Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2009)
Heft: 18

Heft

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

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

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

Download PDF: 01.08.2025

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

Schweizerische Nationalbibliothek NB
Bibliothèque nationale suisse BN
Biblioteca nazionale svizzera BN
Biblioteca naziunala svizra BN

1002893
Schweiz. Nationalbibliothek
Periodikadienst
Hallwylerstrasse 15
3005 Bern
006
0239H
30

htr hotelrevue
avec cahier français
30. April 2009
Nr. 18 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA – 3001 Bern / Berne
www.htr.ch
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 135 Stellenangeboten

Poker-Schiff

Sein Pokerface auf dem Schiff statt im Casino aufsetzen: Am Poker-Turnier auf dem Thunersee.
Seite 6

Reisen im 2030

Experten prophezeien Asien eine steigende Bedeutung im Ferienreisen-Geschäft – zulasten von europäischen Top-Städten.
Seite 2

Zürcher Caterer

Martin Candrian will mit dem Aufbau von weiteren Betrieben ausserhalb des Zürcher Hauptbahnhofs sein Klumpenrisiko reduzieren.
Seite 2

Sterneköche

«Wenn Sie einen Michelin-Stern haben, bedeutet das, dass Sie zu den 1800 besten Restaurants der Welt zählen.»
Seite 5

Jean-Luc Naret, Direktor der Michelin-Guides

zvg

Attraktive Nische

zvg

Das Bild der prominenten Golferin Michelle Wie am Omega Golfturnier 2007 auf dem traumhaft gelegenen Golfplatz in Crans Montana ging um die Welt. Das ist beste Werbung für den Schweizer Golftourismus.

Golftourismus ist ein attraktiver Nischenmarkt. Besonders für die Gastronomie. Bei der Übernachtung sind Golfer eher preisbewusst.

GUDRUN SCHLENCZEK

Ein Prozent der Bevölkerung in Deutschland, Österreich und der Schweiz spielen heute Golf. Gemäss einer aktuellen Studie des Beratungsunternehmens KPMG erwarten Tour-Operators, dass der Markt noch wächst. In der Schweiz gilt Golf als kleiner aber feiner Nischenmarkt, lukrativ vor allem für die Gastronomie. Denn gemäss KPMG geben Golfer in ihren Ferien fast genauso viel für Essen und Trinken (18%) wie für die Übernachtung (20%) aus. Und: «Golfer sind rezessionsresistent», glaubt Dagmar Weber vom Arabella Sheraton Hotel Waldhuus in Davos Platz. Allerdings scheint sich zurzeit auf dem Schweizer Markt eine gewisse Sättigung abzuzeichnen. Das lehrt der Blick in die Web-Statistik der Swiss Golf Hotels: 2008 nahm die Zahl der Besucher auf der Website erstmals ab (minus 10%).

Mit 94 Golfplätzen zählt die Schweiz zwar deutlich weniger als Österreich (2008: 143) und Deutschland (684). Doch gemäss John C. Storjohann, Generalsekretär des Schweizer Golfverbands ist das gut so: «Das Angebot entspricht gegenwärtig der Nachfrage.» Gerade Golfplätzen in alpinen Lagen fällt eine rentable Bewirtschaftung immer schwerer, es bräuchte neue Gäste. Jedoch: das «Bewusstsein der touristischen Partner kommt erst langsam», bemängelt Patrik Wagner von Golf-Graubünden.
Seite 7 bis 11

Kommentar

Mit queren Ideen lässt sich viel Werbegeld sparen

ELSBETH HOBMEIER

Es braucht ja eigentlich so wenig, um weltweit mediale Aufmerksamkeit zu erregen. Genauer: Es braucht möglichst nichts. Nichts am Leib. Wenn ein paar splitterfasernackte Menschen, einzig mit Bergschuhen bekleidet (warum eigentlich nicht total konsequent? Im Appenzell hat Barfusslaufen eine lange Tradition!) durch den Alpstein wandern, wird das sogleich zur Top-Story der New York Times. Online hielt sich der Artikel über das «Naked Hiking Paradise» zwei Tage lang an der Spitze aller Klicks. Auch das Time Magazine berichtete, zahlreiche grosse Medien folgten. Die Innerrhoder Landsgemeinde hat am Sonntag nun folgerichtig gehandelt und das Nacktwandern verboten. Denn was verboten ist, fordert heraus und macht mehr Spass – einen Spass, den sich die Fans gerne 200 Franken kosten lassen werden.

«Was verboten ist, macht mehr Spass. Den lassen sich Fans gerne 200 Franken kosten.»

Die Schweiz hat's geschafft, sie ist in den internationalen Schlagzeilen. Und das ganz ohne zwar gute, aber teure Werbekampagnen à la «Felsenputzer» von Schweiz Tourismus. Das Beispiel zeigt: Mit queren Ideen spart man viel Geld für teure Werbeflächen. Nackte propagieren die Schweiz als Wanderland, triste Zivilschutzunterkünfte alias «Null-Stern-Hotel» erregen mehr Aufsehen als gepflegte, freundliche Schweizer Ferienhotels.

Das Leben ist und bleibt ungerecht. Aber man kann's auch positiv sehen: Man redet von unserem Land. Weltweit.

Expo 2020

Konzept für das Gotthardgebiet liegt vor

Das gestern vom Tessiner Verkehrsverein der Tessiner Regierung vorgelegte Projekt weist schon konkrete Züge auf. So soll das Gotthard-Gebiet durch vier städtische Eingangsportale erschlossen werden, die zum Gotthardmassiv führen und denen je ein Themengebiet zugeordnet wird: Luzern «Mobilität», Brig «Energie», Chur «Natur» und Bellinzona «Kultur». Die Alpenausstellung ist unter anderem vom Abschluss der Arbeiten am Gotthard-Basistunnel abhängig. Grob angepeilt wird eine Dauer von 3 bis 5 Monaten im Sommer 2018. dst/gl
Seite 4

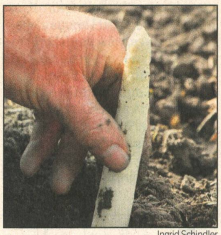
Schweizer Spargel

Frühere Spargelernte dank einer Feld-Bodenheizung

In der Schweiz werden jährlich über 10000 Tonnen Spargeln konsumiert, mehr als die Hälfte davon ist Grünspargel. Und dieser wird vor allem aus Übersee eingeflogen, was ökologisch nicht allzu viel Sinn macht.

Die Schweizer Spargelbauern bauen über 115 Hektaren Grünspargel an, rund 45 Hektaren mehr als weissen. Obwohl: In den letzten Jahren hat sich der Trend gewendet und die Nachfrage nach weissem Schweizer Spargel ist wieder gestiegen. Das einheimische Gemüse hat einen enormen kulinarischen Vorteil: die Frische.

Tatsache ist, dass sich Gastronomen, Grossverteiler und Spargelliebhaber besonders zum Saisonauftakt die Stangen – weiss oder grün – fast aus den Händen reissen. Was einen Rheintaler Spargelbauern auf die Idee brachte, Industrieabwärme zu nutzen, um die Felder zu beheizen. Mit seinen temperierten Spargelfeldern hat er nun rund vier Wochen Vorsprung auf die Konkurrenz. rd/is
Seite 13

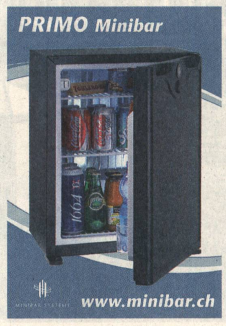


Ingrid Schindler

Kulinarisch im Vorteil: Frisch gestochener Schweizer Spargel.

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

ANZEIGE



Schweizerische Nationalbibliothek NB
Bibliothèque nationale suisse BN
Biblioteca nazionale svizzera BN

Aus der Region

Zentralschweiz

Gute Zahlen für die Luftseilbahn Engelberg-Brunni

zvg

Die Wintersaison 2008/09 wird als die erfolgreichste aller Zeiten in die Geschichte der **Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG** eingehen. Im Vergleich zum Vorwinter konnten die Frequenzen um 32% gesteigert werden. Im Vierjahresschnitt sind es immer noch 25%. Bis auf den Februar übertrafen alle Monatsabschlüsse jene des Vorjahres. Entsprechend gestiegen sind auch die Einnahmen: im Vergleich zur Wintersaison 2007/08 um 29%. Im Vierjahresschnitt ist es ein Plus von 20%. dst

Zürich

Studie für neues Zürcher Kongresshaus

zvg

Die Zürcher Kongresshaus-Stiftung muss nach dem Nein zum **Moneo-Projekt** nach einer neuen Strategie suchen. Eine Studie des Gottlieb-Duttweiler-Instituts soll nun aufzeigen, was ein Kongress-Standort künftig überhaupt bieten muss. Für die Studie werden Fachleute aus Tourismus, Gastronomie, Wirtschaftsförderung, Politik und Architektur befragt. Vorliegen soll die Studie Ende Juni. dst/sda

Wallis

3,2 Mio. Franken für den Tourismus im Wallis

Die Walliser Regierung will gut 30 Millionen Franken einsetzen, um die Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise zu lindern. 3,2 Millionen sollen den Tourismus stützen. Dabei geht es besonders um die Verbesserung elektronischer Verkaufskanäle. Helfen will der Staatsrat auch KMUs, die Kredite brauchen. 5,5 Millionen sollen zudem in Energie-Förderprogramme für Private und 10 Millionen in energietechnische Sanierungen von öffentlichen Gebäuden fliessen. rd/sda

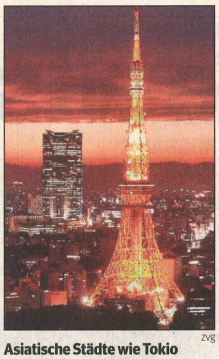
Vereinfachte Regeln zum Rauchverbot

Ab dem 1. Juli 2009 ist im Wallis das Rauchen in allen öffentlichen Räumen verboten. Nun soll eine Konsultativkommission «Passivrauchen» die Einführung der gesetzlichen Bestimmungen über den Schutz der Bevölkerung vor dem Passivrauchen und das Werbeverbot für Tabak vereinfachen. Öffentliche Einrichtungen können unter Erfüllung gewisser Auflagen Raucherräume einrichten. Die Raucherräume müssen der Konsultativkommission «Passivrauchen» gemeldet werden. dst

Asien wird gewinnen

Bei den Ferienreisen wird Asien bis zum Jahr 2030 an Bedeutung gewinnen. Dies ist das Fazit einer Studie der Hochschule Luzern.

DANIEL STAMPFLI



zvg

Asiatische Städte wie Tokio gehören zu den Gewinnern.

Zugunsten Asiens werden heutige Top-Destinationen in anderen Regionen der Welt bis zum Jahr 2030 an Attraktivität verlieren. Dies ist der Studie «The Future of Mobility and its Impact on Tourism» zu entnehmen, die am World Tourism Forum in Luzern vorgestellt wurde. An der Studie des Instituts für Tourismuswirtschaft ITW der Hochschule Luzern haben 1608 Experten aus den Bereichen Tourismus, Mobilität/Transport, Technologie, Wissenschaft und Gesellschaft aus allen Kontinenten teilgenommen. «Rückgänge verbuchen werden vor allem klassische städtische Touristenziele, wie Paris und London», sagt Johannes Klühspies, Leiter der Studie. Die Schweiz sei von den Befragten nicht speziell erwähnt worden. In Asien würden insbesondere kulturell geprägte Städteferien in China, Japan und Südkorea, verbunden mit Weiterbildung oder interkulturellem Kompetenzerwerb stärker nachgefragt werden, so Klühspies.

Reisegepäck als Express-Paketgut von Haus zu Haus

Eine überwiegende Mehrheit der Befragten gaben an, dass das Gastgewerbe in den meisten Ländern bisher die Bedeutung einer guten Verkehrsanbindung bei der Hotelwahl der Gäste unterschätzt hat. Sie erwarten auch, dass bis zum Jahr 2030 der Anteil der öffentlichen Verkehrsmittel innerhalb des gesamten Transportnetzes signifikant ansteigen wird. Und auch künftig werde die Gesamtreisezeit (Tür-zu-Tür) ein wichtiges Kriterium für alle Reisekunden.

Bei Ferien- und Geschäftskunden würden grosse Gepäckstücke künftig von Paketdiensten als Expressgut direkt von Haus zu Haus an das Reiseziel befördert, so die Studie weiter.

Flugpläne und Reisezeiten weniger zuverlässig

Drei Viertel der Experten sind sich sicher, dass bei der Wahl des Verkehrsmittels ökologische Aspekte eine Rolle spielen. Aufgrund der klimatischen Veränderungen würden im Jahr 2030 Flugpläne, Reisezeiten und die Verfügbarkeit von Dienstleistungen bei Fernreisen nicht mehr so zuverlässig sein wie heute. Das Ziel, auf Kurzstrecken das Flugzeug durch andere Verkehrsmittel zu ersetzen, werde zu einem verstärkten Ausbau der Infrastrukturen am Boden führen. Johannes Klühspies war überrascht davon, «wie Experten aus aller Welt die Magnet-Schnellbahn-Systeme so stark und positiv bewertet haben».

> **«Rückgänge wird es vor allem für klassische städtische Touristenziele geben.»**
> **Johannes Klühspies**
> ITW Hochschule Luzern

Mobile Kommunikationsgeräte würden im Jahr 2030 über vielfältige technische Funktionen für Reisende verfügen und für Geschäfts- und Privatreisen nahezu unentbehrlich sein, sagt die Studie. 85 Prozent der Studienteilnehmer sind überzeugt, dass die meisten Reisedienstleistungen künftig über mobile Geräte und Systeme gebucht werden, welche Funktionen wie Kommunikation, Information, Navigation, Buchung und Zahlung in einem Endgerät vereinen.

Buchungen würden künftig häufiger auch im Internet vorgenommen. Die Aussagen spezieller Online-Reise-Communities würden Reiseentscheidungen zunehmend beeinflussen. Auch Hotelbewertungen via Internet würden das Buchungsverhalten der Gäste signifikant beeinflussen.

Candrian: Mehr als nur Bahnhof

Mehr Dampf im Catering-Service, weniger Klumpenrisiko im Zürcher HB: die Candrian Catering AG präsentierte sich erstmals der Öffentlichkeit.

ANDREAS GÜNTERT

99 Mio. Franken Umsatz, 1100 Mitarbeitende, Investitionen von 12,2 Mio. Franken: Am Montag präsentierte sich die bislang medienscheue Zürcher Candrian Catering AG erstmals der Öffentlichkeit. Gewinnzahlen zeigt die Gruppe nicht.

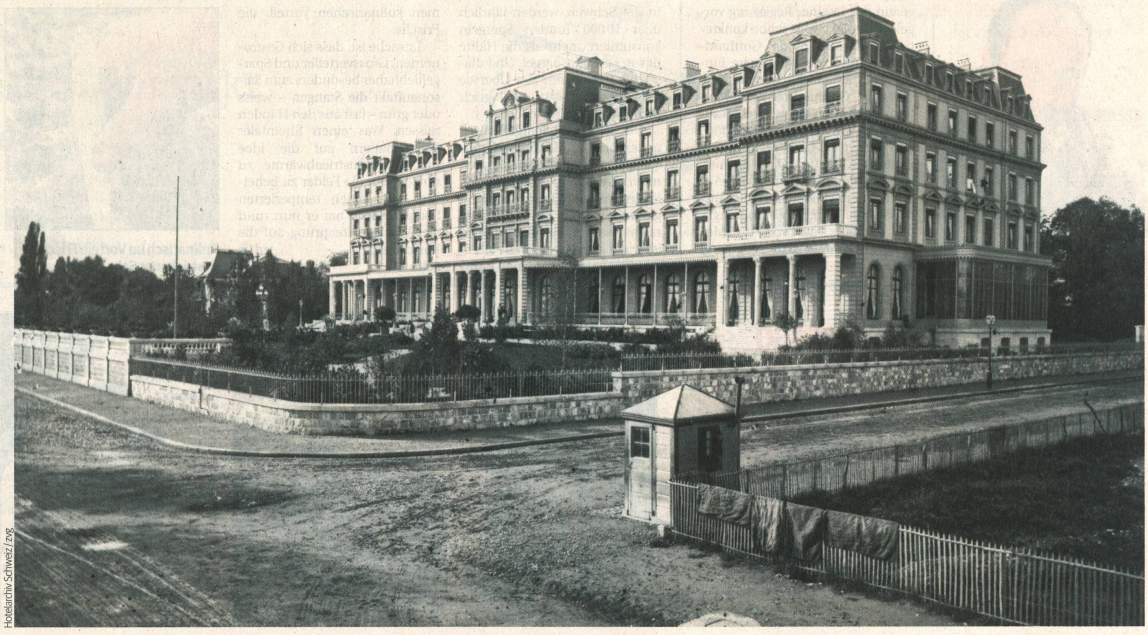
Die Firma, die mit 20 Betrieben rund 80 Prozent des gesamten Gastro-Umsatzes des Zürcher Hauptbahnhofs (HB) erzielt, wird von Martin Candrian in dritter Generation geführt. Mit der Übernahme des Restaurants Kunsthalle in Basel und der Eröffnung von Brasserie Schiller und Goethe Bar in Zürich stieg nicht nur die Anzahl Restaurants auf 29, man verminderte auch die Abhängigkeit vom Umsatz im Zürcher HB. Standen die dortigen Betriebe bis vor kurzem noch für bis zu 75 Prozent des Gesamtumsatzes, so sind es jetzt noch 68 Prozent. Angestrebt wird ein 50:50-Verhältnis.

War 2008 von Expansion und einem nicht näher bezifferten Umsatz-Kick durch die Euro 2008 geprägt, so steht 2009 im Zeichen der Konsolidierung. Investiert werden 4,9 Mio. Franken, namentlich in Verbesserungen hinter den Kulissen. Forciert werden soll der Catering-Service – auch wenn der Bereich der Firmenanlässe in der Wirtschaftskrise wohl besonders leidet. «Etwas vom wichtigsten in diesem Geschäft ist es, zufriedene Stammkunden zu haben», sagt Martin Candrian. Mit Kunden wie Kuoni, Ringier, Les Ambassadeurs oder GHR Rechtsanwälte wähnt man sich auf dem nachhaltigen Weg. Durch eigene Produktion – im Bauch des HB betreibt Candrian Catering unter anderem eine Bäckerei, eine Metzgerei und eine Lachsräucherei – könne man individuell auf Kundenwünsche eingehen.

> **«Etwas vom Wichtigsten in diesem Geschäft ist, zufriedene Stammkunden zu haben.»**
> **Martin Candrian**
> Candrian Catering AG Zürich

Das 1. Quartal 2009 lief den Umständen entsprechend gut. In der Gastronomie liegt man gleichauf mit 2008; die Hotellerie allerdings leidet. Zu Candrian Catering gehören das Best Western Montana in Zürich und der Gasthof Hirschen in Obermeilen am Zürichsee, zudem hält man die Aktienmehrheit der AG Suvretta House in St. Moritz. «Minus 10 bis 15 Prozent» buchte das Hotelgeschäft im 1. Quartal. Hält die Tourismusflaute an, könnte dies auch Restaurants betreffen. So sind etwa die Take-away-Stände und die Brasserie Fédéral im HB ebenso Touristenmagnete wie die Brasserie Lipp in der Zürcher City.

Entrée: Hotel National, Genf. Mehr auf: **www.htr.ch/hotelarchiv**



Hotelarchiv Schweiz/ zvg

Der Säntis, der Berg der Appenzeller. zvg

Appenzell fördert Hotels

Der Verband Appenzellerland Tourismus Ausserrhoden will professionellere Strukturen. Dazu gehören die Bildung einer AG und die Förderung der Hotels.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Tourismusverbände der beiden Appenzell müssen sich punkto Vermarktung neu orientieren, nachdem die zwei Halbkantone beschlossen haben, die gemeinsame Vermarktungsorganisation, Appenzellerland Tourismusmarketing AG (ATMAG), auf Ende Jahr stillzulegen (htr vom 23.4.). Nun wird der Ausserrhoder Tourismusverband in eine AG umgewandelt und damit professioneller. Appenzellerland Tourismus AR (VAT AR) hat seine Umstrukturierungspläne am Montag der Mitgliederversammlung vorgestellt und positive Reaktionen geerntet. «Wir hätten so oder so umstrukturiert. Es ist also keine Antwort auf die Stilllegung der Marketingorganisation», präzisiert der VAT-AR-Geschäftsführer Sandro Agosti. «Wir setzen uns seit 2007 mit der Umstrukturierung auseinander.» Im Gegensatz zu anderen Kantonen werden die neuen Strukturen hier bottom-up umgesetzt.

Die Struktur wird einfacher und übersichtlicher

Agosti möchte in die neue AG auch das Mandat der Appenzellerland Regionalmarketing AG integrieren, die Vermarktungsorganisation für Produkte beider Appenzell. Bis Ende Jahr liegt dieses Mandat bei der ATMAG. Die AG VAT AR übernimmt neu – gezwungenermassen – das Marketing. Wo immer möglich, soll mit Appenzell Innerrhoden zusammengearbeitet werden. «Wir treffen uns nächste Woche, um über eine gemeinsame Vermarktung und Angebotsgestaltung zu diskutieren», sagt Agosti. «Ich weiss jedoch noch nicht, wo unser gemeinsamer Nenner liegt. Vertraglich ist unsere Kooperation sehr tief gehalten: Wir verwenden das gleiche Logo und arbeiten projektbezogen zusammen.»

Die rund 20 Ausserrhoder Verkehrsvereine, die sich teilweise schon aufgelöst haben, sollen sich überlegen, welche Aufgaben sie künftig selber übernehmen oder der Gemeinde delegieren wollen. Die regionalen Vereine «Appenzellerland über dem Bodensee» und «Appenzellerland am Säntis» werden aufgelöst, die finanziellen Mittel, die sie von den Verkehrsvereinen oder den Gemeinden erhalten haben, sollen in den gemeinsamen Marketingtopf der AG VAT AR fliessen. Dafür werden touristische Informationsstellen geschaffen, die den Gast vor Ort betreuen. «Das muss aber nicht unbedingt ein Verkehrsbüro sein, das kann auch eine Info-Tafel oder eine Réception im Hotel übernehmen», so Agosti.

Massnahmen für Investitionen in die Ausserrhoder Hotels

Künftig soll die Ausserrhoder Hotellerie stärker gefördert werden. «Wir nehmen eine Analyse des Hotelangebots vor und erarbeiten Massnahmen zur Steigerung der Investitionen.» Eine Arbeitsgruppe soll aufzeigen, wo Finanzierungsmittel beschaffen werden können. Appenzell AR verfügt heute über knapp 70 Hotels und rund 1100 Betten. Davon tragen zwei Hotels vier Sterne, die übrigen drei oder weniger. «Wir haben immer noch viele unklassifizierte Häuser», gibt Agosti zu bedenken.

Ab 2011 soll die Umstrukturierung greifen. Agosti rechnet mit einem Budget von 1,5 Mio. Franken. Heute verfügt er, verteilt auf verschiedene Tourismusorganisationen, über 1 Mio. Franken. Die neue AG wird jedoch mehr Leistungen erbringen. Für Agosti ist sie die beste aller heute möglichen Formen. «Eine Destinationsmanagement-Organisation für das gesamte Appenzellerland wäre optimaler. Doch im Moment ist die Zeit dafür noch nicht reif.»

Landsgemeinde-Themen Nackte, Wild und Alkohol

Bussen für Nacktwanderer, aber keine winterlichen Ruhezonen für das Wild: Diese zwei Entscheide der Innerrhoder Landsgemeinde vom vergangenen Sonntag haben touristische Auswirkungen.

Sowohl im Vorfeld als auch an der Landsgemeinde selbst war die erste Vorlage völlig unbestritten und bar jeder Emotion diskutiert worden. Moralische Überlegungen spielten keine Rolle, wohl eher ästhetische. In den Bergen nackte Bierbäuche sehen zu müssen, stört viele Einheimische.

