fischfans aus nah und fern entwickelt.

Denn im «Bianchi» gibt es nur und ausschliesslich Fisch. Das

brauchte einige Grabenkämpfe zwischen den beiden alteingesessenen Familien, welche dieses Lokal als Joint Venture führen: Die G. Bianchi AG, welche vor der Verlegung ihres Firmensitzes ins

aargauische Zufikon über 100 Jahre lang im Zürcher Niederdorf ihr Comestible-Geschäft betrieben hatte. Und die Bindella terra vite vita SA, die unter der Leitung von Rudi Bindella insgesamt 31 Restaurants in der Schweiz führt.

Das Ristorante Bianchi also serviert einzig Fisch: Bereits stadtbekannt sind die würzige und reichhaltige Bouillabaisse sowie die Paella marinara – auch sie wird fleischlos zubereitet. Speziell und selten: Beide Gerichte gibt's auch für Einzelgänger. Knusprig kommen die maritimen Pesciolini fritti auf den Tisch, zart gewürzt ist der Polipo-Salat. Im See gefischt wurden Egli und Forelle, aus dem Meer stammen Steinbutt und Seezunge. Dazu trinkt man vor allem französischen Wein – eine Seltenheit im sonst stark italienisch ausgerichteten Bindella-Konzern. Offen ist das Lokal am Limmatquai 82 jeden Tag, dies durchgehend. eho



Das goldene Logo kehrte an den Limmatquai zurück.

Fisch. Bio-Zuchtfisch und Fisch-Labels. Produkte aus zertifizierten Bio-Fischzuchten darf man bedenkenlos konsumieren. Bei Fischen und Meeresfrüchten aus Wildfang informieren Labels, wie sie gefischt wurden.

Bio-Forellen aus dem Bergsee

Im Berner Oberland, zwischen Frutigen und Kandersteg, liegt der Blausee. Darin schwimmt die grösste Bio-Forellenzucht der Schweiz – ein Genuss für Feinschmecker

FRANZISKA EGLI



Ein Paradies mit mystischen Zügen. Der Blausee-Besucherweier.

Das Fleckchen Erde rings um den Blausee trägt paradiesische Züge. Es liegt mitten in imposanter Natur, versteckt im Wald zwischen Frutigen und Kandersteg. Der See ist zwar von geringer Grösse und Tiefe, trotzdem gilt er als einer der bekanntesten Bergseen der Schweiz.

Zum einen ist da seine Farbe, die als Tiefblau und Blaugrün bezeichnet und das Wasser als ausserordentlich klar beschrieben wird – laut einer Sage stammt die Farbe von den blauen Augen eines jungen Mädchens, das aus Trauer über den Tod ihres Geliebten ins Wasser ging. Zum anderen tummeln sich seit

jehrer Forellen darin. Und inzwischen haben diese den See, der als einer der ganz wenigen der Schweiz noch in Privatbesitz ist, und den prächtigen Naturpark rundum zu dem gemacht, was es heute ist: ein beliebtes Ausflugsziel – im Winter mit Spa, im Sommer mit Openair-Kino – und mit fangfrischen Köstlichkeiten.

Dieser mystische Ort werde von Ausflüglern aufgesucht, erzählt der heutige Betreiber Marcel Baillods, seit 1878 ein gewisser Herr Lehmann, ein Handelsmann aus Zürich, See und Land erworben und daselbst eine kleine Pension samt Fischzuchtanstalt gebaut habe.

Bis Ende des Jahrtausends sei der Naturpark mit seinem Jugendstil-

hotel, den beiden Restaurants und der Zucht jedoch mehr ein Ort des Cartourismus gewesen, «wo man eher auf Quantität denn auf Qualität» gesetzt hat, findet Baillods.

Zuchforellen nach den Richtlinien von Bio Suisse

Erst unter seiner Ägide und derjenigen seiner Frau, wurde die Blau-

see AG, die bis Anfang Jahres der Hess Group und nun Donald M. Hess' Weggefährten Max Lienhard gehört, zur ersten zertifizierten Fischzucht der Schweiz, die nach den Richtlinien von Bio Suisse produziert und als solche von der Bio Inspecta kontrolliert und anerkannt wurde. Und zu einer, die im europäischen Vergleich zwar ein kleiner, unbedeutender Fisch, im Bio-Bereich jedoch durchaus wettbewerbsfähig sei, sagt Baillods nicht un stolz.

Soeben wurden die erweiterten Becken in Betrieb genommen

Allein in ihrem mit 14 Gault-Milau-Punkten ausgezeichneten Restaurant werden jährlich an die 15 Tonnen Bio-Forellen verkauft, «das sind rund 45 000 Fische».

Aber nicht nur Privatkunden schätzen die Köstlichkeit aus der alpinen Zucht im Berner Oberland: Gastronomen und Hoteliers aus der ganzen Schweiz gehören zur Kundschaft. Als grösster Abnehmer der Blausee-Forellen gilt Grossverteiler Coop, «der auch doppelt so viele Forellen nehmen würde, wenn wir die Menge denn hätten». Die Nachfrage, sagt Marcel Baillods, sei enorm.

Entsprechend wurde jetzt aber auch investiert: An die 3 Millionen Franken wurden in die Vergrößerung der EU-konformen Forellen-

produktion gesteckt. Jetzt sind die erweiterten Becken und der Fischverarbeitungsbetrieb in Betrieb genommen, die bis zu 20 Tonnen



Die neuen Becken für die Forellen.



Das Blausee-Hotel mit Restaurant.

mehr Forellen abwerfen sollen: Wurden im letzten Jahr am Blausee rund 70 Tonnen Forellen gezeitet, rechnet der «Blausee»-Direktor heuer mit bis zu 90 Tonnen.

www.blausee.ch

ANZEIGE

Führungsfachfrau/-mann

mit eidg. Fachausweis

Ausbildung mit Schwergewicht Dienstleistungsbranchen insbesondere Hotellerie, Gastronomie, Tourismus

5 Module im Lehrgang Leadership: Sozialkompetenz erweitern und das eigene Führungsverhalten weiter entwickeln. Mit Zertifikat Leadership SVF.

10 Module im Lehrgang Management: betriebswirtschaftliche Themen verständlich und stufengerecht. Mit Management-Diplom AKAD, gleichwertig zum Zertifikat Management SVF.

Mit diesen Ausweisen und mit mindestens einem Jahr Führungspraxis sind Sie zur eidg. Berufsprüfung zugelassen und können den Titel «Führungsfachfrau/-mann mit eidgenössischem Fachausweis» erwerben.

Start zum Lehrgang Leadership: 22. Juni 2009
Durchführungsort: AKAD Zürich

Ein Kooperationsprojekt AKAD Business, Zürich und Weiterbildung hotelleriessuisse, Bern

Anmeldung, Administration, Information: hotelleriessuisse@weiterbildung.ch
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 01
Telefax 031 370 42 62
weiterbildung@hotelleriessuisse.ch
www.hotelleriessuisse.ch/weiterbildung

AKAD BUSINESS hotelleriessuisse
Swiss Hotel Association

Die Labels für den Fischgenuss ohne schlechtes Gewissen

Viele Fischarten sind bedroht. Wer sich an Labels orientiert, kann heute trotz dem Fische und Meeresfrüchte konsumieren.

RENATE DUBACH



Die Fakten laut Ernährungsorganisation der Vereinten Nationen (FAO): Über die Hälfte aller Fischbestände weltweit werden bis an ihre biologische Grenze befischt, ein Viertel ist überfischt, erschöpft oder erholt sich von der Überfischung. Ein Fünftel der Fischbestände ist mässig erschlossen. Nur 3 Prozent der weltweiten Populationen sind noch wenig befischt.

2,6 Milliarden Menschen decken ihren Bedarf an tierischem Eiweiss durch Fisch, der Lebensunterhalt von 200 Millionen Menschen hängt vom Fischfang und den an ihn angeschlossenen Industriezweigen ab. Während der letzten 30 Jahre hat sich die Nachfrage nach Fischprodukten verdoppelt. Bis 2020 wird ein jährlicher Zuwachs von 1,5 Prozent erwartet.

Wer hierzulande reinen Gewissens Fische und Meeresfrüchte geniessen will, kann dies tun. Folgende Labels erleichtern die Wahl:

Der **Marine Stewardship Council MSC** wurde 1997 vom WWF und dem Lebensmittelkonzern Unilever gegründet. Der MSC hat einen Umweltschutzstandard für nachhaltige und vorbildlich geführte Fischereibetriebe entwickelt. Dieser Standard gründet auf einer weltweiten Konsultation mit Wissenschaftlern, Fischereixperten und Umweltschutzorganisationen.

In der **WWF Seafood Group** schliessen sich Unternehmen zu-

sterben bedroht sind. Für Fische aus stark überfischten Beständen, oder Arten, die aufgrund ihrer langsamen Fortpflanzung für Überfischung besonders anfällig sind, werden innerhalb eines Jahres Lösungen gesucht. Falls keine Alternativen aus ökologisch intakten Beständen gefunden werden, werden die entsprechenden Fischarten nicht mehr angeboten.

Die Organisation **fair-fish** aus Winterthur will faire Methoden in der Gewinnung von Speisefischen entwickeln und fördern. Mit Rücksicht auf Bedürfnisse und Leiden der Tiere, indem Arten und Umwelt geschont werden und die Fischer angemessen entlohnt werden. Fair-fish informiert über die Probleme der heute vorherrschenden Produktion von Speisefischen und über mögliche Alternativen. Die Organisation hat beispielsweise gegen die Melander-Fischzucht in St. Gallen gekämpft, die letzte Woche geschlossen wurde.

Weiter gibt es das erst einjährige Label **«fish4future»** der Oberwiler Firma Bayshore SA. Dieses Label unterstützt Fisch- und Seafoodprodukte aus nachhaltiger Fischerei und Aquakultur.

Ebenfalls bedenkenlos können **Zuchtfische mit Bio-Label** gegessen werden. Als weiteres Label bürgt dasjenige von **Friend of the Sea** für nachhaltig gefischte und gezeitete Fische.

Auch die Fische von rückwärtsvoll arbeitenden Schweizer Berufsfischern und Produkte aus kleinen Zuchtbetrieben, die meist weniger intensiv mästen als industriell arbeitende, darf man ohne Gewissensbisse geniessen.

www.msc.org; www.wwf.ch; www.fair-fish.ch; www.fish4future.org

Fisch. Tafelgesellschaft. Fischliebhabern signalisiert der Goldene Fisch ein gutes Restaurant. Und: Ein Rezept für rohen Fisch.

Die strenge Goldfisch-Gilde

Restaurants mit einer hervorragenden Fischküche erkennt man auch an der blauen Tafel. Die Tafelgesellschaft zum Goldenen Fisch wacht über ihre Qualität und ihr Angebot.

RENATE DUBACH



Die Vorsteherschaft mit dem Tafelmeister Heinrich Soller (ganz rechts).

Heute sind rund 2000 Fischliebhaber Mitglied der «Tafelgesellschaft zum Goldenen Fisch», und etwa 120 Fisch-Restaurants sind als Gastro-Gesellschafter dabei. Aufgeteilt sind sie in 21 regionale Netze, denen jeweils ein Netzmeister vorsteht.

Vor exakt 40 Jahren wurde die Gesellschaft als eigentliche Notgemeinschaft zur Rettung der Schweizer Berufsfischer gegründet. Diese konnten damals ihren Fang nicht mehr absetzen, weil «die internationale Industrie einheimische Produkte gnadenlos vom Speisezettel verdrängte», wie es in einer Mitteilung der Tafelgesellschaft heisst.

Fischbeizli und gehobene Restaurants haben Platz

Das erklärte Ziel der Goldenen Fische war, zusammen mit Agro-

suise, Berufsfischern, Fischfreunden und Köchen «den schweizerischen Süswasserfischen von Neuem zu Ruhm und Ehre zu verhelfen». Dazu wurde ein Kreis von Fischgenießern gegründet, und Gastwirte mit besonders guter Fischküche wurden ausgezeichnet. Die Art der Betriebswarndist breit gefächert, vom kleinen Fischbeizli bis zum hochdotierten Gault-Millau-Restaurant haben alle Platz. Heinrich Soller, der seit drei Jahren als Tafelmeister die Geschicke der Gesellschaft leitet, hält fest: «Das Preis-Leistungs-Verhältnis muss stimmen. Wir wollen auch Restaurants bei uns haben, in denen eine Familie mit Kindern gut und günstig Fisch essen kann.»

Die blaue Tafel muss man sich jedes Jahr von Neuem verdienen

Interesse, der Gesellschaft beizutreten, haben immer noch viele Wirte, auch ganz junge und auch solche aus dem benachbarten Ausland. Aber: «Wir wollen die Anzahl der Betriebe nicht allzu stark wachsen lassen», sagt Tafelmeister Soller. Das Altersspektrum der Mitglieder-Küchenchefs bewegt sich zwischen 25 und 70 Jahren – darunter seien

auch viele hervorragende Köchinnen, streicht Soller heraus.

Man muss sich anstrengen, damit man zur blauen Tafel mit dem goldenen Fischsignet kommt: Die Auszeichnung soll dem Gast zeigen, dass Fische und Meeresfrüchte im betreffenden Lokal eine Hauptrolle spielen: Die Fischangebot wird speziell gepflegt, und das Servicepersonal



Zanderroulade mit Forelle im Knuspermantel auf Olivenpolenta vom «Schlosskeller» in Brig.

kann darüber informieren und die Gäste beraten. Auf der Internet-Seite der Gesellschaft sind die umfassenden Anforderungen aufgelistet. Bei den Hauptgerichten beispielsweise muss das Angebot im Minimum fünf Fischgerichte oder mindestens einen Drittel der Hauptspeisen umfassen. Unter den angebotenen Fischgerichten sollen mindestens drei Süswasserfische sein, wenn möglich einheimische. Ausnahmen müssen mit der Vorsteherschaft der Tafelgesellschaft abgesprochen sein.



Knuspriger Seezander, Spargeln aus Kerzers und Pinot-Grise-Sauce im Hotel Schiff am See in Murten.

EinWirt, der davon überzeugt ist, ihnen zu genügen, kann sich für die Aufnahme in die Gesellschaft bewerben. Bis er die Auszeichnung in einer feierlichen Zeremonie in die Hand gedrückt bekommt, wird es eine Weile dauern. Im achtköpfigen Vorstand der Gesellschaft, der so genannten Vorsteherschaft, sitzt auch Testchefin Margrit Kunz. Sie organisiert 16 Tester, die nicht nur prüfen, ob ein Betrieb aufgenommen werden kann, sondern auch jährlich neu, ob er immer noch alle Bestimmungen erfüllt. «Die Tester



Das Bild täuscht: Es ist nicht in Stein gemeißelt, dass man den «Goldenen Fisch» behalten darf.

sind nur der Testchefin und mir bekannt», sagt Heinrich Soller, «es ist besser, wenn sie anonym sind.»

Fischsuppe und ein günstiges Gericht zum Jubiläum

Im Vergleich zum Gründungsjahr 1969 zeigt sich heute eine komplett veränderte Situation: Die paar Berufsfischer, die es noch gibt, haben alles andere als Absatzorgen. Natürlich wünscht sich die Tafelgesellschaft, dass ihre Mitglieder einheimische Fische bevorzugen – Saibling, Zander und Felchen kom-

Ein Gericht der Osteria della Posta in Brusino-Arsizio: Capuns vom Zander mit Steinpilzen an Noilly-Prat-Sauce mit Safranpilavreis.



men praktisch auf jedem Menü ihrer Netztreffen vor – aber ohne Importfische geht es schon lange nicht mehr. Achten die Mitglieder darauf, dass sie Produkte aus nachhaltig arbeitenden Betrieben auf die schön angerichteten Teller bringen? «Wir gehen davon aus», sagt Tafelmeister Soller. «Aber schwarze Schafe gibt es in jeder Branche, und wo es keine Kläger hat, gibt es auch keine Richter. Aber wir nehmen die Hinweise von Gästen sehr ernst.»

Das 40-Jahr-Jubiläum wird gebührend gefeiert. Etwa mit einem grossen Fest am 16. Mai im Hotel Aesch am Geburtsort der Gesellschaft, in Walchwil am Zugersee. Auch für Nichtmitglieder organisiert die Tafelgesellschaft Anlässe. Anfang März wurde auf dem Berner Bärenplatz Fischsuppe an Passanten verschenkt, und das ganze Jahr steht auf der Speisekarte aller Goldfisch-Restaurants ein Jubiläumsgeschicht für 40 Franken.

www.goldenerfisch.ch

Ein extra-scharfes Fischgericht

Ceviche ist ein Gericht aus rohem, mariniertem Fisch. Es stammt aus Peru, kommt aber in ganz Lateinamerika vor – und ganz selten sogar in der Schweiz.

RENATE DUBACH



René Schudel.

Nur wenige Europäer können sich nicht mehr daran erinnern, wie sie zum ersten Mal in Südamerika Ceviche gegessen haben. Denn: Ein Original-Ceviche ist extrem scharf. Nicht von ungefähr wird die bei der Zubereitung entstehende Marina-

de «Leche de Tigre», also Tigermilch genannt. Der Saft heisst deshalb so, weil jeder, der ihn pur trinkt, ein Geräusch von sich gibt, das tönt wie

das Fauchen eines Tigers. In unseren Breitengraden darf das Gericht selbstverständlich auch etwas weniger scharf sein.

Ceviche besteht in seiner ursprünglichen Form aus kleingeschnittenem, rohem Fisch verschiedener Sorten, der ungefähr 15 Minuten in Limettensaft mariniert wird. In Scheiben geschnittene rote Zwiebeln und in manchen Rezepten Rocoto, ein sehr scharfes, paprikaähnliches Gemüse aus Peru, werden unter den Fisch gemischt. Chemisch gesehen kommt es aufgrund der in den Limetten vorhandenen Zitronensäure zu einer Denaturierung des Eiweisses, ähnlich wie beim Kochen.

Fast jedes südamerikanische Land hat seine eigene Ceviche-Variante. In Ecuador gibt man vorgekochtes Poulet dazu, in Peru Süs-



Schudels Ceviche auf dem Teller.

kartoffeln, gerösteten Mais oder Yuca. Auch Meeresfrüchte finden ihren Weg in den Limettensaft. Weitere Zutaten sind Zwiebeln, Stangensellerie und Korianderblätter.

René Schudel, vom Restaurant Benacus in Unterseen bei Interlaken, hat sein eigenes Ceviche-Rezept mit Saiblingsfilets. Dazu gibt er Kartoffeln und jungen Spinat. Die Schärfe kommt von einer roten Chilischote.

René Schudels Rezept Ceviche vom Saibling mit Kartoffeln und jungem Spinat

Zutaten für 2 Portionen

Ceviche: 1 Filet vom Saibling, ohne Haut. Wenn möglich frisch, Salz aus der Mühle, Pfeffer aus der Mühle, 1 Limette, Saft frisch gepresst, 2 Esslöffel Olivenöl.

Kartoffeln mit Spinat: wenig Olivenöl, 1 Kartoffel geschält und in kleine Würfel geschnitten, 1 Knoblauchzehe ungeschält und zerdrückt, 1 Zweig Thymian, Meersalz grob, Pfeffer aus der Mühle, 1 Handvoll junger Blattspinat, in feine Streifen geschnitten, 1 rote Chilischote entkernt und fein geschnitten.

Zubereitung
Saiblingsfilet in feine Scheiben schneiden und auf einen Teller anrichten.

Den Fisch leicht salzen und pfeffern und mit Limettensaft und Olivenöl beträufeln. Teller mit einer Klarsichtfolie abdecken und 15 Minuten im Kühlschrank marinieren.

Olivenöl in einer beschichteten Pfanne erhitzen. Die roh geschnittenen Kartoffelwürfel anbraten und den Knoblauch mit dem Thymian dazugeben. Abschmecken mit Salz und Pfeffer. Am Schluss, wenn die Kartoffeln eine goldgelbe Farbe haben, den Spinat und das Chili dazugeben und einmal durchschwenken. Zwei Minuten in der Pfanne auskühlen lassen.

Die Kartoffeln auf den marinierten Saibling noch warm verteilen und mit ein paar Tropfen Olivenöl beträufeln.

An Ostern ist der Hase los – überall in der Schweiz

Zur Osterzeit locken zahlreiche Veranstaltungen, Feste und Zeremonien von Brauchtümern. Im Naturnara in Aarau stehen nicht Schokoladenhasen im Mittelpunkt, sondern junge Kaninchen, die sich über das zarte Fell streicheln lassen. In Vevey stehen die Schokoladenhasen im Rampenlicht. Das Museum für Ernährung bietet über die Ostertage Kurse an, wie Schokoladen-Spezialitäten selber zubereitet werden können. Und auf dem Kornhausplatz in Bern gibt's am Ostersonntag das traditionelle Eiertütschen.

www.mySwitzerland.com/ostern

Oberländer Oster-Schmaus auf Sillerenbühl



Vom 11. bis 13. April 2009 geniessen Wintersport-Gäste in der Skiregion Adelboden-Lenk Berner Oberländer Spezialitäten im **Bergrestaurant Sillerenbühl**. Das Bergrestaurant bezieht zwei Drittel seiner Waren aus Adelboden und Umgebung. Am Oster-Märkt (Samstag, 11. April, 13-17 Uhr) werden bei den Bergbahnen Adelboden Fleisch- und Käse-Spezialitäten, Backwaren und vieles andere angeboten.

Süsse Osterhasen mit Schweizer Zucker

Über Ostern gehen in der Schweiz über 13 Millionen **Schokoladenhasen** in den Verkauf. Zur Herstellung von Osterhasen wird mittelfeiner Kristallzucker verwendet. Die Zuckerfabriken Aarberg und Frauenfeld AG liefern seit jeher die benötigten Zuckersorten an die schweizerischen Lebensmittelhersteller – bei Bedarf auch speziell konfektionierte. In der Schokoladeindustrie, die rund 40 Prozent des Schweizer Zuckers aufbraucht, wird meist mittelfeiner Zucker verwendet. In einem Kilogramm Milchschokolade stecken rund 450 Gramm Zucker. Schweizerinnen und Schweizer essen rund 12,4 Kilogramm Schokolade pro Jahr, einen ansehnlichen Teil davon in Hasenform.



Das Gelbe vom Ei: Keine Angst vor Ostereiern

Wirkt sich erhöhte Eierkonsum an Ostern negativ auf Herz und Kreislauf aus? Steigt der Cholesterinspiegel an, wenn man täglich ein Ei isst? Amerikanische Wissenschaftler haben in der «Physicians Health Study» herausgefunden, dass selbst bei täglichem Eierkonsum über einen Zeitraum von 20 Jahren das Risiko für Herzinfarkt oder Schlaganfall nicht ansteigt. Eier sind besser als ihr Ruf: Sie gehören zu den wertvollsten Lebensmitteln, versorgen den Körper mit Vitaminen, Mineralien und liefern wertvolles Eiweiss. Zusammen mit gesunden Fetten und den richtigen Kohlenhydraten bildet Eiweiss die Grundlage unserer Ernährung. rd

«Ein Hochzeits-Bankett braucht detaillierte Abläufe», sagt Nicolas Porret, zuständig im «Beau-Rivage» Neuchâtel. Ich assistierte ihm.

KARL JOSEF VERDING

Die Hochzeit hat die Entführung nur deshalb abgelöst, weil niemand gern auf Geschenke verzichtet», meinte der amerikanische Schriftsteller Mark Twain. Ein Hochzeits-Bankett weitet den Effekt aus: Es werden alle Feiernden beschenkt. Nur der Feierservice und das Hotel müssen ihr Geld verdienen.

Dunkler Dresscode mit Corporate Identity

Delphine und Nuño, eine Neuchâteloise und ein Portugiese, gaben ihr Hochzeits-Bankett im eleganten Rahmen des unmittelbar am See gelegenen 5-Sterne-Hotels Beau-Rivage Neuchâtel. Sie luden 110 Gäste ein und zahlten pro Hochzeitsgast einschliesslich des Menüs mit zwei Hauptgängen, Vorspeise und Nachspeise, pauschal 175 Franken.

Gemäss der Stimmung

im Saal – und der Reaktion auf einen vom Publikum geforderten Kuss zufolge – waren alle anwesenden Fachleute der Meinung, dass Delphine und Nuño zwei Wesen sind, die miteinander verheiratet werden sollten. Die Medizinerin Delphine arbeitete bis hierher im Maternity Ward (Wöchnerinnen-Abteilung) eines englischen Spitals. Ihr sportlich wirkender Partner ist internationaler Wirtschaftsfachmann. Er sang am Bankett mit einem Chor von portugiesischen Verwandten, der ihm die letzte Zeile in Richtung Delphine solo überliess, das Lied von Cinderella.

stage im hotel Karl Josef Verding als Bankettmanager



Schwarze Schuhe, schwarze Socken, schwarze Hose und ein weisses Hemd seien mitzubringen, hiess es auf der Bestätigung meines Stage. Hinzu kam dann die Krawatte aller Kadermitarbeiter des Hotels.

Bankett-Koordinator ist ein bewegliches Detail-Genie

Rund ein Dutzend Hochzeits-Bankette pro Jahr finden im Beau-Rivage Hôtel statt. Die bauliche Küchen- und Service-Infrastruktur hinter Restaurant und Grande Salle zeigte sich eher verwinkelt als flüssig und geschmeidig. Meine erste Aufgabe war die Mise-en-place

für die 110 Gäste am Vortrag des Banketts, zusammen mit Nicolas und dem im «Beau-Rivage» hospitiierenden EHL-Studenten Mathias. Nicolas setzte ein Beispiel-Gedeck auf einen Tisch und erklärte die Ausrichtung des Bestecks mit Orientierung auf die einzelnen



Ein frisches Blumen-Arrangement für jeden Tisch.



Grande Salle des Beau-Rivage Hôtel mit drapierten Bankett-Stühlen.

Man feiert Hochzeit. Ich habe es so angerichtet.



Jedes Glas und jedes Besteckteil bekommt seinen präzisen Platz.



Buffet-Vorbereitung an Seeseite.



Buffet-Teller für die Nachfeier.

«Das Problem mit ihnen», sagtemir Bankett-Koordinator Nicolas Porret nach einem Hauptgang-Service, «ist, dass sie nicht alle die gleiche Ausbildung haben.» Nicolas, der Betreuer meiner Stage-Ambitionen, war beim Bankett ein schnell reagierendes Detail-Genie und ständig in Bewegung. Auf Trab hielt er auch die Positionswechsel von vegetarischen Gästen und von Kindern mit Kindermentü, die sich auf andere Plätze an anderen Tischen setzten, als es auf dem Plan vorgesehen gewesen war.

Jean-François Caenen, Responsable Evénements et Séminaires des Hotels, war jedenfalls rundum zufrieden mit dem Bankett und dem Zuspruch der Gäste.

Serie Dieses ist der letzte Stage-Bericht in der hotel revue

Insgesamt 18 Mitglieder der Redaktionscrew haben seit Dezember jeweils drei Tage lang als Stagiaire in einem Hotel gearbeitet – als Nachtportier, Barmaid, Haustechniker, Zimmermädchen, Spa-Mitarbeiterin, Floristin, Receptionistin oder Köchin. Wir danken den Hotel-Verantwortlichen, die uns erlaubten, hinter die Kulissen ihres Hauses zu schauen. rd

Die ganze Serie steht online: www.htr.ch/dossier

Der Kultwein «Grain noble»



Geny's

Geny Hess, Ex-Hotelier und Weinspezialist, fasst sich hauptsächlich mit Schweizer und Europäischen Weinen. Er pflegt im Auftrag auch Weinkarten und -keller. Geny's Weinkolumne erscheint 14-täglich in der htr hotel revue.

Wenn man einer einzelnen Winzerin das Verdienst zuschreiben kann, dem Weinbau einer ganzen Region zu grossem Ruhm verhelfen zu haben, dann sicher der talentierten Marie-Thérèse Chappaz aus Fully. Die erverbundene Winzerin gehört zu den Vorkämpfern der neuen Winzergeneration, die sich um das Ansehen der Walliser Weine überaus verdient gemacht hat.

Die Weinbaukunst liegt der Familie Chappaz im Blut. Der im Jahre 1961 verstorbene, legendäre Walliser Staats- und Ständerat Maurice Troillet vererbte die Domaine de la Liaudisaz an seinen Neffen Claude Chappaz – dem Vater von Marie-Thérèse. Bevor im Jahr 1988 Marie-Thérèse Chappaz mit Leib und Seele das familieneigene Weingut übernahm, arbeitete die promovierte Önologin der Weinfachschule Changins sechs Jahre im Experimentalkeller der Schule. Ihr angeborenes Talent zum Ausbau von Weinen, ihr Gespür für die Launen der Natur, die Sorgfalt in der Wahl der Methoden, haben sie mit ihren Gewächsen sehr schnell zum Erfolg getragen.

Die Lagen der Rebberge der sieben Hektaren grossen Domaine de la Liaudisaz auf den Gemeindegebieten von Fully, Martigny, Charrat, Leytron, Sailion und Chamossan sind für den Weinbau geradezu ideal. Die mit viel Feingefühl betreuten Gewächse zeigen eindrucksvoll, wie gut sich Granit- und Kalkböden mit den verschiedenen Rebsorten ergänzen. Die Palette des Weinangebotes der Domäne reicht von den



Ihr Wein wächst auf revitalisierten Böden: Marie-Thérèse Chappaz.

Fendant-Lagen Côteaux de Plamont, Les Bans, Président Troillet über die auch trocken ausgebauten Ermitage, Petite Arvine bis hin zu den roten Pinot Noir, Cornalin, Humagne Rouge, Syrah und Cabernet Sauvignon. Vor allem sind es die bezaubernden Süssweine – Grain noble (Petite Arvine, Ermitage) – welche die besondere Aufmerksamkeit der Weingeiesser wecken.

Mittels der Biodynamik will die Winzerin die toten, überdüngten Böden revitalisieren, um das verlorene Gleichgewicht der Reben wieder herzustellen. Marie-Thérèse Chappaz staunt: «Bewundernswert, wie schnell Böden und Reben reagieren, wenn man ihnen wohlgesinnt ist und Gutes tut!» Die überragende Qualität der Chappaz-Süssweine ist die Quintessenz der Domäne.

Als überwältigendes Beispiel dafür, was die Reben Petite Arvine und Ermitage/Marsanne an idealer Lage und in passendem Mikroklima erbringen, gehören diese Gewächse zum Besten, was in dieser Art Wein weltweit produziert wird.

Die Trauben für den Grain noble werden erst gepflückt, wenn die Ochsenlegre hoch genug, die Beeren reif sind und die Sonne am Morgen den Tau getrocknet hat. Meistens in mehreren Durchgängen. Oder man benutzt einen Korb für den trockenen Weisswein, den andern für die Edelstissen. Die ganze Traube wird sanft gepresst, der Saft während zwei Tagen dekantiert und dann im Eichenholzfass ausgebaut. Er gärt, ruht und nährt sich von der Hefe, er harmonisiert und sammelt sich, um nach zwei Jahren von der Winzerin auf die Flasche gefüllt zu werden.

Nicht wie in früheren Jahren nach den Sorten Petite Arvine und Marsanne blanche getrennte Weine, sondern mit einer Grain-noble-Assemblage überraschte uns Marie-Thérèse Chappaz im 2005: Grain Noble Petite Arvine/Marsanne blanche – Domaine des Claves. Spitzengewächs mit reichhaltiger Aromenvielfalt, voll von köstlichem gedörrten Aprikosenprofil, ein Erlebnis von Wohlgefühl und Exotik am Gaumen, grandiose Vielschichtigkeit in der Fruchtsüsse (Mango/Honig), eine sensationelle Balance von Säure und Süsse begleitet von einem eleganten, lang anhaltenden Finale. Reichtum und Säure machen diesen Wein zum idealen Partner einer Foie gras de canard oder eines würzigen Roquefort.



Ein modernes Restaurant soll auch moderne Zimmer bieten, befanden die Kellenbergers und investierten kräftig in ihr «Rössli» in Bad Ragaz. Bilder: Zvg

Viel Raum ist Luxus

Das besondere Konzept Mit der Tamina-Therme wird sich Bad Ragaz verändern. Deshalb bauten Doris und Ueli Kellenberger ihren Gasthof Rössli zum modernen Hotel um.

ELSBETH HOBMEIER

tionellen Gasthof, den sie in vierter Generation führen, wurde ein modernes Hotel, das vor wenigen Tagen eingeweiht wurde.

Jetzt sind Doris und Ueli Kellenberger gerüstet für die grossen Veränderungen, die sie auf ihr Dorf in der Bündner Herrschaft zukommen sehen. «Im Juni wird die Tamina-Therme neu eröffnet. Nichts mehr wird dann sein wie vorher in unserem Ferien- und Kurort. Da konnten wir nicht zögern, unser Rössli zu renovieren», erklärte die Gastgeberin Doris Kellenberger bei der Einweihung.

Ein Landgasthof mit den Tugenden eines Stadthotels

«Ich bin Koch und kein Baufachmann», stellte ihr Mann Ueli ebenso nichtern fest. Deshalb – und auf Anraten von Köbi Gantenben, Chefredaktor der Architekturzeitschrift Hochparterre und Freund



Doris und Ueli Kellenberger bauten den alten Gasthof modern um.

des Hauses – entschlossen sie sich zur Ausschreibung eines Architekturwettbewerbs. Dieser wiederum zwang das Paar, sich schon in sehr früher Phase intensiv mit allen Wünschen und Ideen auseinanderzusetzen. Das von einer Jury erkorene «Atelier Ida14» mit grosser Erfahrung im Hotelumbau scheint eine gute Wahl zu sein. «Raum sollte zum Luxus dieses Hotels werden», sagt der Architekt Karsten



Das «Rössli» ist bekannt für Küche und Weinangebot.

Schmidt Hoensdorf zu seinem Konzept. Aus der städtebaulich nicht einfachen Lage an einer Durchgangsstrasse, umzingelt von Migros, Coop, einer Bar und einer Milchzentrale machte er eine Tugend: Das «Rössli» wurde zum Stadthotel, das auf die Qualitäten seiner Innenräume setzt.

Auf drei Stockwerken befinden sich 17 Zimmer und eine Suite. Sie alle sind mit 20 bis 36 Quadratme-

tern überdurchschnittlich gross. Die Böden sind aus dicken Dielen aus unbehandelter Douglasie mit weichem, aber strapazierbarem Holz. An den Fenstern schlucken dicke, farbige Filzvorhänge den Schall. Die durchwegs grossen Betten aus der «Beautyrest Collection» des US-Bettenhauses Simmons sind schneeweiss bezogen. Farbige Glas trennt Schlaf- und Badezimmer, markante Leuchten und spezielle Sessel setzen die Akzente.

Energietechnisch durchdacht und rundum saniert

Heiteres Design und ein frisch auf dem Kopf stehendes R als Signet sind das eine. Die Tauglichkeit des Hauses für einen sparsamen Umgang mit Heizenergie das andere: Der Architekt packte das Haus in eine Isolation ein und liess einige Balkone abbrechen. Statt der einstigen Ölheizung sorgt nun ein Wärmetauscher im Grundwasser dafür, dass gut und energetisch korrekt geheizt wird.

Mit ihrem «neuen», frisch und jugendlich wirkenden Hotel Rössli möchten die Kellenbergers neue Gäste gewinnen – und jene behal-



Naturmaterialien im Zimmer, farbiges Glas für die Trennwand.

ten, welche seit längerer Zeit der guten Küche und des sehr gepflegten Weinangebots mit einigen raren Herrschäftchen wegen im «Rössli» einkehren. Nun können sie diesen Gästen auch eine Übernachtung in demselben modernschlichten Lifestyle anbieten. Und dazu Kunden ansprechen, welche in der neuen Tamina-Therme baden und sich verwöhnen lassen wollen, ohne im nahen 5-Sterne-Grand-Resort zu übernachten.

Sukkers erhielt das innovative Gastgeberpaar von hotellerieuisse-Präsident Guglielmo Brentel, welcher an der Eröffnung betonte: «Mittelklassehotels müssen sich am stärksten verändern, um im Markt bestehen zu können». Und dem «Rössli» dabei den «absolut richtigen Mix» bescheinigte.

www.roessliragaz.ch

«Vo Lozärn gäge Wäggis zue» ins Hotel Rössli

Das Wellness Hotel Rössli in Weggis wurde mit viel Stil umgebaut. Und mit so viel Holz, dass man sich gar für den «Holzpreis Schweiz 2009» beworben hat.

FRANZISKA EGLI

Sonnenschein ist man so richtig «vo Lozärn gäge Wäggis zue», entsteigt beschwingt dem Schiff und flaniert der Seepromenade entlang bis zum frisch umgebauten Hotel Rössli, das etwas ausserhalb, in mediterran ammutender Umgebung von Weggis liegt.

Vor rund 120 Jahren wurde das «Rössli» seinerzeit gebaut und gilt heute als ältestes Gasthaus in Weggis. Seit 1974 ist es im Besitz der Familie Josef und Marika Nölly, die das Hotel laufend dem neusten Standard angepasst hat. «Dies», erklärt Direktor Josef Nölly, «ist mindestens der dritte grössere Umbau». Und dieser, der ihn rund



Alt und neu: rechts der herkömmliche, links der neue Holz-Teil.

4,8 Millionen Franken gekostet hat, kann sich wahrlich sehen lassen: Die vordere Fassade des 3-Sterne-Hotels wurde total ausgehöhlt, 21 Zimmer sowie Teile vom eh schon grosszügigen Beauty & Spa



Auch die Lobby wurde mit Designermöbeln ausgestattet. Bilder: Zvg

La Mira – das sich nicht etwa im UG, sondern im attraktiven ersten Stock befindet – total saniert und nach den neusten wärmetechnischen Vorschriften wieder aufgebaut. Dafür wurde vor allem ein Material verwendet: Holz. Die Fassade besteht aus Western-Red-Cedar-Schindeln, die Balkone und Bodenroste aus Yellow Cedar, die Innenböden sind aus unbehandeltem Kirschbaumparkett. Das ist so viel Holz, dass sogar eine Sprinkleranlage eingebaut werden musste und Nöllys sich für den «Holzpreis

Schweiz 2009» beworben haben, der am 26. Mai verliehen wird.

Aber auch die Inneneinrichtung beeindruckt, besonders ihr edler, trendiger Stil fern von jedem Plastik-Touch. Und was für eine Weite die Zimmer verströmen: Das Bad ist offen in den Raum integriert, die Schränke sind auch alles offen, das Bett steht, nein, thront in der Mitte des Raumes und ist ein Hülsen-Nest mit – lange Leute werden danken – einer Länge von 2,10 Metern. Die Möblierung überzeugt mit schlichten, trendigen Designerstücken im Vintage-Stil.

Josef Nölly ist sichtlich stolz – auch weil für den Umbau nicht einfach ein Architekturbüro verantwortlich war, sondern eine ganz besonderen Architektin: Tochter Mariette Nölly, die für das Büro Alois M. Fischer den gesamten Umbau betreut und ihren persönlichen Stil mit eingebracht hat.

www.wellness-roessli.ch

Swiss mit Skytrax-Award ausgezeichnet

Swiss International Air Lines erhält den begehrten Skytrax 2009 World Airline Award als «Beste Airline Europas» auf der Kurz- und Langstrecke. Mehr als 15,4 Millionen Fluggäste aus 95 verschiedenen Nationen haben sich an der Umfrage des britischen Beratungsunternehmens Skytrax beteiligt und die Swiss zur «Besten Fluggesellschaft Europas» gewählt. Weltweit wurden über 160 Fluggesellschaften bewertet. Swiss investiert weiter in Qualität: Mit der Einführung der Airbus A330-300 ab dem 20. April reisen Langstrecken-Kunden in allen drei Klassen noch bequemer. rd

Zwei Schweizer im 5. Final der «Jungen Wilden»

Vom 18. bis 21. April kämpfen innovative Jungköche im Wettbewerb «Junge Wilde» auf der Messe «Alles für den Gast» in Wien um den begehrten Titel. Aus 1207 Bewerbungen aus ganz Europa wählte eine Jury aus berühmten Köchen jene 9 Kandidaten aus, die in drei Vorrunden kämpfen um die Finalplätze kämpfen. Ins Finale haben es auch zwei Schweizer geschafft: Pascal Steffen, Chef de Partie im Schloss Schauenstein in Fürstenu, und der gebürtige Grieche Konstantinos Nikolopoulos, Chef de Partie im «Haute» in Zürich. Sie müssen mit den im Warenkorb vorgegebenen Produkten ein möglichst kreatives 3-gängiges Menü gestalten. rd/pto

Hitzberger bringt gesunden Fastfood

Starkoch Eduard Hitzberger verknüpft mit seinem neuen Restaurant in der Zürcher Sihlcity eine Vision: «Hitzberger» bietet schmackhafte, gesunde Speisen zu erschwinglichen Preisen. Das Menü umfasst Wraps, Sandwiches, Suppen, Salate und Smoothies, nach Eigenrezeptur frisch zubereitet. Bei der Einrichtung des Lokals am Kalenderplatz wurde auf Nachhaltigkeit geachtet. Aus ausgedienten Holz-Gemüseboxen wurden Sitzhocker geschaffen, Becher, Teller und Besteck sind kompostier- und biologisch abbaubar. rd

Der Rheinfall soll attraktiver werden



SWISS-IMAGE

Die Besucherzahlen am Rheinfall gehen seit Jahren zurück. Am Dienstag präsentierte die IG Rheinfall ihre Vorschläge zu einem attraktiveren Rheinfall. Innerhalb der nächsten 10 Jahre sollen auf Schaffhauser Seite 10 bis 15 Millionen Franken investiert werden. Der Kanton Zürich hat gut 12 Millionen Franken für die Neugestaltung des Schlosses Laufen bewilligt. Die Bauarbeiten haben begonnen, im Frühling 2010 soll das Schloss wieder eröffnet werden. rd/sda

Impressum

htr hotel revue
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
Stellvertreter: Miroslaw Halaba/mh
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Renate Dubach/rd (Ressortleitung dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Ressortleitung cahier

français). Franziska Egli/fee; Hélène Koch/hk; Theres Lagler Berger/tl; Simone Leitner Fischer/sl; Laurent Missbauer/lm; Gudrun Schlenker/zkg; Karl Josef Verdling/kjv.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg; Regula Wolf/rwo.
Korrektur: Paul Le Grand.
Volontärin: Barbara Roelli/br
Online Redaktion: Melanie Roth

Verlag Leitung: Barbara König.
Assistentin: Della Piscoppo.
Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss.
Geschäftsleiter: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger.
Druck: Buchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage: WEMF-begleitet 2007/08, verkaufte Auflage: 10 092. Gratisauflage: 1289.