Das Jagdgesetz hingegen war eine hoch emotionale Angelegenheit. Dass auch Ruedi Ulmann, Präsident sowohl des Wirteverbandes als auch von Appenzellerland Tourismus AI und zudem aktiver Jäger, in die Diskussion eingreifen würde, war zu erwarten. Er stellte den formellen Antrag, die Vorlage an die Regierung zurückzuweisen. Damit hätte sie die im Gesetz vorgesehenen Wildruhezonen gebiets- und zeitmässig exakt umschreiben können. Der Antrag wurde aber abgelehnt. In der Schlussabstimmung erlitt die ganze Vorlage Schiffbruch. Mit dem Nein dürfte das Thema für einige Jahre vom Tisch sein. Der Interessenkonflikt zwischen den Ruhebedürfnissen der Wildtiere und dem Tourismus mit immer mehr Angeboten und Möglichkeiten selbst in früher unberührten Gebieten bleibt solange ungelöst. Dem Gastgewerbegesetz hingegen wurde oppositionslos zugestimmt. In Innerrhoder Alphütten darf somit kein Alkohol ausgeschenkt werden, weil das eine Wettbewerbsverzerrung gegenüber Gastgewerbebetrieben bedeuten würde. Denn für Alphütten gelten nicht die gleich strengen Vorschriften wie für Gastgewerbebetriebe. «Schlafen im Stroh» als neue Beherbergungsform ist auch nicht mehr ohne Weiteres möglich; es braucht dazu neu eine Bewilligung in der Kategorie Pensionsbetriebe. wk

Van Gogh hilft Basler Hoteliers

Von der Van-Gogh-Ausstellung in Basel dürfte auch die lokale Hotellerie profitieren. Erwartet werden rund 500 000 Besucher.

DANIEL STAMPFLI

Am vergangenen Sonntag wurden die Türen zur Van-Gogh-Ausstellung im Basler Kunstmuseum geöffnet. Am ersten Ausstellungstag wurden bereits rund 3000 Besucher gezählt. Laut Daniel Egloff, Direktor Basel Tourismus, gehen die Kulturexperten für die gesamte Dauer der Ausstellung (bis 27. September) von rund 500 000 Besuchern aus. Die überwiegende Mehrheit dürften Tagesausflügler aus dem In- und Ausland sowie Schulklassen sein. Egloff rechnet jedoch auch damit dass der Publikumsmagnet Van Gogh der lokalen Hotellerie zusätzliche 30 000 Logiernächte bringt. Aufgrund von bisherigen Anrufen und Buchungen ist Egloff überzeugt, dass es sich um die zweitbeste Ausstellung handelt, die Basel je hatte. Um die Museumsgäste auch zu Übernachtungen am Rheinknie zu bewegen, bietet Basel Tourismus Hotel-Packages für die Kategorien Zwei- bis Fünf-Sterne-Superior an. Diese Packages beinhalten Übernachtung, Frühstück, Mobility-Ticket, Gasttaxe und das Ticket für die Ausstellung. An dieser werden die Landschaftsbilder der Künstlerlegende Vincent van Gogh – weltweit zum ersten Mal – gezeigt. Es handelt sich um 70 Gemälde, sowohl weltbekannte Schlüsselwerke als auch bisher der Öffentlichkeit kaum bekannte Bilder.

Kunstmuseum Basel

Van Gogh's Gemälde werden eine halbe Million Besucher anlocken.

Kunstbesucher und Einheimische kommen auch in den Genuss eines speziellen Biers – des Van Ueli Biers. Lanciert wurde es zur Van-Gogh-Ausstellung von der kleinen Hausbrauerei Fischerstube. Schon vor fünf Jahren war das «Tut-Anch-Ueli» gebraut worden. Die Tutanchamun-Ausstellung im Basler Antikenmuseum im Jahre 2004 hatten von Anfang April bis Anfang Oktober über 620 000 Personen besucht. Die Ausstellung bescherte der Basler Hotellerie damals rund 40 000 Übernachtungen.

Auch der Nationalrat behandelte das Cassis-de-Dijon-Prinzip

Eine kurze Sondersession befasste sich zudem mit diversen Motionen zur Berufsbildung.

Gestern hat der Nationalrat die Revision des Bundesgesetzes über die technischen Handelshemmnisse (THG) beraten. Die Wirtschaftskommission (WAK) des Nationalrats hatte sich zuvor für die Übernahme des Cassis-de-Dijon-Prinzips ausgesprochen, mit einer Ausnahme für Lebensmittel, und war damit dem Entscheid des Ständerates gefolgt. Die Bundeshausfraktionen von SVP und Grünen hatten kurz vor der Sondersession angekündigt, dass sie der Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips nicht zustimmen würden. Da sich hotelleriesuisse für den Kampf gegen die Hochkosteninsel Schweiz einsetzt, befürwortete der Branchenverband die einseitige Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips. Ebenfalls hat der Nationalrat gestern verschiedene Motionen und Interpellationen zur Berufsbildung behandelt. Die Schlussabstimmungen zu den einzelnen Geschäften erfolgten nach Redaktionsschluss der hotel revue. dst

Entscheide auf www.htr.ch

Liquidation in Leukerbad

Die Immobilienvermittlungsfirma Alpesa aus Sion verkauft eine Wellnessanlage in Leukerbad zum Hammerpreis. Denn jahrelang wurde dort ein Bordell betrieben.

GUDRUN SCHLENCZEK

Für 350 000 Franken kann man gegenwärtig in Leukerbad ein 350 Quadratmeter grosses Wellnesscenter erwerben: Massage, Spa, Hamam, Sauna, Solarium, Gewitterdusche, Küche, Bar und vieles mehr ist inbegriffen. Die Gestehungskosten sollen gemäss der veräussernden Architektur- und Immobilienverkaufsfirma Alpes et Lac SA aus Sion bei 1,7 Mio. Franken gelegen haben.

Das Objekt gehört zur Appartementanlage «Salute» oberhalb von Leukerbad und wird gemeinsam mit einem Appartement angeboten. Als Grund für die Liquidation führt die Alpesa SA die zwangsweise Schliessung durch die Polizei vor drei Jahren ins Feld – in der Wellnessanlage «Salu» wurde ein Bordell betrieben. Gemäss Alpesa forciere man nun gemeinsam mit der Gemeinde Leukerbad den Verkauf. Bei dieser weiss man aber nichts davon und verweist auf den bisherigen Besitzer von Wellnessanlage und Wohnung.

Jean-Lou Grichting vom gleichnamigen Malergeschäft in Leukerbad erklärt, er habe das Objekt an die Alpesa veräussert und nun nichts mehr damit zu tun. Laut Informationen von Alpesa hätte das Objekt bereits Ende letzter Woche verkauft werden sollen, mehrere Gebote lägen vor, nun wird es aber immer noch auf der Homepage beworben. Journalisten gegenüber will man sich zu dem Verkauf nicht äussern.

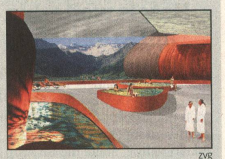
Aus der Region

Berner Oberland

Mehr Gäste für den weissen Bullen

Der Schneesportzug White Bull hat seine zweite Saison erfolgreich durchgezogen. Die Zahl der Fahrgäste stieg um 18,3 Prozent auf gut 10 000, stellten die Verantwortlichen von BLS und Gstaad Mountain Rides zum Saisonende fest. Der Zug war vom 14. Dezember bis 29. März samstags und sonntags sowie an den Feiertagen im Einsatz. Er transportierte die Wintersportler von Bern Weissenbühl via Gürbetal direkt nach Zweisimmen zur Rinderbergbahn. Eine Streckenverlängerung in den Bahnhof Bern wird geprüft. rd

Einsprachen gegen Adelbodner Alpenbad



zvg

Gegen das geplante **Alpenbad** auf dem ehemaligen Areal des Hotels Nevada in Adelboden sind beim Regierungsstatthalteramt Frutigen 13 Einsprachen und 7 Rechtsverwahrungen eingegangen. Darunter befindet sich auch eine Sammeleinsprache. Zum Inhalt der Kritik wird nichts bekannt gegeben. Die Gemeinde Adelboden sowie die Gesuchstellerin können nun zu den Einsprachen Stellung nehmen. rd/sda

Bern

Passivrauchen: Gastro Bern geht vor Bundesgericht

Der bernische Wirteverband ficht wie angekündigt die Ausführungsbestimmungen des Kantons zum Gesetz über den Schutz vor Passivrauch vor Bundesgericht an. In der Beschwerde werde Gastro Bern Unverhältnismässigkeit und eine zu starke Einschränkung der Wirtschaftsfreiheit geltend machen, sagte Gastro-Bern-Präsident Casimir Platzer auf Anfrage. Den Wirten missfällt vor allem, dass die Gaststube nicht Fumoir sein darf. rd/sda

Schaffhausen

Schaffhausen Tourismus mit neuem Namen

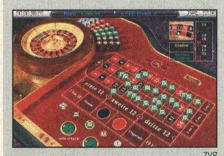
zvg

Schaffhausen Tourismus heisst neu Schaffhauserland Tourismus. Die Änderung sowie die neue Destinationsbezeichnung «Schaffhauserland» wurden an der GV beschlossen. Mit der neuen Bezeichnung hofft man, die Destination als Gesamtheit besser vermarkten zu können. Das Schaffhauserland beinhaltet Städteperlen wie **Stein am Rhein,** den Rheinfall und das grösste zusammenhängende Weinanbaugebiet der Deutschschweiz. rd

htr hotelrevue
Nr. 18 / 30. April 2009

Schweiz

Glücksspiele im Internet künftig erlaubt



zvg

Das bestehende Verbot von **Glücksspielen im Internet** will der Bundesrat im Spielbankengesetz lockern. Glücksspiele im Internet sollen künftig erlaubt sein, allerdings nur, wenn die Anbieter über eine Konzession verfügen. Der Schweizer Casino-Verband befürchtet, dass dies negative Auswirkungen auf die bestehenden terrestrischen Casinos in der Schweiz haben werde. dst/sda

Swiss Budget Hotels weiterhin auf Erfolgskurs

Trotz Krisenjahr 2009 verzeichnen die Swiss Budget Hotels Rekordzahlen. Das Buchungsvolumen hat sich im 1. Quartal 2009 rund verdoppelt, wie an der GV erklärt wurde. Sollte die im April festgestellte Tendenz anhalten, würden die Buchungszahlen weiterhin sehr stark zunehmen. Der Erfolg beruhe vor allem auf der Strategie im Webmarketing und auf einem konsequent betriebenen Channel-Management. dst

Konturen für Gottardo 2020

Die Expo 2020 im Gotthard-Gebiet könnte 2018 stattfinden. Ein Konzept mit konkreten Vorschlägen liegt jetzt vor.

GERHARD LOB

Vor zwei Jahren spielte Marco Solari erstmals mit der Idee einer Expo 2020. Der Präsident des Tessiner Verkehrsvereins und ehemalige Delegierte des Bundesrats für die 700-Jahr-Feier der Eidgenossenschaft, ist überzeugt, dass die Schweiz zur Eröffnung des Gotthard-Basistunnels – vermutlich 2018 – etwas Aussergewöhnliches und Nachhaltiges auf die Beine stellen muss. Immerhin, so Solari, handle es sich um ein epochales Ereignis für ganz Europa.

Vier städtische Eingangsportale mit je einem Themengebiet

Aus der Idee wurde ein Projekt. Und am gestrigen Mittwoch hat der Tessiner Verkehrsverein (ETT) zu Handen des Tessiner Regierungsrats seinen zweiten, 70 Seiten starken Bericht vorgelegt, an dem in Kooperation mit der Arbeitsgruppe «Projekt San Gottardo» ein Jahr lang getüftelt wurde. Im April 2008 hatte die Kantonsregierung dem ETT den Auftrag erteilt, die Pläne zu vertiefen. Selbst 175 000 Franken an Sponsorengeldern wurden für diese zweite Phase gewonnen.

Das jetzt vorgelegte Projekt weist bereits konkrete Züge auf. So wird vorgeschlagen, das Gotthard-Gebiet durch vier städtische Eingangsportale zu erschliessen, die zum Gotthardmassiv führen und denen jeweils ein Themengebiet zugeordnet wird: Luzern «Mobilität», Brig «Energie», Chur «Natur» und Bellinzona «Kultur».

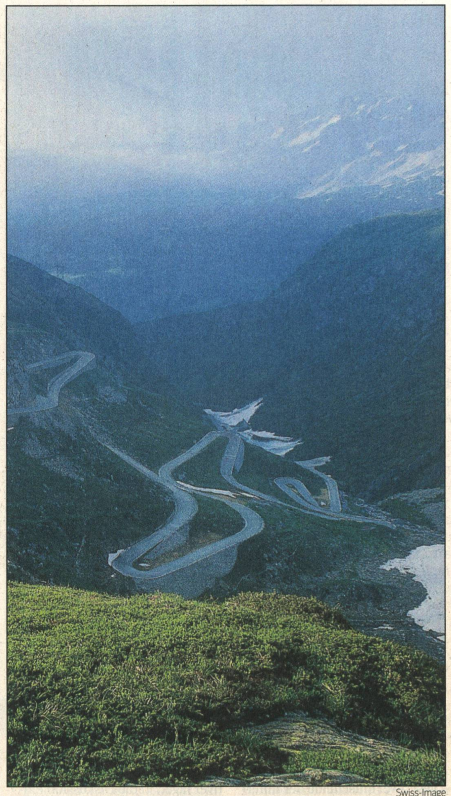
Als eigentliches Ausstellungsgelände mit einer Gesamtansicht der «Alpenausstellung» sind Erstfeld und Biasca als Nord- und Südportal des Basistunnels vorgesehen. «Legende, Geschichte, Zukunft», lautet der Arbeitstitel für Erstfeld, «Interkulturelle Begegnungen» für Biasca. Flüelen soll als «Gotthardportal» fungieren, während die Strecke zwischen Andermatt und Airolo als «Herz der Alpen» das pulsierende Zentrum der gesamten Alpenausstellung werden soll. Das Thema für die Gotthardpass-Region ist «Schweizer Armee». Es versteht sich fast von selbst, dass «Mobilität» eines der zentralen Themen der «Gottardo 2020» ist.

Ein Schub für die Hotellerie und die Gastronomie

Die Alpenausstellung ist vom Abschluss der AlpTransit-Arbeiten abhängig sowie von den klimatischen und saisonalen Verhältnissen in der Bergregion. Grob angepeilt wird eine Dauer von 3 bis 5 Monaten im Sommer 2018.

Im Hintergrund haben schon Gesprächen zum Projekt stattgefunden. Dabei sind die Reaktionen aus den betroffenen Kantonen oder Gemeinden durchwegs positiv. Auch die SBB haben ihre Bereitschaft zugesichert, am Erfolg des Grossereignisses mitzuarbeiten. Erst angedacht sind Fragen rund um die Finanzierung; auch müsste sich der Bund dafür begeistern.

Positiv beurteilt wird die bisherige Stossrichtung von Seiten der Tourismuswirtschaft. Erwartet wird ein Schub für Hotels, Gastgewerbe und Zulieferbetriebe. «Gottardo 2020 ist eine gewaltige Chance, die Rolle und Errungenschaften der Schweiz international zu kommunizieren und die Schweiz positiv ins Schaufenster der Weltöffentlichkeit zu stellen», wird Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid im Bericht zitiert.



Swiss-Image

Mobilität wäre ein wichtiges Thema der «Expo 2020». Im Bild die Tremola, die Alpenpass-Strasse am südlichen St. Gotthard.

ANZEIGE

Gültig vom 4. bis 22. Mai 2009
bei Ihrem Getränke-Depositär.

RAMSEIER
Die Kraft der Natur

Aktion
Jetzt bestellen

-.30 Rabatt
-.20 Rabatt
-.30 Rabatt
-.15 Rabatt
-.15 Rabatt
-.30 Rabatt

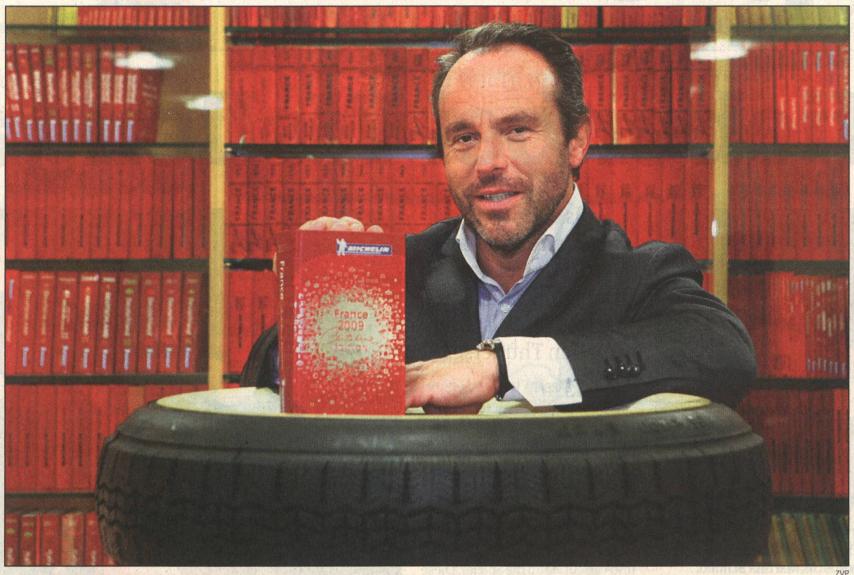
natürliche Frische

www.ramseier.ch

planet-luzern.ch

Die Michelin-Guides expandieren erfolgreich in den USA und Asien. Besonders, seit Jean-Luc Naret das Steuer des über 100-jährigen Unternehmens in seine Hände genommen hat.

PATRICIA BRÖHM



zvg

Jean-Luc Naret, Direktor der Michelin-Guides: «Wir sehen uns nicht als Gastro-Kritiker.»

«Der Stern entsteht auf dem Teller»

Jean-Luc Naret, sind Sie stolz darauf, dass der Guide Michelin dieses Jahr seine 100. Ausgabe feiern kann?
Ja, darauf sind wir sehr stolz. Wir feiern die 100. Ausgabe jetzt, weil der Guide Michelin zwar im Jahr 1900 gegründet wurde, aber während des Zweiten Weltkriegs einige Jahre nicht erschien.

Seit Sie vor fünf Jahren angetreten sind, ist der Guide Michelin viel internationaler geworden.
Die Zeiten, da wir uns auf Frankreich und auf Europa konzentriert haben, sind endgültig vorbei. Heute gilt der Michelin auch als Referenz mit seinen Ausgaben für New York, Los Angeles, San Francisco, Las Vegas, Tokio und Hongkong/Macao. Gerade in Asien sind wir sehr erfolgreich. Als wir vor zwei Jahren in Tokio unseren ersten japanischen Führer vorstellten, haben wir innerhalb von 24 Stunden 120 000 Exemplare verkauft.

Im Herbst soll eine neue Destination die Reihe der asiatischen Michelin-Führer ergänzen.
Im Oktober wird ein neuer Führer Kyoto/Osaka erscheinen. Kyoto blickt auf eine 1200 Jahre alte kulinarische Tradition zurück und verfügt über eine der besten Gastronomien Japans. Osaka ist die zweitgrösste Stadt des Landes und ebenfalls das Zentrum einer grossen, vielseitigen gastronomischen Szene.

Heute erleben wir eine Inflation der gastronomischen Auszeichnungen. Aber ein Michelin-Stern bedeutet den Küchenchefs immer noch am meisten.
Wenn Sie einen Michelin-Stern haben, dann bedeutet das, dass Sie zu den 1800 besten Restaurants der Welt zählen. Zwei Sterne – und Sie gehören zu den 230 besten. Und wer drei Sterne sein eigen nennt, ist eines der 72 besten Restaurants weltweit.

Es heisst, der Guide Michelin könne ein Restaurant aufbauen oder vernichten. Sind Sie allmächtig?
Der Guide Michelin ist sicher nicht allmächtig. Aber natürlich existiert in unserem Medienzeitalter eine gewisse Macht der Gastronomiekritik. Die meisten der heutigen Kritiker besuchen ein Restaurant jedoch nicht unangekündigt, sondern verabreden ihren Besuch mit dem Patron. Und sie zahlen selten eine Rechnung. Ihr Bericht basiert nicht auf objektiv festgelegten Kriterien, sondern auf einer subjektiven Erfahrung. Und je nachdem, wie er ausfällt, kann er einem Restaurant schaden oder zu seinem Erfolg beitragen. Wir nennen so etwas Meinungsmache.

Wie arbeitet der Michelin?
Wir sehen uns nicht als Gastro-Kritiker. Unser Führer beruht auf den Tatsachenberichten unserer Inspektoren. Ein Inspektor legt pro Jahr 30 000 Kilometer zurück, er verbringt bis zu 180 Nächte im Hotel und speist rund 250 Mal im Restaurant. Anonymität ist oberstes Gebot, und natürlich bezahlen wir immer unsere Rechnungen. Unsere Inspektoren sind Menschen mit sehr viel Erfahrung in der Gastronomie. Wir beschäftigen heute noch Mitarbeiter, die sich erinnern, wie sie zum ersten Mal den jungen Alain Ducasse in Mougins besuchten und ihm den ersten Stern seiner Karriere verliehen.

Es heisst, bevor ein dritter Stern vergeben wird, reisen Sie aus Paris an, um bei dem Kandidaten zu speisen.
Das ist richtig. Aber daraus sollte man nicht schliessen, dass mein Erscheinen in einem Restaurant etwas zu bedeuten hat. Kurz nach meiner Ernennung ass ich in einem bekannten Pariser Lokal zu Abend. Das Personal machte ein grosses Aufhebens. Alle überschlugen sich, um meinen Tisch aufs Beste zu bedienen. Andere Gäste wurden vernachlässigt. Das Dumme war nur: Am selben Abend waren zwei unserer Inspektoren im Lokal – anonym natürlich. Ihr Bericht fiel entsprechend aus.

Viele junge Gastronomen glauben heute, sie könnten sich einen Stern nicht leisten. Sie fürchten die Investitionen für Silberbesteck oder edles Porzellan.
Diese Vorstellungen sind entstanden, weil der Guide Michelin früher seine Kriterien nicht öffentlich machte. Das habe ich geändert. Es ist ganz einfach: Der Stern entsteht auf dem Teller. Anders gesagt: Es zählt einzig und alleine die Leistung der Küche. Nehmen Sie das Drei-Sterne-Lokal The Fat Duck bei London – es ist aus einem einfachen Pub entstanden.

> «Heute ist es meine Aufgabe, Talente in der Gastronomie aufzuspüren.»
> **Jean-Luc Naret**
> Direktor Michelin-Guides

Bevor Sie bei Michelin den Chefsessel einnahmen, waren Sie viele Jahre in der Luxushotellerie tätig. Welcher Job befriedigt Sie mehr?
Man kann das nicht vergleichen. Aber es ist tatsächlich so, dass mein Herz immer noch schneller schlägt, wenn ich ein schönes Hotel betrete. Wenn mich früher jemand fragte, was ich beruflich mache, dann antwortete ich: Ich verkaufe Träume. Mein heutiger Job ist etwas ganz anderes. Es gibt viele Hotels auf der Welt, aber es gibt nur einen Guide Michelin. Heute ist es meine Aufgabe, Talente in der Gastronomie und Hotellerie aufzuspüren und ihnen eine Plattform zu verschaffen.