(Druckauflage: 18 000).
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4,30, Jahresabonnement Fr. 145.–, ISSN: 1424-0440
Kontakte Adresse:
Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16,
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93,
Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserte@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.

Zweifel Weine schenkt Gästen eine Flasche Wein

Am 21. April, dem 111. Tag des Jahres, feiert Zweifel Weine seinen 111. Geburtstag bei den Gastronomiepartnern. Das Zürcher Familienunternehmen lädt an diesem Tag alle Restaurantgäste zum Anstossen ein: Bei einem Essen für zwei Personen in zahlreichen Restaurants in der Region Zürich und Ostschweiz offeriert Zweifel Weine eine Flasche aus der Eigenkelterung. Es gibt weitere Geburtstagsanlässe in diesem Jahr: Der Tag der offenen Weinkeller am 1. Mai mit Einblick in die eigene Weinkelterung in Höngg. Und am 18. und 19. September findet der Anlass «Tag des Rebbergs/Nacht der Genüsse» statt. rd

www.zweifelweine.ch

Ein eigenes neues Bier auf den SGV-Schiffen

Auf dem Vierwaldstättersee prosteten sich die Biertrinker ab morgen Freitag mit dem neuen Lagerbier «Urbräu» zu. Im Auftrag der Gastro-Unternehmung Tavolago ist das «Bier von hier» durch Ramseier Suisse in deren Brauerei in Hochdorf entwickelt worden. Damit ist die Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees SGV wohl die einzige, die ein eigenes Bier auf ihren Schiffen führt. Das neue Lagerbier «Urbräu» ist eher mild und soll ein breites Publikum ansprechen. rd



Ein gut durchmischtes «Sternen»-Quartett: (v.l.) Besitzer Philippe Ledermann, Gastgeberin Eveline Felder, Geschäftsführerin Marina Ledermann-Puigventós, Küchenchef Thomas Pfister.

Die neuen Besitzer des alten «Sternen» liessen sich nicht lumpen. Marina und Philippe Ledermann-Puigventós sind weitherum bekannte Kunstsammler. Ihnen gehört das edle Jugendstilhotel «Belle Epoque» in der Berner Altstadt. Und seit kurzem jetzt eben auch der ehrwürdige «Sternen» in Köniz vor den Toren Berns. Nach drei Monaten Umbauzeit zeigt sich jetzt ihre Handschrift deutlich: Hier ein antikes Sofa, dort eine schöne Uhr; Gemälde, Bronzen, Spiegel, antike Feuerwaffen schmücken das Interieur und setzen Akzente in der Gaststube, Bar, Könizerstube, im Wintergarten, der Gourmet-Ritterstube und der Pizzeria.

«Alle Schönheiten des «Sternen» von oben bis unten zu ergründen braucht etwas Zeit.»

Marina Ledermann-Puigventós
Besitzerin/Geschäftsführerin

Insgesamt bietet das Restaurant Sternen rund 100 Plätze in verschiedenen Räumen. Dazu kom-

men die 17 Hotelzimmer mit 23 Betten, die sich in der Preisklasse von 145 bis 215 Franken bewegen.

Ein guter Schachzug gelang den Ledermanns mit der Berufung des jungen Gastgeberpaars Thomas Pfister und Eveline Felder, die bis vor kurzem das «Kreuz» in Gümli- gen führten, das jetzt abgerissen werden soll. Thomas Pfister kochte bis 2001 im Hotel «Le Vieux Manoir» in Murten-Meyriez, geprägt wurde er aber, so sagt er, «von meinen Jahren bei Horst Petermann – die Liebe zur klassischen französischen Küche ist mir geblieben». Die beiden setzen auf das Konzept «gehobener Landgasthof» und wollen unter einem Dach drei Kochrichtungen anbieten: Gut bürgerlich, italienisch und Gourmet.

www.sternen-koeniz.ch

Ein Gasthof auf dem Land

Liebevoll renovierte Gaststuben, eine Küche von Gourmet bis Pizza, 17 Hotelzimmer – der ehrwürdige «Sternen» in Köniz startet durch.

ELSIBETH HOBBMEIER



So sah der «Sternen» in Köniz im Jahr 1885 aus.

ANZEIGE

APRIL 2009

Gültig vom 6. bis 24. April 2009

Aktion 3+1

3 gekaufte Harassen + 1 Harasse gratis
(des gleichen Produktes)



33cL MW



50cL MW



75cL MW



100cL MW

Gültig für HENNIEZ
Naturelle, Légère und Gazéifiée



33cL MW

Gültig für Pepsi-Cola
Regular, Max und Light



33cL MW

Gültig für 7UP
Zitronen, Orange und Grapefruit

Beim teilnehmenden Getränkehändler (siehe Getränkehändlerbedingungen)

cahier français

htr hotelrevue No 15 / 9 avril 2009



Crans-Montana
Dominique Fumeaux, directeur de CMT, a présenté lundi le nouveau logo de la station.
Page 20



Montreux
Le Montreux Palace vient de rénover 100 chambres et plusieurs parties communes.
Page 23

Une branche «résistante»

Quelque 1500 «pros» du tourisme – un record – ont participé vendredi à la Journée suisse des vacances. Une manière pour la branche de montrer la résistance à la crise qu'on lui prête.

MIROSLAW HALABA

Une fois de plus, la Journée suisse des vacances a été, vendredi à Lucerne, le principal rendez-vous de la branche touristique helvétique. Mille cinq cent trente-cinq professionnels, un chiffre record, s'étaient inscrits pour participer à une journée d'information et de contacts, organisée par Suisse Tourisme (ST) et placée, cette année, sous le thème «durabilité ou succès?».



«Le tourisme est une chance immense pour notre pays. Il est stable et durable.»

Jean-François Roth
Président de Suisse Tourisme

En dépit de l'atmosphère conviviale, la journée n'en a pas moins été conditionnée par le spectre de la crise financière et de ses conséquences sur l'économie. Un hôte, silencieux, non désiré, qui s'est invité lui-même, a relevé l'oratrice vedette du jour, la conseillère fédérale, Eveline Widmer-Schlumpf.

«En temps de crise, les gens ont davantage besoin de rêver.»

La «crise», dont le directeur de ST, Jürg Schmid, a dit ne plus vouloir en entendre parler, ne devrait toutefois pas être, pour le tourisme, uniquement synonyme de désavantages et de problèmes. Elle lui permet, en effet, de revendiquer le statut de branche économique résistante aux aléas conjoncturels. Ce qui peut lui être fort utile dans les futurs débats politiques.

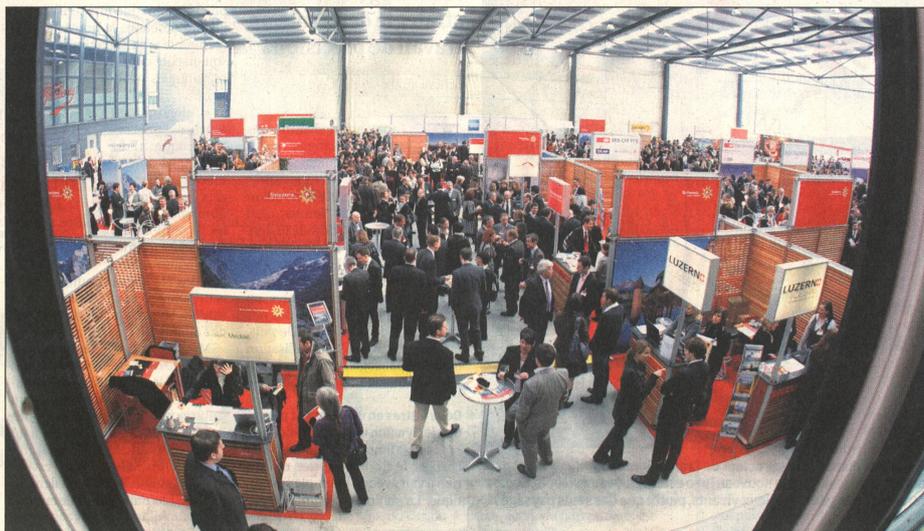
Jean-François Roth, le président de ST, a bien relevé ce nouvel atout. Ayant souligné auparavant que «la perception des crises était affaire de perspectives», il a déclaré: «Plus que jamais, le tourisme constitue une chance immense pour notre pays. C'est une valeur stable et durable.»

Pour lui, même en temps de crise, les gens «ont encore davantage besoin de rêver» et le tourisme a «tout ce qu'il faut pour cela». Il n'a ainsi pas manqué de rappeler qu'il y a quelques mois encore, les économistes présentaient le tourisme et ses taux de progression «dérisoires» comme «une branche qui faisait de l'ombre à la croissance». Or, aujourd'hui, ces mêmes experts le considèrent comme «un facteur de stabilisation». Des propos en phase avec le discours d'Eveline Widmer-Schlumpf. La preuve. Elle l'avait intitulé: «Le tourisme suisse est aguerri aux crises. Quelle chance!»

Informations sur le programme d'impulsion

Mais, pour qu'il puisse véritablement montrer qu'il sait faire face aux difficultés conjoncturelles, le tourisme helvétique doit stimuler la demande. Le programme d'impulsion, d'un montant de 12 millions de francs accordé par la Confédération, est précisément là pour le faire.

Quelques informations ont été données vendredi sur les actions prévues. On rappellera que ce programme se concentre sur quatre marchés de proximité: la Suisse, l'Allemagne, la France et l'Italie. Il n'est, par ailleurs, pas destiné à une campagne d'image, mais il doit servir à mettre en avant les offres. Pour ce qui est du



Photos Swiss-Image

Quelque mille cinq cents personnes se sont rendues vendredi à Lucerne pour le traditionnel rendez-vous avec Suisse Tourisme.

marché suisse, on citera ainsi, parmi les actions, la publication dans la presse Coop, qui touche 65% des ménages suisses, d'un guide proposant une cinquantaine de bons plans pour des excursions ou des séjours. Une autre action sera menée à bien avec la Banque Raiffeisen. Cet été et cet automne, les sociétaires, au nombre de 1,5 million, obtiendront des réductions dans les hôtels «typiquement suisses», les Kidshotels ou encore les hôtels «his-

toriques». On estime que cette opération devrait se solder par 40 000 à 80 000 nuitées supplémentaires.

ST cherche quatre-vingts «perles rares»

Dans le cadre du programme d'impulsion également, ST a lancé une recherche, sous forme d'un concours, de «perles rares». Quarante-vingts offres uniques et attrayantes sont ainsi demandées. Celles-ci seront notamment mises en évi-

dence dans les campagnes médiatiques prévues dans les quatre marchés cibles.

Pour le reste, on notera que cette 12e Journée suisse des vacances a, cette année aussi, parfaitement joué son rôle de plate-forme de contacts. Pausés et «synergy night» ont permis aux participants de faire le traditionnel «réseautage». Une partie de ces participants se retrouveront, par ailleurs, au même endroit, soit à la patinoire régionale de

Lucerne, pour participer, dans un peu plus d'un mois, au Switzerland Travel Mart (STM). Quatre cent cinquante voyageurs, provenant de quarante pays, viendront à Lucerne sur invitation pour se faire présenter l'offre touristique helvétique du 14 au 17 mai.

A relever encore que la 13e Journée suisse des vacances, quant à elle, est agendée au mercredi 5 mai 2010. Elle aura lieu à Flims, dans les Grisons.

«Vous avez toujours soigné la marque Suisse»

Si la première partie de la Journée suisse des vacances était consacrée à Suisse Tourisme, à ses nouveautés et à ses activités, la seconde partie a été dédiée au thème du jour, à savoir: «Durabilité ou succès?». Un titre qui s'est d'ailleurs transformé au cours des présentations, devenant «Durabilité et succès». Tant il est vrai que la durabilité est devenue une valeur dont le respect est essentiel au succès.

Hôte de marque de la journée, la conseillère fédérale Eveline Widmer-Schlumpf, qui, au demeurant, est restée toute l'après-midi en compagnie de ses hôtes, a trouvé

dans le tourisme un bon exemple de durabilité. Relevant la capacité de résistance de la branche aux difficultés conjoncturelles, elle a lancé: «Vous avez toujours soigné la marque Suisse. Vous êtes en droit d'être remercié et cela, d'autant plus, que vous continuez à la soigner.»

Pour la cheffe du Département fédéral de justice et police, il faut «prêter une grande attention» à toutes les particularités – comme les montages, l'horlogerie, l'emental – qui font que «la Suisse est unique». Il faut, a-t-elle dit, continuer «sereinement, mais résolument», à vanter les atouts de la



L'hôte de marque: la conseillère fédérale E. Widmer-Schlumpf.

Suisse hors de nos frontières, mais aussi à l'intérieur de notre pays.»

Les participants à une table ronde ont aussi montré que la durabilité était dans leur quotidien. «Sans durabilité, notre hôtel n'existerait pas», a dit le directeur général du Badrutts Palace, à Saint-Moritz, Hans Wiedemann. «La Suisse a tout pour devenir la vallée du développement durable», a indiqué, de son côté, l'ancienne directrice de la fondation Max Havelaar, Paola Ghillani.

«Nous n'avons pas de problème à brancher nos étudiants sur le thème de la durabilité», a dit encore le directeur général de l'Ecole

hôtelière de Lausanne, Ruud Reuland. Même Peter Kurer, le président du conseil d'administration sortant de l'UBS, a déclaré que cette thématique était une préoccupation de sa banque, avant de rappeler ce que ses dirigeants font ou entendaient faire pour retrouver la confiance de leurs clients.

Le développement durable a aussi été en vedette avec la signature par les responsables des associations faitières et des treize régions touristiques – tous des hommes – d'une charte marquant leur volonté d'engagement dans ce domaine crucial.

mh
Lire aussi en page 3

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

Innovations happy
Séduisent par leur diversité et leur qualité.

www.happy.ch
happysystems™
Ahi! Ça j'avais un lit happy.

Des lits vides? Faites-le nous savoir!

CHF 99.00 pour 4 semaines de présence en ligne

Votre »hotel specials« sur www.swisshotels.com

hotelleriesuisse
Téléphone 031 370 42 26
hotelspecials@hotelleriesuisse.ch

Des nouveaux hôtes? Vous les trouverez chez nous!

CHF 99.00 pour 4 semaines de présence en ligne

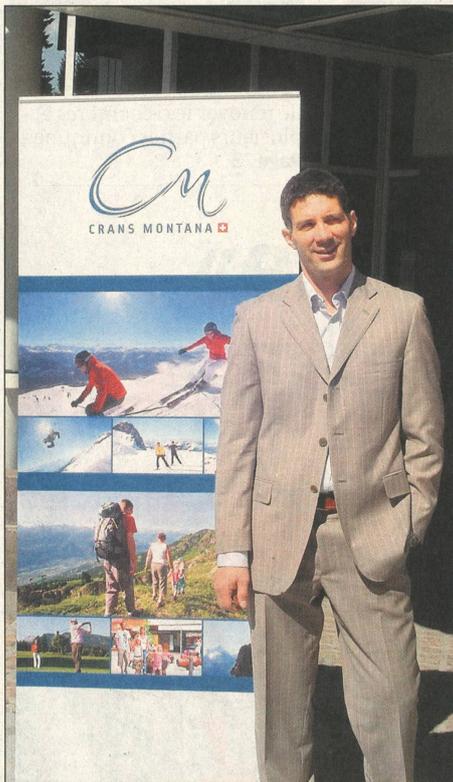
Votre »hotel specials« sur www.swisshotels.com

hotelleriesuisse
Téléphone 031 370 42 26
hotelspecials@hotelleriesuisse.ch

BRITA Professional

PURITY C – la solution flexible

<http://professional.brita.ch>



Dominique Fumeaux, le directeur de Crans-Montana Tourisme, pose devant le nouveau logo et les nouveaux visuels. Ceux-ci montrent «des gens, des lieux vivants, plutôt que des seuls paysages».

Crans-Montana a (re)trouvé la ligne

Crans-Montana change sa ligne graphique. Trouver le bon logo et la bonne stratégie demande un travail de précision.

GENEVIÈVE ZUBER

L'une après l'autre, les grandes stations valaisannes rafraîchissent leur image de marque. Après Zermatt l'an dernier et en attendant le nouveau logo de Verbier, c'est Crans-Montana qui dévoile le sien. Comme l'explique le directeur de l'OT, Dominique Fumeaux, «les valeurs communiquées par l'ancien logo étaient inexistantes ou trop disparates, et il parlait peu des spécificités de la station». De plus, facteur aggravant, son utilisation était trop peu réglementée, avec des déclinaisons à toutes les sauces.

Deux lettres en mouvement pour dire le dynamisme de la station

Crans-Montana a donc voulu corriger le tir, un exercice qui n'a rien à voir avec de la simple cosmétique. La station a commencé par

une réflexion de fond sur les valeurs qui la définissent aujourd'hui, en intégrant le label «Cité de l'énergie» et le mouvement de nouvelle urbanisation de cette ville à la montagne. Une fois les valeurs à communiquer précisées, un concours a été lancé. A l'heure du choix, la nouvelle ligne graphique a fait l'unanimité, que ce soit du côté de l'OT, des remontées mécaniques ou des autres partenaires.

«Ce logo nous a touchés», précise Dominique Fumeaux, «il reflète une ambiance, celle de Crans-Montana». Tous les composants de la ligne graphique retenue ont été choisis pour exprimer cette ambiance et l'identité de la station. La couleur, bleue, est celle de l'air pur, du ciel, de la nature. Le «CM» de Crans-Montana: deux lettres dessinées en mouvement, pour dire le dynamisme de la station. «Le logo précédent était trop statique, trop confortable». Quant à la police, elle devait répondre à un critère primordial, celui de la lisibilité. La croix suisse, enfin, est «la marque suisse la plus facilement identifiable, dans le monde entier».

Le résultat frappe par sa simplicité. «De plus, le nouveau logo a un côté classe qui fait également partie de notre image», note encore Dominique Fumeaux.

Cette opération «nouvelle ligne graphique» coûtera 100 000 francs

Mais un bon logo ne suffit pas. Un rafraîchissement d'image réussi passe aussi par une stratégie de diffusion claire et précise. C'est ainsi que l'office du tourisme a élaboré une charte avec des règles strictes et contraignantes d'utilisation et de contrôle pour tous les partenaires.

«L'ancien logo de Crans-Montana était trop statique, trop confortable.»

Dominique Fumeaux
Directeur de Crans-Montana Tourisme

Le nouveau logo de Crans-Montana a été conçu pour se décliner sur différents types de supports: banderoles, bannières, vitrines, affiches et autres documents papier bien sûr, mais aussi ce qui touche aux nouvelles technologies. Les deux lettres «CM» peuvent s'animer sur Internet, le canal de TV local ou les clips de promotion, «un outil jusqu'à présent sous-utilisés et que l'office du tourisme veut exploiter davantage. D'autre part, le contenu lui-même des messages a

été revu, pour être en cohérence avec le logo mais aussi avec la marque Valais. Ainsi, les images montrent des gens, des lieux vivants plutôt que des seuls paysages.

Tous les supports ne peuvent bien sûr pas être remplacés d'un coup de baguette magique. Crans-Montana Tourisme en est bien conscient: «Nous sommes en période de transition. D'autre part, certains partenaires, des hôtels notamment, ont déjà bouclé leur promotion pour l'été. De plus, la nouvelle ligne ne va pas plaire à 100% des partenaires», même si, selon Dominique Fumeaux, la grande majorité y adhère. Un facteur de réussite qui compte également.

La nouvelle ligne graphique et l'adaptation des principaux supports coûtent 100 000 francs. Pour comparaison, Zermatt a déboursé 105 000 francs pour une opération similaire. Pour ses nouveaux prospectus, Crans-Montana Tourisme a choisi du papier «écologiquement responsable», ce qui représente quelques milliers de francs supplémentaires. Pour l'OT, il s'agit d'une question de cohérence avec les nouvelles valeurs de la station, en matière d'urbanisation notamment: «Nous devons être attentifs au fait que les clients sont de plus en plus sensibles à ces questions.»