Zur Person Der Chef der roten Gastro-Bibeln

Der 47-jährige Jean-Luc Naret, ehemaliger Absolvent der Ecole Hôtelière de Paris, hatte eine 20-jährige Karriere in der internationalen Luxushotellerie hinter sich, als er im Jahr 2004 antrat, um die altehrwürdige Institution Michelin sanft zu renovieren. Als Direktor der Michelin-Guides brach der ebenso elegante wie eloquente Franzose mit der traditionellen Zugeknöpftheit des Gastro-Führers und machte den Michelin zu einer globalen Marke mit heute 26 Guides in 23 Ländern. pb

Standpunkt

Der Landschaftsqualität ist mehr Gewicht beizumessen

RAIMUND RODEWALD

Natur und Landschaft sind wichtige Gesundheitsquellen. Attraktive, vielfältige und öffentlich zugängliche Landschaften sowie historische Baudenkmäler und Ortsbilder, urbane Grünräume und verkehrsberuhigte Plätze und Wege erhöhen nachweislich die physische, psychische und soziale Gesundheit des Menschen.

An einer dreitägigen internationalen Konferenz in Birmensdorf ZH Anfang April wurden zahlreiche medizinische und sozialwissenschaftliche Studien und Praxis-

> «Der Tourismus sollte die Landschaft als Wellness-Ort wiederentdecken.»

erfahrungen präsentiert, welche die grosse Bedeutung von Natur und Landschaft auf unsere Gesundheit belegen. So weisen Kinder und Jugendliche, die in ihrem Wohnumfeld über Grünräume verfügen, ein deutlich geringeres Mass von Übergewicht auf als diejenigen, die nicht im Grünen spielen können. Auch wirkt sich in Erholungsexperimenten bei Probanden ein Spaziergang im Wald im Vergleich zu einem Stadtspaziergang blutdrucksenkend auf. Ansprechende Grünräume, aber auch gemeinsame Naturerlebnisse wirken für Quartierbewohner sozial integrierend.

Solche Kausalitäten sind für den Tourismus eigentlich nichts Neues. Viele alpine Winterstationen sind aus Kurorten hervorgegangen, so Davos, Arosa, St. Moritz oder Leysin. Die Höhenlage, gute Luft, Sonne, Mineralquellen, Waldspaziergänge und Milchkuren waren die Therapiemittel. Spätestens mit der Entdeckung der Antibiotika in den 40er-Jahren wandelten sich die Gesundheitsresorts zu Sportresorts. Die Natur als Gesundheitsort mutierte zum Playground. Mit Blick auf die rasant ansteigenden Zivilisationskrankheiten wie Burnout, Übergewicht und die explodierenden Gesundheitskosten, ist der Landschaftsqualität künftig mehr Gewicht beizumessen. Davon sollte sich auch der Tourismus leiten lassen und Landschaft als Wellness-Ort wiederentdecken.

Raimund Rodewald ist Geschäftsleiter der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (SL).

Schlecht drauf? Wechseln Sie Ihre Hemdenmarke.

CHRISTINE KÜNZLER
REDAKTORIN

Zum Thema
Werbung

Energie, Kraft und Wohlbefinden schenkt Ihnen dieses Hemd (...). Der seidenweiche Stoff und die Kraft der Aloe Vera gibt Selbstvertrauen und Zuversicht – ein Hemd für die Momente der Bewährung (...)». Also, liebe Hoteliers, liebe Touristiker, falls Sie mal gerade nicht so gut drauf sind und Ihre Selbstsicherheit zu wünschen übrig lässt, ziehen Sie sich doch einfach ein XY-Hemd über. Schwupps!, ist alles wieder in Ordnung. So verspricht's jedenfalls die Werbung, die kürzlich in meinem Briefkasten landete. für einen renommierten Herrenhemden-Hersteller. Ich lese den Text ein zweites Mal, in der Annahme, ich hätte etwas überlesen oder falsch verstanden. Weder – noch. Also doch: Hier verkaufen ein Werber und «The Swiss Shirt Maker» den Konsumenten für blöd. Für sehr blöd.

Da lob ich mir die touristische Werbung der Schweizer. Die ist oft originell, authentisch und meist ehrlich. Manchmal auch bieder, banal und nichtssagend. Jedoch kaum unehrlich. In der Schweiz verspricht kein Hotel, das neben dem Autobahnkreuz steht, eine ruhige Umgebung. Und kein Touristiker schreibt in der Broschüre von einem idyllischen Dorfkern, wenn der Ort an einer Durchgangsstrasse liegt. Mag sein, dass das Versprechen einer «ausserordentlich guten Gastfreundschaft» nicht zu jeder Zeit eingelöst wird. Schliesslich stehen ja hinter einer Dienstleistung Menschen und keine Roboter, die auf Knopfdruck funktionieren. Und nicht alle Hotelmitarbeitenden tragen in ihrer Arbeitszeit ein XY-Hemd!

> «Den Gast nicht mit falschen Versprechungen zu ködern, zahlt sich aus.»

Den Gast nicht mit falschen Versprechungen zu ködern, zahlt sich aus. Nicht nur, weil ein enttäuschter Gast nicht mehr wiederkommt und auch seine Freunde und Bekannten davon abhält, im betroffenen Hotel abzusteigen. Auch weil ein Haus, das sich mit unwahren Vorzügen vermarktet, unseriös wirkt. Übers Ohr hauen lassen will sich niemand.

Der Grat zwischen Bluff und Realität ist schmal. Sein Produkt selbstsicher (notfalls greifen Sie zum XY-Hemd) und fantasievoll ins richtige Licht zu setzen, ist nicht ganz einfach. Doch der Einsatz lohnt sich.

«Mein Ziel ist es jetzt, Seminare zu leiten und den Menschen Kraft und Glück zu geben.»
Kurt H. Illi Ex-Tourismusdirektor Luzern

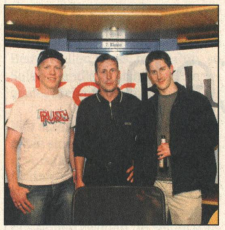
Spielfieber bei Wellengang

Raus aus den verrauchten Hinterzimmern: Das **Pokerspiel** findet neu auf dem Wasser statt, als Event auf den Thunersee.

BARBARA ROELLI

Bringen Poker in Bewegung: Pokerinmotion-Team (v.l.n.r.) **Matthias Rietschin, Michael Egli, Christian Haueter, Manuela Roschi, Martina Schmid.**

Floormanager des PokerKlub Köniz: **Dieter Kühnl** (l.) und **Eliott Jucker**.



Gewinner-Trio: **Marc Reuss**, **Stefan Fritz**, **Thomas Steiner** (v.l.n.r.).

Samstag, 19.30 Uhr in Thun. Die ausgebuchte «MS Schilthorn» lichtet den Anker – als Pokerschiff. 10 Tische à je 9 Spieler mit Durchschnittsalter 30 starten zum «Texas Hold'em-Turnier».

Der «Dealer» mischt die Karten und verteilt sie an die Spieler. Diese schielen darauf und werfen ausdruckslose Blicke in die Runde. Auf keinen Fall sollen die Gegner erfahren, ob man eine starke oder schwache «Hand» besitzt. Entscheidend um zu gewinnen sind aber nicht nur die Karten. «Poker ist ein Geschicklichkeitsspiel – dabei muss man taktisch spielen können», sagt Manuela Roschi, zuständig für Administration & Medien bei der Pokerinmotion GmbH. Sie ist Mitgründerin des fünfköpfigen Teams, das die Idee zum ersten Pokerschiff der Schweiz hatte. Zusammen mit Michael Egli, Martina Schmid, Matthias Rietschin und Christian Haueter, hat sie aus dem fiktiven Businessplan, den sie als Abschlussarbeit der Höheren Fachschule für Tourismus Luzern erstellten, ein konkretes Projekt realisiert. Und dies dank den Partnern Schifffahrt Berner Oberland, als Teil der BLS und dem «Poker-Klub» in Köniz.

«Wir wollten das Pokerturnier in die Natur bringen», sagt Christian Haueter, verantwortlich für Marketing und Kommunikation. Dabei stehe das Erlebnis im Vordergrund und nicht die Gewinnsumme. Dies bestätigt das Publikum: Versierte Spieler sind heute genauso an Bord wie Anfänger. «Ziel ist, die Pokerbewegung aus den rauchigen Hinterzimmern herauszuholen. Unser Credo: In Bewegung», so Geschäftsführer Michael Egli. Anfragen von anderen Leistungsträgern hat Pokerinmotion bereits erhalten. Das nächste Pokerschifffahrt im Mai auf dem Vierwaldstättersee.

Es ist 23.30 Uhr. Die zehn Besten sitzen mit Pokerface am Final Table. Sie spielen um 1244 Franken.

www.pokerinmotion.ch

Bilder Lukas Egli/zvg

Poker auf dem Schiff statt im Casino: Gespielt wird nach der Variante **«Texas Hold'em No Limit»**. Dafür musste sich die Pokerinmotion GmbH bei der Eidgenössischen Spielbankenkomission registrieren lassen.

50 Diplome und ein Jubiläum

Die Schweizerische Hotelfachschule Luzern feiert heuer ihr 100-Jahr-Jubiläum. Seit 1909 prägt die Schule die Ausbildung in Hotellerie und Gastronomie. Letzte Woche erhielten 50 Absolventen ihr Diplom.

BARBARA ROELLI

Vergangenen Freitag feierten die Frühjahrssemester-Klassen an der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern SHL ihren Abschluss. Insgesamt wurden 50 Studierende – 30 Damen und 20 Herren – mit dem eidgenössisch anerkannten Titel «dipl. Hôtelière-Restauratrice HF/SHL», «dipl. Hôtelier-Restaurateur HF/SHL» ausgezeichnet. Die Ausbildung besteht aus systematischem Unterricht, Praktika und Berufspraxis.

Mit höchstem Notendurchschnitt abgeschlossen hat Franziska Kuhn mit 5.17. Auf Rang 2 liegt Nicole Lucienne Winkler Loedeman mit 5.15 und auf Rang 3, mit 4.98, Aline Tschäppät. Zu den 50 Diplomierten gehören:

Dervichian Sarah, Wagen; Dietrich Angela, Rorschacherberg; Dietrich Silvan, Wetzikon; Egli Maya, Meggen; Emmenegger Simone Sophie, Stäfa; Fusina Mathias, Uhwiesen; Geisshüsler Lucia, Luzern; Gorges Sibylle, Uitikon Waldegg; Grauel Kerstin, Bad Soden-Salmünster (D); Hany Dirk, Gebenstorf; Hauser Yvonne, Unterseen; Hegnauer Daniel, Luzern; Immoos Barbara, Brunnen; Inglin Sibylle, Rapperswil (SG); Kempf-Schibli Evelyne Simone, Unterseen; Kuhn Franziska, Basel; Kuhnel Moritz, Kriens; Lamas Janette, Baar; Ledesma Hartisch Michael José, Forch; Lohmann Nils, Düsseldorf (D); Löhr Sabine Gabriele, Strassenhaus (D); Lüthi Wanda, Basel; Naundorf Jan-Pit, Hofgeismar (D); Neuhaus Marcel, Goldau; Odermatt Sandra, Gisikon; Oehrli Michelle Monica, Emmen; Oulouda Amina, Seewen (SZ); Popp Stefan, Rüti (ZH); Riedweg Tobias, Luzern; Sampson David Joshua, Hergiswil (NW); Schönbächler Corinne, Bürglen (TG); Siebenmann Michael Thomas, Zumikon; Siegenthaler Claudia, Turbenthal; Steiner Roger, Luzern; Styger Stefan, Luzern; Suter Anna, Schwarzenburg; Tschäppät Aline, Münchenbuchsee; Urwyler Nils, Aesch (BL); Vogel Urs, Ruswil; von Ah Eveline, Flüeli-Ranft; Weber Ramona, Reinach (BL); Weigelt Fabian, Luzern; Wetzel Kathrin, Bellach; Winkler Loedeman Nicole Lucienne, Adligenswil, Wymann Briones Karin, Zürich; Zürcher Bettina, Bern.

Partnertreffen auf dem Gipfel

Über 300 Touristiker versammelten sich zum Partnertreffen auf dem Säntis. Angereist sind sie aus der Ostschweiz und dem süddeutschen Raum.

BARBARA ROELLI

Die Gäste des diesjährigen Partnertreffens genossen ein vielseitiges Programm: Letzte Woche wurden sie vom erfahrenen «Bähnler» Hannes-vo-Wald mit der Schwebebahn auf den Säntis-Gipfel geführt und von Bruno Vattioni mit «Kaffee und Gipfeli» empfangen. Der Geschäftsführer der Säntis-Schwebebahn AG informierte über neuste Trends und langjährige Traditionen. Beim Ausblick in die Zukunft ermutigte Vattioni seine Partner, sich für einen «Spitzentourismus» einzusetzen und den Weitblick nicht zu verlieren. Beim Apéro in der Panorama-Halle konnten die Gäste die Ausstellung «öberefahre» besichtigen, die den traditionellen Appenzeller Alp- auf- und -abzug dokumentiert. Das Mittagessen bei Appenzeller Volksmusik bot den Touristikern Gelegenheit, sich auszutauschen.

zvg

Sollen den Weitblick nicht verlieren: **Touristiker** auf dem Säntisgipfel.

Sesselrücken

Wechsel in der Geschäftsleitung bei hotelleriesuisse

Heute verlässt **Annette Stoffel**, Leiterin Mitgliederservice und Klassifikation, hotelleriesuisse.

Alain D. Boillat

Die 37-Jährige macht sich mit der Consulting-Firma Ascons selbstständig. Annette Stoffel begann 2001 bei hotelleriesuisse, wo sie auch Mitglied der Geschäftsleitung war. 2011 wird sie den Executive Master of Business Administration abschliessen. Ihren Bereich übernimmt **Thomas Allemann**, Leiter Wirtschaft und Recht.

Neuer Präsident für Leukerbad Tourismus

Josef Zenhäusern (Mitte) ist neuer Präsident von Leukerbad Tourismus, er ersetzt **Stephan Kiechler**. Zenhäusern war von

zvg

1977 bis 1992 Tourismusdirektor in Leukerbad. Neuer Vizepräsident ist **Rinaldo Collenberg** (l.), **Richard Hug** (r.) ist seit sechs Jahren Tourismusdirektor.

Zepterwechsel bei Kommunikation von Victoria Jungfrau

Seit Mitte April ist **Kai Simon** Leiter Kommunikation der Hotels Victoria Jungfrau Collection. Er folgt auf **Valérie Burnier**, die sich der neu orientiert. Simon war zuletzt PR Consultant für Heady Communications London.

Alt-Regierungsrat an der Spitze der Schifffahrt

Ralph Lewin (55) ist neuer Präsident der Schweizerischen Vereinigung für Schifffahrt und Hafenwirtschaft (SVS). Er folgt auf **Rudolf Feierabend**, der den SVS seit 2003 leitete. Von 1997 bis 2009 war Lewin Wirtschafts- und Sozialdirektor von Basel Stadt und dort zuständig für die Schifffahrt.

Luzern Tourismus: Wechsel im Verwaltungsrat

Peter Kämpfer (Präsident Weggis Vitznau Rigi Tourismus und Direktor des Park Hotel Weggis) ist als neues Mitglied in den Verwaltungsrat der Luzern Tourismus AG gewählt worden. Neuer Verwaltungsrats-Präsident ist **Adelbert Bütler,** CEO der Bucherer AG. Er folgt auf **Rudolf Freimann,** der sein Mandat nach 15 Jahren abgegeben hat. br/dst/sda

Umsteiger
Frank Reutlinger

Bad Ragaz: Seit Mitte April wirkt der 40-jährige Frank Reutlinger als Vizedirektor des Grand Hotels und F&B Direktor. Er folgt auf Marcel Zaugg, der nach fünf Jahren eine neue Herausforderung annimmt. Reutlinger war zehn Jahre lang als Vizedirektor des Fünf-Sterne-Hotels Palace Luzern tätig und für die F&B-Abteilung verantwortlich. Seine Karriere startete er mit der Koch-Ausbildung im Hotel zum Storchen in Zürich. Stationen seiner Laufbahn sind: Assistant F&B Manager im Hotel Des Balances Luzern und Direktor des 3-Sterne-Hotels Sonnwendhof in Engelberg. br

Jubilar
Urs K. Roth

zvg

Der Director of Operations im Hilton Basel, Urs K. Roth, blickt auf vierzig Dienstjahre bei Hilton zurück. Mit diesem Jubiläum tritt Roth nun auf Ende April in den Ruhestand. Seine berufliche Laufbahn bei Hilton startete er 1969 in Berlin. Danach folgten Stationen in Düsseldorf und Zürich. Seit 35 Jahren ist Urs K. Roth im Hilton Basel tätig: Zuerst als Front Office und danach als Rooms Division Manager. In den letzten Jahren hatte er das Amt des Stellvertretenden Direktors inne. Wer die Nachfolge von Roth antreten wird, ist noch nicht bestimmt. br

REKLAME

Golf. Gast. Die Qualität des Golfplatzes ist für die Golfgäste wichtig. Und diese Gäste mögen Abwechslung: Das heisst, sie wollen in ihren Ferien auf verschiedenen Plätzen spielen.

Golfer lieben Abwechslung

Golfer lieben Qualität, sind trotzdem preissensibel und wählen die Destination nach dem Klima aus. Nicht einfach ist es, den Golfer als Hotelgast zu gewinnen.

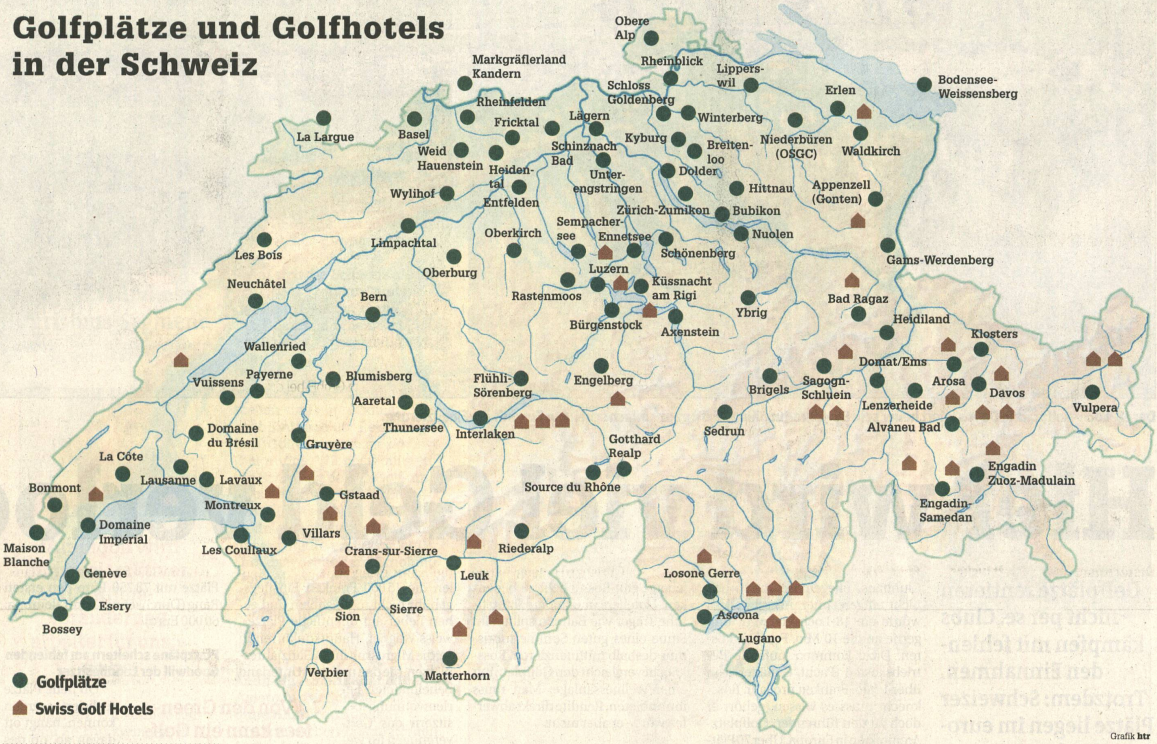
GUDRUN SCHLENCZEK

Wer touristisch auf Golf setzt, setzt auf einen Zukunftsmarkt. In den letzten 20 Jahren hat sich die Zahl der Golfer aus Europa, dem Mittleren Osten und Afrika ungefähr verdoppelt. Und die Gemeinschaft der Golfer wächst weiter. Gemäss einer Umfrage des Beratungsunternehmens KPMG im 2008 erwarten 82 Prozent der Tour-Operators ein stetiges Wachstum des heute 6,5 Milliarden Euro schweren Marktes. Davon wird jeder zweite Euro in West-Europa ausgegeben.

zvg

Golfen in Arosa.

Golfplätze und Golfhotels in der Schweiz



Grafik **htr**

Fakten Die meisten Golfgäste kommen im August

Golfcommunity. Rund 1 Prozent der Einwohner in Österreich, Deutschland und der Schweiz spielen Golf. Mit über einer halben Million Golf-Clubmitgliedern gehört Deutschland zu den starken Golfnationen, ähnlich viele zählt Schweden, 300 000 die Niederlande, 1,2 Mio. Grossbritannien (KPMG, 2008).

Golftourismus. Die Swiss Golf Hotels haben zwischen 2003 und 2008 die Zahl der Logiernächte um 13,9 Prozent gesteigert. Im gleichen Zeitraum legte die Schweizer Hotellerie um 16,4 Prozent zu, so Schweiz Tourismus. Haupherkunftsmärkte sind Schweiz, Deutschland und Italien (2003), höchste Gästefrequenz ist im August, gefolgt von Juli und September. Schweiz Tourismus visiert vor allem die 35- bis 70-Jährigen an. gsg

Das Klima ist für den Golfer Kriterium Nummer eins

Besonders gefragt würden laut den Tour-Operators in den nächsten Jahren die südlichen Länder. Grund ist das Klima, das für Golfspieler bei der Wahl des Urlaubsortes gemäss KPMG-Studie an erster Stelle steht. Trotzdem hat der Schweizer Golftourismus, so Kurt Rossknecht von der Rossknecht Golfplan GmbH, gute Karten: «Die Golfplätze in der Schweiz sind landschaftlich sehr reizvoll, von hoher Qualität und die Hotellerie sehr gut.» Immerhin steht die Qualität des Golfplatzes für den Spieler gleich an zweiter Stelle. Auch dem Klima kann Rossknecht Gutes abgewinnen: «Golfer mögen nicht zu heisse Temperaturen und brauchen nicht immer strahlenden Sonnenschein.» Knackpunkt ist für die vielen höher gelegenen alpinen Golfplätze eher die Kürze der Saison. «Wenn der Golfer im Mai darauf brennt, das erste Mal auf den Platz zu gehen, sind unsere Golfplätze noch gar nicht offen», verdeutlicht Roger A. Fischer, Direktor von Lenzerheide Tourismus.

Für eine Golf-Destination braucht's mehr als einen Platz

Golfer lieben Abwechslung, zeigt die KPMG-Untersuchung: Während eines einwöchigen Golf-Urlaubs werden vier bis sechs Runden auf drei bis fünf Golfplätzen gespielt. Obwohl die Schweiz heute mit 94 Plätzen ein fast flächendeckendes Golfplatz-Angebot offeriert, sei der Golftourismus noch nicht dort wo er sein könnte, schätzt deshalb Kurt Rossknecht. Wenn man sich wirklich als Golf-Destination positionieren wolle, braucht es mehrere Plätze in näherer Umgebung, Im Vergleich zu Grossbritannien, Skandinavien oder den USA stehen die drei deutschsprachigen Länder erst am Anfang. «Jeder grössere Skiort oder Bäderort sollte auch einen Golfplatz bieten. Der Golfplatz wird Standard werden, wie die Wellnessanlage im Hotel.»

Lenzerheide hat bereits neben dem eigenen zusätzliche Plätze im Umkreis von einer halben Stunde Fahrzeit zu bieten. Trotzdem hat für Fischer das Golfspiel keinen Platz in der Marketingstrategie. 2008 wurden in den fünf Hotels, die Golf-Arrangements verkauften, mit diesen nur 800 Logiernächte generiert. Das entspricht zwar einer 25-prozentigen Steigerung zum Vorjahr, «aber auf sehr tiefem Niveau». Für Fischer ist klar: «Es ist ein Trugschluss, den Sommer mit Golftouristen auslasten zu wollen.»