ANNONCE

Valable du 30 mars au 17 avril 2009
chez votre dépositaire de boissons.



L'énergie naturelle

Action commander maintenant



NOUVEAU avec figue de barbarie thé vert



entraîneur naturel de fitness



Le service en chambre du petit-déjeuner doit être une fête pour le client. Il s'agit en effet d'un moment essentiel: le début de la journée.

Le room service, un élément essentiel

Au niveau du room service ou du service en chambre, on peut s'attendre au meilleur comme au pire. Le point sur les différents besoins des clients et sur les offres des hôtels.

MICHEL BLOCH

Une des raisons les plus fréquentes de faire appel au room service est le moment du petit-déjeuner. Certes, il est impossible d'apporter au client le buffet dont il aurait peut-être bénéficié s'il s'était rendu dans la salle prévue à cet effet. Pourtant, le service en chambre ne doit pas donner l'impression d'être le parent pauvre, voir la punition encourue pour avoir renoncé à faire l'effort de se déplacer dans ladite salle du petit-déjeuner. Trop

de bons hôtels proposent encore des jus de fruits de mauvaise qualité, alors que des jus de fruits frais sont disponibles au buffet, ou du thé en sachet de qualité médiocre au lieu du thé en vrac. Parmi d'autres exemples négatifs, on citera le thermos rempli d'eau chaude pour le thé précédemment évoqué, un thermos qui a contenu du café dans une vie antérieure, hélas pas si lointaine, et qui délivre une eau avec un goût de café. Et l'on ne parle même pas de l'assortiment de viennoiseries capables de déprimer le client le plus optimiste! Dans tous les cas, le room service doit absolument être une fête pour le client. Il s'agit d'un moment essentiel: le début de la journée.

Les besoins varient selon le type de clientèle

Le client va opter pour le room service dans les circonstances les plus diverses. «La clientèle individuelle et les femmes et hommes d'affaires choisissent plus fréquemment cette solution que les personnes voyageant en groupe» précise Gisèle Sommer, coordi-

natrice des relations publiques du Fairmont Le Montreux Palace. «Ils décident bien souvent de travailler sur leur ordinateur depuis leur chambre ou de regarder la télévision.» Il faut dire que les chambres de tous ces hôtels ont été généralement renouées (à grands frais) et sont devenues bien davan-

Le service en chambre ne doit pas être considéré comme un parent pauvre ou comme une punition.

tagés que des lieux à dormir, dont on s'échappe en dehors des heures de repos! «Les clients du Moyen-Orient adorent le service en chambre et demandent fréquemment des buffets», poursuit Gisèle Sommer. Mais attention, la qualité des mets servis est essentielle pour ces grands voyageurs habitués à ce qu'il y a de mieux. La coordinatrice des relations publiques du Montreux Palace complète ses propos en soulignant qu'en été les clients apprécient de se faire servir en chambre afin de profiter de leur balcon et de la vue sur le lac. «Ils

optent par exemple pour le vin, du champagne, des petits canapés.»

«Nos clients ont un niveau d'attente qui est élevé», explique Xavier Collange, directeur-adjoint du Beau-Rivage à Genève. «C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de leur offrir la possibilité de commander aux heures d'ouverture des restaurants, la cuisine de notre restaurant gastronomique, le Chat Botté, créditée d'une note de 18 sur 20 au Gault Millau, ainsi que celle de notre restaurant thaïlandais, le Patara. Bien entendu, nous servons également volontiers les mets de la carte du room service, 24 heures sur 24.»

Philippe Vuillemin, directeur général de l'Hôtel de la Cigogne à Genève, a retenu une solution identique et propose aux clients qu'ils souhaitent, en plus de la carte du service en chambre, celle du restaurant de l'hôtel pendant ses

Room service: il faut bien définir les besoins des clients

«Il y a trois occasions de contact entre le client et le personnel de l'hôtel: la commande, le service proprement dit et le moment où l'on débarrasse. Le personnel doit faire l'objet d'une formation appropriée pour chacune des trois étapes», explique Gisèle Sommer, du Fairmont Le Montreux Palace. Tout compte: les questions posées pour bien définir les besoins, le ton, le choix de mots qui doit être positif, la présentation des mets, la qualité du service, la qualité de la communication non verbale du personnel (ses gestes, ses attitudes)... Certains établissements investissent beaucoup dans la formation. Ainsi, le personnel du célèbre Hôtel de Paris, à Monaco, a bénéficié d'un programme de formation très poussé. Celui-ci, dénommé «I Care», inclut le service en chambre. La perfection est à ce prix.

heures d'ouverture. «Les voyageurs d'affaires choisissent fréquemment cette solution», complète Philippe Vuillemin qui souhaite offrir «une alternative intéressante à ceux qui veulent se faire plaisir tout en restant dans leur chambre.»

Jean-Pierre Tanous, responsable F&B de l'Hôtel de la Paix à Genève, souligne qu'il est essentiel d'être ouvert par rapport aux demandes et de proposer chaque jour des «suggestions du chef» pour montrer que le service en chambre est un service à part entière.

A quel prix et pour quelle qualité?

Dans le domaine des prix, les politiques sont pour le moins diverses. «Chez nous, il n'y a pas de supplément de prix», nous informe Philippe Vuillemin. Il en va de même au Beau-Rivage à Genève, explique Xavier Collange. Un directeur qui a souhaité garder l'anonymat, précise que le client ne veut pas payer un supplément de plus de 20% du prix qu'il aurait payé au bar par exemple. Le rapport qualité-prix doit toujours être excellent, complète Géraldine Soulier, responsable de la communication à l'Hôtel de la Paix à Genève. Le service en chambre a assurément le vent en poupe et nos interlocuteurs ont été unanimes à souligner le niveau d'exigence croissant de la clientèle aussi bien en ce qui concerne la qualité et la diversité des mets choisis que leur présentation ou le service qui va avec. En résumé, on pourrait dire que le service en chambre est plus que jamais une prestation essentielle.

En bref

Suisse

Nuitées: sensible diminution en février

Le nombre de nuitées hôtelières a sensiblement reculé en février. Il s'est élevé à 3,2 millions, -9,6% par rapport à février 2008. Petite consolation: l'Office fédéral de la statistique, qui publie ces chiffres, note que le mois écoulé comptait 28 jours alors qu'il en comptait 29 en 2008. La demande indigène a diminué de 8,9% à 1,4 million de nuitées et la demande étrangère de 10,2% à 1,79 million. La plus forte baisse en termes de nuitées étrangères (-21%, -62 000 nuitées) est à mettre sur le compte de la clientèle britannique. Les nuitées allemandes ont reculé de 8,1% (-45 000). mh

RailAway satisfait du premier trimestre



Filiale des CFF spécialisée dans la vente d'offres de loisirs, RailAway est satisfaite du premier trimestre de cette année. Elle a, en effet, vendu un nombre record de deux cent mille offres hivernales. Ce résultat lui permet ainsi de poursuivre sur la bonne lancée de l'année 2008 marquée par la vente - record aussi - de 1,6 million d'offres (+55,3% par rapport à 2007). La société indique que les actions «Explorez la Suisse» et «Snow'n'Rail» ont fait «un tabac». mh

Accor: quatre ouvertures, cet été, en Suisse

Le groupe hôtelier français Accor poursuit son expansion en Suisse. Il ouvrira, cet été, trois hôtels Ibis - à Bâle, à Lausanne et à Locarno -, ainsi qu'un Etap Hotel à Lucerne. La Suisse compte déjà quinze hôtels Ibis et quatre Etap Hotel. On notera, par ailleurs, que les cinq Novotel suisses du groupe, sis à Berne, à Genève, à Lausanne et à Zurich, ont adopté le nouveau concept «Novotel Café». Ce dernier propose des espaces «bar» et «restaurant» modulables selon la demande du client et une offre de restauration 24 heures sur 24. mh

Valais

Exercice record pour les Bains d'Ovronnaz



Les Bains d'Ovronnaz, à Ovronnaz (VS), ont enregistré un nombre record de nuitées en 2008. Celui-ci s'est élevé à 124 000 unités, soit une progression de 4,7% par rapport à 2007. La saison estivale a été particulièrement bien fréquentée avec 62 400 nuitées (+5%). La répartition des nuitées estivales et hivernales est ainsi égale, a indiqué la société d'exploitation. mh

Un forfait «chambre avec voiture»

L'Hôtel Préalpina propose une formule d'hébergement qui permet d'inclure la location d'une voiture.

Il s'agit là d'un service apprécié étant donné que l'établissement n'est pas desservi par les transports publics.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Pour un établissement public, une situation périphérique exige souvent un surcroît d'imagination pour être reconnu. Et Olivier Lehrian, directeur de l'Hôtel Préalpina, à Chexbres, ne manque pas d'imagination: entre semaines à thèmes, soirées whiskies, petit-

déjeuner vigneron dans les vignes de Lavaux, quand ce n'est pas un festival de films, il ne se passe guère de semaines sans que le Préalpina n'attire les hôtes de la région ou de passage.

Une voiture de location pour s'affranchir des courses en taxi

La dernière nouveauté en date consiste en une collaboration avec l'agence de location de voitures lausannoise Enzolocation avec la possibilité de louer une voiture soit selon le principe du forfait à la journée (pour un kilométrage réduit) déjà appliqué par le loueur, soit coupler l'hébergement et une formule de location qui prévoit une taxe kilométrique.

Si, du côté de l'agence de location automobile, on considère simplement cette offre comme un

complément aux agences de Lausanne et de Genève, Olivier Lehrian, le directeur de l'Hôtel Préalpina, s'en réjouit: «Compte tenu de la situation périphérique de notre établissement», souligne-t-il, «il peut s'agir d'une formule idéale. Et cela non seulement pour les clients qui sont en séjour de villégiature dans la région. Cette formule peut en effet également séduire l'homme d'affaires qui souhaite se déplacer



«C'est un forfait idéal avec la situation périphérique de notre hôtel.»

Olivier Lehrian
Dir. de l'Hôtel Préalpina à Chexbres

sur la Riviera, ou même à Lausanne, sans nécessairement dépendre des déplacements en taxi.» Cette formule est d'autant plus séduisante que l'Hôtel Préalpina n'est pas situé à proximité des lignes habituelles de transports publics.

Autre avantage pour l'établissement hôtelier, il n'est considéré par Enzolocation que comme une «succursale» dépositaire et à l'exception, peut-être, d'un léger nettoyage, il n'a pas à assumer les

frais de service et d'entretien inhérents à la location des véhicules.

Les contrôles liés à la location incombent au personnel de l'hôtel

La légère charge de travail administratif (contrôle des papiers du loueur, enregistrement, etc.) peut aisément être prise en charge par le personnel habituel de l'Hôtel Préalpina qui est un établissement quatre étoiles.

Dernier élément à prendre en compte: sur les hauteurs de Lavaux, l'enregistrement est possible 24 heures sur 24, contrairement aux propres agences du loueur et aux accords de partenariat qui voient certaines sociétés de location disposer d'un espace de service à l'intérieur de grands établissements.

Plus de cuisine au sous-sol

Les anciennes cuisines étaient si grandes qu'on finissait par s'y perdre», soupire Peter Hugi, le directeur de l'Hôtel Elite. «Héritières d'une époque révolue, avec leur immense garde-manger, emmurées dans les sous-sols, elles n'étaient plus adaptées aux impératifs actuels de la production.»

Les nouvelles cuisines seront redimensionnées

Pour engager les cuisines de l'Elite sur la voie de la modernité et leur donner un coup de jeune, le propriétaire du bâtiment – l'UBS en l'occurrence – a décidé de manier la truelle. Gigantesques, les travaux de réaménagement visent



Eugenio D'Alessio

Les cuisines de l'Hôtel Elite à Bienne font peau neuve. Au terme de travaux qui ont débuté en janvier et qui devraient s'achever en fin d'année, elles perdront un tiers de leur surface.

EUGENIO D'ALESSIO

deux objectifs: rationaliser et centraliser le pôle restauration. Pour ce faire, les cuisines seront redimensionnées et regroupées plusieurs services. Ainsi, une zone unique pour le lavage de la vaisselle fera notamment son apparition.

«Avec des cuisines plus petites, l'organisation et la fluidité du travail seront meilleures qu'auparavant. La rénovation nous permettra aussi de réaliser des économies d'énergie. Dans la foulée, nous avons saisi cette occasion pour remplacer les canalisations», explique Peter Hugi. Autre nouveauté de taille: en apnée

Peter Hugi: «Les nouvelles cuisines gagneront en fonctionnalité.»

dans les sous-sols depuis 1932, année d'ouverture de l'Elite, les cuisines vont remonter à la surface et se retrouver au rez-de-chaussée, près du restaurant et du bar de l'hôtel. Elles prendront place dans une ancienne salle de cinéma située derrière le bar. Les différents travaux de rénovation déboucheront également sur une nouvelle structure pour la maintenance technique et sur une salle de 160m² destinée à la location.

«Le premier trimestre a confirmé la baisse escomptée»

«Mener de front les travaux et la gestion de l'entreprise n'est pas chose aisée», lâche Peter Hugi. Pour les clients également, les cuisines provisoires, aménagées dans un immense conteneur grisâtre qui forme comme un balcon d'acier aux étages supérieurs de l'hôtel, ne semblent guère engageantes.

«J'ai le sentiment que cette structure retient quelque peu la clientèle. Dans nos prévisions budgétaires, nous avions escompté une baisse de 10% du chiffre d'affaires. Le premier trimestre confirme ces prédictions. Même s'il est trop tôt pour le dire, la récession et la présence très voyante des cuisines provisoires sont les causes dominantes de ce recul», analyse le directeur de l'Hôtel Elite.



Alain D. Bollat

Pendant les travaux de rénovation, une cuisine provisoire a été aménagée dans un immense conteneur accroché à la façade de l'hôtel.

ANNONCE

AVRIL 2009

Offre valable du 6 au 24 avril 2009

Action 3+1

3 caisses achetées + 1 caisse offerte
(de la même marque)



33cL VC



50cL VC



75cL VC



100cL VC

Offre valable pour HENNIEZ Naturelle, Légère et Gazéifiée



33cL VC

Offre valable pour Pepsi-Cola Regular, Max et Light



33cL VC

Offre valable pour 7UP Citron, Orange et Grapefruit

Chez les dépositaires participants (voir conditions de votre dépositaire)

Un style moderne et épuré



Photos Fairmont

Les nouvelles chambres du Fairmont Le Montreux Palace offrent la part belle à des tons pastels à dominantes grises et blanches, plus exactement dans un camaïeu de tons pierre, limette et poire.

Le Montreux Palace a été relooké par la décoratrice anglaise Fiona Thomson. Dans un style moderne et épuré, de la brasserie aux chambres.

HELENE KOCH

Rénover en grande partie le Montreux Palace, tout en respectant ses éléments classés et en mariant nouveau et ancien. Tel est le défi relevé par la décoratrice anglaise Fiona Thomson. Celle-ci n'en est pas à son coup d'essai, puisqu'elle a déjà relooké une vingtaine de palaces, de Moscou à Milan en passant par Sydney. Débütés en novembre, les travaux prendront fin en principe à la mi-mai. Si l'on excepte le bâtiment annexe, Le Cygne, actuellement fermé car en pleins travaux, l'essentiel est déjà fait dans le bâtiment principal, celui

du palace lui-même et le résultat a été présenté à la presse la semaine passée. Avec à la clé une réorganisation des espaces. La réception se trouve ainsi au rez-de-chaussée et non plus au premier étage.

Sur les 236 chambres du Montreux Palace, 100 ont été refaites

Toujours au rez, un lobby lounge et un bar assurent un espace de transition entre la réception et la brasserie. Cette dernière a été entièrement refaite, dans les tons gris et chocolat, avec du mobilier commandé sur mesure, notamment en Italie et en Grande-Bretagne. Le tout s'accompagne d'une réorganisation pour la clientèle. La Brasserie du Palace est réservée aux particuliers tandis que le jardin d'hiver la Palmeraie accueille désormais les groupes. Sur les 236 chambres, 100 chambres ont été refaites. Le tout est réalisé dans un style épuré, fait de tons pastels mais chaleureux à dominantes grises et blanches, plus exactement dans un camaïeu de tons pierre, limette et poire. Les rénovations se sont faites étage par étage, en commençant par le rez-



La nouvelle réception se trouve désormais au rez-de-chaussée.

de-chaussée jusqu'au sixième étage. Une autre partie des chambres, avec son mobilier et ses moquettes pourpres, plonge le visiteur entre le 19e et le début du 20e siècle.

Les chambres sont rénovées tous les sept ou huit ans

Seuls un ou deux éléments, comme l'écran plasma, viennent

rapporter que nous sommes bien en 2009. «En principe, les chambres sont refaites tous les 7 ou 8 ans. Ces chambres avaient déjà été rénovées et le seront à nouveau dans trois ans environ», explique Gisèle Sommer, la coordinatrice des relations publiques du Montreux Palace. Par Fiona Thomson également? Probablement, à moins que, par hypothèse, le groupe Fairmont ne revende le palace d'ici-là. Cela permet aussi de satisfaire des goûts différents. «Les nouvelles chambres ont beaucoup de succès mais d'autres clients préfèrent les anciennes», relève Gisèle Sommer. Et comme les chambres ou suites rénovées sont



La brasserie du Montreux Palace arbore des tons gris et chocolat.



Le lounge qui assure la transition entre la réception et la brasserie.

au même prix que les anciennes pour une même catégorie, le choix se fait en fonction du goût du client et non des tarifs.

A l'exception des chambres du Cygne, actuellement en plein chantier, il ne reste que les finitions à effectuer. Dans le hall du premier étage par exemple, les colonnes sont actuellement peintes dans un gris uni tout à fait dans le style de la décoratrice anglaise, mais elles seront repeintes en marbré. Tout comme les boiseries et certaines salles, ces colonnes font partie des éléments classés du bâtiment.

Fairmont: un groupe hôtelier fondé à San Francisco en 1907

Fairmont Raffles Hotels est un groupe hôtelier international d'origine américaine né à San Francisco en 1907, soit un an après l'ouverture du Montreux Palace. Le groupe exploite plus de 90 hôtels sous les marques Raffles, Fairmont et Swissôtel. Ses établissements sont situés dans le monde entier, de Singapour aux Etats-Unis et le Canada en passant par le Moyen-Orient. Racheté en 2002 par Raffles Holding Limited, le Montreux Palace devient Raffles Le Montreux Palace en 2004, avant d'être rebaptisé Fairmont Le Montreux Palace en 2007. Il a ainsi rejoint les 56 établissements du groupe Fairmont Hotels & Resorts. Une collection appelée à s'étoffer, puisqu'une vingtaine d'établissements sont en cours de développement, que ce soit en Inde, à Shanghai ou encore aux Philippines. hk

La Réserve: un nouvel hôtel à Ramatuelle

Après l'Hôtel La Réserve à Genève et une résidence hôtelière à Paris, le groupe hôtelier La Réserve de Michel Reybier va développer un autre hôtel de grand luxe à Ramatuelle, proche de Saint-Tropez.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

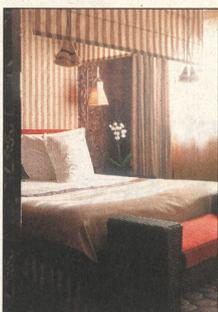
kilomètres de Genève, l'Hôtel La Réserve est aujourd'hui l'un des must du luxe contemporain. Racheté en 1999 pour 24 millions de francs par l'industriel lyonnais Michel Reybier (il figurait dans la liste des 100 plus grandes fortunes de France lorsqu'il était à la tête des sociétés de salaison Justin Bridou, Cochonou et, entre autres, Jambon d'Aoste), il a été réaménagé à grands frais par le décorateur «néobaroque» Jacques Garcia pour une dizaine de millions de francs.

Un hôtel de 23 chambres et suites avec un spa somptueux

Aucune somme n'a jamais été réellement précisée, mais des

spécialistes de l'hôtellerie genevoise estiment ce montant bien en dessous de la réalité. Pour, au total, 85 chambres et 17 suites, des bars, des restaurants, sans compter un spa de 2000 mètres carrés au cadre unique d'un luxe discret, bien loin du tapageur.

On connaît moins «La Réserve Hospitality Collection», un produit du groupe proposant jusqu'ici des appartements avec services hôteliers à Paris, 10 appartements entre 100 et 350 mètres carrés, place du Trocadéro et La Réserve Ramatuelle, douze villas de luxe sur les hauteurs de la baie de Saint-Tropez. Jusqu'ici, en effet, puisque dès le premier juin prochain, un hôtel fera



L'Hôtel La Réserve à Genève a annoncé en 2008 un taux d'occupation annuel de 50%.

également partie de ce domaine de Ramatuelle, un refuge privilégié de 23 chambres et suites, doté d'un somptueux spa avec 13 cabines de soins proposant des programmes personnalisés, deux piscines inté-

rieure et extérieure, un bar et un restaurant, dont l'architecture et la décoration ont été confiées à un autre grand nom de l'architecture, Jean-Michel Wilmotte.

Vers un véritable groupement «La Réserve Hospitality Collection»?

Faut-il voir dans cette nouvelle implantation le début d'un groupement «La Réserve Hospitality Collection» plus important? L'ébauche d'un réseau européen de résidences hôtelières de grand luxe, comme cela se pratique dans les Caraïbes ou le Pacifique sud? La Réserve ne communique pas, ou alors fort parcimonieusement, force est de se rabattre sur l'avis de spécialistes sur la base du seul chiffre officiel cité: La Réserve-Genève annonçait en 2008 un taux d'occupation annuel de 50% et «l'hôtel est rentable», précisait la direction de l'établissement dans un hebdomadaire romand.

Autre point de vue, celui d'un banquier pour qui «l'établissement est certes rentable durant la belle

saison, mais qu'en est-il en automne ou en hiver», alors que la clientèle choisit la ville, préfère sortir, aller au spectacle ou même au cinéma? Qu'en sera-t-il dès lors à Ramatuelle qui, malgré le climat et la prestigieuse proximité de Saint-Tropez n'en reste pas moins un endroit particulièrement calme, hors saison lorsque les peuples et les starlettes n'y sont plus? Non, s'il faut voir l'ébauche d'un réseau La Réserve Hospitality Collection pour le groupe, «ce ne peut être qu'en termes de résidences, à savoir des appartements avec un service hôtelier», prévoit enfin un observateur.

Là, le prestige d'une semaine en appartement avec vue exclusive sur la tour Eiffel peut trouver preneur. Là encore, les villas de La Réserve-Ramatuelle peuvent séduire. Mais de là, il y a bien loin jusqu'à un éventuel réseau européen de «resorts» hôteliers de grand luxe. Cela même si la communication du groupe La Réserve en Suisse imagine que c'est possible.

C'est peu dire que, magnifiquement situé dans un parc de quatre hectares avec accès direct au lac Léman par un passage dédié sous la route cantonale et à quelques



«Lors de banquets de mariage le Beau-Rivage de Neuchâtel fait appel à une demi-douzaine d'extras.»

Karl Josef Verding (Page 16)



Une partie des participants à la journée du tourisme helvétique s'est retrouvée le soir pour prendre part à la «Synergy Night».

Swiss-Image

D'une langue à l'autre

Une pléthore de labels de qualité écologiques



Label Bouquetin, EcoLabel, The Green Key, ISO 14001... l'hôtelier qui souhaite avoir un label ou une certification écologique a l'embaras du choix. Une harmonisation au niveau européen est cependant sur le point d'être mise en place. Il existe par exemple le label environnemental de l'UE qui distingue vingt entreprises en Suisse dont deux hôtels. L'un d'eux est le **Ferien Art Resort** de Saas Fee. Il paie une cotisation annuelle de 1800 francs pour arborer ce label. Im

Page 9

Le dernier épisode de la série «En stage à l'hôtel»

C'est avec le reportage de Karl Josef Verding, rédacteur à la partie allemande de notre journal qui a travaillé trois jours au Beau-Rivage de Neuchâtel, que prend fin cette semaine notre série «En stage à l'hôtel». Au total, ce ne sont pas moins de 18 membres de notre rédaction qui ont jeté un coup d'œil dans les coulisses de tout autant d'établissements hôteliers. Les comptes-rendus de chacun de ces 18 stages figurent sur internet à l'adresse: www.htr.ch/dossier. Im

Page 16

Marie-Thérèse Chappaz: des vins de classe mondiale



Notre chroniqueur Gény Hess tresse une véritable couronne de lauriers à la vigneronne valaisanne **Marie-Thérèse Chappaz**. Selon lui, les vins, qu'elle produit à partir des cépages de petite arvine, d'ermitage et de marsanne, sont de classe mondiale et évoluent dans la même ligue que les plus célèbres châteaux de Sauternes. A ses débuts, Marie-Thérèse Chappaz, diplômée en viticulture et en œnologie, a travaillé pendant six ans à la cave expérimentale de Changins. Im

Page 16

«Vacances» à Lucerne

Informations et contacts ont été au menu de la **Journée suisse des vacances**.

Une ville hôte: Lucerne et sa patinoire régionale.

MIROSLAW HALABA

La suisse touristique a besoin de se rencontrer. Et, en ces périodes de difficultés conjoncturelles, plus encore que d'habitude.

Quelque mille cinq cents professionnels de la branche ont participé au rendez-vous traditionnel organisé par Suisse Tourisme. Après Lugano en 2008 et avant Flims, l'an prochain, c'est Lucerne et son «Swiss Life Arena», soit la patinoire régionale, qui ont été le théâtre de la 12e Journée suisse des vacances.

Plusieurs dizaines de représentants du tourisme romand étaient, bien sûr, présents à cette manifestation qui a proposé un programme étoffé d'informations et de moments de convivialité.



Militzta Bodi, directrice de la communication de Genève Tourisme.



Fin de journée: l'apéritif attend les participants.



Tourisme vaudois: (de g. à dr.) **Jean-Pierre Pralong** (NRT), **Gisèle Schibler** (OTV) et **Cédric Paillard** (Vallée de Joux Tourisme).



Fribourgeois et Vaudois: (de g. à dr.) **Hubert Lauper** et **Jacques Dumoulin** (UFT) et **Michel Doleires** (Avenches Tourisme).

Photos Mirosław Halaba



Markus Frei, consultant hôtelier (à g.), avec **Anne Cheseaux** et **Alain Cheseaux** (tous deux Swiss International Hotels Services).

Lavaux: 3e train touristique

Les vignobles du Lavaux viennent d'étoffer leur offre touristique. Un nouveau petit train sur pneus, partant de Chexbres-Village, vient d'entamer sa carrière.

MIROSLAW HALABA

«C'est un cousin et pas un concurrent». C'est en ces termes qu'Eric Pétremand décrit le petit train touristique que son association - Lavaux train - mettra en service samedi dans la partie est du Lavaux. Le «Lavaux-Panoramic» s'ajoutera, ainsi, aux deux trains du La-



Le nouveau petit train desservira la partie est du Lavaux.

vaux-Express. Il proposera trois parcours au départ de Chexbres-Village et ceci jusqu'au 25 octobre. Les prix du transport sont les mêmes que ceux pratiqués par Lavaux-Express.

Tourisme vaudois: promotion et départ à l'OTV

Titulaire d'un diplôme de gestionnaire en tourisme, âgée de 32 ans, **Gisèle Schibler** a été nommée membre de la direction de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV). Gisèle Schibler, qui est entrée à l'OTV en 2000, suit le projet de développement des sites internet de l'office et des destinations vaudoises. Elle assume aussi la responsabilité du service «relations publiques et marketing partenariaires». Chef du service «analyse offre-demande», **Claude-Alain Blanca**, pour sa part, quitté l'OTV à fin mars pour travailler, en qualité de conseiller indépendant, dans le domaine du dé-

veloppement touristique durable. Il conservera des mandats à l'OTV où il avait travaillé durant plus de sept ans et demi. mh

Le climat et le tourisme en discussion à Sierre

L'Ecole suisse de tourisme de Sierre et le Club EST-STF mettront sur pied un séminaire placé sous le thème: «Climat et tourisme: anticipons les changements!» Cette manifestation, qui accueillera notamment Martine Rebetz, climatologue et professeur à l'Université de Neuchâtel et chargée de cours à l'EPFL, aura lieu le 24 avril à l'IES-SO Valais à Sierre. mh

Informations: <http://tpm.hevs.ch>

Et encore...

... un article en français dans la partie alémanique

La rubrique «Zum Thema», qui permet à nos rédacteurs de s'exprimer sur un thème de leur choix, accueille cette semaine un article de la rédaction francophone. Celui-ci évoque les défis qu'un hebdomadaire professionnel, tel que celui que vous tenez dans vos mains, doit relever semaine après semaine, au niveau, par exemple, du choix des sujets d'actualité. Im

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt
Le principal marché
de la branche

Osterausgabe Nr. 16/2009
erscheint am Do. 16. April 2009
Anzeigenschluss: Do. 9. 4. 2009, 8.00 Uhr

htrhotelrevue Nr. 15/9, April 2009

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Der Frühling bringt frischen Wind
auf den Stellenmarkt!

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

New Challenge
Personalberatung & Vermittlung

Für Kader- und Fachstellen in
bestausgewiesene Hotel- und
Gastronomie-Betriebe.

Gabriela Weber
Telefon 044/201 24 66
Seestrasse 160, 8002 Zürich
gabriela.weber@newchallenge.ch
www.newchallenge.ch

Wir sorgen für
Nachwuchs
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

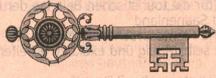
www.gastrojob.ch
Topjobs und Gastroprofis – ganze Schweiz



GastroJob
Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

Inhalt / Sommaire

Kaderstellen	2
Deutsche Schweiz	2-5
Svizzera italiana	5
International	8
Stellengesuche	8
Suisse romande	8
Marché international	8
Aus- und Weiterbildung	8



ankommen und geniessen

Suchen Sie die berufliche Veränderung im goldrichtigen Zeitpunkt? Wir engagieren per 1. Juni 2009 oder nach Vereinbarung für das im letzten Jahr neu eröffnete ***Sterne Cityhotel Goldener Schlüssel eine unternehmerisch denkende Persönlichkeit als

DIREKTIONSASSISTENT/IN

Sie sind Absolvent/in einer Hotelfachschule, sprechen D/E/F, zwischen 28 und 40 Jahre jung, können eine kleine Servicebrigade führen und haben bereits einschlägige Erfahrungen an einer Hotelfranchise.

Sie übernehmen während der Abwesenheit der Direktion die Federführung des Betriebes mit 20 Mitarbeiter/innen.

Wir bieten einen attraktiven Arbeitsplatz mit moderner Infrastruktur mitten in der Berner Altstadt.

Gerne stelle ich Ihnen das neue Arbeitsfeld bei einem persönlichen Gespräch vor und erwarte die vollständigen Bewerbungsunterlagen unter folgender Adresse:

Herr Jost Troxler
Hotel-Restaurant Goldener Schlüssel
Rathausgasse 72, 3011 Bern
Tel. 031 311 02 19
www.goldener-schluesssel.ch

Wir suchen für unser Marché Kempthald
an der Autobahn A1 (Zürich – St. Gallen)
per sofort oder nach Vereinbarung einen



Teamleiter Restaurant

In dieser Kaderposition sind Sie zuständig für

- Gästebetreuung und –beratung
- Stellvertretung des Abteilungsleiters
- Führung und Förderung der Mitarbeiter
- Bestellwesen
- Unterstützung der Personalplanung
- Schichtführung
- Zubereitung und Präsentation von frischen Produkten

Das bringen Sie mit

- Produkt-, Gast- und Menschenorientierung
- Team und Kommunikationsfähigkeit
- Erste Führungserfahrung
- Mehrjährige Gastronomiepraxis

Wir bieten Ihnen ein internes Förderprogramm mit interessanten Aufstiegsmöglichkeiten und einen nicht ganz alltäglichen Arbeitsplatz. Haben wir Sie neugierig gemacht?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Marché Kempthald
Achim Tuchard
Autobahnrestaurant A1
CH-8310 Kempthald



SV
catering & services



SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie. Als professionelle Gastgeberin bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Für das Geschäftsfeld Business suchen wir per 1. Juni 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

Restaurant Manager (w/m)

Das im Auftrag der CREDIT SUISSE geführte «Culinarium St. Albans» in Basel führen Sie mit überdurchschnittlichem Einsatz, Begeisterungsfähigkeit und viel Engagement. Der Betrieb verfügt neben dem Selbstbedienungsrestaurant und einer Cafeteria auch über bediente Gästeräume mit einem erstklassigen à la carte Angebot. Zudem besteht ein reges Catering für interne und externe Anlässe.

La Tzoumaz **VERBIER** **Pays du St-Bernard**

La nouvelle destination Verrier/Val de Bagnes – La Tzoumaz – Pays du St Bernard cherche pour son entreprise de gestion et de marketing «Verrier-Val de Bagnes – La Tzoumaz – Pays du St-Bernard SA» (Destination SA) son/sa

CEO, directeur/trice général(e)

La mission

- Mise en œuvre du plan stratégique (stratégie de la destination) adopté par le Conseil d'administration
- Création des instruments opérationnels dans tous les secteurs de l'organisation
- Gestion des projets stratégiques
- Responsabilité opérationnelle pour la destination SA
- Etablir un bureau central professionnel et garantir le fonctionnement des bureaux centraux et décentralisés (infrastructure, engagement des ressources nécessaires et adéquates)
- Positionnement, communication et vente de la destination
- Etablir et gérer une administration efficace: finances, ressources humaines, technologies informatiques
- Etablir un système de management de qualité
- Gestion des collaborateurs/collaboratrices (formation continue, perspectives, coaching des cadres)

Votre profil

- Solide formation en économie ou gestion d'entreprise (université, école supérieure)
- Expérience et compétence substantielle dans la gestion
- Expérience et résultats prouvés dans une position comparable dans le tourisme ou le secteur tertiaire
- Connaissances et expérience dans les domaines de gestion, finances, marketing, management de projets, organisation, ressources humaines
- Capacité d'analyse, esprit de synthèse et de décision
- Maîtrise du français, de l'anglais et de l'allemand
- Personnalité communicative et intégrative
- Identification avec la région «Verrier – St-Bernard – La Tzoumaz» et son produit

Vos avantages

- Vous serez à la tête d'une équipe motivée qui aura pour mission de développer et réaliser des projets passionnants pour la nouvelle destination
- Votre revenu sera attractif et à la hauteur de vos ambitions
- Vous travaillerez dans un environnement offrant une grande qualité de vie

Entrée en fonction : 1^{er} novembre 2009 ou à convenir

Etes-vous intéressé/e ?
Nous vous remercions d'envoyer votre candidature à l'attention de Dr. Daniel Fischer, Daniel Fischer & Partner, Management & Marketing Consulting, Brügglistrasse 32h, CH-3172 Niederwangen jusqu'au 30 avril 2009. M. Daniel Fischer est à votre disposition pour répondre à d'éventuelles questions (Tél : 031 980 18 18, e-mail : daniel.fischer@danielfischerpartner.ch)

It's boarding time!



Fasten Seat Belts

Runway34 – ein weltweit einzigartiges Restaurantkonzept lässt Sie die Faszination des Fliegens und Reisens hautnah erleben.

Zur Unterstützung der Geschäftsleitung suchen wir per sofort eine/einen motivierte/n und belastbare/n

Betriebsassistenten/-in als Bankett-/Eventmanager/in

Sind Sie interessiert in einer einmaligen Atmosphäre zu arbeiten? Der Fliegeri nahe sein, ohne Jetlag, Zeitverschiebung und ständiges aus dem Koffer leben? Mit Ihrer aufgestellten, flexiblen Art und hohen Einsatzbereitschaft unterstützen Sie unsere Captains optimal. Dank Ihrer Erfahrung als Bankett-/Eventmanager (wenn möglich Hotelfachschulabschluss), Ihren Sprachkenntnissen (D Muttersprache / E) entlasten Sie die Geschäftsleitung in der Bankett- und Event-Organisation sowie an der Front (Empfang und Betreuung Gäste)/Bankettadministration. Sie beraten, verwöhnen und überraschen unsere Passagiere im Hangar mit speziell von Ihnen zusammengestellten Menükreationen und Vorschlägen und koordinieren die Anlässe in Zusammenarbeit mit dem Chef de Service und gewährleisten den hohen Qualitätsstandard des Hauses.

Ihr Anforderungsprofil:

- Sie besitzen ein perfektes Know-how über Bankett- und Eventorganisation
- Sie verfügen über ein vernetztes Denken, sind organisationsstark
- Sie überzeugen durch ein sicheres, zuvorkommendes Verhalten und besitzen eine positive, gewinnende Ausstrahlung
- Sie sind eine Persönlichkeit, die selbstständig Aufgaben erkennt und effizient erledigt
- Sie besitzen ein hohes Mass an Flexibilität und Einsatzbereitschaft, übernehmen gerne Verantwortung und haben Spass an der Aufgabe als Gastgeber und Vorgesetzter
- Sie sind offen für neue Ideen und Konzepte
- Sie verfügen über Führungserfahrung und besitzen die nötige Fach- und Sozialkompetenz für den Umgang mit Vorgesetzten und Mitarbeitern

Senden Sie uns noch heute Ihre vollständigen Unterlagen. Für weitere Fragen stehen Ihnen Frau Tina Soltermann und Frau Yvonne Weber gerne zur Verfügung.

RUNWAY RESTAURANTS AG
Rohholzstrasse 67, 8152 Glattpburg
www.runway34.ch E-Mail: info@runway34.ch
Yvonne Weber/Tina Soltermann (Geschäftsleitung)
Tel. 043 816 34 34

Ihr anspruchsvolles Aufgabengebiet erstreckt sich von der gesamten Betriebsführung über die Budgetverantwortung und die Führung, Rekrutierung und Betreuung der 14 Mitarbeitenden bis hin zur Erledigung der administrativen Tätigkeiten und der Organisation und Durchführung der zahlreichen Sonderanlässe. Sie stellen die Qualität auf höchstem Niveau sicher und überzeugen als Gastgeber-Persönlichkeit mit hervorragenden Umgangsformen.

Ihr Profil

- fundierte Kenntnisse im Gastgewerbe (Hotelfachschule von Vorteil)
- Erfahrung in der Gemeinschafts- oder Markengastronomie in einer ähnlichen Position
- Kenntnisse in der Qualitätssicherung und in der Betriebswirtschaft
- Führungserfahrung
- einsetzfreudig und begeisterungsfähig
- sehr gute Administrations- und PC-Kenntnisse (Word/Excel)

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen Peter Molnar, Human Resources Consultant, Tel. 043 814 14 43.

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung an:

SV (Schweiz) AG
Memphispark
Wallisellenstrasse 57
CH-8600 Dübendorf



Crestasee Gasthaus/Naturbad Trin/Films GR

sucht für kommende Sommersaison 2009 (Mai–Oktober) Verstärkung:

– Koch
– Servicemitarbeiter

Wir freuen uns auf deine Bewerbung an:
Crestasee Gasthaus/Naturbad
Fam. Caprez
Postfach 86
7014 Trin
via E-Mail: info@crestasee.com
Tel. 079 304 44 06

Gesucht per Übereinkunft in Jahresstelle, zur Verstärkung unseres Teams

Küchenchef mit Erfahrung

für gepflegten Speisesservice, CH-Gilde-Betrieb. Sie sind kreativ und verstehen Ihr Team zu motivieren. Qualitätsbewusst, engagiert und belastbar. Wir bieten der anspruchsvollen Aufgabe entsprechende Entlohnung, angenehmes Betriebsklima und Bewegungsfreiheit.

Gerne erwarten wir Ihren Anruf und Ihre detaillierten Bewerbungsunterlagen mit Foto.



HOTEL ALTE POST BONADUZ

Bruno Theus, Gastgeber
Versamerstrasse 1, 7402 Bonaduz (bei Chur)
Tel. 081 641 12 18 Fax 081 641 29 32
www.altepost-bonaduz.ch
info@altepost-bonaduz.ch



Swiss School of Tourism and Hospitality



Wir suchen für unsere Höhere Fachschule in Passugg per 1. Juni 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

Praktikumsbetreuer/in (100%)

In dieser Funktion beraten und begleiten Sie zukünftige Kaderleute in der Hotellerie vor und während ihrem obligatorischen Praktikum und pflegen intensive Kontakte zu den Praktikumsbetrieben sowie zu Ämtern. Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche, verantwortungsvolle Position mit viel Gestaltungsspielraum in Ihrem Arbeitsbereich.

Sie

- > verfügen über eine höhere Ausbildung und Berufserfahrung vorzugsweise in der Hotellerie
- > bringen Erfahrung in Personalberatung und -betreuung oder in einer Führungsfunktion mit
- > haben Freude am Umgang mit erwachsenen Studierenden
- > reisen gerne (ca. 2 Tage pro Woche)
- > haben ein stilicheres Deutsch und gute Englischkenntnisse (In Wort und Schrift)
- > sind administrativ gewandt und behalten auch in hektischen Zeiten einen kühlen Kopf

Sind Sie bereit, mit uns diese Herausforderung anzugehen? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Marco Haas, Leiter Betriebswirtschaft.

Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Marc-Etienne Gartmann, Leiter Höhere Fachschulen (081 255 17 27) gerne zur Verfügung.

SSTH Schweizerische Schule für Touristik und Hotellerie AG
Commercialstrasse 19, Postfach, CH-7007 Chur, Tel. +41 (0)81 255 11 11
marco.haas@ssth.ch, www.ssth.ch

GSTAAD®

COME UP - SLOW DOWN

Haben Sie Lust, an vorderster Front in einer führenden Ferien-Destination zu arbeiten?
Wir suchen per 1. Juni 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in Tourismusbüro Schönried

Sie arbeiten gerne selbstständig, lieben den Kontakt mit internationaler und einheimischer Kundschaft und scheuen nicht vor hektischen Situationen? Dann bieten wir Ihnen ein abwechslungsreiches, dynamisches und unkompliziertes Arbeitsumfeld in einem kleinen Team.