> **«Golfspieler sind gute Kunden für Gastronomie und Gewerbe.»**
> **Roger A. Fischer**
> Direktor von Lenzerheide Tourismus

Nur 20 Prozent der Gäste, vor allem aus der Schweiz und aus Deutschland, kommen zwischen Juni und Mitte September ins Arabella Sheraton Hotel Waldhuus in Davos Platz, das sozusagen mitten in der Davoser Golfanlage liegt. «Das ist noch ausbaufähig», gibt sich Geschäftsführerin Dagmar Weber optimistisch. Erst 10 bis 15 Prozent der Gäste auf dem Davoser Golfplatz sind Hotelgäste, der Rest sind Tagestouristen oder Ferienwohnungsbesitzer.

Mit Übernachtungspauschalen sowie einem Spielpass, der fünf Greenfees zu ermässigtem Preis offeriert, versucht die Vermarktungsorganisation Golf Graubünden seit 2006 mehr Gäste auf die Bündner Plätze zu locken. Seit einem Jahr arbeitet man zudem mit Graubünden Ferien zusammen.

«Der Golfer wirft nicht mit dem Geld um sich»

Wie schwierig es ist, neue Golf-Gäste zu gewinnen, musste Walter Gaberthüel vom 4-Sterne-Golf-&Sporthotel Hof Maran in Arosa erfahren. Seit 13 Jahren bewirbt er eine Senioren-Golf-Woche im Juni, mehr als zehn Gäste zählt er nie pro Jahr. Seit drei Jahren schaltet er nun in internationalen Golfzeitungen Inserate für sein Hotel. «Seit letztem Sommer trägt das Früchte.» Immerhin: Ein Drittel seiner Gäste kämen im Sommer zum Golfspielen, zunehmend aus Belgien und Holland.

Dass Golfer ausgabefreudig sind, stimmt nur bedingt. Die KPMG-Studie stuft sie als preissensitiv ein: Der Preis der Golf-Packages steht für Golfspieler an dritter Stelle. «Der Golfer wirft nicht mit dem Geld um sich», beobachtet Weber vom Waldhuus. Gemäss der Studie geben Golfer in ihren Ferien je nach Länge des Aufenthalts zwischen 150 und 250 Euro pro Tag aus – bei längeren Aufenthalten mehr als bei kürzeren.

Auf die Übernachtung entfällt dabei ein Fünftel der Ausgaben, fast genauso viel auf die Gastronomie. Das bestätigt Fischer von der Lenzerheide: «Golfer sind gute Kunden für Gastronomie und Gewerbe.»

ANZEIGE

htr hotelrevue
Nr. 18 / 30. April 2009

Golf. Plätze. Die Investitionen für einen Golfplatz sind hoch. Die Rentabilität nicht unbedingt. Im internationalen Ranking stehen die Schweizer Golfplätze aber punkto Ertrag an der Spitze.

zvg

Der 18-Loch-Golfplatz in Davos feiert heuer sein 80-Jahre-Jubiläum. Nicht ganz einfach scheint in Zukunft die Finanzierung.

Hier wird viel Geld verlocht

Golfplätze rentieren nicht per se. Clubs kämpfen mit fehlenden Einnahmen. Trotzdem: Schweizer Plätze liegen im europäischen Umsatz-Ranking ganz vorne.

GUDRUN SCHLENCZEK

Bevor der erste Ball geschlagen werden kann, muss erst mal Geld in die Hand genommen werden, und zwar nicht zu knapp. 200 000 bis 300 000 Franken koste ein Golfloch, rechnet Kurt Rossknecht von der gleichnamigen Golfplanfirma in Lindau am Bodensee vor. Da ist die zugehörige Infrastruktur, wie Restaurant und Clubhaus, Pflegemaschinen noch nicht eingerechnet. Alles in allem würde ein 18-Loch-Platz gut und gerne an die 10 Mio. Franken kosten. Dazu kommen laufende Betriebskosten (Pacht, Gehälter) von über 1 Mio. Franken pro Jahr. Rossknecht muss es wissen, gehört er doch zu den führenden Golfplatz-Architekten in Europa. Über 70 Plätze hat er bereits geplant, Samih Sawiris hat ihn für jenen in seinem Ressort in Andermatt verpflichtet.

Die Investitionskosten refinanziert ein klassischer Clubplatz über die Eintrittsgebühr der Mitglieder, die für die Deckung der laufenden Kosten mit Jahresgebühren zusätzlich zur Kasse gebeten werden. Soll ein Golfplatz aber als Tourismusmagnet wirken, darf er nicht zu stark vom Clubgeschehen dominiert werden und muss sich anderweitig die finanziellen Mittel besorgen. «Allein von den Greenfees kann ein 5-Monate-Betrieb in einem alpinen Tourismusort nicht leben», gibt Rossknecht zu bedenken. Hoteliers und andere touristische Träger wie Bahnen sollten im Sinne eines guten Sommertourismus deshalb mitfinanzieren. Rossknecht vergleicht den Golfplatz mit einer Wellnessanlage: Man muss ihn anbieten, Rendite direkt abwerfen würde er aber nicht.

Die Jungen wandern auf öffentliche Grossanlagen ab

Wie schwierig es ist, einen Golfplatz wirtschaftlich zu führen, davon weiss der Präsident des Golfplatzes in Davos, Patrik Wagner, ein Liedchen zu singen. Die Hälfte des Umsatzes von jährlich 1,4 Mio. Franken generiert der während fünf Monaten geöffnete Betrieb dank Mitgliedern, die andere Hälfte mit Gästen. Das Gäste-Standbein muss dabei noch kräftiger werden. Denn die Mitglieder des seit 80 Jahren bestehenden Golfplatzes sind überaltert, junge Clubmitglieder nur schwer zu finden. «Die Jungen wollen die 15 000 Franken Einstiegsgebühr nicht mehr zahlen und gehen lieber auf öffentliche Plätze», weiss Wagner. Hauptkonkurrentin sei die Migros mit ihren Ganzjahresplätzen, die den meist im Unterland beheimateten Ferienwohnungsbesitzern das Golfvergnügen für weniger Geld ermöglicht. «Die Ausfälle von Mitgliedern müssen wir mit Gästen ersetzen.»

> «Von den Greenfees kann ein Golfplatz in einem alpinen Tourismusort nicht leben.»
>
> **Kurt Rossknecht**
> Rossknecht Golfplan GmbH Lindau

Im internationalen Vergleich stehen die Schweizer Golfplätze punkto Ertrag jedoch glänzend da: Mit durchschnittlich 1,36 Mio Euro Umsatz pro 18-Loch-Platz steht die Schweiz an der Spitze des Ertrags-Rankings, vor Deutschland und Österreich. Das Mittel in Zentraleuropa liegt bei 1,15 Mio. Euro (KPMG Advisory Ltd. 2008). Auch beim Ertrag pro Loch belegen Schweizer Plätze mit 78 750 Euro den ersten Rang (Durchschnitt Zentraleuropa: 60 000 Euro).

Platzpläne scheitern am fehlenden Goodwill der Landbesitzer

Ob neue Plätze realisiert werden können, hängt oft davon ab, ob das Land für das Vorhaben zur Verfügung steht. Beispiel Adelboden: Felix Hari, Gemeindepräsident und Präsident der Interessengemeinschaft Golf Adelboden, weibelt seit knapp vier Jahren für eine 9-Loch-Anlage auf der gegenüberliegenden Seite des Dorfes. 25 Hektaren bräuchte es dafür, 30 Landeigentümer muss die IG für eine Umnutzung gewinnen. «Zurzeit sehe ich eher wenig Chancen.»

Sein Projekt im Moment auf Eis gelegt hat auch Grossrat Hans-Jörg Pfister: Für den angedachten öffentlichen 9-Loch-Golfplatz in Zweisimmen hätte man den Sportflughafen umnutzen wollen, doch der Widerstand sei erheblich. Im Gegensatz zum Gstaader Platz könnte dieser aufgrund der tieferen Lage nämlich 8 Monate lang betrieben werden.

Ebenfalls bis auf Weiteres in der Schublade schlummert der projektierte Golfplatz in Obersaxen: Man wolle erst mal abwarten, wie sich die Nachfrage in Sagogn und Brigels entwickle. Und John C. Storjohann, Generalsekretär des Schweizer Golfverbands, schätzt, dass die Golfplatzexpansion grundsätzlich abflacht und die Bedeutung der Rentabilität steigt.

Doch allen Unkenrufen zum Trotz scheint es auch weiterhin Golf-Projekte zu geben: Rossknecht liegen immerhin Planungsanfragen für vier Grossplätze in der Schweiz vor. Wo diese liegen, will er jedoch noch nicht verraten.

«Schweizer Gebühren sind die höchsten»

«Golf Benchmark Survey» bietet jährlich einen Überblick über die Entwicklung von Golfplätzen an. Andrea Sartori, Partner bei KPMG Advisory, über Investments, Profitabilität und den Sonderfall Schweiz.

ANDREAS GÜNTERT

Andrea Sartori, für den «Golf Benchmark Survey» tragen Sie Schlüsseldaten von knapp 1500 Golfplätzen in 48 Ländern zusammen. Was fällt Ihnen in der Schweiz auf?
Zwei Dinge sind in der Schweiz sehr speziell: Die Aufnahmegebühren in den Golfclubs sind in der Schweiz mit Abstand am höchsten. Mit durchschnittlich 7231 Euro liegen sie weit über dem zentraleuropäischen Schnitt von 3473 Euro. Die durchschnittliche Schweizer Aufnahmegebühr liegt auch über 4000 Euro über dem Mittel in deutschen oder österreichischen Clubs. Ich denke, dass dies mit den hohen Land- und Entwicklungskosten in der Schweiz zusammenhängt.

Worin unterscheidet sich die Schweizer Golfszene noch?
Das Klima ist ein wichtiger Parameter für die Ökonomie eines Golfplatzes. Die Schlüsselgrösse hier ist die Anzahl «playable days», also an wie vielen Tagen jährlich ein Golfplatz überhaupt bespielbar ist. Das zentraleuropäische Mittel liegt bei 300 Tagen, in der Schweiz sind es 235. Deutschland kommt auf 315 Tage, das mit der Schweiz vergleichbare Alpenland Österreich auf ungefähr 235 Tage. Investoren sollten nie den Einfluss des Klimas auf den Betrieb eines Golfplatzes unterschätzen. Sie müssen das Klima quasi in den Businessplan einbauen.

Was heisst das für ein Golfplatz-Investment?
Ein «Stand-alone»-Golfplatz, also eine Anlage ohne Hotel oder Apartments, lässt sich in Ländern mit unter 250 spielbaren Tagen nur schwerlich lohnend betreiben. Es sei denn, das betreffende Stück Land lässt sich für wirklich nichts anderes als einen Golfplatz nutzen und der Besitzer bringt selber so viel Golf-Leidenschaft auf, dass es ihn über die mangelnde Rendite hinwegtröstet.

Im Mittleren Osten, in Europa und Afrika analysiert Andrea Sartori Golfplätze.

Wie lange dauert es, bis ein Golfplatz-Investor einen Return erwarten kann?
Das lässt sich unmöglich generell sagen. Man muss auch wissen, dass nur 56 Prozent der von uns untersuchten Golfplätze in Zentraleuropa auf Profit ausgerichtete Unternehmen sind. Die restlichen 44 Prozent sind nicht auf Gewinn ausgerichtet. Ob und wann ein Profit zu erzielen ist, richtet sich nach vielen unterschiedlichen Gegebenheiten, wie Lage, Landkosten oder Gebühren – und nach dem Klima: In Südspanien etwa, wo man von 360 spielbaren Tagen ausgehen kann, sieht die Rechnung anders aus als in der Schweiz.

Wie rentabel sind die von Ihnen untersuchten Golfplätze?
In Zentraleuropa sehen wir, dass die durchschnittliche 18-Loch-Anlage einen Bruttogewinn von rund 14 Prozent erwirtschaftet. Top-Performer bringen eine Bruttogewinnmarge von 25 bis 30 Prozent; im Mittleren Osten kann sie sogar bei 45 Prozent liegen. In einer integrierten Anlage mit Hotel und Eigentumswohnungen kann dem Golfplatz eine besondere Rolle zufallen: Er kann als «schöner Garten» wirken, der hilft, die Preise der Residenzen rund um den Platz hochzutreiben. In einer optimal angelegten Anlage an einem guten Standort kann dieser Premium 20 bis 25 Prozent ausmachen.

Worauf sollte ein Golfplatz-Investor achten?
Auf drei Dinge: Erstens die Landpreise und Entwicklungskosten. Zweitens muss ein hohes Verständnis für den Markt und speziell für die Konkurrenzsituation erarbeitet werden. Drittens muss sichergestellt sein, dass das Konzept auf seine Markttauglichkeit geprüft worden ist.

Golf. Swiss Golf Hotels. Der Direktor oder ein Kadermitglied eines Hotels, das zur Golf- Hotelkooperation stossen will, muss Golf spielen können. Dafür profitiert er von einer effizienten Vermarktungsplattform.

«Golfer sind eine exklusive Zielgruppe»

Swiss Golf positioniert die Schweiz als Golf- und Reiseland. Karin Vesti sieht ein deutlich wachsendes Interesse für dieses Tourismus-Segment.

ELSBETH HOBMEIER

«Alpingolf wird immer attraktiver, die Klimaveränderung arbeitet für uns.»
Karin Vesti
Head of Swiss Golf

Karin Vesti, 39 Hotels sind heute Mitglied bei Swiss-Golf. Ist das viel oder wenig?
Es entspricht der Landesgrösse und ist somit gut. Ein Potenzial von fünf weiteren Häusern wäre da. Aber wir haben die Hürde der Aufnahmebedingungen erhöht und verlangen etwa, dass der Direktor oder ein Kadermitglied selber Golf spielt und so auch ein persönliches Netzwerk aufbauen kann.

Was muss ein Swiss-Golf-Hotel, was muss ein Hotelier leisten? Und was bekommt er?
Er profitiert von Swiss Golf als international tätiger Medien- und Kommunikationsagentur. Für seinen Beitrag als Einzelmitglied oder als Regionspartner erhält er zudem: Zwei Seiten im Guide mit 130 000 Auflage, die Teilnahme an Turnieren, Messen und Kongressen. Und den Auftritt auf der Website, die eben neu überarbeitet wird.

Kann ein Haus sich Golfhotel nennen, ohne Mitglied zu sein?
Das ist gesetzlich nicht geregelt, jeder kann sich ja auch Skihotel nennen. Wir können keinen zum Beitritt zwingen.

Sie geben einen Guide heraus und betreiben ein Web-Portal. Was bringt mehr?
Der Guide ist seit 12 Jahren erfolgreich am Markt. Genaue Zahlen fehlen, aber wir schätzen eine halbe Million Kontakte. Mit dem Web erreicht man klar mehr Leute, vor allem im Ausland. 2008 waren es 3,2 Millionen Seitenklicks.

Die grösste Dichte in Graubünden, die weissen Flecken in der Romandie. Warum?
Das möchten wir ändern, wir sind sogar schon dran. Einige Hotels werden zurzeit renoviert, das Interesse für das Segment wächst deutlich. Auch bei unserem Partner Wallis Tourismus. Und in der Waadt und Genf ist ebenfalls Bewegung da.

Kann sich die Schweiz als touristisches Premiumland für golfende Gäste verkaufen?
Der Golfmarkt scheint weitgehend resistent gegen die Wirtschaftskrise. Es ist ein grosses Potenzial da, speziell im Premiummarkt Deutschland. Festzustellen sind nur maximal 3 Prozent Einbruch der Reisetätigkeit. Golfer sind eine exklusive Zielgruppe. Wir positionieren die Schweiz aber als Golf- **und** Reisedestination. Weitergereiste Gäste wollen nicht nur Golfplätze sehen, sondern auch unsere Städte und Hotspots. Und dazwischen zur Erholung Golf spielen. Seit wir via Tour-Operators auch Rundreisen anbieten und zu Pressetrips einladen, kommen Anfragen aus der ganzen Welt.

Kann ein Amerikaner oder Asiate in der Schweiz auch ohne Handicap spielen?
In touristischen Destinationen ja. Die Golfclub-Manager sehen auf den ersten Blick, ob jemand Golf spielen kann. Das Problem liegt eher in städtischen Gebieten wie Zürich, die sich nicht klar outen und damit die Kunden verärgern. In Workshops zeigen wir Hotels den Weg zu marktkonformen Angeboten. Jeder Markt will was anderes.

Gibt's «schwierige» Nationen?
Inder sind speziell anspruchsvoll, sie wollen Carts und Caddies, auch in der Schweiz. Wir haben solche Angebote schon extra für indische Gruppen organisiert, samt Catering.

Zur Person Die Botschafterin des Schweizer Golfs

Karin Vesti leitet den Bereich Swiss Golf, welcher im Unternehmen Zindel Golf GmbH mit Sitz in Maienfeld angeschlossen ist. Sie akquiriert und berät die zurzeit 39 Swiss Golf Hotels, gibt den Guide Swiss Golf heraus und betreut die Website www.swiss-golf.ch, wo Golfpackages und Rundtouren durch die Schweiz gebucht werden können. Zindel Golf GmbH organisiert zudem die jährliche Golfmesse in Zürich. eho

ZVG

Karin Vesti, Head of Swiss Golf, holt aus: Sie vermarktet die Schweiz international als Golfland.

Sind Golfer gute Gäste und geben viel Geld aus?
4,8 mal so viel wie Normalgäste. Sie sind aber auch anspruchsvoller punkto Essen, Platz, Betreuung und Know-how im Golfhotel. Und sie werden gern verwöhnt – auch Leute, die für 20 000 Franken reisen, schätzen Gratisbälle und Goodies.

Ist Alpingolf attraktiv in Konkurrenz zu Meer und Sonne?
Immer attraktiver – dank der Klimaveränderung. Die arbeitet für uns. Der Trend heisst zurück zur Natur. Eine Golfrunde in voller Frühlingsblüte oder auf einer Alpwiese ist ein wahrer Traum, das sticht jedes heisse Land aus.

Und wie steht das Preis-Leistungs-Verhältnis im Vergleich mit dem Ausland?
Die Schweiz liegt gut im europäischen Mittelfeld, die Greenfees sind eher tief. Und im Sommer sind viele Hotels preisgünstiger als im Winter. Wichtig ist die Erkenntis der Gäste: Die Schweiz ist ihren Preis wert.

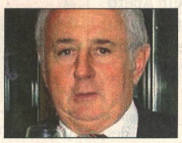
Spielerisches Networking

Jetzt bricht die hohe Zeit der Golftrophys an: Firmen und Hotels laden ihre besten Kunden zum Golfturnier. Darunter sind viele Hoteliers und Köche.

ELSBETH HOBMEIER

«Golfen ist eine super Möglichkeit fürs Networking», sagt Ludwig Turkavka. Deshalb lädt der Inhaber der Schmid Annoncen AG jedes Jahr einmal die golfenden Spitzenköche und Restaurantbesitzer ein– alle jene, die im Gault-Millau-Guide Schweiz drin sind. «Das ganze Jahr durch sind sie zwischen den Buchdeckeln vereint, bei unserem Gault-Millau-Golfturnier treffen sie sich persönlich», sagt Turkavka. Der Anlass, den sich Schmid Annoncen und Gault-Millau etwas kosten lassen, findet heuer bereits zum 11. Mal statt, dieses Mal in Engelberg. Offeriert werden die Greenfees, es gibt eine edle Zwischenverpflegung, einen Apéro und ein feudales Diner, natürlich in einem GM-bepunkteten Restaurant. Rund 60 Gäste können mitspielen, der Anlass ist äusserst begehrt.

Networking, Kundenbindung und eine gute Plattform zur Präsentation der eigenen Produkte ist auch für die Champagnerfirma Laurent-Perrier der Grund, sich stark bei Golfturnieren zu positionieren. «In der Saison sind wir ein- bis zweimal wöchentlich auf einem Schweizer Golfplatz präsent», sagt Direktor Walter Rohrbach. Zudem lädt Laurent-Perrier seit vielen Jahren zur eigenen Trophy. Diese hiess bis letztes Jahr «Les Bulles de Laurent-Perrier». 2009 schliesst sich Valser Wasser als Presenting Partner an, die gemeinsame Veranstaltung heisst jetzt «Erster Hotellerie & Friends Golf Event» und findet mit rund 120 Gästen am 6. Juli in Davos statt. «Das bringt dem Ort mindestens 100 Übernachtungen», erwähnt Walter Rohrbach die angenehmen Nebenwirkungen.



«Unser Ziel ist die Kundenbindung. Und die Präsentation unserer Champagner.»
Walter Rohrbach
Direktor bei Laurent-Perrier Schweiz

Gastronomen scheinen als Berufsgruppe überdurchschnittlich aktive Golfer zu sein. Denn auch die Prodega, die Gildeköche, die FMBA-Vereinigung und Champagne Taittinger laden zu eigenen Trophys. Der Idee, golfende Communities zu bilden und sie quasi spielerisch untereinander zu vernetzen, findet auch bei Hoteliers immer mehr Zuspruch. Landauf, landab veranstalten sie eigene Turniere. Die Hotels der Tschuggen Group zum Beispiel bieten ihren Gästen und solchen, die es werden wollen, spezielle Golf-Trophy-Arrangements an. Und das Waldhaus Flims hatte 2008 mit der Premiere auf dem neuen Buna-Vista-Platz Sagogn so grossen Erfolg, dass Ende August die 2nd Waldhaus Flims Golf Trophy angesetzt ist.

Die Schweiz war schon früh ein Land für Golfer

Im Engadin spielen die Gäste schon seit 1893 Golf. In Samedan entstand der erste Golfplatz der Schweiz.

Golf ist eine Ballsportart, die auf eine lange Tradition zurückblickt. Lanciert worden war Golf in Schottland. Als ältester Golfclub, der ununterbrochen am gleichen Standort existierte, gilt die 1754 gegründete schottische St. Andrews Society of Golfers, die später in Royal & Ancient Golf Club of St. Andrews unbenannt wurde.

Der erste Golfplatz der Schweiz folgte rund 140 Jahre später im Engadin, in Samedan. Sieben Jahre später, 1900, zog Montreux nach. Dann ging's fast Schlag auf Schlag: Luzern eröffnete seinen Golfplatz im Jahr 1903, Bad Ragaz 1905 und Crans-sur-Sierre 1906. Ein Jahr später lud das Zürcher Grand Hotel Dolder seine Gäste auf den eigenen Golfplatz, 1921 verfügte auch Lausanne über einen. Ein Jahr später konnten die Golfer in Villars Turniere absolvieren. Im Jahr darauf, 1923, folgten dann auch die Plätze in Vulpera, Lugano und Genf.

Vier Schweizer Golfplätze sind also über 100 Jahre alt, sieben liegen zwischen 80 und 100 Jahren und acht zwischen 60 und 80 Jahren. Einige sind im Laufe der Zeit renoviert worden. Inzwischen liessen und lassen sich unzählige Schweizer Destinationen vom Golf-Virus anstecken. ck

ANZEIGE

Valentine
Friteusen Tellerwärmer Teigwarenkocher
Was hält länger ?
www.bertschi-valentine.ch

htr hotelrevue
Nr. 18 / 30. April 2009

Golf. Hotellerie. Golf-Gäste füllen nicht gleich massenweise ein Hotel, dafür aber zumindest eine Nische. Golf lässt sich auch gut mit hochstehender Gastronomie kombinieren. Das zeigt der Erfolg der Parcours Gourmands.

Golf ist noch eine Nische

Auch wenn der Anteil an Golf spielenden Gästen klein ist, lohnt sich die Mitgliedschaft bei den Swiss Golf Hotels. Golf ist eine willkommene Nische.