Ihr Aufgabengebiet:

- Sie sind verantwortlich für alle Schaltergeschäfte (Information, Reservation) im Tourismusbüro Schönried
- Sie führen das Sekretariat der Dorforganisation
- Sie unterstützen die Dorforganisation bei deren Veranstaltungen
- Sie übernehmen Aufgaben im Bereich Buchhaltung und Kurtaxen

Ihre Voraussetzungen:

- Eine kaufmännische oder gleichwertige Ausbildung
- Begeisterung für die touristischen Belange der Ferienregion Gstaad Saanenland
- Gute mündliche Fremdsprachenkenntnisse in F und E
- Die Fähigkeit, selbständig und exakt zu arbeiten

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung bis zum 15. April 2009.

**Gstaad Saanenland Tourismus,
Frau Simone Tüscher, Haus des Gastes, 3780 Gstaad,
Tel. 033 748 81 81, Fax 033 748 81 83,
E-Mail: s.tuescher@gstaad.ch, www.gstaad.ch**




TRÄUMEN SIE SCHON LANGE VOM EIGENEN HOTEL...?

Für unser **HOTEL ALLEGRA ISLA in AROSA** (www.allegra-isola.ch) suchen wir für die nächste Wintersaison 2009/2010 und deren Vorbereitung eine/n

GASTGEBER/IN / MIETER/IN

In Ihrer neuen Aufgabe erwartet man Sie als engagierte/n und einsatzfreudige/n Fachfrau/-mann. Wir möchten Ihnen unser Hotel als Ihren neuen Arbeitsort überlassen. Sie können selbstständig und mit vollem Elan dieses traditionsreiche Hotel mit 45 Zimmern und 85 Betten führen. Haben Sie Freude an Gästen und an Teamarbeit? Würden Sie sich freuen ein Hotel selbstständig mit Erfolg zu leiten?

Sollten wir Ihr Interesse geweckt haben, bitten wir Sie, uns Ihre Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse zu senden:

Elisabeth und Silvio Mazzetta, Casa Caltgera,
CH-7050 Arosa, mazzetta@bluewin.ch, www.allegra-isola.ch

Karriereplanung beginnt hier

htr stellenrevue

www.jobs.htr.ch

htr **hotel revue**




Unser Haus liegt an einmaliger Lage im bekannten Schadaupark, direkt am Thunersee, verfügt über 91 Hotelzimmer, davon 2 Suiten, 17 Konferenzräume und einen vielfältigen Restaurations- und Bankettbetrieb.

Für unseren anspruchsvollen Betrieb suchen wir ab 1. Juli 2009 einen

Chef de Service (m/w)

Unser Haus lebt dank einer internationalen Gästestruktur im Seminar- und Businessbereich sowie einer Vielzahl von wiederkehrenden Wochenendgästen, die unser kulturelles und kulinarisches Angebot sowie die Nähe des Sees geniessen. Eine spannende Aufgabe in einem jungen Team wartet auf Sie.

Sie bringen eine abgeschlossene Lehre im Service sowie mehrjährige Erfahrung in der gehobenen Gastronomie, Gault Millau von Vorteil, mit Sie verfügen über Führungserfahrung, sind eine Verkaufspersönlichkeit, haben Organisationsgeschick und gute Sprachkenntnisse in D/E.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Frau Susanna Schwendimann, Personaladministration, Hotel Seepark AG, Seestrasse 47, 3602 Thun, Tel. 033 226 12 12, www.seepark.ch susanna.schwendimann@seepark.ch




Lötschental LAUCHERNALP

Leiter/In Marketing

Ihre Tätigkeit bei uns

Gäste halten:

- Führen der Mitarbeiter nach MbO-Zielsetzungen
- Sicherstellen der Qualität und der Kundenorientiertheit des Informations- und Inkassodienstes
- Gesamtverantwortung der Veranstaltungen und Events

Gäste holen:

- Operative Umsetzung der neuen Marketingstrategie von Lötschental Tourismus und der Luftseilbahn Wiler Lauchernalp AG
- Leitung Marketing: Leistungs-Mix, Vertrieb und Kommunikation zu Gunsten des Aufenthalt- und Tagestourismus
- Qualitätsmanagement: Gesamtverantwortung Marketing und proaktive Mitwirkung als Mitglied der Geschäftsführung der Marketing- und Management Kooperation von LT und LWL

Unsere Anforderungen an Sie

- KennerIn des Lötschentals
- Abschluss Tourismusfachschule oder einer gleichwertigen Fachausbildung
- Innovative und initiative sowie umsetzungsorientierte Persönlichkeit
- Mehrsprachigkeit (D/E/E; I)
- Teamfähigkeit
- Konzeptionelle Fähigkeiten, strukturierte, effiziente Arbeitsweise
- Führungserfahrung mit Kernkompetenz im Marketing
- Integriert, guter Kommunikator sowie zielstrebige Person mit Verhandlungsgeschick

Einer positivdenkenden, zukunftsorientierten Persönlichkeit bieten wir eine anspruchsvolle, abwechslungsreiche Herausforderung.

Mit Interesse erwarten wir Ihre vollständige Bewerbung bis Montag, 20. April 2009.

Lötschental Tourismus
Peter Lehner, Präsident
CH-3918 Wiler/Lötschental
peter.lehner@loetschentalplus.ch
Tel. +41 27 939 22 77
www.loetschental.ch



Berggasthaus Golderli

Bald wird es wieder Sommer, und in unserem Berggasthaus erwarten die Gäste aus aller Welt saubere Zimmer, feines Essen und freundliche Bedienung. Hätten Sie Lust, uns bei der Erfüllung dieser Wünsche zu helfen? Für die kommende Saison suchen wir noch

2 Allrounderinnen (100%)

von Mitte Mai bis Mitte Oktober.

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie uns Ihre kurz gefasste Bewerbung mit Bild oder rufen Sie uns an. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

G u. B. Jost, Berghaus Golderli
Griesalp, 3723 Kiental, Tel. 033/676-31-32
mail@golderli.ch Infos auf www.golderli.ch



Europe FERIENHOTEL ZERMATT

Kein Genuss ist vorübergehend, denn der Eindruck, den er zurücklässt, ist bleibend.

Für unseren neuen

Küchenchef

eine grosse Herausforderung, denn sein Vorgänger hat unsere Gäste mit seinen Kreationen fasziniert. Sie sind bereit, mit Leidenschaft unser kleines Küchenteam weiterzuführen und mit feinen und immer wieder neuen Köstlichkeiten zu überraschen.

Eintritt per Sommersaison in Jahresstelle.

Ebenfalls suchen wir zur Ergänzung unseres jungen Teams:

Motivierten Jungkoch Chef de Rang D/E/F (w)

In unserem persönlich geführten ****Hotel mit Charme und nicht ganz alltäglichem Angebot können wir Ihnen ein angenehmes und freundliches Betriebsklima mit unvergesslichem Panorama garantieren.

Wir freuen uns auf Ihre komplette Bewerbung.

FerienHotel Europe
Marianne & Rudi Julen
3920 Zermatt
www.europe-zermatt.ch
mjulen@europe-zermatt.ch

Restaurant Belvédère Baden

Für das traditionsreiche Restaurant Belvédère in Baden suchen wir

Pächter/in oder Pächterehepaar

Das aussergewöhnliche Haus liegt an einmaliger Lage oberhalb von Baden. Von der grossen Sonnenterrasse mit 100 Sitzplätzen geniessen die Gäste die herrliche Aussicht übers Limmattal. Das Restaurant bietet 40 Gästen Platz und im Säli können 50 Personen verwöhnt werden.

Wir suchen eine/n Pächter/in oder ein charmantes und eingespieltes Ehepaar mit entsprechenden Erfolgsvoraussetzungen. Sie sind kontaktfreudig, mehrsprachig und beherrschen Schweizerdeutsch. Sie betreuen Ihre Gäste herzlich und professionell und arbeiten selber mit.

Möchten Sie mehr erfahren? Gerne stehen wir Ihnen für weitere Angaben zur Verfügung und freuen uns von Ihnen zu hören.

Gastro S Howald GmbH
Ochsengasse 2
4123 Allschwil
E-Mail: jobs@gastro-s.ch, Tel. 061 485 80 80

<http://www.belvedere-baden.ch>



Fasten Seat Belts, it's Check In Time

Runway34 – ein weltweit einzigartiges Restaurant-konzept lässt Sie die Faszination des Fliegens und Reisens hautnah erleben.

Wir begeistern unsere Gäste mit einem einzigartigen Ambiente rund um die Ilyushin 14 (russisches Fracht- und Passagierflugzeug, Jahrgang 1957) und entführen diese mit unseren aufgestellten und internationalen Flight Attendants auf eine kulinarische Reise rund um die Welt.

Zur Vervollständigung unserer Cabin Crew suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/einen motivierte/n und belastbare/n

Réceptionist/in Front Office

(Vollzeit oder Teilzeit)
und

Servicemitarbeiter/in

Sind Sie interessiert in einer einmaligen Atmosphäre zu arbeiten? Der Flieger ist nahe sein, ohne Jetlag, Zeitverschiebung und ständiges Aus dem Koffer Leben? Dann sind Sie bei uns richtig! Mit Ihrer aufgestellten, flexiblen Art und hohen Einsatzbereitschaft ergänzen Sie unsere Crew optimal. Dank Ihrer Erfahrung an der Réception und im Service und Ihren Sprachkenntnissen D/E/F lassen Sie unsere Gäste unvergesslich schöne Momente erleben. Es erwartet Sie ein junges, dynamisches Team und viele interessante und abwechslungsreiche Events.

Zur Ergänzung unserer Galley Crew brauchen wir per sofort oder nach Vereinbarung noch eine/n

Koch/Chef de Partie (m/w)

Sie lieben Ihren Beruf und konnten sich in der internationalen Kunst des Kochens bereits unter Beweis stellen, mit Vorteil auch in der «Cook & Chill»-Produktion. Sie suchen eine Herausforderung und sind bereit im Team neue Wege zu gehen. Sie sind engagiert, kreativ und qualitätsbewusst und pflegen ein hohes Verantwortungsbewusstsein. Einsatzbereitschaft ist für Sie kein Fremdwort und Ihre aufgestellte Art motiviert Sie im Team zu Höchstleistungen. Keine Frage, es ist Check-in Time!

Senden Sie uns noch heute Ihre vollständigen Unterlagen. Telefonische Auskünfte erteilt Ihnen unsere Geschäftsleitung, Yvonne Weber/Tina Soltermann.

RUNWAY RESTAURANTS AG
Rohrholzstrasse 67, 8152 Glattbrugg
www.runway34.ch E-Mail: info@runway34.ch
Tel. 043 816 34 34 Fax 043 816 34 16



DAS ROMANTIK HOTEL STERN IST EIN HAUS MIT GELEBTER TRADITION, FAMILIÄR AUSGERICHTET, MIT ROMANTISCHER UND LEBHAFTER ATMOSPHÄRE.

WIR SUCHEN AB 01. MAI 2009:

EINE/N AMBITIONIERTE/N
CHEF DE PARTIE SAUCIER

SIE SIND MIT HERZ UND SEELE IHREM BERUF ALS KOCH VERFALLEN UND ES MACHT IHNEN SPASS, NEUE KREATIONEN AUSZUTUFTELN.

AUCH IN HEKTISCHEN ZEITEN BEWAHREN SIE BEIM DO-HOWDANK IHREM KNOW-HOW EINEN KÜHLEN KOPF, MIT IHRER KREATIVITÄT UND DEM FLAIR FÜR QUALITÄT HOLEN SIE UNSEREN GÄSTEN DIE STERNE VOM HIMMEL.

AUF IHRE SCHRIFTLICHE BEWERBUNG MIT FOTO FREUEN SICH:

MARTIN BRUNNER
KÜCHENCHEF
UND
NADJA VOGELANG
LEITERIN PERSONAL

ROMANTIK HOTEL STERN
REICHSGASSE 11, 7000 CHUR
081/258 57 57
MARTIN.BRUNNER@STERN-CHUR.CH
NADJA.VOGELANG@STERN-CHUR.CH
WWW.STERN-CHUR.CH

**REGIONALSPITAL
EMMENTAL**

Die RSE AG nimmt mit ihren Standorten Burgdorf und Langnau eine zentrale Stellung in der medizinischen Versorgung von rund 120'000 Einwohnern im Emmental ein. Unser Leistungsangebot umfasst mit 200 Akutbetten inkl. Intensivpflegestation die Hauptdisziplinen Chirurgie, Orthopädie, Innere Medizin und Gynäkologie/Geburtschilfe, ergänzt durch ein vielseitiges Angebot an Spezialdisziplinen.

Zur Ergänzung unseres Küchenteams am Standort Langnau suchen wir nach Vereinbarung befristet bis Ende Jahr eine/n

Diätköchin/-koch 80 - 100 %

Ihre Hauptaufgaben:

- Produktion der Mahlzeiten
- Einhaltung der Hygienerichtlinien
- Mitarbeit im Kartenbüro

Ihr Idealprofil:

- abgeschlossene Berufsausbildung als Köchin/Koch
- Diplom als Diätköchin/-koch
- Teamgeist, Flexibilität und innovatives Denken

Wir bieten Ihnen:

- abwechslungsreiches Tätigkeitsfeld
- Möglichkeiten zur Fort- und Weiterbildung
- attraktive Anstellungsbedingungen (GAV)

Interessiert? Frau Cécile Gut, Leiterin Hotellerie, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte unter Telefon 034 421 21 08. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:

Regionalspital Emmental AG
Frau Claudia Stucki
Human Resources
3550 Langnau

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Im Zentrum unseres Handelns steht der Mensch
www.rs-e.ch

Hotel Hippel Krone

Wer hätte Freude, neben seiner Arbeit gratis jeden Tag mit Sportpferden auszureiten?

Wir suchen für unser Hotel, Spezialitäten-Restaurant, Thai-Restaurant und Party-Service nach Übereinkunft

Service-Angestellte (evtl. auch für Party-Service)
Service-Angestellte für Service und Bar
Commis de cuisine
Thai-Koch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Lebenslauf an:

Hotel Hippel Krone, Hr. R. Notz, Bernstr. 2, 3210 Kerzers,
(Tel. 079 222 58 77)

Gesucht per sofort oder nach Übereinkunft in Jahresstelle, zur Verstärkung unseres Teams

Jungkoch/-köchin sowie Hilfskoch/-köchin

für gepflegten Speiseservice, CH-Gilde-Betrieb.

Erwartet wird: zuverlässig, flexibel, kreativ

Interessante Tätigkeit in einem motivierten Team.
Dienstag/Mittwoch frei. Kost + evtl. Logis im Hause.

Gerne erwarten wir Ihren Anruf und Ihre detaillierten Bewerbungsunterlagen mit Foto.



HOTEL ALTE POST BONADUZ

Fam. Bruno + Erna Theus-Wellinger
Versamerstrasse 1, 7402 Bonaduz (bei Chur)
Tel. 081 641 12 18 Fax 081 641 29 32
www.altepost-bonaduz.ch
info@altepost-bonaduz.ch

Direktion Betrieb
Bereich Gastronomie
Restauration Centrale
sucht per 01.07.2009 oder n.V.

Assistentin/Assistenten

100 %

Als motivierte und aktive Persönlichkeit unterstützen Sie den Leiter Restauration Centrale. Sie übernehmen die Führung eines Teams von ca. acht Mitarbeitenden. Sie sind verantwortlich für den reibungslosen Betriebsablauf an der Front und Sie übernehmen administrative Arbeiten. Für unsere Kunden sind Sie Ansprechperson und in Ihrer Gastgeberrolle handeln Sie qualitätsbewusst und kundenorientiert. Sie organisieren und gestalten zudem kulinarische Anlässe wie Apéros und Bankette.

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung im Gastgewerbe mit einer entsprechenden Weiterbildung und haben bereits einige Jahre Führungserfahrung. Sie sind Gastgeberin/Gastgeber aus Leidenschaft, ein Organisationstalent und bewahren auch in hektischen Situationen die Ruhe. Sie sind kontaktfreudig, flexibel, selbständig, teamfähig und können Prioritäten setzen. Sie denken vernetzt und helfen mit, die Betriebsabläufe reibungslos und dynamisch zu gestalten. Ihre Muttersprache ist Deutsch, eine Fremdsprache ist von Vorteil und Sie bringen gute MS-Office-Kenntnisse mit.

Die Direktion Betrieb als Kompetenzzentrum in Facility Management erbringt die Dienstleistungen Infrastruktur, Logistik und Hotellerie. Wir bieten Ihnen eine herausfordernde und vielseitige Tätigkeit in einem spannenden Umfeld sowie die Möglichkeit, Ihren Arbeitsbereich aktiv mitzugestalten. Zudem erwarten Sie Anstellungsbedingungen mit gut ausgebauten Sozialleistungen.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Matthias Schmutz, Leiter Restauration Centrale, Telefon 031 632 91 67

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an das Inselspital, Direktion Personal, Inselstellen, Kennziffer 154/09, 3010 Bern oder inselstellen@insel.ch

www.insel.ch/stellen

INSELSPITAL

UNIVERSITÄTSSPITAL BERN
HOPITAL UNIVERSITAIRE DE BERNE
BERN UNIVERSITY HOSPITAL



GRINDELWALD

für unser renommiertes ****-Hotel im Herzen von Grindelwald suchen wir nach Übereinkunft

Hotelsekretärin

Sie bringen eine kaufmännische Ausbildung und Erfahrung an der Réception mit. Sie sprechen D/E/F und verfügen über fundierte Computerkenntnisse, u. a. Fidelio

Servicefachmitarbeiter/in

für À-la-carte-Restaurant, Sprachen D/E, evtl. F, mit Herzlichkeit verwöhnen Sie Ihre Gäste, sind verkaufstark und teamorientiert.

Koch / Chef de partie

Gerne erzählen wir Ihnen in einem persönlichen Gespräch über diese interessanten und vielseitigen Tätigkeiten. Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen!

Hotel Kreuz & Post, Frau Helena Konzett
3818 Grindelwald
Telefon: 033 854 54 92, www.kreuz-post.ch

HOTEL STORCHEN

To do or not to do?

**SOUS-CHEF
KÜCHENTEAM**

Ein modernes Hotel... ein motiviertes Team... ein vielseitiger Betrieb mit 50 stilvollen Hotelzimmern, ausgezeichnetes Restaurant à la carte, Bistro/Lounge Giardino, Bar/Dancing, Bankett- und Seminarräumen

To do – Eine nicht alltägliche Herausforderung ab August oder nach Vereinbarung

Sie sind der Kochkünstler und lieben das gute Essen genauso wie Ihren Beruf. Mitorganisieren ist kein Fremdwort für Sie? Dann just do it! Schicken Sie noch heute Ihr persönliches Dossier mit Foto z. H. Frau M. Lustenberger-Meier

BEST WESTERN HOTEL STORCHEN
5012 SCHÖNENWERD BEI AARAU
www.hotelstorchen.ch/ Telefon 062 858 47 47



Hotel*** Toggenburg Wildhaus

Für unser Familienhotel mitten in einem tollen Wandergebiet, suchen wir auf Ende Mai 2009 in Saison- oder Jahresstelle junge, aufgestellte und teamfähige Mitarbeiter:

Direktionsassistentin
Chef de partie
Commis de cuisine
Servicefachfrau
Gouvernante
HOFA

Haben Sie Lust in einem gut eingespielten Team mitzuarbeiten dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an.

Hotel Toggenburg
Peter Am, Dir.
9658 Wildhaus
Tel. 071/998 50 10

FAMILYCARE & COMPANY

Er: Hauswart/Gärtner 100%

Für ein Villen Anwesen in Ermatingen suchen wir eine verantwortungsbewusste Person. Haben Sie Erfahrung im Umgang mit technischen Zusammenhängen und der Pflege eines grossen Anliegens? Bewusstes und Absichtsvolles Handeln im Hintergrund ist Voraussetzung.

Sie: Hausangestellte 100%

Für den privaten Haushalt suchen wir eine erfahrene und gepflegte Person die für die Küche und Organisation zuständig ist. Sie sind eine flexible und selbständige Person und verfügen über eine Ausbildung oder weisen Kenntnisse in der Führung eines Haushaltes vor. Gepflegte Umgangsformen und tonernden Ihr Persönlichkeitsprofil ab. Haben Sie zudem ein Flair für qualitative Materialien und arbeiten gerne selbständig. Sind Sie an einer langfristigen Anstellung interessiert? Eine Dienstwohnung steht Ihnen ggf sofort zur Verfügung. Dann senden Sie Ihre Unterlagen mit Foto und Referenzen an folgende Adresse:

Martina Kurth
Personalvermittlung für Zuhause
Luzernerstrasse 15, 6043 Adligenswil
Tel. 041 372 16 76
m.kurth@familycarecompany.com
www.familycarecompany.com



LE GRAND
CHALET
Gstaad

...dem 7. Himmel ganz nah!

Zur Ergänzung unserer vielgelobten Teams suchen wir für die Sommersaison **von Ende Mai bis Mitte Oktober 2009** (gerne auch für die folgenden Saisons) für unser Gourmetrestaurant «La Bagatelle» (16 Pt. GSM) Fachleute mit hoher Motivation, Flexibilität und Freude an der gehobenen Gastronomie

Chef de partie
Commis

Bewerbung bitte an: Steve Willié
Hotel LE GRAND CHALET, CH-3780 Gstaad
Tel. +41 33 748 76 76, Fax +41 33 748 76 77
www.grandchalet.ch • hotel@grandchalet.ch



Für unser einzigartig gelegenes Seerestaurant Rorschach (www.seerestaurant.com) suchen wir Sie zur Verstärkung unseres Teams als motivierte

Service Mitarbeiter/in 100%

Sie sind aufgestellt, engagiert, verantwortungsbewusst und es macht Ihnen Spass unsere Gäste zuvorkommend zu betreuen. Ihre Muttersprache ist deutsch. Sie sind flexibel und haben vorzugsweise Berufserfahrung.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann zögern Sie nicht und rufen Herrn Stefan Muehlemann an oder senden Ihr Dossier mit Foto an:

Seerestaurant Rorschach
Churerstrasse 28
9400 Rorschach
Tel.: 071 858 39 80
s.muehlemann@see-restaurant.com
www.see-restaurant.com

Ein Betrieb der Berest-Gruppe

alpina RESTAURANT BETTERALP WALLIS

Zur Unterstützung unseres Küchenchefs Fabi (Mitglied der Rhököche) suchen wir ab Mitte Juli oder nach Vereinbarung einen

Koch

sowie eine

Service Mitarbeiterin

für unser A-la-carte-Restaurant.

Bereit für eine neue berufliche Herausforderung?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

Restaurant alpina
Cathrine Imhof
3992 Bettmeralp
Tel. 027 927 12 08
alpina.bettmeralp@bluewin.ch

Alpen Hotel Résidence Lenk

Wir suchen für die kommende Sommersaison in unser gepflegtes 3-Sterne-Hotel im Berner Oberland gelernte

Servicefachangestellte
(Muttersprache Deutsch)

Allrounderin
für Service und Réception
(Hogateg/Amadeus)

Hotelfachassistentin
für Zimmer und Service

Koch (m/w)
Sind Sie ein selbständiges Arbeiten gewöhnt und auf der Suche nach Neuem?

Haus- und Küchenbursche
(deutschsprachig)

Lieben Sie Ihren Beruf, sind freundlich, motiviert und bringen Erfahrung mit? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung.

Erika Brawand / Markus Melchionna
Alpen Hotel Résidence
3775 Lenk / im Simmental
Tel. 033 736 36 44 Fax 033 733 25 22
www.alpenhotel-residence.ch

Leiterin/Leiter Küchen

Direktion Betrieb
Bereich Gastronomie
sucht per 01.01.2010

100 %

Infolge Pensionierung des heutigen Stelleninhabers suchen wir für diese spannende Stelle wiederum eine Persönlichkeit, die für ihren Beruf lebt. Sie bringen einen gut gefüllten Rucksack mit, um die Küche des Inselspitals weiterhin auf hohem Niveau zu halten und weiter zu entwickeln. Sie sind motiviert und haben Geschick, Verstand und Herz, um sich im universitären Umfeld zu behaupten und zu überzeugen.

Ihr Profil

- Gastronomische Grundausbildung und höhere Ausbildung im Gastronomiebereich
- mehrere Jahre Führungserfahrung
- Gute PC-Kenntnisse (MS-Office, Kalkulationssystem, Rezeptverwaltung)
- Erfahrung in Qualitäts- und Organisationsmanagement
- Vernetztes Denken, Kommunikationsfähigkeit
- Geschick im Umgang mit Menschen, Konfliktfähigkeit

Die Direktion Betrieb als Kompetenzzentrum in Facility Management erbringt die Dienstleistungen Infrastruktur, Logistik und Hotellerie. Wir bieten Ihnen verantwortungsvolle, spannende und kreative Aufgaben in einem dynamischen, sich weiterentwickelnden Bereich. Sie finden bei uns ein angenehmes Arbeitsklima und zeitgerechte Anstellungsbedingungen.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Karin Zaugg, HR-Verantwortliche, Telefon 031 632 13 00

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an das Inselspital, Direktion Personal, Inselstellen, Kennziffer 132/09, 3010 Bern oder inselstellen@insel.ch

www.insel.ch/stellen

INSELSPITAL

UNIVERSITÄTSSPITAL BERN
HOPITAL UNIVERSITAIRE DE BERNE
BERN UNIVERSITY HOSPITAL



Jungkoch

mit abgeschlossener Berufslehre
Festanstellung zu 100%

Bist Du dynamisch, kreativ, qualitätsorientiert und besitzt bereits einige Erfahrung auf den verschiedenen Posten in einer Küche, bist Du genau unsere Person.

Wir bieten Dir eine Stelle in einem jungen, innovativen und motivierten Team sowie einen abwechslungsreichen Arbeitsalltag, sei dies im à la Carte-Bereich oder bei Banketten und Events. Die Stelle ist ab sofort oder nach Vereinbarung zu besetzen.

Deine Bewerbung mit Motivationsschreiben, Lebenslauf und Zeugnissen sendest Du bitte an:

Zic Zac Basel, Rebecca Andreoli, Baslerstrasse 355, 4123 Allschwil
oder per E-Mail an: rebecca.andreoli@ziczac-basel.ch

Restaurants
Bars
Bankette
Events

www.ziczac-basel.ch
Tel. 061 302 12 20
Fax 061 302 12 62
Täglich ab 10 Uhr
geöffnet

hotel valaisia

CRANS-MONTANA
HOTEL VALAISIA

Wallis-Valais

Für unser modern eingerichtetes Ferien-Sporthotel mit Hotelbar, Cafeteria, Pergola und Wellness-Zentrum suchen wir für die kommende Sommersaison folgende Mitarbeiter:

Küche

Sous-Chef

Saal/Bar/Cafeteria/Pergola

Bardame D/F (auch Anfängerin)

Service Mitarbeiter/in D/F

Sie sind eine sympathische und freundliche Persönlichkeit, arbeiten gerne in einer familiären Atmosphäre und das Wohl der Gäste liegt Ihnen ganz besonders am Herzen.

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen!

Urs Häfliger, Direktion
3963 Crans-Montana 1
Tel. +41 27 481 26 12, Fax +41 27 481 26 60
info@hotel-valaisia.ch www.hotel-valaisia.ch

Ahaan Thai

THAI STYLE

Wir suchen ab der Sommersaison 2009 folgende qualifizierte Mitarbeiter zur Betreuung unserer anspruchsvollen Gäste aus aller Welt.

Spezialitätenköche

für unser Restaurant Ahaan Thai, welches ab 2009 auch im Sommer geöffnet ist.

Anforderung:

- Gault Millau u/o Michelin-Erfahrung in Thailandischem Restaurant

Bewerbungen an Herr Alexander Schäfer jobs@aroskopulm.ch

AROSA KULM HOTEL & ALPIN SPA
Innere Poststrasse · CH-7050 Arosa
Kulm. Arosa · Fon +41 [0]81 378 88 - 52 · Fax - 19
jobs@aroskopulm.ch www.aroskopulm.ch

Werden Sie Teil einer einzigartigen Hotelkultur.

„A Step to Excellence“ ist Ihr Lebens-Motto, wenn Sie in diesem 4*-Hotel arbeiten möchten, wo andere Ihre Ferien verbringen. Gelegen in einer der berühmtesten Feriendestinationen der Schweiz, bietet das wunderschöne Chalethotel mit 122 Zimmern, 8 Suiten, 1 Appartement, 1 Halbpensionsrestaurant mit 200 Sitzplätzen, 1 à la carte Restaurant mit originalem Charme und 56 Sitzplätzen, 1 Hallenbar mit Lounge-Charakter und großem Kamin, 1 Käse-Chalet sowie 6 Tagungsräumen für bis zu 130 Personen und einem grosszügigen Wellnessangebot alles, um sowohl den Feriengast wie auch den anspruchsvollen Tagungsgast zu verwöhnen.

Wir suchen ab sofort eine bzw. einen

Chef de Réception (m/w)

Sie haben eine Grundausbildung im Hotelgewerbe absolviert oder haben einen Hotelfachschulabschluss. Ihre Fremdsprachenkenntnisse umfassen Französisch und Englisch. Sie sind auch unter grosser Belastung ein ruhender, freundlicher Pol am Empfang. Teamwork und eigenständiges Arbeiten sind für Sie keine Gegensätze.

Zur Ihren Aufgaben gehören das Check-in und Check-out der Gäste, Annahme von Reservierungen mittels aktivem zielgerichteten Verkauf sowie individuelle Betreuung der Gästewünsche. Sie können mit den modernen Distributionskanälen professionell arbeiten und buchhalterische Vorgänge sind Ihnen vertraut. Yieldmanagement sowie das richtige Gespür für den "richtigen Preis" beherrschen Sie perfekt.

Wir bieten Ihnen einen wunderschönen Arbeitsort inmitten einer attraktiven Feriendestination des Berner Oberlandes. Eine gemütliche Mitarbeiterkumfit und eine Verpflegungspauschale ist ebenso inbegriffen. Sie können Auslands- und Berufserfahrung in einem international operierenden Hotelkonzern mit einem vielfältigen Schulungs- und Personalentwicklungsprogramm sammeln. Für Vorabinformationen steht Ihnen Herr Günter Weigluni, Direktor, unter der Nummer +41 33 748 6464 gerne zur Verfügung.

Steigenberger Hotel Gstaad-Saanen
Auf der Hallen · CH-3792 Soanen
gweigluni@steigenberger.ch
www.steigenbergerhotelgroup.com



step into excellence

Svizzera italiana

HOTEL RESTAURANT ***

Panorama

BETTMERALP, WALLIS

Wir sind ein Drei-Stern-Hotel mit A-la-carte-Restaurant und Sonnenterrasse.

Für die Sommersaison bieten wir folgende Stellen an:

1 Servicefachangestellte (w)

freundlich, flexibel und zuverlässig.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

Fredy Schmidhalter, 3992 Bettmeralp
Tel. 027 927 13 75 / Fax 027 927 38 75
info@panorama-bettmeralp.ch
www.panorama-bettmeralp.ch

ristorante
la chiesia
locarno monti

Stiamo cercando - wir suchen
dall / ab 1.5.2009

Cameriere/a - Servicemitarbeiter/in (D/I)
Capo Servizio - Chef de Service (D/I)

Capo di partita - Chef de Partie
Commis di cucina - Commis de Cuisine
Aiuto cucina - Officemitarbeiter

Donna di pulizia - Reinigungsfrau

Tempo parziale la mattina per 2-3 ore (MADO)
Teilzeit morgens für 2-3 Std. (DiSO)

Nuovo a Locarno - neu in Locarno
borson@lachiesia.ch lachiesia.ch

Oldrati

RESTORANTE | LOCARNO-MURALTO

Viale Verbano 1
6600 Locarno-Muralto

www.olderati-locarno.ch

Für den Start mit unserem neuen Geschäftsführer im Ristorante Oldrati, an der schönen Seepromenade in Locarno-Muralto, suchen wir per 1. Juni 2009:

**Chef de Service
(weiblich)**



Sie sind zwischen 30 und 35 Jahre jung, verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung als Servicefachangestellte und können bereits Führungserfahrung vorweisen. Als Teamplayerin verstehen Sie es, die Service-Crew kompetent zu führen und zu motivieren. Zudem sprechen Sie fließend italienisch und deutsch und behalten auch in hektischen Zeiten den Überblick und einen kühlen Kopf.

Auf Ihre schriftliche Bewerbung per Post oder E-Mail freut sich
Herr Andrea Niederhäuser, Ristorante Oldrati, Viale Verbano 1, 6600 Locarno-Muralto,
aniederhauser@yahoo.com



SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Stellenangebote

Marché de l'emploi

**KULM HOTEL
ST. MORITZ**

Das renommierte 5*-Kulm-Hotel in St. Moritz mit 173 Zimmern und Suiten, 4 Restaurants, 6 Tagungsräumen, grossem Wellnessbereich und seiner einzigartigen Ambiance sucht einen fachlich bestens ausgebildeten

1. Maître d'Hôtel (Restaurant Manager)

In dieser Führungsposition sind Sie Mitglied des Kaderns und sind verantwortlich für die Restauration des Kulm Hotels.
Details unter: <http://www.kulmhotel-stmoritz.ch/restaurants-bars.html>

Sie sind Gastgeber aus Leidenschaft und betrachten die professionelle und aufmerksame Dienstleistung am Gast als wichtigstes Ziel Ihrer Tätigkeit.

- Anforderungen:**
- Abgeschlossene Restaurant- od. Hotelausbildung
 - Mehrjährige Berufserfahrung in Swiss-Deluxe- oder LHW-Hotels
 - Führungsqualitäten und Durchsetzungskraft
 - Organisationstalent und Teamfähigkeit
 - Gute Sprachkenntnisse in D/E/It.
 - Sicheres und gepflegtes Auftreten
 - Kommunikativ, flexibel und belastbar

Aufgaben:
Sie sind eine einsatzfreudige Persönlichkeit mit unternehmerischem Denken und Verkaufstalent. Sie sind gastorientiert und setzen sich dafür ein, die hohen Standards eines Luxushauses umzusetzen.

Sie führen mit Ihren Chefs de Service ein grösseres Team von Mitarbeitern, setzen sich ein für die Schulung des Teams und sind verantwortlich für die Umsetzung der Qualitätsstandards gemäss Swiss-Deluxe-Hotels und ISO 9001:2000.

Gestalten Sie Ihren Arbeitsplatz in einer der schönsten Gegenden der Schweiz, es erwartet Sie ein abwechslungsreiches und interessantes Umfeld in Jahresanstellung sowie zeitgemässe Anstellungsbedingungen. Eintritt Ende Juni 2009 oder nach Vereinbarung.

Suchen Sie eine neue Herausforderung und sind an einem längeren Engagement interessiert, dann freuen wir uns, Sie kennenzulernen und erwarten gerne Ihre aussagekräftigen Unterlagen an:

Herr Dominique N. Godat, Direktor
Kulm Hotel, Postfach, 7500 St. Moritz
Tel. 081 836 80 00 - www.kulmhotel-stmoritz.ch

**KULM HOTEL
ST. MORITZ**

Das renommierte 5*-Kulm-Hotel in St. Moritz mit 173 Zimmern und Suiten, 4 Restaurants, 6 Tagungsräumen, grossem Wellnessbereich und seiner einzigartigen Ambiance sucht einen fachlich gut ausgebildeten

Direktionsassistenten Rooms (w/m)

In dieser Führungsposition sind Sie Mitglied des Kaderns und sind verantwortlich für folgende Abteilungen: Housekeeping, Wäscherei, SPA und Wellnessbereich, Kinderanimation.

Sie betrachten die professionelle und aufmerksame Dienstleistung am Gast als wichtigstes Ziel Ihrer Tätigkeit.

- Anforderungen:**
- Diplom einer Schweizer Hotelfachschule od. gleichwertige Ausbildung
 - Fundierte Berufsausbildung und Erfahrung in den Bereichen Housekeeping und SPA sowie in der internationalen Hotellerie
 - Führungsqualitäten und Durchsetzungskraft
 - Organisationstalent und Teamfähigkeit
 - Gute Sprachkenntnisse in D/E w. m. It.
 - Sicheres und gepflegtes Auftreten
 - Kommunikativ, flexibel und belastbar

Aufgaben:
Sie organisieren und koordinieren mit den Departementsleitern die Schulung gemäss unseren Standards und überwachen das Tagesgeschäft, die Weiterentwicklung des Angebotes und Verbesserung und Optimierung der Dienstleistungen.

Sie sind eine einsatzfreudige Persönlichkeit mit unternehmerischem Denken. Sie sind gastorientiert, unterstützen die Direktion in ihren Verantwortungsbereichen und setzen sich dafür ein, die hohen Standards eines Luxushauses umzusetzen.

Gestalten Sie Ihren Arbeitsplatz in einer der schönsten Gegenden der Schweiz, es erwartet Sie ein abwechslungsreiches und interessantes Umfeld in Jahresanstellung sowie zeitgemässe Anstellungsbedingungen. Eintritt nach Vereinbarung.

Suchen Sie eine neue Herausforderung und sind an einem längeren Engagement interessiert, dann freuen wir uns, Sie kennenzulernen und erwarten gerne Ihre kompletten Unterlagen an:

Herr Dominique N. Godat, Direktor
Kulm Hotel, Postfach, 7500 St. Moritz
Tel. 081 836 80 00 - www.kulmhotel-stmoritz.ch

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

Einfach unter www.hoteljob.ch den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.

Viel Erfolg bei der Suche!

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Direktion/Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Hoteldirektor/in 5*	Region Zürich/Schaffhausen	1347
Store Manager (Dauerstelle 100%)	Region Zürich/Schaffhausen	1346
*Geschäftsführer in Systemgastronomie	Region Bern	11037
General Manager (m/w)	Region Zürich/Schaffhausen	11004
*Direktionsassistentin	Region Graubünden	11080
*Leiter Controlling & Finanzen	Region Waadt/Unterwallis	11026
Direktor/in eines grösseren Hotels im Erstklass Superior Segment	International	1527
Restaurant Manager (w/m) 100 %	Region Mittelland (SO, AG)	1379

Verkauf/Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
* Sales Manager (m/w) – MSI	Region Basel	11083
Director of Sales & Marketing	Region Zürich/Schaffhausen	11006
* Sales Manager (m/w) – MSI	Region Basel	11044
Sales & Marketing Verantwortliche	Region Graubünden	11005
Sales Manager (m/w)	Region Zürich/Schaffhausen	11508
Consultant / Kundenberater – WID	Region Bern	11024
Verkaufsassistent/in Hotel Sântispark	Region Ostschweiz	1563

Kaufmännisch/Finanzen/HR/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Assistentin des Geschäftsführers (80-100%)	Region Zürich/Schaffhausen	11517

Réception/Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Erfahrene Receptionisten	Region Zürich/Schaffhausen	1413
Chef de Réception Wallis/Bernerobeland	Region Basel	1412
Réceptionistin	Region Bern	1484
Rezeptionist/in	Region Bern	1460
Rezeptionist	Region Zürich/Schaffhausen	11002
Chef de Réception	Region Graubünden	11001
Erfahrener Receptionist m/w	Region Graubünden	1396
Altrouder für Rezeption und Etage	Region Bern	11011
Verantwortliche für Front Office und Seminarmanagement	Region Zürich/Schaffhausen	1597
*Rezeptionist/in – MSI	Region Basel	11032
*Rezeptionist m/w	Region Graubünden	11014
Rezeptionist m/w	Region Waadt/Unterwallis	11013
Réceptionspraktikum	Region Graubünden	1946
Rezeptionist/in	Region Bern	1332
Réceptionist (m/w)	Region Zürich/Schaffhausen	1455
Réceptionisten m/w	Region Bern	1405
Rezeptionistin	Region Zürich/Schaffhausen	11078

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
*Bankettleiter/in	Region Waadt/ Unterwallis	11084
BetriebsleiterAssistentIn	Region Zentralschweiz	1443
Saisonstelle Restaurantmitarbeiter/in (100 %)	Region Zentralschweiz	1636
F&B Praktikant/in von CH-Hotelfachschule	Region Mittelland (SO,AG)	1480
F&B Assistenten (m/w)	Region Basel	1542
Koch m/f	Region Basel	11079
*Bankettleiter/in	Region Waadt/ Unterwallis	11019

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Morning Manager 70%	Region Zürich/Schaffhausen	1407
Chef de partie / Jungkoch	Region Zürich/Schaffhausen	1343
Jungkoch in Tagesstelle	Region Bern	11033
Küchenchef	Region Bern	11034
*Jungkoch Tagesstelle – MSI	Region Basel	11036
*Chef de Partie in Tagesstelle	Region Basel	11039
*Chef Pâtissier	Region Basel	11043
Demi Chef de Partie (Pâtissier)	Region Zürich/Schaffhausen	1630
Chef de Rang – Rustikaler Landgasthof Kanton Bern	Region Bern	1632
Küchenchef	Region Bern	11027
Koch für temporäre Einsätze – SOA	Region Basel	11028
Chef de Partie – JEJ	Region Bern	11029
*Commis de Cuisine – JEJ	Region Bern	11030
*Küchenchef für temporäre Einsätze in Bern	Region Bern	11031
*Sous Chef mit Option zum Küchenchef – WID	Region Bern	11022
*Executive Küchenchef	Region Basel	11017
Küchenchef	Region Waadt/ Unterwallis	11020
Aktiver Küchenchef / Schweizer	International	1398
Executive Sous Chef – Trendiges Luxushotel Zürich	Region Zürich/Schaffhausen	1631
Aktuell: Junger Sous-chef	Region Graubünden	1401
*Commis de Cuisine m/w	Region Waadt/ Unterwallis	1474
*Küchenchef	Region Graubünden	1476
Chef de cuisine	International	1618
Sous Chef (Dauerstelle 100 %)	Region Zürich/Schaffhausen	1344