CHRISTINE KÜNZLER

Im «Waldstätterhof» in Brunnen können die Golfer auch bei schlechtem Wetter spielen: Seit letztem Jahr ist im 5-Sterne-Haus eine Indoor-Golfsimulatoranlage installiert, an der virtuell Abschläge auf der Driving-Range geübt und auf den 20 schönsten Golfplätzen der Welt trainiert werden kann. Zwei Packages hat Direktor Aloys von Reding für Golf-Gäste kreiert. Je nach Golfplatz kostet die Übernachtung im Doppelzimmer 243 oder 263 Franken, die neue Luzerner Golf-Card inklusive.

Erst seit letztem Jahr ist Golf ein Thema im «Waldstätterhof». «Noch ist Golf für uns eine Nische. Wir werden Aufbauarbeit leisten», sagt von Reding. 250 Logiernächte möchte er dieses Jahr mit den zwei Golf-Packages generieren. «Mittelfristig sollen es 1000 sein.» Golfgäste, sagt er, seien selbstständig und mobil. «Wichtig ist, dass wir für sie die Abschlagszeiten reservieren.»

Auch das Designhotel Cube in Savognin ist ein Neuling unter den Swiss Golf Hotels: Das letztjährige Golfpackage hat kein Gast gebucht. «Trotzdem hatten wir Golfer unter unseren Gästen», so die Sales-Verantwortliche Simone Edlinger. Sie hofft, vom diesjährigen Package «mindestens zehn verkaufen zu können». Golf sei auch für ihr junges Gästesegment interessant. Ein Nischenprodukt werde es für das Hotel aber trotzdem bleiben. «Mit unserem Angebot wollen wir Golf vom elitären Image wegholen», sagt sie «und zeigen, dass Golf auch ein Breitensport sein kann.» Vom 20. bis 28. Juni lanciert Savognin Tourismus eine Golfwoche. Da ist auch der «Cube» mit von der Partie.

Thomas Steiner/zvg

Üben in der Driving-Range im Park des Hotel Delta in Ascona.

Skifahrer statt Golfer, Hauptsache es kommen Gäste

Für das 4-Sterne-Haus Golfhotel les Hauts de Gstaad & Spa in Saanenmöser machen Golfgäste lediglich 1 bis 2 Prozent der Klientel aus. Mehr Golfgäste zu generieren sei schwierig, sagt Andrea Sprenger, Mitglied der Geschäftsleitung. «Wir haben mehrere Golfhotels in der Region. Dadurch wird der Kuchen nicht grösser.» Zudem sei Gstaad keine Golfdestination: «Unser alpiner Golfplatz ist eine Herausforderung für die Golfer.» Im Sommer sind die Golfer jedoch ein willkommenes Segment, das die Hotelbesitzer pflegen wollen.

Ebenfalls «eher enttäuschend» ist die Anzahl der Gäste, die im Zermatter 4-Sterne-Superior-Hotel Alpenhof ein Golf-Packages buchen, bilanziert die Hotelbesitzerin Annelies Julen. Wie viele Golfarrangements sie jährlich verkauft und wie hoch der Anteil an Golf spielenden Hotelgästen ist, kann oder will sie nicht sagen. «Als der Golfplatz vor rund fünf Jahren eröffnet wurde, organisierten wir Turniere, die wir bei unseren Stammgästen propagierten.» Das Echo darauf sei klein gewesen, ihre Erwartungen nicht erfüllt worden. Trotzdem: Die Mitgliedschaft bei den Swiss Golf Hotels möchte sie nicht missen. «Die bringt uns sehr viel», hält Annelies Julen fest. «Wir sehen sie als Ganzes, denn sie beschert uns viele Gäste im Winter.» Die Werbeplattformen und das Networking, das sich durch diese Marketingkooperation ergebe, sei «einfach genial und der Mitgliederbeitrag keineswegs verlorenes Geld.»

Im «Delta» spielen rund 20 Prozent der Hotelgäste Golf

Im 5-Sterne-Hotel Delta in Ascona sind die Golfer ein wichtiges Segment: rund 20 Prozent der Gäste buchen ein Golf-Package oder spielen während ihres Aufenthalts Golf. «Unser Ziel ist, den Anteil mittelfristig auf 30 Prozent zu steigern», sagt die Marketingverantwortliche Liane Fabbro. Für das Hotel sind Golfer ein lukratives Segment, nicht dass sie mehr Geld ausgeben als andere Gäste, sondern weil das Clubrestaurant des Golfplatzes Losone zum Hotel gehört. Wichtig, sagt Liane Fabbro, sei es, den Golfern eine Greenfee-Ermässigung anbieten zu können. «Das ist die meistgestellte Frage, wenn sich Gäste bei uns über Golf informieren.» Das «Delta», das über eine Driving Range im Hotelpark verfügt, hat sich auf Golf für alle Generationen spezialisiert. «Für Familien sind wir hier in Ascona das geeignetste Golfhotel.»

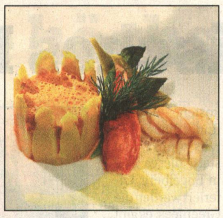
ANZEIGE

Nach dem Turnier ab in das Spitzenrestaurant

Mit Punkten und Sternen dekorierte Spitzenköche laden Golfer zu neun Parcours Gourmands: nach dem Spiel gibt es ein Apéro und ein Nachtessen im Gault-Millau-Restaurant.

CHRISTINE KÜNZLER

Dieses Jahr zum ersten Mal organisiert die Association Suisse des Golfeurs indépendants ASGI neun Parcours Gourmands: 12 Spitzenköche kochen im Rahmen einer Kooperation mit Golf-Clubs ein Gourmetmenü für Golfer. Sechs der Spitzenköche laden nach dem Turnier, um 18.45 Uhr, zum Apéro in ihr Restaurant. Ab 19.30 Uhr wird das Nachtessen serviert. Der 19-Punkte- und 2-Sterne-Küchenchef Philippe Chevrier beginnt den Parcours am 13. Mai: Er kocht für Golfer aus dem Club de Bonmont in Chéserex. Reto Lampart (17 Punkte, 2 Sterne) kooperiert mit dem Golfclub Heidental in Stüsslingen, Georges Wenger (18 Punkte, 2 Sterne) mit dem Golf-Club Les Bois im Jura. Dies infolge der grossen Nachfrage gleich an zwei Tagen. Philippe Rochat (19 Punkte, 3 Sterne) lädt die Golfer des Golf Club de Lausanne in sein Restaurant in Crissier, André Jaeger (19 Punkte, 1 Stern) arbeitet mit dem Golf Club Kyburg in Kemptthal zusammen und Werner Bürgi (17 Punkte) mit dem Golf Club Ybrig in Studen.



Leckeres von Georges Wenger.

Ein etwas anderes Konzept wird im Wallis umgesetzt: die sechs Spitzenköche Philippe Rochat, Philippe Chevrier, Didier de Courten, Franck Reynaud, Laurent Ompfalius und Roland Pierroz überraschen im Golf Club Leuk in Susten die Golfer nach jedem dritten Loch mit kulinarischen Leckerbissen. Auch dieser Parcours wird an zwei Tagen durchgeführt, weil das Interesse sehr gross ist.

Georges Wenger kocht schon seit vier Jahren für die Golfer in Les Bois, die sechs Spitzenköche im Wallis seit zwei Jahren. «Weil der Erfolg so gross war, haben wir dieses Jahr den Parcours Gourmand ausgebaut», sagt Alexander Brüllhart, Executive Manager der ASGI. Der Erfolg ist auch in diesem Jahr garantiert, sind doch die Turniere mit Rochat, Wenger und die beiden Walliser Parcours schon ausgebucht. «Teilweise schon seit Januar», so Brüllhart. Auch in den übrigen Turnieren bleiben nur noch wenig Plätze. Die kulinarischen Golfanlässe kosten zwischen 300 und 380 Franken pro Person. Die Buchungen laufen über ASGI in Cressier. Lanciert hat die Zusammenarbeit mit den Spitzenköchen Pascal Germanier, der Generalsekretär der ASGI – und zwar auf Grund einer Begegnung mit Georges Wenger.

Golf. Handicap. Will der Hotelgast Golf spielen, braucht er ein Handicap. Ohne Platzreife läuft in der Schweiz nichts. Es sei denn, der Gast bucht einen Golflehrer und geht mit ihm auf den Platz.

Swiss-Image

Spiel vor atemberaubender Bergkulisse auf dem ältesten Golfplatz der Schweiz, auf dem Golfplatz Samedan.

Touristen in Golfclubs

Die Golfplätze in der Schweiz haben touristisches Potenzial. Doch wie kulant sind die Schweizer Golfclubs gegenüber Hotelgästen?

SIMONE LEITNER

Die Geschäftsphilosophie der Schweizer Golfclubs ist sehr verschieden: Aufnahmeprozedere und -gebühren, Mitgliedschaften, Spielrechte – all diese Punkte werden unterschiedlich gehandhabt. Doch in einem Punkt sind sich die Golfplatzmanager in der Schweiz einig: Ohne Platzreife oder Handicap soll niemand spielen, auch kein Tourist: «Das geht wirklich nicht», sagt Jean Pierre Murith vom Golfclub Matterhorn. «Jemand, der keine Ahnung vom Spiel hat, macht den Platz kaputt.» Das bestätigen auch seine Kollegen. Dennoch gibt es Ausnahmen und Möglichkeiten, dem Gast ein Angebot zu unterbreiten.

Wer einen Golflehrer, einen Pro engagiert, der kann unter Anleitung trotzdem auf dem Platz spielen. «Wie dann im Einzelnen gespielt wird, das entscheidet unser Pro. Wenn nötig schlägt er auch mal für den Anfänger einen Ball ab.»

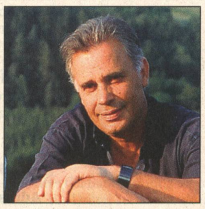
> «In der Hochsaison spielen wir immer auf einem der beiden Golfplätze ein Turnier.»
>
> **Ramun Ratti**
> Golfplatz Samedan

Kulanz wird von den Hoteliers geschätzt und auch erwartet. «Wir sind froh, dass interessierte Hotelgäste im Golf Club Matterhorn willkommen sind», sagt Leni Müller-Julen vom Hotel Cœur des Alpes in Zermatt. «In der Regel sind unsere golfenden Gäste ohnehin Mitglieder in einem Club, und da erübrigt sich die Frage nach der Platzreife», präzisiert sie.

Sehr versiert mit Touristen aus aller Welt ist die Golf Engadin St. Moritz AG. Sie betreibt die beiden Championship-Golfanlagen in Samedan und Zuoz-Madulain. An den beiden Standorten waren bis Ende 2007 – ein Unikum in der Schweiz – drei Golfclubs beheimatet. Anfang Januar 2008 haben sich diese drei Clubs zum Engadin Golf Club zusammengeschlossen. Mit über 1300 Mitgliedern ist dieser nun einer der grössten schweizweit. Der Zusammenschluss gibt auch Touristen neue Perspektiven. «In der Hochsaison beispielsweise spielen wir immer auf einem der beiden Plätze ein Turnier», erklärt Ramun Ratti vom Golfplatz Samedan das System des Clubs. Auch speziell ist, dass auf dem Golfplatz in Samedan 40 Prozent des Umsatzes durch die Greenfee generiert wird. Und auf dem Golfplatz Zuoz-Madulain gar 60 Prozent.

Normalerweise wird ein Golfplatz von Mitgliederbeiträgen finanziert. Vor allem durch die «vielen und guten» Partnerhotels funktioniere das Geschäft mit den Touristen gut. Dass die Golfer auf den Plätzen ein Handicap brauchen, wird in den Hotels so kommuniziert. «Wenn ein Gast bei uns das Golfpackage bucht oder einfach eine Runde Golf buchen möchte, wird er darauf hingewiesen. Neben dem Handicap benötigen wir die Angaben des Heimatclubs, wobei nicht zwischen den Nationen unterschieden wird», sagt Eva Reinecke, Public Relations Manager im Badrutt's Palace Hotel St. Moritz. Sollte aber ein Gast aus dem Ausland seine Karte nicht dabei haben, «sind wir auch grosszügig». Ratti betont aber: «Das sind Ausnahmen.»

Ganz anderes in den USA, in Kanada oder Schweden. Öffentliche Golfplätze stehen einem breiten Publikum zur Verfügung. «Pay and Play», heisst das Motto. Das kennt die Schweiz nicht. Hier haben Privatclubs Tradition und sind fest verankert. Nur die Umsetzung wird individuell gehandhabt. Heute gibt es offene Clubs, auch in Bezug auf Nicht-Mitglieder oder eben Touristen. Elitäre Clubs hingegen konzentrieren sich ausschliesslich auf ihre Members.



Nachgefragt

Alf Geiger

Tätigkeit: Inhaber der Golfakademie und des Landhotel Reiterhof Kleebauer in Altenfelden/Österreich
www.kleebauer.at

1. Alf Geiger, sind Sie Feind oder Freund der Schweizer Golfclubs?
Ich sollte eigentlich Freund sein, denn bei mir lernen viele Schweizer die Freude am Golfspiel. Das ist in der Schweiz fast nicht möglich. Die Schweiz ist das Land mit den höchsten Anforderungen, um auf einem Golfplatz spielen zu dürfen. Das ist doch ein Witz. Unsere Golfakademie konzentriert sich auf das Spiel und nicht auf die Bürokratie.

2. Heisst das, dass Sie das System in der Schweiz unbrauchbar finden?
Es heisst, dass diese hohen Anforderungen viele Leute vom Golfspiel abhalten. Das ist schade und macht keinen Sinn. In Ländern wie USA oder Australien spielt jeder, der will, und niemand fragt nach einer Platzreife oder gar einem Handicap. Da geht es um die Freude am Spiel.

3. Dann sind für Sie Golf-Regeln gar nicht nötig?
Doch, auf jeden Fall sind sie nötig. Bei mir lernen die Anfänger alle Regeln und auch die Technik. Am Lernen kommt niemand vorbei. Aber wie soll jemand Praxis üben, wenn er in der Schweiz erst mit einem Handicap 36 auf den Platz darf? Das sind meine Kritikpunkte. Ich bin überzeugt: Wenn ein Spieler die Regeln gelernt hat und keine anderen Golfer auf dem Platz behindert, dann soll er spielen dürfen. Golf lernt man auf dem Platz, nicht auf der Driving-Range.

4. Werden die Clubs in der Schweiz vor allem durch die Mitglieder finanziert?
Ohne diese horrenden Mitgliederbeiträge wären die elitären Schweizer Golfclubs nicht rentabel. Nur so können sie sich ihre restriktive Haltung gegenüber Nichtmitgliedern leisten. sls

ANZEIGE

Wir gratulieren allen Gewinnern des Media-Wettbewerbs!
Alle Projekte finden Sie unter
www.publicitas.ch/mosse/wettbewerb

DENON · TELEBÄRN · TELE TELL · TELE ZÜRI · TELE M1 · 24 · publicitas Radiotele · tvo · tele news combi · TSO · TeleBasel · publicitas web2com · publicitas Cinecom

publicitas Mosse
Ein Unternehmen der PUBLIGroupe

Neue Bücher

Themenwelten werden immer wichtiger

Thematisierte Freizeit- und Konsumeinrichtungen dienen zunehmend auch als Vorbilder für öffentliche Akteure, zum Beispiel Städte und Tourismusdestinationen. Worauf basiert der Erfolg der thematisierten Erlebnisangebote? Welche Inszenierungstechniken kommen zum Einsatz? Antworten auf diese und weitere Fragen gibt das Studienbuch, die erste deutschsprachige Monographie zu diesem Thema. dst

Albrecht Steinecke: **Themenwelt im Tourismus.** 362 Seiten, Fr. 58.90, ISBN 978-3-486-58558-2

Lehrbuch mit interaktiver CD-ROM

Die neu aufgelegte Publikation baut auf dem Lehrbuch «Gastronomie Grundstufe» auf und enthält die Lernfelder des 2. und 3. Ausbildungsjahres für Restaurantfachleute. Ergänzt wird das Buch durch eine interaktive CD-ROM, deren Inhalte sich auch für den Unterricht mit Beamer oder Whiteboard eignen. Die CD-ROM enthält unter anderem ein alphabetisches Glossar. dst

div. Autoren: **Gastgewerbe Restaurantfachleute Fachstufen 1 und 2,** 464 Seiten, Fr. 60.60, ISBN 978-3-582-40080-2

Eine zweite Probezeit?

BETTINA BALTENSPERGER
RECHTSBERATUNG
HOTELLERIESUISSE

Frage: Ich habe eine Mitarbeiterin mit einem befristeten Vertrag für die laufende Saison angestellt. Sie möchte in der nächsten Saison gerne wiederkommen. Da ich nicht weiss, wie sich aufgrund der angespannten Wirtschaftslage die Auslastung in meinem Betrieb entwickelt, habe ich ihr einen neuen Vertrag angeboten. Dabei will ich aber erneut eine längere Probezeit vereinbaren, damit ich sie allenfalls mit einer kurzen Kündigungsfrist entlassen kann. Dies ist doch kein Problem? **D. T. aus P.**

Antwort: Die Probezeit ist im OR (Art. 335b) und im L-GAV unserer Branche (Art.5) geregelt. Grundsätzlich gilt bei der Vereinbarung einer Probezeit Folgendes:

Die Probezeit muss bei einem befristeten Vertrag **schriftlich** vereinbart werden, da sonst vermutet wird, dass keine Probezeit gelten soll. Dies gerade im Gegensatz zu den unbefristeten Verträgen, bei denen auch ohne schriftliche Vereinbarung nach L-GAV eine Probezeit von 14 Tagen gilt. Schriftlich kann diese verlängert werden. Bei Teilzeitpensen oder bei Arbeit auf Abruf wird die vereinbarte Probezeit nicht proportional verlängert.

Die Probezeit darf **höchstens drei Monate** betragen. Insbesondere bei Kadermitarbeitenden wird diese Höchstdauer gerne ausgeschöpft. Grundsätzlich gelten die drei Monate auch bei befristeten Verträgen, bei denen eine Probezeit vereinbart wurde. Dies hat das Bundesgericht in einem Urteil bestätigt.

Verlängerung: bei Krankheit ja, bei Ferien nein

Die Probezeit **beginnt mit dem tatsächlichen Stellenantritt** und nicht mit dem im Arbeitsvertrag vereinbarten Datum des Stellenantritts. Eine effektive Verkürzung durch Krankheit oder Unfall führt zu einer entsprechenden Verlängerung der Probezeit. Hingegen führen weder Ferien noch Schwangerschaft zu einer Verlängerung.

Die **Dauer der Kündigungsfrist** beträgt nach L-GAV drei Tage, ablaufend auf das Ende eines beliebigen Tages. Damit sind Kalender- und nicht Arbeitstage gemeint. Die Fristen können frei vereinbart werden. Gerade bei einer dreimonatigen Probezeit ist eine Verlängerung beispielsweise auf 14 Tage sicher sinnvoll. Die Kündigung muss dem Vertragspartner spätestens am letzten Tag der Probezeit zur Kenntnis gebracht werden. Sie ist grundsätzlich auch mündlich möglich, aus Beweisgründen wird aber dringend eine schriftliche Kündigung empfohlen.

Wichtig zu wissen ist, dass während der Probezeit die **gesetzlichen Sperrfristen** für eine Kündigung während Krankheit, Unfall, Schwangerschaft etc. nicht gelten. Eine Kündigung allein aufgrund des «Ausfalls» kann aber auch während der Probezeit missbräuchlich sein.

Sinn der Probezeit darf nicht umgangen werden

Die konkrete Frage, ob eine erneute Vereinbarung einer Probezeit zulässig ist, hat die Gerichte wiederholt beschäftigt. Grundsätzlich gilt: wird ein Vertrag beendet und beim gleichen Arbeitgeber ein neuer abgeschlossen, kann keine neue Probezeit vereinbart werden. Der Sinn der Probezeit ist, dass sich die Parteien kennenlernen und die Chancen für ein längerfristiges positives Arbeitsverhältnis abschätzen können. Der Arbeitgeber soll die Qualität der Arbeitsleistung beurteilen können. Gesetz und Gerichte gehen davon aus, dass dies grundsätzlich nach Ablauf einer einzigen Probezeit möglich ist. Im vorliegenden Fall ist also eine erneute Vereinbarung einer Probezeit nicht zulässig.

Nur in seltenen Fällen wurde eine erneute Vereinbarung einer Probezeit akzeptiert, beispielsweise wenn ein Arbeitnehmer eine gänzlich andere Funktion im Betrieb übernimmt. Nicht akzeptiert haben die Gerichte eine neue Probezeit bei einem Arbeitsvertrag, der an einen Lehr- oder Praktikumsvertrag anschliesst, bei einem Betriebsübergang nach Art. 333 OR oder bei einer Betriebsassistentin, die in einem Hotel zur Geschäftsführerin aufstieg.

Haben Sie Fragen?

Adresse: redaktion@htr.ch, Stichwort Ratgeber, oder htr hotel revue, Redaktion Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

Alain D. Boillat

Wird ein Vertrag beendet und beim gleichen Arbeitgeber ein neuer abgeschlossen, kann keine neue Probezeit vereinbart werden.

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

Herausgeber/Editeur hotelleriesuisse Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elsbeth 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/sls, Laurent Missbauer/lm; Gudrun Schlenczek/gsg; Karl Josef Verding/kjv.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo.
Korrektorat: Paul Le Grand.
Volontärin: Barbara Roelli/br
Online Redaktion: Melanie Roth

Verlag Leitung: Barbara König; Assistentin: Delia Piscopo.
Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss.
Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger.
Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage: WEMF-beglaubigt 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: inserate@htr.ch
Internet: www.htr.ch
Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

ANZEIGE

Input, das neue «Expertenforum des Beraternetzwerks» für die Schweizer Hotellerie

Expertenforum des Beraternetzwerks

26. Mai 2009 / Hotel Krone Unterstrass, Zürich
8. September 2009 / Hotel Holiday Inn, Bern-Westside
23. November 2009 / Hotel Ramada Plaza, Basel

Input 1/2009 Die Wirtschaftskrise und ihre Auswirkungen auf die Hotellerie
Input 2/2009 Wirksames Zielgruppen-Marketing
Input 3/2009 Zimmerumbau und die Bedeutung der Inneneinrichtung für den Gast

Detailprogramm und Anmeldeformular anfordern unter: www.hotelleriesuisse.ch Rubrik «Beraternetzwerk»
Kontaktperson: Marionna Schnidrig, Telefon 031 370 43 14 oder beratung@hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

dolce vita

htr hotelrevue Nr. 18 / 30. April 2009

Wiener Kaffeehäuser
Der kleine Schwarze wird nicht vom Espresso abgelöst, meinen die Wiener Cafetiers.
Seite 15

Bilder Ingrid Schindler

Der Geschmack des Spargels wird vom Boden beeinflusst: Er variiert von mild bis nussig. Die Erntezeit dauert bis zum Johannistag, dem 24. Juni.

Weisser Spargel mit Bodenheizung

Weisser Spargel aus dem St. Galler Rheintal ist in der Gastronomie sehr begehrt. Dank Bodenheizung ziehen die Spargelbauern ihre Ernte um vier Wochen vor.

INGRID SCHINDLER

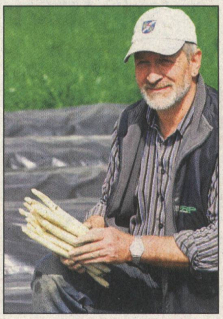
Zur Zeit kostet ein Kilo weisser Spargel aus Spanien bei den Schweizer Grossverteilern rund neun Franken. Bei Stefan Britschgi in Diepoldsau SG kostet weisser Spargel der Klasse I in mittlerer Sortierung von 18 bis 22 cm Länge – was in etwa Supermarktspargeln entspricht – die ganze Saison hindurch 18 Franken das Kilo. Wer sie hier kauft, hat tagesfrische Freilandspargeln direkt ab Feld, und das mit viel besserer Ökobilanz als Flugware aus Spanien, Peru, Kalifornien oder Mexiko.