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Indischer Spezialitätenkoch	International	11518
Köche w/m	Region Bern	11061
Sous Chef (m/w) in Jahresanstellung	Region Graubünden	11520
Chef de Partie	Region Ostschweiz	1565
Saucier und Commis	Tessin	1629
Commis de Cuisine – Luxushotel Zürich	Region Zürich/Schaffhausen	1633
Aktuell: Chef de partie	Region Zürich/Schaffhausen	1953
Aktuell: gelernte Köche für Temporäreinsätze	Region Zürich/Schaffhausen	1430
Koch oder Köchin für «front-cooking» Mo-Fr.	Region Basel	1449
Küchenchef	Region Basel	1450
Küchenchef	Region Bern	1418
Aktuell: Chef de partie m/w	Region Zürich/Schaffhausen	1399
Chef Entremetier & Chef Saucier	Region Zürich/Schaffhausen	1444
Kreativer Jungkoch gesucht, der mit viel Liebe zum Detail seine Gäste verwöhnt	Region Zentralschweiz	1409
*Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	1475
Pâtissier/ière	Region Mittelland (SO,AG)	1479
Spezialitätenkoch thailändisches Restaurant Chill's	Region Graubünden	11000
Küchenchef	Region Waadt/Unterwallis	11056
Jungköche	Region Bern	11007
Sous-Chef für thailändisches Spezialitätenrestaurant	Region Mittelland (SO, AG)	1481
Koch – Chef de Partie	Region Bern	1485
Jungkoch / Commis de cuisine	Region Bern	1441
Küchenchef in bekanntes **** Businesshotel	Region Ostschweiz	1336
Koch/Köchin	Region Zentralschweiz	1626
Sushi-Koch	Region Basel	1416
Commis de cuisine (nur CH)	Region Zentralschweiz	1394
Jungköchin/-koch, Chef de Partie	Region Zürich/Schaffhausen	1567
Jungkoch/-köchin	Region Bern	11012
Chef de Partie - Saucier	Region Mittelland (SO, AG)	11405
*Commis de Cuisine m/w	Region Zürich/Schaffhausen	1473
*Chef de Partie m/w	Region Waadt/Unterwallis	11081
Attr. Jahresstelle als Sous-chef in traditions. Hotel/Restaurant	Region Zentralschweiz	1403
Koch	Region Graubünden	11087

Service/Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Rang	Region Basel	1411
1A – Chef de partie an den Bodensee	International	1402
Aufgestellte/r Servicefachangestellte/r nur CH	International	1397
Aufmerksame Servicemitarbeiter für den a la carte Service und Pensionservice	Region Graubünden	1395
Servicefachangestellte/r für gepflegten Service – JEJ	Region Bern	11042
Servicemitarbeiter m/w	Region Zürich/Schaffhausen	11015
*Betriebsmitarbeiter auf Abruf - SOA	Region Basel	11041
Restaurationsfachfrau/mann	Region Mittelland (SO, AG)	1478
Restaurationsleiter / Front F&B	Region Ostschweiz	1335
Serviertochter	Region Mittelland (SO, AG)	1635
Aktiver Restaurantleiter m/w (CH)	International	1393
*F&B Assistent in Tagesbetrieb – MSI	Region Basel	11038
*1. Maitre d'hôtel	Region Bern	1472
Servicefachangestellte.	Region Waadt/ Unterwallis	11057
Servicefachangestellte	Region Ostschweiz	11058
Servicefachmann	Region Ostschweiz	1564
*Betriebsassistent/in / Gastgeber	Region Bern	11018
*Chef de Partie – JEJ	Region Bern	11035
Servicefachangestellte Flughafen Zürich	Region Zürich/Schaffhausen	11003
Chef de Service – SOA	Region Basel	11025
stellvertretender Betriebsleiter	Region Bern	11023
1. Maitre d'hôtel / Chef des Restaurants	Region Bern	1410
Servicefachangestellten Boulevard Café	Region Zürich/Schaffhausen	1457
Restaurantleiter (m/w)	Region Zürich/Schaffhausen	1956
Service-Angestellte w/m	Region Bern	11059
Leiter/In Front mit administrativen Aufgaben	Region Zürich/Schaffhausen	11406
Servicefachkraft m/w 100 %	International	1419
Servicopraktikant/in	Region Zürich/Schaffhausen	1454
Chef de Service (m/w)	Region Zürich/Schaffhausen	1456
Chef de Service (Dauerstelle 100 %)	Region Zürich/Schaffhausen	1945
Restaurationsfachfrau/mann gelernt	Region Bern	1334
*Chef de Service m/w	Region Zürich/Schaffhausen	11082
Servicemitarbeiter/innen 80 bis 100 %	Region Zürich/Schaffhausen	1540
Chef de Service 100 %	Region Zürich/Schaffhausen	11048
Chef de Service	Region Bern	1400
Chef de service (Dauerstelle 100 %)	Region Zürich/Schaffhausen	11071
Servicemitarbeiter/in 60 %	Region Zürich/Schaffhausen	1541
Servicefachmitarbeiter/in Hotelfachfrau	Region Bern	1566
ServicemitarbeiterIn / BetriebsassistentIn	Region Bern	1440
Servicemitarbeiter m	Region Zürich/Schaffhausen	1408
Chef de Service/GastgeberIn (GM/P)	Region Zürich/Schaffhausen	1442
Ab sofort: Servicefachangestellte m/w	Region Zürich/Schaffhausen	1406
Servicefachkraft	Region Bern	1417
Service-TeamleiterIn/GastgeberIn	Region Basel	1448
Bar-Serviceangestellte	Region Zürich/Schaffhausen	11086
Aufgeschlossene, junge Servicemitarbeiterin	Region Zentralschweiz	1414

Bar/Events/Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Kongress- und Seminarkoordinatorin	Region Zürich/Schaffhausen	J1008
Bardeame für gepflegte Hotelerie	Region Ostschweiz	J337
TeilzeitmitarbeiterInn für den Barservice	Region Zürich/Schaffhausen	J1063
Serviceaushilfen auf Abruf	Region Basel	J1021

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Hotelfachfrau/Hotelfachassistentin	Region Bern	J1010
Abteilungsleiterin Hauswirtschaft	Region Bern	J1016
Gouvernante mit Receptionsaufgaben	Region Bern	J1009

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Facility Manager	Region Basel	J1040
Sommersaison in Spanien – Service und Küche	International	J634
Hauswirtschaft Kader Fachlehrerin	Region Graubünden	J1085
Allrounderin	Region Bern	J1060
Köche/Chef de partie Wallis	Region Basel	J404
Pizzaolo	Region Bern	J1062

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B50	Administration / Buchhaltung	43	CH	per sofort	DIE/IF
B170	administrativer Bereich / Front Office	31	IT	per sofort	DIIIIE
B144	Barman oder chef de bar	36	IT	per sofort	IID/IF/IF
B92	Betriebsleiterassistent/Chef de Service/ Stv. Chef de Service/Stv. Restaurantleiter	28	CH	per sofort	DIE/IF
B41	Chef de Partie	26	CH	per sofort	DI
B38	Chef de rang	46	IT	per sofort	IID/IF/IF
B27	Chef de rang	45	IT	per sofort	IID/IF/IF
B90	Chef de Réception	40	DE	per sofort	DIE/II
B157	Chef de Service/Betriebsassistent/Stv. GL	31	DE	per sofort	DIE/IS/RU
B142	Chef de Service, Gastgeber	42	AT	per sofort	DIE/IF
B30	Concierge (Empfang)	31	MA	per sofort	FID/IF
B156	Direktion, Führungskraft, Réception, Tourismus, Reisebegleitung	55	CH	per sofort	DIF/III/ESP
B7	Diverse	37	CH	per sofort	DIE/IF
B168	Eventmanagerin	25	CH	per sofort	DIF/IE/SP
B111	Event / Seminar / Sport / Tourismus	29	CH	per sofort	DIE/IF

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B104	Executive Chef	41	CH	per sofort	DIE/IF
B32	F&B, FO	41	IT	per sofort	IID/IF/IF
B24	Front Office Manager	31	IT	per sofort	IID/IF/IF
B55	Geschäftsführer/Assistent	42	CH	per sofort	DIE/IF
B154	Geschäftsführer, Betriebsleiter	41	CH	per sofort	DIE/IF/SP
B17	Geschäftsführer, Betriebsleiter, Salesmanager, auch Stv	42	AT	per sofort	DIE/IF
B179	Geschäftsführer, Direktionsassistent, Administration, Réception	46	CH	per sofort	DIE/IF
B23	Gouvernante, Housekeeping	42	CH	per sofort	DIE/IF
B165	Hoteldirektion / Geschäftsführung / Management	53	CH	per sofort	DIE/IF
B37	Hoteldirektion / Heimleitung / Consulting	52	CH	per sofort	DIE/IF
B29	Hotelfachmann	28	DE	per sofort	DIE/IF
B172	Kaufm. Angestellter / Reception	48	CH	per sofort	DIE/IF
B147	Kellnerin mit Inkasso	21	DE	per sofort	DIE/IF/II
B88	Kellner, Oberkellner	31	CH	per sofort	DIE/IF
B115	Koch / Küchenchef / Geschäftsführer	40	CH	per sofort	DIE/IF
B59	Kommunikation Redaktion	29	CH	per sofort	DII/IF
B124	Küchenchef	38	CH	per sofort	DIE/IF
B22	Küchenchef	42	CH	per sofort	DIE/IF/II
B137	Küchenchef	57	DE	per sofort	DIE/IF/II
B66	Küchenchef	41	CH	per sofort	DI
B47	Night-Auditor	50	CH	per sofort	DIE/IF
B105	Réceptionistin	31	CH	per sofort	DIE/IF/II
B160	Réception / Night-Audit Ablöse	48	CH	per sofort	DIE/IF
B134	Reservierung	27	CH	per sofort	DIE/IF/II
B103	Restaurantfachfrau	-	CH	per sofort	DIE/IF
B60	Restaurantfachmann	41	DE	per sofort	DIE/IF
B5	Saisonstelle	23	CH	per sofort	DIE/IF
B176	Service	-	FR	per sofort	DII/IE
B100	Serviceangestellte	40	DE	per sofort	DIE/IF
B108	Serviceangestellter / Chef de Rang oder Verkauf	25	PT	per sofort	DIDI
B64	Servicefachfrau	27	DE	per sofort	DIE/IF
B86	Servicefachfrau, Receptionistin	32	AT	per sofort	DIE/IF/II
B42	Servicekraft / Reservationsmitarbeiter	30	CH	per sofort	DIE/IF
B133	Sous Chef	41	DE	per sofort	DI
B145	Souschef oder Koch	54	DE	per sofort	DI
B81	Suche Stelle als Mitarbeiter in der Gastgewerbe	41	PT	per sofort	DIE/IF
B12	Tourismusberaterin	26	DE	per sofort	DIE/IF
B95	Zimmermädchen	38	DE	per sofort	DI

- 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

Die Express-Stellenvermittlung wird durch hoteljob.ch abgelöst.

Als Stellensuchende können Sie sich einfach und kostenlos unter www.hoteljob.ch, dem neuen Stellenportal für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus registrieren und Ihr Bewerberprofil hinterlegen. Mit dem Zusatzvermerk «per sofort» ist für Arbeitgeber auf einen Blick klar, dass Sie per sofort einsatzbereit sind.

hoteljob.ch ist eine Dienstleistung der htr hotel revue.
 Telefon 031 370 42 77

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Rubriken:

- Kommunikation / Administration: 4
- Food & Beverage: 7
- Kindel / Jugendberufshilfe: 1
- Service / Restauration: 41
- Technik / Hausarbeit: 2
- Verkauf / Marketing: 1
- Bar / Events / Bankett: 3
- Reception / Front Office: 23
- Rezeption: 8
- Küche: 47
- Bankett / Geschäftsführung: 5
- Reservierung: 2
- Hotellerie / Personal-Exp.: 14
- Hauswirtschaft: 31
- IT/EDV: 1
- Sonderberuf: 2

hoteljob.ch

Jura Tourisme

Watch Valley

SUISSE - SCHWEIZ - SVIZZERA - SWITZERLAND

Dans le cadre du programme national d'impulsion touristique «Enjoy Switzerland» initié conjointement par Suisse Tourisme et l'Aide Suisse aux Montagnards, Jura Tourisme recherche pour la région du Clos du Doubs son ou sa futur(e)

chef-fe de projet

(engagement à 50% pour une durée déterminée de trois ans)

Vos missions: en étroite collaboration avec les partenaires régionaux, Suisse Tourisme, Jura Tourisme et l'Aide Suisse aux Montagnards, vous devrez renforcer et favoriser les coopérations entre les divers prestataires, inciter au développement de l'offre touristique et enfin améliorer la commercialisation des produits liés au tourisme afin qu'ils soient susceptibles de générer de la valeur ajoutée et de créer des emplois

Vos tâches principales:

- Développement et lancement de divers concepts stratégiques et novateurs permettant de répondre aux missions mentionnées
- Planification, conception et mise en œuvre des actions liées au projet
- Direction et coordination d'un comité de pilotage et de plusieurs groupes de travail opérationnels
- Planification et contrôle du budget et des délais
- Communication interne et externe au programme Enjoy

Exigences: de formation supérieure, vous êtes attiré(e) par le secteur touristique, économique et politique de notre région et disposez d'excellentes connaissances en management de projets, ainsi qu'en matière d'organisation. Vous possédez un sens aigu de la communication, de la médiation et des relations publiques et maîtrisez parfaitement la langue française (l'allemand serait un atout). Nous souhaitons trouver une personne visionnaire, enthousiaste, convaincante et prête à assumer le leadership de ce projet fondamental au développement touristique du Clos du Doubs.

Traitement: à définir

Entrée en fonction: 1^{er} juin 2009 ou date à convenir

Lieu de travail: commune du Clos du Doubs

Renseignements: peuvent être obtenus auprès de Monsieur Joël Bindit, Directeur adjoint, 032 420 47 74 ou joel.bindit@juratourisme.ch

Les candidatures, accompagnées des documents usuels, doivent être adressées jusqu'au **mercredi 22 avril 2009** à: Jura Tourisme, siège cantonal, A l'att. de M. Joël Bindit, 6, place du 23-Juin, 2350 Saignelégier

Stellengesuche

Ich, männlich, 61 Jahre, gelernter Möbelschreiner, suche neue Herausforderung im **Gastgewerbe**. Seit 2½ Jahren bekomme ich von einem Gastbetrieb die Möglichkeit, Erfahrungen in folgenden Bereichen zu sammeln: **Buffet, Kellerchef, Getränkebestellungen, allg. Ordnung, Reinigung und Instandhaltung der Umgebung, zum Teil Service, Reparaturen im Hause**. Diese Erfahrungen möchte ich gerne einem interessierten Gastbetrieb in der ganzen Deutschschweiz zu 100% zur Verfügung stellen. **Interessenten melden sich bitte unter Telefon 079 685 13 33.**

Aus- und Weiterbildung

**GASTRO-UNTERNEHMER
AUSBILDUNG
IN DREI STUFEN.
BERUFSBEGLEITEND.**

**MIT AUSBILDUNGS-CHECKS
NOCH BIS 31. DEZEMBER 2009**

Profizieren Sie von der Seminarvergünstigung* von Fr. 500.- für G2 und von Fr. 700.- für G3 und bestellen Sie heute noch die detaillierten Unterlagen

GASTRO SUISSE
Gastro-Unternehmerausbildung
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Telefon 0848 377 111
Telefax 0848 377 112
weiterbildung@gastrouisse.ch
www.gastrouisse.ch

*Seminarvergünstigung dank Qualifizierungsinitiative für den touristischen Arbeitsmarkt, unterstützt durch das Staatssekretariat für Wirtschaft seco

Stellenvermittlungen



DOMINO GASTRO
Personal - Vertraut
www.dominogastro.ch
Tel. 055 415 52 80
personal@dominogastro.ch
für Bewerber kostenlos.

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der **ganzen Schweiz** für **qualifiziertes Hotelpersonal**.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
www.hotella.ch

International



Hochschule Heilbronn
Technik • Wirtschaft • Informatik
Heilbronn University

Die Hochschule Heilbronn - Technik • Wirtschaft • Informatik - ist eine der führenden Tourismushochschulen Europas. Der Studiengang Tourismusbetriebswirtschaft wird als Bachelor und in einem internationalen Studienverbund als Master angeboten. Im Fachgebiet **Hospitality Management** ist eine

**Professur (Bes.Gr. W2)
für Systemgastronomie
(Stiftungsprofessur der Stadt Heilbronn)**

Kennziffer 043_P_TB

zum 01.09.2009 neu zu besetzen.

Die Professur soll unsere Lehre und Forschung in den Bereichen Betriebswirtschaft, Tourismus und Hospitality Management erweitern. Wir suchen eine Persönlichkeit mit Erfahrung im Bereich Systemgastronomie oder mit Kenntnissen und Erfahrungen aus verwandten Bereichen mit Bereitschaft und Interesse, sich in diesem Fachgebiet zu vertiefen. Zu den Aufgaben des/der Stelleninhabers/-in gehört die Entwicklung eines Lehr- und Forschungsangebots für dieses expandierende Fachgebiet und die Kooperation mit der Berufspraxis. Erwartet wird die Bereitschaft zur Übernahme von Grundlagenveranstaltungen im Studiengang Betriebswirtschaft und die Mitarbeit in der Selbstverwaltung der Hochschule.

Die Bereitschaft und die Fähigkeit Veranstaltungen in englischer Sprache abzuhalten wird vorausgesetzt.

Einstellungsvoraussetzungen:

- Abgeschlossenes Hochschulstudium,
- besondere Leistungen bei der Anwendung oder Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in einer mindestens fünfjährigen, einschlägigen Berufstätigkeit, von der mindestens drei Jahre außerhalb des Hochschulbereichs ausgeübt worden sein müssen,
- pädagogische Eignung, die in der Regel durch Erfahrung in der Lehre oder Ausbildung nachzuweisen ist,
- besondere Befähigung zu wissenschaftlicher Arbeit, die in der Regel durch die Qualität einer Promotion nachgewiesen wird.

Bei Erfüllung der Voraussetzungen ist die Übernahme in das Beamtenverhältnis auf Lebenszeit als Professor/in (W2) in der Regel nach dreijähriger Bewährung im Beamtenverhältnis auf Probe möglich, falls das Lebensalter bei der Einstellung 50 Jahre nicht übersteigt.

Die Hochschule Heilbronn tritt für die Erhöhung des Professorenanteils ein und fordert daher Frauen ausdrücklich zur Bewerbung auf. Schwerbehinderte werden bei gleicher Eignung bevorzugt berücksichtigt.



Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen werden innerhalb von **vier Wochen** erbeten per E-Mail/PDF an rektor@hs-heilbronn.de ansonsten an das **Rektorat der Hochschule Heilbronn, Max-Planck-Str. 39, D-74081 Heilbronn.**

**Hoteldirektorin
gesucht und gefunden**
htr stellenrevue –
der grösste Stellenmarkt
der Branche

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation
Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

**Veränderungen
beginnen hier
htr stellenrevue**

www.jobs.htr.ch

htr **hotel revue**

IMPRESSUM

– **htr hotel revue stellen revue / marché de l'emploi**

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: hotelleriesuisse, 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, Delia Piscopo, Patricia Nobs Wyyss

E-Mail: inserate@htr.ch / www.jobs.htr.ch

Anzeigenstarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1,70 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Direction / Direction: Fr. 1,60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus: Fr. 1,60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellungsangebote / Offres d'emploi: Fr. 1,50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1,50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: 1 Wo. Fr. 50.–, 2 Wo. Fr. 70.–, 1 Mt. Fr. 100.– (pro Anzeige)
- 1 GzD bis Freitag vor Erscheinen möglich – weitere GzD kosten pro Auszug Fr. 30.–

Termine:

	Nr. 16/2009	Nr. 17/2009	Nr. 18/2009	Nr. 19/2009
– Ausgabe	16. 4. 2009	23. 4. 2009	30. 4. 2009	07. 4. 2009
– Erscheint				
– Anzeigenschluss	Mo. 12.00 Uhr	Do. 9. 4. 2009 8.00 Uhr	20. 4. 2009	04. 4. 2009

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

WEMF-beglaubigt 2007/08 / contrôlés REMP 2007/08, verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 092, Gratisauflage / tirage gratuit: 1289
(Druckauflage / tirage imprimé: 18 000)

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten versagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.