Stefan Britschgi produziert grünen und weissen Spargel, Spinat, Erdbeeren, Buschbohnen und Kartoffeln auf dem gut 26 Hektaren umfassenden Fahrmaadhof im fruchtbaren St. Galler Rheintal. Daneben bietet der 47-Jährige Dienstleistungen für Bauern der Region an: Ernteorganisation, Vertrieb, Lagerung und Kühlen der Ernte.

Mit dem isländischen Prinzip die Ernte vier Wochen vorverlegen

Vor ein paar Jahren kam dem schlauen Bauern eine Idee: Warum nicht, wie die Isländer ihre heissen Quellen, die Abwärme von Industrieanlagen nutzen, um bessere Anbaubedingungen für Spargeln zu schaffen und den Erntezeitpunkt um vier Wochen nach vorn zu verlagern? Dann könnte man Bleichspargel in den sandigen, humösen Schwemmlandböden des Rheintals quasi bei norditalienischen Verhältnissen produzieren.

Ideale Bedingungen fand Britschgi am Grenzübergang Schmitter am Altenrhein vor, wo die Strasse von Diepoldsau nach Dornbirn in Vorarlberg führt und die Verpackungsfirma Greiner angesiedelt ist. Direkt vor der Fabrik befinden sich die Spargelfelder von Walter Kummer. Diese Felder sind seit 2004 beheizt. Britschgi hat sowohl Kummer als auch Greiner überzeugt. Bauer Kummer liess eine Bodenheizung mit Umwälzpumpe und etwas dickeren Rohren als bei einer Fussbodenheizung unter den Spargelstöcken verlegen. Eine Summe im sechsstelligen Bereich hat er in die Rohrleitungen investiert, durch die nun im Frühjahr 25 Grad warmes Wasser fliesst und die Spargelfelder leicht temperiert. «So wird die Abwärme von Greiner sinnvoll genutzt», meint Britschgi. Dessen Part sind die Vermarktung und Verarbeitung des Spargels. Zu den drei Hektaren mit Bodenheizung, die Walter Kummer gehören, kommen seine eigenen fünf Hektaren mit konventionellem Anbau unter Folie dazu.



Spargelfeld-Besitzer Walter Kummer.

Spargelbauer Stefan Britschgi.

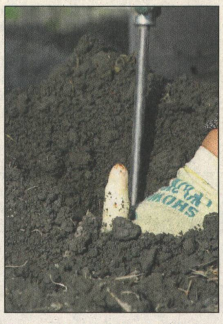
Je ein Drittel für Gastronomie, Handel und Direktverkauf

Auch Walter Kummers beheiztes Spargelfeld ist mit Folie bedeckt: «Damit die Spitzen im Dunkeln und die Dämme trocken bleiben und die Erde leichter zum Aufgraben ist.» Überhaupt sieht das Feld wie jedes andere aus und ist das Stechen hier wie anderswo ein Knochenjob in Handarbeit. Ob mit oder ohne Heizung macht weder im Geschmack noch im Aussehen einen Unterschied. Die Erntehelfer, die bei Kummer und Britschgi die Stangen stechen, kommen seit Jahren, ja seit Generationen auf die Felder, die meisten sind einheimische Hausfrauen und Grenzgänger aus Vorarlberg. «Das Personal ist heute der limitierende Faktor», sagt Britschgi, «genauer gesagt die Verfügbarkeit von Spargelstechern und der Preis. 80 Prozent der Kosten sind Lohnkosten; die Schweiz ist als Hochlohnland nicht prädestiniert für den Spargelanbau.»

Unterstützung für das Projekt des «Heizspargels» fand der innovative Landwirt von Anfang an beim Trägerverein Culinarium; Britschgis Betrieb ist Culinarium-zertifiziert und gilt als ein Musterbeispiel für Genuss aus der Region für die Region. Die Gastronomen reissen sich den frühen Diepoldsauer Spargel. Dieses Jahr kam das Frühjahr allerdings spät. «Da hilft unten keine Bodenheizung, wenn oben die Spitzen erfrieren», sagt Britschgi. «Dann müssen auch wir mit dem Vorbereiten der Wälle warten.»

Besonders zu Saisonbeginn könnten sie jedoch gar nicht genug Ware herbringen, «alle wollen den ersten Spargel», meint Britschgi. Die Grossverteiler würden am liebsten die ganze Ernte abnehmen. Aber der Bauer kontingentiert eisern: ein Drittel reserviert er jeweils für die Gastronomie, den Direktverkauf und den Handel.

Die Gastronomen aus der Region sind treue Kunden, wie zum Beispiel das «Schiffli» in Diepoldsau, der «Ochsen» in Bernegg, die «Eintracht» in Oberriet. Bis weit über das Rheintal hinaus reicht die Kundenliste, bis zum «Rössli» Mogelsberg. Und bis in so bekannte Küchen wie die des «Jägerhofs» von Vreni Giger hinein. «Die Gastronomen schätzen vor allem den kulinarischen Vorteil, den einheimischer Spargel bietet: seine Frische.» Für den Spargelbauern ist nämlich nur ein frischer Spargel ein guter. Nach einem Tag bei Zimmertemperatur ist er das schon nicht mehr.



Spargel stechen ist harte Arbeit.

Die Folie über diesem Spargelfeld hält die Dämme trocken.

Hier kann schon geerntet werden, unter den Spargelstöcken fliesst warmes Wasser durch.

Küchenchefs kaufen den Spargel küchenfertig geschält

Immer mehr Küchenchefs wünschen sich Spargel vom Feld küchenfertig geschält, weshalb Britschgi eine Schälmaschine angeschafft hat. Ausserdem möchten die Wirte am liebsten lange Stangen bis 28 mm, während sie den Endverbrauchern, die direkt an Kummers Feld oder an Britschgis Strassenstand am Grenzübergang Diepoldsau-Hohenems kaufen, nicht dick genug sein können. Dann hat man weniger Arbeit beim Schälen, worauf vor allem Männer achten würden. Scheinbar ist Spargelschälen in vielen Haushalten keine Frauensache. Sauce Hollandaise bietet Britschgi gleich mit an. «Die Frauen sagen erst, nein, die Sauce machen wir selbst, dann setzen sich die Männer durch und die Hollandaise wird mitgekauft.»

Fakten Gesunde Schlankmacher par excellence

Spargel auf Rezept? Das wäre schön für den Geldbeutel, wenn man sich im Frühjahr das feine, einheimische Gemüse vom Arzt verschreiben lassen könnte. Schliesslich ist Spargel Medizin: die lateinische Bezeichnung **Asparagus officinalis L.** weist ihn als Arznei aus. Zu etwa 95 Prozent besteht er aus einer Art Heilwasser, das mit **Vitamin B1, B2, Folsäure, C und E,** sekundären Pflanzenstoffen, viel Kalium und wenig Natrium angereichert ist. Mit **13 Kalorien für 100 Gramm Gewicht,** null Gramm Fett und Cholesterin, wenig Eiweiss und Kohlenhydraten, aber vielen Ballaststoffen ist er der Schlankmacher par excellence, der Darm, Verdauung und die Nieren dazu anregt, Giftstoffe auszuscheiden. is

Weiss oder grün Zahlen zum Spargel-Anbau und -Konsum

In der Schweiz werden jährlich über 10 000 Tonnen Spargel konsumiert, gut 6000 Tonnen davon sind grün. Seit den 90er-Jahren steigt der Grünspargelanbau in der Schweiz stark, er verdoppelte sich fast und liegt heute bei über 115 Hektaren (Bleichspargel: rund 70 ha). Produziert werden über 250 Tonnen Grün- und rund 80 Tonnen Bleichspargel. Das Verhältnis der Produktionsmengen von weissem und grünem Spargel hat sich in den letzten 30 Jahren nahezu umgekehrt. Die grössten Grünspargellieferanten der Schweiz sind die Kantone Thurgau, Zürich und St. Gallen. Den meisten Bleichspargel liefern die Kantone Wallis, Zürich und ebenfalls St. Gallen. Je nach Ernte wurden in den letzten Jahren 70 bis 100 Mal mehr weisse Spargeln in die Schweiz importiert, als im Inland geerntet. Bei Grünspargel steht das Verhältnis von Inlandproduktion und Import 1:30. Das Gros des grünen Importspargels kommt aus den USA. Die grössten Spargelbauern Europas sind Spanien, Italien, Frankreich und Deutschland. is

Am 1. Mai sind 127 Weinkeller geöffnet

Die vor unserer Haustüre wachsenden Weine werden immer besser und brauchen den Vergleich mit Gewächsen aus anderen Landesgegenden oder dem Ausland nicht mehr zu scheuen. Davon überzeugen kann man sich am 1. Mai, an dem 127 Deutschschweizer Weinproduzenten Rebberge und Weinkeller öffnen. Neben dem Ursprungskanton Zürich nehmen die Kantone Aargau, Schaffhausen, Thurgau und neu Basel-Stadt offiziell am Anlass teil.

www.offeneweinkeller.ch

Umbau der Kartause Ittingen abgeschlossen

zvg

Während der letzten sechs Monate wurde die **Kartause Ittingen** für 15 Millionen Franken umgebaut und renoviert. Die Restauration, das Obere Gästehaus und das Wohnheim wurden komplett erneuert. Ebenso wurden das Ittinger Museum sowie der Eingangsbereich beider Museen neu gestaltet. Man kann sich persönlich ein Bild der umgebauten Kartause machen: Am Wochenende vom 9. und 10. Mai finden jeweils von 11 bis 17 Uhr Tage der offenen Tür statt.

Essen und Trinken zu Preisen wie einst

Das Kultur-Casino der Burgergemeinde Bern feiert dieses Jahr sein 100-Jahr-Jubiläum. Aus diesem Grund bietet das Restaurant am 9. Mai anlässlich der Jubiläumsfeier ein paar Gerichte von 1909 zum Preis von 1909 an. Beispielsweise gibt es einen grünen Mischsalat für Fr. 1.40, Forellenfilets mit Gemüse und Reis für Fr. 4.10, Grossmutters gebrannte Crème mit Bräzeli für Fr. 2.50 und dazu ein Glas Dôle für Fr. 1.10. rd

Wirten, Kochen, Coachen

Das besondere Paar

Sie geben Kurse, organisieren Gourmet-Events, sind Coaches, Eltern und Hoteliers: Ladina und Rudolf Wanninger vom «Piz Umbrail» im Val Müstair.

FRANZISKA EGLI

Bilder zvg

Umtriebiges Paar: Rudolf und Ladina Wanninger-Lemm führen in der hintersten Ecke der Schweiz, in Sta. Maria im Val Müstair, das Kleinhotel und Gourmet-Restaurant Piz Umbrail.

Es hat geschneit. Geschneit wie verrückt, erinnert er sich, als er vor 30 Jahren von Bayern, wo er die Kochlehre absolvierte, ins Hotel Schweizerhaus nach Maloja kam. Da war «so viel Schnee», dieses Bild hat er heute noch vor Augen. Aber ach was, winkt er ab, abgeschreckt hat ihn das nicht.

Man schrieb das Jahr 1979, Rudolf Wanninger war gerade 18 Jahre alt und wollte von jeher Koch werden, der schönen Mützen, der Toques wegen. Als Jungkoch kam er nach Maloja, wo Ladina Lemm ein Praktikum absolvierte. Es sei, sagt sie, obwohl auch erst 17 Jahre alt, schnell klar gewesen, dass sie zusammen weitergehen würden. «Wir wollen dasselbe», sagt er, und so ging man zusammen nach Berlin, kam zurück, heiratete jung, bekam jung zwei Kinder, um die sie sich kümmerte, während er «im Engadin seine Runden drehte», wie er die Kochkarriere vom «Suvretta House» in St. Moritz ins «Kulm» und weiter ins «Waldhaus» in Sils-Maria heute bezeichnet.

Von der Postkutschenstation zum Albergo mit drei Zimmern

1990 dann entschieden sie sich, ihr Elternhaus zu kaufen: das Albergo Piz Umbrail in Sta. Maria im Val Müstair, einem Zipfel der Schweiz, der nur via Vereina und Ofenpass zu erreichen ist und sich, nicht nur wegen des Rhätoromanischen, dem nahen Tirol näher fühlt als dem eigenen Land. Das «Piz Umbrail», ein prächtiges Engadiner Haus aus dem 16. Jahrhundert, haben seinerzeit ihre Eltern von zwei Tanten übernommen und von der Postkutschenstation mit Ausschank für Bauern und Jäger zum Albergo mit sechs Kämmerlein umfunktioniert. Die Familie hauste auf engem Raum, Zeit für die vier Töchter gab es kaum, und Ladina Lemm wusste schon damals, als sie auf Wunsch des Vaters die Hotelfachschule machte und noch kein Wort Deutsch sprach, dass sie es später anders machen wird.

Und so richteten die Wanningers als Erstes für sich und die Kinder eine eigene Wohung ein, und statt auszubauen, reduzierten sie von sechs auf drei grosse Zimmer im Originalzustand, die vor allem bei Transitgästen sehr beliebt sind. Und das Restaurant hat gerade mal 20 Plätze. «Klein aber fein» lautet ihre Devise, was aber nur die halbe Wahrheit ist: Das «Piz Umbrail» hat nicht nur 16 Gault-Millau-Punkte, sondern auch einen Michelin-Stern. Darüber gibt's nicht ein Wort

Das «Piz Umbrail», jeweils offen von Ostern bis November.

auf der Homepage, aber es passt zum Eindruck: Hier wird nichts an die grosse Glocke gehängt, aber ganz viel auf die Beine gestellt, mit ihm als «Anreisser» – sie bringe «die Präzision mit», sagt er.

Als Unternehmer müsse man auch etwas unternehmen, finden sie

Das funktioniert tadellos. Die Kinder sind längst am Studieren, und sie, umtriebig wie sie sind, haben immer was ob. «Man darf nicht erwarten, dass etwas passiert»: Als Hotelier sei man ja Unternehmer, da müsse man auch etwas unternehmen, erklärt Wanninger die einfache Rechnung. Und so haben sie in Zürich ihre kleine Kochschule, die Kochakademie. Sie betätigen sich als Störköche im Gourmetbereich, gehören zu den Gründern der Bike-Gourmet-Tour und werden – wie letzten Winter – für Personalcoaching und Betriebsanalysen engagiert: Vergangene Saison haben sie im Grandhotel Bagni Nuovi im italienischen Bormio verbracht, als Coaches in Küche und Service.

Sie mögen es nun mal, wenn es läuft. Da ist es auch egal, dass sie zuhinterst in einem Bergtal wohnen. Geografisch gesehen seien sie eh mitten in Europa, und Milano, erklärt der 49-Jährige, ist nur drei Stunden entfernt. So lange habe er im Winter bis nach Chur. «Dann lieber Italien!», meint er und lacht.

Die Serie **Gastropaare und ihre Geschichte** erscheint jeweils in der letzten htr des Monats.

ANZEIGE

Ein Kaffeehaus mit Tradition: Das Café Sperl in Wien.

Bilder zvg

Krisenfeste Cafés

Wie krisenfest sind Wiener Kaffeehäuser heute? Maximilian K. Platzer, Obmann des Klubs der Wiener Kaffeehausbesitzer, über die Zukunft der Kaffeehaus-Kultur.

NATHALIE KOPSA

Herr Platzer, welche Aussichten haben die Wiener Kaffeehäuser?
Es sind vor allem traditionelle Betriebe und solche, die mit Herz geführt werden, die eine Zukunft haben. Denn hinter jedem Kaffeehaus muss die Seele eines Kaffeesieders stecken. Es ist beruhigend zu sehen, dass immer wieder gute junge Kollegen nachkommen. Diese jungen Leute greifen Neuerungen auf und tragen zur Verjüngung der althergebrachten Konzepte bei. Keine Frage, dass es trotzdem schwierig ist, solch einen Betrieb wirtschaftlich am Leben zu erhalten. Reich kann man damit nur an Erfahrung werden.

Wie viele Kaffeehäuser sind noch in familiärer Hand?
Bis auf wenige Ausnahmen sind fast alle traditionellen Wiener Cafés Familienbetriebe, hinter denen meist eine starke Betreiber-Persönlichkeit steht. Solche, die nur ein Konzept geschrieben haben und einmal im Monat vorbeikommen, um das Geld zu holen, findet man nicht darunter.

Wie steht es um die Mitglieder Ihres Klubs?
Gott sei Dank bemerken wir noch nichts von der aktuellen Krise, im Gegenteil, wir haben im ersten Quartal sogar etwas mehr Umsatz gehabt, als im Vorjahr. Wenn ein Kaffeehaus gut geführt ist, ist es nicht bedroht. Nur, bei manchen stellt sich irgendwann die Frage, ob sich die viele Arbeit noch auszahlt. Die Gewinnspanne ist geringer geworden, weil die Betriebskosten steigen und man diese Steigerungen nicht immer an den Gast weitergeben kann. Der Inhaber kann trotz Anpassungen diese Gewinneinbussen nicht immer auffangen. Besteht dann auch noch ein grosser Investitionsbedarf, bricht auf einmal alles zusammen.

Wien-Touristen bevölkern nach wie vor die Traditionscafés, wie ist es denn um die Loyalität der Wiener bestellt?
Wien ist und bleibt die Hauptstadt des Kaffeehauses. Der Wiener braucht sein Kaffeehaus, er erhebt regelrecht seinen Anspruch darauf.

Dennoch wird von einigen der Niedergang der österreichischen Kaffeekultur beklagt. Können Sie verhindern, dass der «kleine Schwarze» dem «Ristretto» weichen muss?
Es stimmt, dass im Zuge der vielen Italienurlaube und der geschickten Vermarktung italienischer Kaffeekultur plötzlich immer mehr Österreicher auch zu Hause einen Espresso oder Latte Macchiato trinken wollten. Als ich 1979 unser Kaffeehaus übernahm, war das Wiener Kaffeehaus einfach nur out, und der «Einspänner» oder der «Verlängerte» verschwanden fast völlig von der Getränkekarte. Die italienischen Bezeichnungen waren auf einmal viel schicker. Heute ist das wieder anders. Unser Verein hat ein «Kaffee-ABC» aufgelegt, das sich grosser Beliebtheit erfreut und auch von den Tourismusschulen sehr gut angenommen wird. Bei denen hat die Vermittlung von Wiener Kaffeehaus-Tradition jahrelang eher ein Schattendasein geführt.

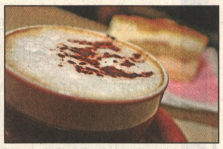
Maximilian K. Platzer.

In den vergangenen Jahren sind auch die Coffeeshops amerikanischer Machart stark expandiert. Die machen Ihnen doch das Leben schwer?
Nicht unbedingt. Um 2001 herum wurden in Österreich die ersten Starbucks-Filialen eröffnet. Damals hiess es noch, Starbucks wolle pro Jahr zwölf Coffee-Shops eröffnen. Jetzt haben wir in Österreich gerade mal acht oder neun, und davon schliessen wieder welche. Interessanterweise ist die «Coffeeshop Company», eine österreichische Coffee-Shop-Kette, sehr erfolgreich. Eine Erklärung habe ich dafür nicht.

Haben die Wiener Kaffeehäuser vom Kaffeeboom der letzten Jahre profitiert?
Ja, das kann man so sagen. Als Starbucks nach Wien kam, war das Entsetzen unter den Wiener Kaffeehausbetreibern gross. Auch ich wurde oft gefragt, ob ich mich vor der Konkurrenz aus den USA fürchte. Ich dachte mir damals, wenn ein Kaffee mit Vanille-Aroma wirklich so gut schmeckt, warum sollte ich ihn nicht auch bei mir anbieten? Ein paar Kaffeehäuser haben das tatsächlich getan, aber kaum jemand hat danach verlangt. Starbucks hat uns im Grunde eine Menge Gratis-Werbung eingebracht, denn zur gleichen Zeit, als die Kette anfing, bei uns zu expandieren, kamen die Kaffeehäuser wieder ins Gespräch. Ganz abgesehen von den Preisunterschieden: Früher hiess es immer, die Kaffeehäuser sind teuer, was gar nicht stimmt. Denn bei Starbucks muss man sich trotz hoher Preise in die Schlange stellen, den Löffel nehmen, den Zucker und möglichst geschwind zahlen. Da kommt man gar nicht dazu, sich beim Ober zu beschweren – weil keiner da ist. Bei uns darf der Gast auf gut Wienerisch den Ober «anraunzen», falls ihm etwas nicht passt, das gehört einfach zu einem Wiener Kaffeehaus dazu.

Einige Traditionscafés wie das «Prückel» oder das «Landtmann» wurden mit kostenlosem W-LAN ausgestattet. Was sagt die Kundschaft dazu?
Die hat das sehr gut angenommen. Unsere Befürchtung, dass die Gäste stundenlang mit ihrem Laptop im Café sitzen, haben sich nicht bewahrheitet. Es ist ein zeitgemässer Service.

Was beschäftigt Sie in Ihrer Funktion als Klub-Obmann gerade am meisten?
Was mich sehr stört, ist das uneinheitliche Betriebsanlagenrecht und die hiesige Willkür der Behörden. In jedem Bezirk gelten andere Regeln zum Betrieb von Aussengastronomie. Wettbewerbsverzerrungen durch Ungleichbehandlung von Gastronomie und Gewerbe sind das Ergebnis von kleinkarierten politischen Absichten. So etwas verabscheue ich.



Eine Wiener Mélange.

Zur Person
Maximilian K. Platzer, Cafetier

Maximilian Platzer ist Chef des Wiener Cafés «Weimar» in der Währinger Strasse und seit 1995 Obmann des «Klubs der Wiener Kaffeesieder». Der 56-Jährige wurde für sein Engagement und seine Verdienste im Tourismus mehrfach ausgezeichnet. Unter seiner Ägide entwickelte sich der «Ball der Wiener Kaffeesieder» zu einem Höhepunkt der Wiener Ballsaison. nk

Fakten
Der Klub der Wiener Kaffeehausbesitzer

In Wien gibt es mehr als tausend Kaffeehausbetriebe. 125 sind im Klub der Wiener Kaffeehausbesitzer, in Österreich auch «Kaffeesieder» genannt, zusammengeschlossen. Das Hauptaugenmerk des Klubs liegt auf der Förderung **kultureller Projekte** in den Kaffeehäusern. Zu den wichtigsten Aufgaben gehört darüber hinaus die Vertretung des Klubs und seiner Mitglieder gegenüber Medien, Verwaltung und Interessenten aus der Wirtschaft. Ein **Netzwerk** schaffen, den Erfahrungsaustausch fördern, sowie die gegenseitige Hilfe in Notsituationen gehören ebenfalls zu den Fundamenten. Der Klub veranstaltet alljährlich den **«Ball der Wiener Kaffeesieder»** mit 6000 Gästen in der Wiener Hofburg und gleichenorts den traditionellen «Grand Prix der Schokoladekunst». nk

Hiramasa, die Gelbschwanzmakrele

Arne's

Arne van Grondel (54) leitete fast 30 Jahre lang die Michel Comestibles AG in Interlaken. Der Fischfachmann schreibt für die htr einmal pro Monat eine Kolumne.

Es ist einfach, Fisch zu lieben: Zart und leicht, gesund und delikat, so trifft das Nahrungsmittel Fisch den Geschmack aller Geniesser weltweit. Um unseren Bedarf an gesunder Nahrung aus dem Meer decken zu können, liegt die Idee nahe, als Alternative zum Wildfischfang, Fische in Fischfarmen im Meer zu züchten. Dadurch wird die Menschheit künftig nicht auf Fisch verzichten müssen. Doch diese so genannten Aquakulturen sind häufig nicht umweltverträglich. Da Zuchtfische in der Regel mit Fischmehl und Fischöl gefüttert werden müssen, tragen die Fischfarmen ihrerseits zum Leerfischen der Meere bei. Nicht so bei der ökologischen Aquakultur. Sie arbeitet nach den Grundprinzipien einer verantwortungsvollen Nahrungsmittelproduktion im Einklang mit der Natur, wo die Futterfische ausschliesslich aus dem bestandserhaltenden Wildfang stammen.

Ein Beispiel für einen erfolgreich gezüchteten Fisch ist der Hiramasa. Er fasziniert nicht nur kulinarisch, sondern auch ästhetisch. Schon der Anblick des silbrig glänzenden Fisches mit dem wunderschön azzurroblauen Rücken, den bernsteinfarbenen Flanken und der markant leuchtgelben Schwanzflosse übt fast schon eine magische Anziehungskraft aus. Sein frischer, salziger Geruch erinnert an Meer und Ferne. Der fremde Jäger durchstreift scheinbar schwerelos schwebend die Unterwasserwelt der Klepwälder, das submarine Gegenstück des Regenwaldes.

Ein schöner Fisch, der auch noch ausgezeichnet schmeckt: der Hiramasa.

zvg

Hiramasa, die Königin der Gelbschwanzmakrelen, verkörpert die kompromisslose Fischleidenschaft der Japaner und wird als einer der besten Fische für Sashimi gewürdigt. Diese kulinarische Exzellenz wird in den sauberen gemässigten Gewässern im Süden von Australien im Golf von Spencer geboren. Und nach den strengen und glaubwürdigen Richtlinien der höchsten Umweltstandards in der Bio-Aquakultur von «Friend of the Sea» (FOS) erfolgreich gezüchtet. Mit der ökologischen Zertifizierung durch FOS verfügt der australische Bio-Aquakulturbetrieb «Clean Seas» über eine international anerkannte Mehrleistung, indem in der Fischfarm keinerlei chemische Hilfsstoffe, Medikamente und synthetische Futtermittelzusätze eingesetzt werden. Das hochwertige Futter stammt ausschliesslich aus der zertifizierten biologischen Produktion und ist garantiert GVO-frei.

Das Hiramasa-Fleisch ist zart, leicht süsslich, sehr geschmacksvoll und von fester Struktur mit breiten Fasern. Die Fleischfarbe ist weiss bis rosarot. Nach den Angaben von «Clean Seas» ist die aus der Aufzucht stammende Gelbflossenmakrele qualitativ hochwertiger als die wild aufgewachsene, weil durch den höheren Fettgehalt der reinere Geschmack besser zum Ausdruck komme.

Dem Tierwohl wird die grösste Aufmerksamkeit gewidmet. Nebst der natürlichen Ernährung, der geringen Fischdichte in den wechselnden Aufzuchtgewässern erfolgt die artgerechte Schlachtung über eine humane pneumatische Betäubung.

PUBLIREPORTAGE

RIVELLA WAR SCHNELLER

Vor 25 Jahren schwappte eine Welle von Light-Getränken nach Europa. Die kalorienreduzierten Getränke galten damals als trendige Neuheit. Hierzulande gab es sie aber schon viel länger: Die Schweizer lieben ihr Rivella blau bereits seit 50 Jahren.

2009 wird das leichte Rivella blau-50 jährig, und es ist erfrischend wie eh und je. Damals in den 50er-Jahren war das kalorienarme Rivella eine absolute Neuheit. Kurioserweise kam die erste Bestellung aus Holland, und das noch bevor es das Produkt überhaupt erst gab: Ein Jahr nachdem das rote Rivella-Original in Holland eingeführt worden war, bat die holländische «Diabetikergesellschaft» um ein leichteres Rivella ohne Kristallzucker. In Rothrist entwickelte man daraufhin ein Rivella light – und nannte es schlicht Rivella blau.

Zeitungsinserat 1962–1965

JAHRE **50**

RIVELLA BLAU

Nicht nur Diabetiker, sondern alle linien- und gesundheitsbewussten Geniesserinnen und Geniesser kauften die leichtere blaue Rivella-Variante. Rivella blau ist weit mehr als ein kalorienarmer Softdrink: Rivella blau basiert auf hochwertigem Milchserum und kommt ohne Kristallzucker, Farb- und Konservierungsstoffe aus. Es enthält nur sieben Kalorien pro Deziliter, und die stammen erst noch aus einer natürlichen Quelle, nämlich aus dem Milchzucker.

Nach dem Ansturm in Holland brachte die Erfolgsmarke ihren leichten blauen Durstlöscher 1959 auf den heimischen Schweizer Markt. Auch hierzulande wurde Rivella blau schnell beliebt, das Miss-Twiggy-Schlankheitsideal der 60er- und 70er-Jahre trug das seine zur Nachfrage bei. Von 1970 bis 1979 steigerte Rivella blau den Absatz um 370 %. Und die Konkurrenz aus Amerika? Die brachte ihre ersten eigenen Light-Getränke mit einer geballten Marketing-Kampagne erst Anfang der 80er-Jahre auf den Markt. Also gut 25 Jahre später.

Mit 23 Millionen Litern pro Jahr ist Rivella blau eines der beliebtesten kalorienarmen Erfrischungsgetränke der Schweiz. Einzigartig seit fünfzig Jahren: Was frischer ist, wirkt halt oft jünger.

Rivella rot
Das Original. Seit 1952 unverändert.

Rivella blau
Das Leichte. Ohne Kristallzucker.
Schmeckt seit 1959.

Rivella grün
Mit wertvollen Grüntee-Extrakten.
Legte 1999 einen Senkrechtstart hin.

Rivella gelb
Das leichte Rivella auf pflanzlicher Basis, erfrischt seit 2008.

Und was sonst noch alles so Rivella ist:
www.rivella.ch

Eintauchen in ein grosses Stück Getränke-Geschichte und gewinnen

WWW.RIVELLA-BLAU.CH

Wettbewerb unterstützt durch: NIVEA

Das Stagiaires-Feedback

Nach den Berufs-Stages in Hotels erhielt das hotel-revue-Team Besuch von Hoteliers. Einige Schnupper-Gäste fassten ihre Eindrücke in Worte.

RENATE DUBACH

Vom November bis März haben fast alle Mitglieder des hotel-revue-Teams drei Tage in einem Hotel mitgearbeitet – als Réceptionistin, Nachtportier oder Zimmermädchen – und anschliessend darüber geschrieben. Von Beginn weg signalisierten wir, dass wir Gegenrecht gewähren würden. Tatsächlich ergriffen ein paar Interessierte die Gelegenheit und absolvierten einen Schnuppertag auf der Redaktion. Fünf von ihnen verfassten einen Text darüber – wir bedanken uns dafür und drucken diese Erfahrungsberichte gerne ab.

Alain D. Boillat

Ruth Pedrazzetti fand aufmerksame Zuhörer.

**Ruth Pedrazzetti,
Hotelière im Hotel
Continental-Park in Luzern**

«Der Schnuppertag hat mich überrascht und hat mir prima gefallen. Die Atmosphäre bei der hotel revue war offen, grosszügig und unkompliziert.

Der Zeitdruck, dem die Redaktion ausgesetzt ist, war spürbar. Viele Mitarbeiter/-innen arbeiten in Teilzeit. Die Kommunikation ist also anspruchsvoll und es wird ihr grosse Aufmerksamkeit geschenkt. Bemerkenswert fand ich, dass die Themenwahl keine Schwierigkeit darstellt, die Journalisten und Journalistinnen wussten genau, was sie in die hotel revue bringen wollten.

Ich staunte zudem über das Interesse uns Gästen gegenüber. An der morgendlichen Teamsitzung konnten wir unsere Meinungen oder Anregungen einbringen und fanden aufmerksame Zuhörer. Das habe ich sehr geschätzt.»

zvg

Gerald Nowak erlebte einen lehrreichen Tag.

**Beat Anthamatten,
Hüttenwart im Ferienart
Resort & Spa in Saas Fee**

«Ich bedanke mich nochmals für den sehr interessanten und aufschlussreichen Tag in Ihrer ‹Gerüchteküche›, es war sehr spannend und lehrreich. Und wie in der Hotelküche: am Ende schmeckt's!»

**Gerald Nowak,
Gastgeber und Direktor
im Hotel Eden in Spiez**

«Einmal entsandt, fliegt das Wort unwiderruflich dahin.› Die Erfahrungen während meines Stage im Team der hotel revue hat dieses Zitat einmal mehr bestätigt. Ich bekam einen Einblick, wie in Zeiten mit rückläufigem Stellenin-

zvg

Carmen Himmel bekam Appetit auf mehr Journalismus.

seratemarkt, das heisst, auch mit knapper werdenden Ressourcen, das Branchenblatt produziert wird: Nicht einfach so, sondern selbstkritisch, engagiert und mit viel Organisation, Know-how wie auch grossem Qualitätsbewusstsein. Chapeau, und vielen Dank für den lehrreichen Tag!»

**Stephan JJ. Maeder
Hotelier, Carlton-Europe
Hotel in Interlaken**

«‹Gut – besser – Spitze› diese Schlagzeile war auf dem Titelblatt der hotel-revue-Ausgabe vom 5. Februar 2009 zu lesen und war auch gleich mein Einstieg zur ersten Sitzung um 9 Uhr mit dem Thema Blattkritik. Unverblümt und direkt wurde die neuste Ausgabe gewürdigt, kritisiert und korrigiert.

Für mich, der normalerweise auf der Leserseite steht, öffnete dieser erste Termin ganz neue Ansichtspunkte und faszinierte. Das ganze Redaktionsteam will eine Spitzenleistung erbringen und geht entsprechend offen mit Kritik und Anregungen um, dass man als qualitätsbewusster Hotelier fast neidisch werden könnte!

Alain D. Boillat

Beat Anthamatten fand den Schnuppertag aufschlussreich.

Alain D. Boillat

Stephan Maeder empfiehlt den Besuch weiter.

Dass man sich dann an diesem Donnerstag lange auf die Schulter klopfen würde und das Wochenende genauer planen könnte, diesen Eindruck konnte ich dann über den ganzen Tag nicht gewinnen. Bereits eine Stunde nach der Kritik der neuesten Ausgabe waren die Aufträge für die hotel revue der darauffolgenden Woche verteilt, und ein jeder hatte wieder seine Aufgabe als Fotograf, Bildredaktor, Journalist, Praktikant und so weiter zu erledigen.

Es war für mich bis zu diesem Tag kaum vorstellbar, wie schwierig es für eine Wochenzeitung ist, aktuell zu sein und vor allem zwischen den Bildern und den wenigen zur Verfügung stehenden Seiten einen aussagekräftigen, korrekt recherchierten und möglichst umfassenden Text zu verfassen. Man hat ein Budget von 640 Zeichen, der Text hat aber noch 948 Zeichen – was nun?

Tür an Tür zur Redaktion arbeitet der Verlag, welcher verantwortlich für Inserate, Vertrieb, Sonderbeilagen, Erfolg auf dem Markt, und so weiter ist. Auch hier eine faszinierende Auswahl von Aufgaben, welcher ich mir bisher kaum bewusst war.

Fazit des interessanten Tages: Es juckte mich unter den Fingernägeln, selber Hand anzulegen und am Computer an einer nächsten Ausgabe der hotel revue zu arbeiten, doch dazu braucht es eben trotz allem wesentlich mehr als ein eintägiges Stage! So oder so kann ich aber allen Lesern einen Blick über die Schultern der Redaktoren und Mitarbeiter bei der hotel revue nur empfehlen».

**Carmen Himmel,
Absolventin der
Hotelfachschule Luzern**

«Ich habe mich mit ganzem Herzen der Gastronomie/Hotellerie verschrieben. Eine weitere Passion ist das Schreiben. Diese beiden Hauptzutaten brachten mich zur hotel revue, wo sie sich auf eine spannende Art verschmelzen lassen. Eine faszinierende Welt! Jede Woche wieder: Neue Ideen, Sitzungen, Abgabe-Termine, Inserate verkaufen, bewegende Texte mit bewegten Fotos und Interviews mit Leuten, die etwas bewegen. Dass in der Redaktion immer etwas läuft, erlebte ich hautnah bei meinem Besuch. Besuch? Ja! Ich fühlte mich als Gast noch selten so gut aufgehoben. Mein Redaktions-Schnuppertag als Amuse-Bouche machte definitiv Appetit auf mehr …»

Die Stage-Serie des hotel-revue-Teams:
www.htr.ch/dossier

Genuss ohne Grenzen, aber bitte fair

Max Havelaar will mehr Marktanteil im Gastgewerbe. Eine Frühstücksaktion soll Wirte und Hoteliers für Fairtrade sensibilisieren.

GUDRUN SCHLENCZEK

Alljährlich am zweiten Samstag im Mai ist der internationale Tag des «Fairtrade». Dieses Jahr erstmals auch für die Schweizer Gastronomie: Die Schweizer Stiftung für den fairen Handel ruft am 9. Mai zum «Fairtrade-Breakfast» auf. Mitmachen können Hoteliers, Gastronomen, Cafés und alle anderen, die Gäste mit einem Frühstück verwöhnen wollen, das man mit gutem Gewissen geniessen darf. Bedingung: mindestens drei Produkte auf dem Frühstückstisch müssen das Max-Havelaar-Gütesiegel tragen.

Die Frühstücksaktion soll nun jedes Jahr stattfinden

Eintragen kann man sich selbst, direkt auf der Website. Wer mitmacht, nimmt auch automatisch an einem Wettbewerb teil – zu gewinnen gibt es vor allem Fairtrade-Produkte. Bislang konnte man Mitsponsor Coop mit seinen Restaurants sowie die Tchibo-Cafés für die Aktion begeistern, aber kaum individuelle Schweizer Gastro-Betriebe. Die dieses Jahr sehr spontan eingefädelte Aktion soll nun jedes Jahr stattfinden.

Das Frühstücks-Event ist eine Folge der Strategie von Max Havelaar, im Gastgewerbe verstärkt Fuss fassen zu wollen. Seit zwei Jahren evaluiert eine eigene Gastronomie-Abteilung (2,5 Vollzeitstellen) die Branche und ist jetzt aktiv auf Akquisitionstour.

146 Gastgewerbe-Betriebe von der Jugendherberge bis zu den Hotelketten Accor und Sunstar tischen bereits Fairtrade-Produkte auf. Ziel ist, dass 5 bis 10 Prozent der Schweizer Gastgewerbebetriebe aufspringen. Besonders eignet sich dabei der Frühstücksbereich: Bei Saft, Honig oder Tee kann man dem Gast über das Logo auf der Verpackung bestens zeigen, wie die Produkte produziert wurden.

Max Havelaar will mit Fairtrade in die Luxushotellerie

Faire Spitzenprodukte bei Gastronomiebetrieben sind Kaffee, Säfte und Bananen. Reis und Zucker sind auf dem Vormarsch. Das grösste Potenzial sieht man aber beim Kaffee sowie in der gehobenen Hotellerie, «weil dort die Klientel, welche Fairtrade würdigt, zugegen ist», meint Vesna Stimac, Medienspreche-rin der Max-Havelaar-Stiftung: Heute werden drei Viertel des Kaffee-Umsatzes im Detailhandel erzielt. Gemäss Stimac strebt man an, dass genauso viel Kaffee in der Gastronomie getrunken, wie im Retail verkauft wird. Einige Gastro-Zulieferer – Howeg seit 2007, Scana seit letztem Jahr, Pistor, Cash&Carry-Händler – und verschiedene Kaffee-Röster bieten heute ein Fairtrade-Sortiment.

www.fairtradebreakfast.ch

zvg

Doppelte Frühstücksfreude – für Gaumen und Gewissen.

Das Alden Hotel Splügenschloss inkl. Traummann

Wer während der Euro Pride vom 2. Mai bis 5. Juni im Zürcher Alden Hotel Splügenschloss logiert, kann vom Spezial-Package «Traummann inklusive» profitieren. Ab 315 Franken pro Person schläft man in einer Junior Suite und erhält eine Adonis- oder Venus-Backform mit Backmischung. Nach Lust und Laune kann der Traummann oder die Traumfrau zu Hause oder im Hotel gebacken werden. Die «Alden»-Küche und genügend Dekormaterial stehen zur Verfügung. Im Angebot eingeschlossen sind Champagner-Frühstück, alkoholfreie Minibargetränke, Zeitung, spätes Check-out sowie die Zürich Card für öffentliche Verkehrsmittel.

Ein Tischkeil löst das Problem der Wackeltische

zvg

Rechtzeitig auf die Gartentischsaison hin bringt eine Bieler Designagentur einen **Universal-Tischkeil** auf den Markt. Er ist aus rutschfestem Gummi und kann mit einer rostfreien Kette am Tisch befestigt werden. So bleibt er immer da, wo er gebraucht wird – bei jedem Wetter. Der Keil passt unter alle Tischmodelle und ist für jeden Untergrund geeignet. Das Design stammt von Moxi Ltd., einer Design- und Kommunikationsagentur in Biel.

www.tischkeil.ch

Schweizer Kunst bis 2791 Meter über Meer

Unter dem Titel «Wanderziel Kunst: Ein- und Aussichten» sind zwischen Juni und Oktober in und um fünf Hütten des Schweizer Alpen-Club SAC ortsspezifische Kunstinterventionen von 14 Schweizer Kunstschaffenden zu sehen. Fünf bestens zugängliche SAC-Hütten, die nach einer Wanderung oder einer Luftseilbahnfahrt in die Nähe der Hütte erreicht werden, dienen als Rahmen für die Interventionen: Cabane du Mont Fort, Verbier (VS), Wildstrubelhütte, Lenk (BE), Etzlihütte, Maderanertal (UR), Capanna Basòdino, Val Bavona (TI) und Chamanna d'Es-cha, Engadin (GR).

www.sac-cas.ch/Unterwegs

«Brainfood» für gesundes Tagen im «Park Hyatt»

zvg

Die Lebensmittelingenieurin Marianne Botta Diener und der Küchendirektor des Zürcher Park Hyatt Hotels haben ihr neues **Business-Catering-Angebot** vorgestellt. Es ist so konzipiert, dass nach dem Essen ein starker Anstieg des Blutzuckerspiegels verhindert wird. Und es enthält beispielsweise Stress milderndes Magnesium und Vitamine der B-Gruppe, die die Schaltgeschwindigkeit der Hirnzellen erhöhen sowie Eisen, das Sauerstoff ins Gehirn transportieren hilft. rd

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/Projektoptimierung 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

189-96

Das ****Parkhotel Lago di Lugano Bissone (CH)** liegt an einmaliger Lage direkt am Luganersee, 7 km von Lugano entfernt.

Das Erstklasshotel bietet ca. 55 Hotelzimmer/Appartements (220 Hotelbetten), 2 Restaurants, eine Bar, Seminarräume (total 250 Innen- und 200 Aussenplätze), verschiedene Spiel- und Aufenthaltsräume sowie Swimmingpool, Strandanlagen und Bootshafen.

Für die Nachfolge suchen wir im Auftrag

Mieter/Pächter

Es ist möglich, das Hotel und die Restaurants einzeln zu verpachten.

Der Mieter/Pächter hat das Kleininventar käuflich zu erwerben. Die Übernahme erfolgt per **1. Januar 2010**.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

DUBLER Hotel- und Tourismusberatung, Bernstr. 16, CH-3110 Münsingen
++41 (0)31 721 66 55; andreas.dubler@bluewin.ch

2171-1236

IMPLEMENTUS

Im Auftrag eines Kunden zu verkaufen

Erfolgreich geführtes Hotel-Restaurant in regionalem Zentrum, Berner Oberland Ost, mit folgenden Eckdaten

* Hotel*** mit 30 Betten
* Restauration mit 140 Sitzplätzen
* Gartenrestaurant mit 50 Sitzplätzen

Optimale Lage im Ortskern mit hoher Frequenz, interessanter Gästemix. Die Kennzahlen des Betriebes sind sehr gut. Kein aufgeschobener Investitionsbedarf. Interessenten melden sich bitte bei

Implementus Treuhand GmbH
Heinz Egli
Gärbigässli 1 - Postfach 733 - 3855 Brienz
Tel 033 951 34 51 - Fax 033 951 34 79
heinz.egli@implementus.ch - www.4unternehmen.ch

2091-1205

aus- und weiterbildung

Ehemaliges Heimleiter-Ehepaar mit Erfahrung in Hotellerie, vielseitig einsetzbar, sucht zur selbstständigen Führung eine

Pension im Raum Ostschweiz

Interessenten melden sich bitte an:
htr hotel revue, Chiffre Nr. 2090-1204
Monbijoustrasse 130, PF, 3001 Bern.

2090-1204

Hotel & Gastro formation by Hotel & Gastro Union GastroSuisse hotelleriesuisse

Planen Sie Ihre Karriere mit uns

Wir führen Sie zu eidgenössischen Fachausweisen und Diplomen:

Vorbereitungskurse auf die Berufsprüfung für

- **Hauswirtschaftsleiter/in**
  Beginn: 08. Juni 2009
- **Hotelempfangs- und -administrationsleiter/in**
  Beginn: 15. Juni 2009

Rufen Sie uns an - wir beraten Sie gerne!

Hotel & Gastro *formation*
Herr Jonas Schmid / Eichistrasse 20 / 6353 Weggis
Tel. 041 392 77 07 / Fax 041 392 77 70
j.schmid@hotelgastro.ch / www.hotelgastro.ch

2136-1219

137-58

Bad Ragaz **Spa Village**

Sind Sie bereit für etwas Neues

Neues, im Landhausstil eingerichtetes **Restaurant** mit professionell und modern ausgestatteter, offener Küche, 18 Sitzplätzen in Gaststube, 15 in Wintergarten und einer Gartenterrasse mit 30 Sitzplätzen per sofort oder nach Vereinbarung zu attraktiven Konditionen

zu vermieten.

Die Gaststube ist einer modernen Infrastruktur mit Hotelzimmern, Suiten, Wellnesscenter und Liegewiese angeschlossen. Eigene Parkplätze vorhanden.
Sind Sie innovativ, qualifiziert und haben Erfahrung im Gastgewerbe dann rufen Sie uns an, wir freuen uns.

081 302 40 10
A.+E. Lobeck, ad fontes, Kirchgasse 18, 7310 Bad Ragaz,
info@adfontes-wellness.ch

2138-1220

Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

cahier français

htr hotelrevue No 18 / 30 avril 2009

DSR
Le nombre de restaurants exploités par DSR en 2008 est passé de 219 à 230.
Page 21

Décoration d'intérieur
Helen Caille Lin apporte une touche insolite à tous les établissements qu'elle décore.
Page 23

Swiss-Image

Selon certains observateurs, la température estivale aura augmenté de 2,7 degrés dans le nord des Alpes, à l'horizon de 2050. En raison du réchauffement le glacier de Trift, dans l'Oberland bernois, a déjà passablement reculé ces dernières années.

Savoir se remettre en question, sans tarder

Le changement climatique aura un gros impact sur le tourisme alpin. C'est le moment de se préparer.

GENEVIÈVE ZUBER

Le tourisme va être très affecté par le changement de climat. Il ne faut pas céder à un certain alarmisme ambiant, mais anticiper ces changements et ce, dès maintenant.» Les experts invités à faire le point sur la question lors du TPM 2009 (cf. encadré) se rejoignent: c'est le degré de préparation des régions alpines, leur capacité d'innovation qui fera la différence et leur permettra de «survivre» au réchauffement. Car réchauffement, il y aura, comme l'a démontré la climatologue Martine Rebetez, venue présenter le dernier état de la recherche. «Au niveau des températures, depuis les années 2000, les valeurs dépassent régulièrement celles des siècles précédents et cette tendance à la hausse s'accélère, surtout dans les Alpes car elles n'ont pas de mer ou d'océan pour ‹amortir› le phénomène.»

Scénario probable pour le nord des Alpes: en 2050, la température hivernale aura augmenté de 1,8 degré et la température estivale de 2,7 degrés. Or, avec une hausse de 2 degrés, seuls 61% du domaine skiable suisse peuvent encore être enneigés naturellement.

La saison d'hiver et le ski ne sont pas condamnés, a priori

Le tourisme devra ainsi composer avec une très grande variabilité climatique d'une année à l'autre voire d'un mois à l'autre, avec des pics de neige en octobre par exemple, puis un redoux très marqué en décembre. C'est dans ce contexte en dents de scie que s'inscrit notre dernier hiver, très enneigé. Pour la climatologue, «le secteur touristique peut anticiper le réchauffement en s'adaptant à ses effets négatifs et en profitant des opportunités qui en découlent. L'hiver, il faut diversifier l'offre mais aussi mettre sur pied une communication et des produits adaptés pour se profiler efficacement lorsque les conditions de glisse sont bonnes.» Quoique fragilisés, la saison d'hiver et le ski ne sont pas condamnés, a priori.

«Il serait même écologiquement irresponsable de faire une croix dessus», car selon Martine Rebetez, «il y aurait risque de transfert en hiver sur des destinations plus lointaines ralliées par avion. Or on sait que ce type de transport émet de grandes quantités de gaz à effet de serre…» Quant à l'été, il s'agit de gérer les risques liés à de nouveaux dangers – éboulements, inondations – liés au dégel du permafrost. Mais la belle saison et son atout «fraîcheur au bon air des Alpes» se profile comme la grande chance du tourisme alpin, d'autant plus que les destinations maritimes du sud, transformées en fournaises, vont perdre en attractivité en juillet et en août.

Château-d'Œx et Moléson repositionnent leur tourisme d'été

La prise de conscience et les grandes déclarations, celle par exemple de l'Organisation mondiale du Tourisme, en 2007, à Davos, visant à s'adapter aux changements climatiques et à se responsabiliser, ne suffisent pas. Mais le secteur du tourisme est-il en train de passer à l'acte? Pour Martine Rebetez, «depuis les années 2000, nous sommes très sollicités par ces milieux en tant que météorologues, ils nous écoutent et, contrairement à d'autres secteurs, comme celui des transports, ils montrent une grande capacité de remise en question et d'adaptation. Je pense par exemple à Château-d'Œx et à Moléson qui repositionnent leur tourisme d'été. Tout dépend du degré d'innovation de chaque station, mais je suis optimiste: cette branche est à même de se préparer.»

«Il serait écologiquement irresponsable de faire une croix sur le ski.»
Martine Rebetez
Climatologue

Utile, le TPM? «Oui, résolument», selon Martine Rebetez

Organisé la semaine passée par l'Ecole suisse de tourisme de Sierre et consacré au climat et au tourisme, le TPM 2009 (Tourism Professionnals Meeting) a réuni 250 participants, étudiants et professionnels du terrain. Au-delà des discours, ce genre de réunion sert-il à faire avancer les choses? La climatologue Martine Rebetez répond résolument oui à cette question «La rencontre personnelle, les échanges entre étudiants, scientifiques et acteurs du terrain est très importante, alors que les enjeux sont si sensibles. Le tourisme est à la croisée des chemins. Les professionnels de demain ont besoin d'être formés dans ces domaines.» gz

La loi sur les établissements publics fait l'unanimité

A Neuchâtel, hôteliers, restaurateurs et milieux touristiques soutiennent à l'unanimité la nouvelle loi cantonale sur les établissements publics.

HÉLÈNE KOCH

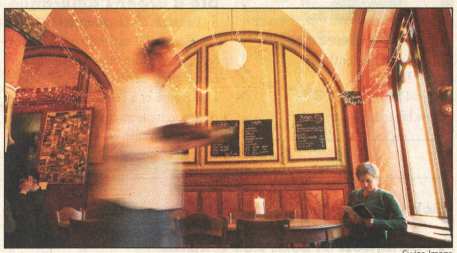
Dans les milieux concernés, à la seule exception des patrons de stations services qui avaient lancé un referendum afin de pouvoir continuer à vendre de l'alcool, la nouvelle loi neuchâteloise sur la police du commerce et les établissements publics (LPCEP), fait l'unanimité en sa faveur. Tous espèrent que le oui l'emportera le 17 mai. Aussi bien hotelleriesuisse Neuchâtel-Jura (HSNJ), Tourisme neuchâtelois, que GastroNeuchâtel ont organisé une conférence de presse en début de semaine afin de faire passer le message, arguments à l'appui.

«Avec la nouvelle loi, Tourisme neuchâtelois disposera de recettes fixes qui ne dépendront plus de la conjoncture», explique Pierre Dubois, président de Tourisme neuchâtelois. Concrètement, si la loi passe, la recette sera fixée en fonction du nombre d'habitants. La taxe sur les nuitées, qui augmente d'un franc, devrait rapporter de son côté 190000 francs supplémentaires. «Tourisme neuchâtelois a besoin d'être pérennisé pour développer le tourisme», souligne Martin Mayoly, président d'HSNJ.

Autre changement important en cas de oui, la taxe sur les patentes sera remplacée par une taxe sur l'alcool. Et, comme l'indique son nom, la LPCEP regroupe désormais commerces et établissements publics. «C'est une simplification administrative qui fait des cafetiers restaurateurs des commerçants comme les autres», relève Michel Vuillemin, président de GastroNeuchâtel. Avec Martin Mayoly, il estime aussi que la nouvelle loi aura le mérite, en supprimant les cours obligatoires, de supprimer le trafic de patentes qui va avec.

«Nous voulons obliger les gens à se poser d'autres questions que de savoir quand auront lieu les prochains cours de cafetiers», souligne Michel Vuillemin. Et de citer le cas du canton de Zurich où toute formation obligatoire a été abolie depuis des années, mais où tous les cours proposés par GastroZurich sur une base volontaire ont un grand succès. De toute façon, croire qu'on peut acquérir une formation de patron en trois semaines est un leurre total. «Cette loi nous permettrait de prendre un nouveau départ», estime Martin Mayoly.

Concrètement, l'idée est de proposer des cours destinés aux personnes ayant déjà un CFC ou une réelle expérience dans la branche et qui souhaitent devenir patrons. Par ailleurs, Pierre Dubois, 70 ans, a annoncé qu'il ne se représentera pas à la présidence de Tourisme neuchâtelois. Bernard Soguel reprendra ce poste, pour autant que sa candidature soit avalisée par l'assemblée de Tourisme neuchâtelois.



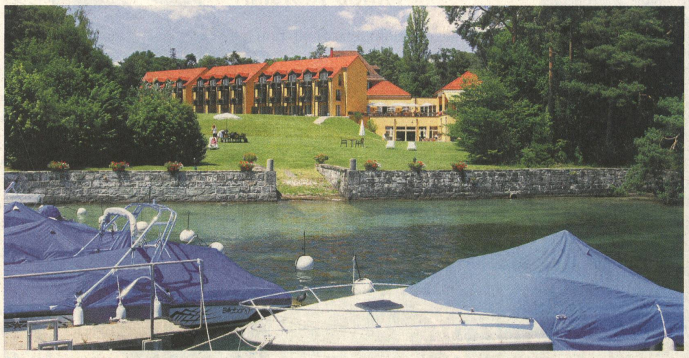
Swiss-Image

Les restaurants (ici le Petit-Paris à La Chaux-de-Fonds) et les hôtels neuchâtelois font cause commune pour soutenir la nouvelle loi.

La Barcarolle au bord du lac Léman

Niché dans la verdure, le charmant hôtel La Barcarolle se trouve sur la rive du beau Léman et propose à ses hôtes, entre autres prestations, la plus britannique des traditions.

L'hôtel moderne, dont le nom vient des chants traditionnels des gondoliers de l'ancienne Venise, est connu pour la qualité de son hospitalité et pour son aménagement tout de style et de modernité. Le quatre-étoiles supérieur qui bénéficie d'un emplacement unique au bord du lac et d'un immense jardin séduit tous ceux qui y résident, que ce soit pour affaires ou pour des séminaires. Lorsque l'aménagement intérieur est confié à un architecte vedette, seul le linge de la maison Schwob présente la qualité indispensable.



Hôtel Barcarolle, Prangins – la perle du Léman

Le joyau ne pourrait être mieux situé: non loin des deux centres romands que sont Genève et Lausanne, à quelques kilomètres à vol d'oiseau du majestueux Mont Blanc et à proximité immédiate de bâtiments historiques comme le célèbre château de Prangins qui abrite le Musée national. La maison compte 39 chambres et suites aménagées dans un style classique indémodable, toutes avec vue sur le lac Léman ou sur les Alpes imposantes. L'hôtel La Barcarolle a reçu le label «Swiss Tourism's Quality», réservé aux meilleures adresses.

Possédant toutes les salles et infrastructures indispensables, très facile d'accès et disposant d'un grand parking, La Barcarolle se prête parfaitement pour des séminaires de haut niveau, mais aussi pour des mariages ou autres festivités importantes.

Hôtel La Barcarolle
Route de Promenthoux
1197 Prangins
Tél. +41 (0)22 365 78 78
www.labarcarolle.ch

Une vie de service

L'hôtel a ouvert ses portes en 1999 à une clientèle variée et est actuellement dirigé par M^me^ Michèle L.E. Liechti. Le service à la clientèle, sa satisfaction, répond pour elle à une vocation et à une tradition familiale. Elle vient en effet d'une famille de restaurateurs et de commerçants. Après avoir travaillé dans le secteur touristique comme guide et interprète, Michèle Liechti s'est engagée dans différents établissements hôteliers en Suisse et à l'étranger. Que ce soit en Europe ou au Moyen Orient, elle a toujours veillé à assurer à ses clients un bien-être de haut-niveau. En 2006, Michèle L.E. Liechti a repris la direction de la perle du Léman et met ses 30 ans d'expérience professionnelle au service d'une clientèle internationale. La grande qualité de l'accueil, de l'hébergement et de la nourriture se voit récompensée par la fidélité de la clientèle.

Cette hôtesse-née tient à transmettre les expériences acquises; 5 apprenants sont formés à leur profession dans le service, en cuisine, en hôtellerie ou dans l'administration.

Un aménagement adéquat est indispensable à créer l'ambiance

Si l'accueil de la clientèle à l'hôtel La Barcarolle est primordial pour l'équipe de direction, celle-ci accorde aussi beaucoup d'importance à la qualité et à l'élégance d'un intérieur soigneusement choisi. Michèle Liechti travaille en étroite collaboration avec les deux propriétaires de l'établissement, Richard et Maria-José Bays. Le couple lui donne les moyens de ses ambitions en investissant dans des infrastructures de qualité et des aménagements de goût. Les chambres, par exemple, portent une griffe célèbre: celle du décorateur d'intérieur Pierre-Yves Rochon qui leur a conféré leur charme bien particulier.

Linge quatre étoiles supérieur

La direction peut à juste titre être fière que l'hôtel La Barcarolle soit passé en catégorie 4 étoiles supérieur. C'est sur cette classe-là aussi que la directrice et les deux propriétaires, Richard et Maria-José Bays, ont misé pour leur linge. «Le linge que nous mettons à disposition de notre clientèle, aussi bien dans les chambres qu'à table, fait partie intégrante de la qualité de notre offre. Le client sent la différence entre des textiles de qualité et des produits moyens – et il apprécie nos efforts dans ce domaine».

Les exigences restent les mêmes pour un séjour d'affaires que pour un séjour de détente. Michèle L.E. Liechti attend des textiles qu'elle utilise dans l'établissement qu'ils soient résistants et qu'ils contribuent au bien-être de la clientèle: «Qu'il soit pour le lit, la table ou la salle de bains, le linge doit être agréable et doux au toucher.» Et il est bien clair pour l'hôtelière que cette qualité a un prix. «Notre clientèle le paye finalement aussi pour cela», dit M^me^ Liechti.

30 ans et 10 ans de collaboration avec la maison Schwob

Michèle L.E. Liechti et la maison Schwob travaillent ensemble depuis longtemps. La dynamique directrice a misé dès ses débuts dans l'hôtellerie sur la qualité de Schwob. Où qu'elle se soit engagée pour le bien-être de ses clients, les produits de Schwob SA ont suivi. La qualité sans frontières: même dans la lointaine et exclusive Dubaï, le fabricant de textiles de l'Emmental et Michèle L.E. Liechti ont apporté «swissness» et top qualité pour la table, le lit et la salle de bains. Michèle Liechti n'est pas la seule à rester inconditionnellement fidèle à un linge de qualité supérieure. L'hôtel La Barcarolle a dix ans d'existence et dix ans de fidélité à Schwob. La direction d'alors avait déjà saisi les avantages du service de linge complet de Schwob.

Michèle L.E. Liechti apprécie la qualité supérieure et le large choix des produits, mais également l'excellence du service pour l'entretien du linge qu'elle loue. En sus: des solutions rapides et optimales en cas de problèmes et l'assurance de pouvoir s'adresser toujours au même interlocuteur. M^me^ Liechti juge particulièrement importante la relation personnelle, empreinte de confiance mutuelle, qu'elle a nouée avec la maison Schwob et ses représentants dans la vente et l'administration.

«Le chef de vente régional est une personnalité marquante qui possède style et savoir-faire; il est la meilleure publicité de l'excellence proposée par la maison Schwob SA», dit la directrice Michèle L.E. Liechti de «son» représentant.

Service et personnalité font la différence

Michèle L.E.Liechti pose au fournisseur idéal de textiles exactement les mêmes exigences de satisfaction que sa clientèle: une qualité sans réserve, la recherche commune de solutions, un service efficace pour une clientèle fidèle et un très bon suivi commercial. Elle a trouvé en Schwob ce partenaire idéal.

Ayant profité des salons comme IGEHO ou Gastronomia pour établir des comparaisons avec des concurrents, M^me^ Liechti reste convaincue que Schwob SA est le partenaire idéal pour le linge d'hôtel. Selon elle, le suivi de la clientèle, très professionnel et sans agressivité, est le principal atout de Schwob sur ses concurrents – sans compter bien sûr la qualité sans faille qui va de soi pour la directrice de l'hôtel La Barcarolle.

Un autre facteur de qualité que Michèle L.E. Liechti apprécie particulièrement dans les produits Schwob est la finition parfaite des pièces qui ont été exécutées spécialement pour le restaurant et la salle de bains. Le logo de La Barcarolle se démarque sur tout le nappage et le linge éponge. Les détails en filigrane qui en font le charme ont été parfaitement reproduits par la maison Schwob. Cela ajoute une touche de perfection à la beauté particulière de l'hôtel du bord du lac Léman.

Mode anglaise au bord du Lac Léman

Michèle L.E. Liechti a de nouveau en réserve pour 2009 quelques initiatives innovantes. Chaque jour, par exemple, il est possible de prendre un Afternoon-Tea de 14 h 30 à 17 h 30, au cours duquel les hôtes peuvent déguster un large choix de thés et de pâtisseries sur fond musical. Le lecteur peut être surpris qu'une tradition anglaise s'instaure dans la localité francophone de Prangins, mais celle-ci entre parfaitement dans le cadre des exigences de qualité inconditionnelle de l'établissement. L'offre gastronomique sera complétée dès l'été par les tapas du beach bar, pieds dans l'eau, et les menus a la plancha: des grillades de poissons ou de viande accompagnées d'un choix de salades fraîches. Et les forfaits Weekends gourmands restent d'actualité.

On peut partir de l'idée que l'on utilisera aussi pour ces occasions choisies les textiles de pure qualité suisse de Schwob.

La Barcarolle – histoire du bâtiment

Le bâtiment qui abrite l'hôtel La Barcarolle était à l'origine une villa construite vers 1929 par le Docteur Oscar Forel, un médecin vaudois réputé; elle fut, par la suite, habitée pendant plus de 30 ans par le Prof. Charles Durand et son épouse. Le Docteur Forel était amateur de musique et, notamment, de musique romantique. Le nom de sa villa est un hommage à «La Barcarolle, opus 60 en fa dièse majeur» de Frédéric Chopin dont l'exquise harmonie de tous les éléments rendait heureux. Les barcarolles désignaient à l'origine les chants traditionnels des gondoliers vénitiens. Leur rythme inhabituel devait éveiller l'impression du balancement des gondoles sur les canaux de Venise. Le Docteur Forel avait aussi eu l'idée de planter des cyprès dans son jardin, si bien que, selon la qualité de la lumière, on pouvait se sentir au bord d'un lac italien. L'actuel hôtel La Barcarolle, qui a ouvert ses portes en 1999, est le fruit d'importants travaux de transformation destinés à créer un lieu privilégié où tout a été conçu pour le plus grand bien-être de ses hôtes suisses et internationaux.

Schwob SA Textiles of Switzerland

Production et soin des textiles

L'atelier de tissage de toiles de haute technologie produit depuis plus de 135 ans des étoffes exclusives pour l'hôtellerie et la gastronomie et compte au nombre des ateliers jacquard les plus modernes d'Europe. Dans le département maison, des professionnels créent des dessins et des entretissages de logos pour les clients. Grâce à ses trois blanchisseries, Schwob SA peut proposer un soin complet du linge en régie propre.

Assortiment de première classe

Schwob SA produit des textiles pour le lit, la table et la salle de bains. Le nappage peut être choisi en fil, demi-fil ou coton. Le coton damassé procure à la literie un confort de qualité supérieure. Toutes les pièces peuvent être entretissées, sur demande, du nom ou du logo de l'hôtel.

La finesse au cœur de la Suisse

Tradition, savoir-faire, technologie de pointe et volonté affirmée de rester en Suisse assurent le succès de l'entreprise de textiles Schwob, proche de ses racines: l'entreprise allie la longue tradition artisanale à la technologie la plus pointue pour offrir à sa clientèle des solutions personnalisées et proposer d'excellents produits pour l'hôtellerie et la gastronomie.

Schwob SA
Tissage de toiles et entretien des textiles
Kirchbergstrasse 19
3401 Berthoud
Tél. 034 428 11 11
www.schwob.ch

hotellerie suisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

DSR progresse toujours

ldd

Le nombre de restaurants exploités par le groupe DSR est passé, l'année dernière, de 219 à 230.

Spécialiste de la restauration de collectivité, le groupe DSR continue de progresser. Notamment en Suisse alémanique.

MIROSLAW HALABA

Le groupe DSR, numéro un romand dans le domaine de la restauration de collectivité, a de quoi être satisfait. L'exercice 2008 lui a permis d'enregistrer une nouvelle année de croissance, la cinquième consécutive. Le chiffre d'affaires a progressé de 8% pour atteindre le chiffre record de 230 millions de francs. «Nous sommes d'autant plus satisfaits que nous nous étions fixé ce chiffre à l'horizon 2010», indique le directeur général du groupe, Andrew Gordon. Le nombre de restaurants exploités est passé de 219 à 230 et aucun n'a été perdu. «Nous avons signé, l'an passé, des accords pour un chiffre d'affaires additionnel de 19 millions de francs», note le directeur général.

Le groupe a notamment renforcé sa présence sur le marché convoité de Suisse alémanique où sept nouveaux noms s'inscriront cette année dans le portefeuille clients. DSR n'a pas encore atteint la taille critique qu'il souhaite avoir dans cette partie du pays et qu'il estime entre 80 et 100. Toutefois, les jalons sont bien plantés. «Avec 35 établissements, DSR devient un concurrent sérieux sur ce marché. Nous sommes désormais systématiquement pris en considération lors des appels d'offres», note Andrew Gordon.

La croissance a toutefois aussi un coût qui s'est répercuté sur la rentabilité. L'EBIT (résultat après charges d'exploitation et amortissements) devrait avoisiner les 5 millions de francs contre 6,1 millions en 2007.

En dépit du ralentissement de l'activité économique, l'année en cours ne devrait pas empêcher le groupe de continuer à suivre le chemin de la croissance. Pour l'heure, en tout cas, DSR ne souffre pas de la crise. Le premier trimestre a été «bon». «Nous constatons qu'en période difficile les gens fréquentent beaucoup plus assidûment les restaurants d'entreprise qu'en période faste», explique Andrew Gordon. La morosité conjoncturelle n'est toutefois pas absente. Elle se fait sentir dans les activités liées à l'événementiel, comme ce fut le cas à Palexpo lors du salon de l'automobile.

Divers projets dynamiseront, par ailleurs, le groupe. Ainsi, DSR ouvrira, en mai, un restaurant commercial de 300 places – le McSorley's Pub & Steak House – au centre sportif des Vernets à Genève. Ceci en collaboration avec Chris McSorley, le manager et entraîneur du Genève-Servette Hockey Club. Chiffre d'affaires estimé par an: 3,5 millions de francs. DSR manifeste, en effet, un intérêt marqué pour la restauration dans les sites sportifs, piscines ou patinoires, par exemple. «Ce sont des activités très, très intéressantes sur le plan financier qui permettent d'équilibrer le portefeuille clients», indique Andrew Gordon.

«Avec 35 clients, DSR devient un concurrent sérieux sur le marché alémanique.»

Andrew Gordon
Directeur général du groupe DSR

D'autre part, très satisfait du développement de la société de placement temporaire Hotelis, créée l'an passé, DSR ouvrira, cette année des succursales de cette société dans les cantons de Neuchâtel, de Fribourg ainsi que du Valais et, «très prochainement», à Zurich.

Andrew Gordon ne cache pas que «de nombreux hôteliers du bassin lémanique» manifestent de l'intérêt pour les services d'Hotelis. Il insiste toutefois pour dire que cette société ne leur ouvrira pas ses portes car elle a été créée «exclusivement» pour les besoins du groupe.

Le tourisme dit oui à un nouveau Beaulieu

Le Palais de Beaulieu, à Lausanne, doit être rénové pour 100 millions de francs. C'est un investissement qui vaut la peine d'être entrepris, estiment les milieux touristiques.

MICHEL BLOCH

«Quelles activités Beaulieu doit-il privilégier, quelle cible viser et avec quel positionnement?» Telles sont les questions qu'il faut se poser au préalable, estime Isabelle Aubert, la directrice générale du site de l'EPFL. Autrement dit, comment proposer une offre unique qui permette à Beaulieu de se démarquer? «Aujourd'hui, il propose des spectacles, des congrès, des foires», poursuit Isabelle Aubert. «Et les foires, comme par exemple le Comptoir suisse, qui représentent environ la moitié de son chiffre d'affaires, constituent un domaine sur lequel les efforts doivent se concentrer. Elles sont destinées à une population souvent régionale pour laquelle Beaulieu est un lieu idéal. La capacité hôtelière est en revanche peu adaptée à la mise en place de foires internationales de très grande envergure. Là encore, une approche et une réflexion marketing sont indispensables.»

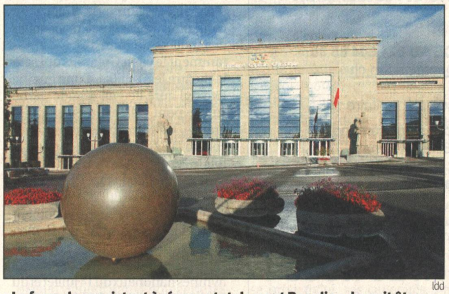
«Le Palais de Beaulieu est un outil fabuleux»

Claude Petitpierre, le directeur de Lausanne Tourisme relève que les milieux touristiques attendent beaucoup de Beaulieu: «Il s'agit d'un outil fabuleux, à la fois centre de congrès et de foires, qui a l'avantage de se situer en ville et d'être facile d'accès.» Pour jouer pleinement son rôle, ses infrastructures doivent être adaptées, explique Claude Petitpierre: «On évalue l'impact économique annuel direct et indirect du Palais de Beaulieu à plus de 400 millions de francs. Il serait encore plus important avec un outil plus moderne.»

«Certes, les investissements à consentir sont élevés, pourtant la formule consistant à rénover totalement Beaulieu devrait être retenue», poursuit le directeur de Lausanne Tourisme. «Les dépenses actuellement consacrées à l'entretien sont élevées et l'on ne fait que repousser le problème. Les foires sont essentielles, les congrès aussi. Ils ont un impact économique important sur la ville. Les congressistes logent en effet sur place et dépensent pendant leur séjour. Par ailleurs, l'offre hôtelière de Lausanne est de qualité.» A la question de savoir si des alliances avec d'autres centres analogues en Suisse sont souhaitables, Claude Petitpierre se dit tout à fait ouvert à ce scénario.

Des effets très bénéfiques pour l'hôtellerie

Pour Stefano Brunetti Imfeld, président des hôteliers lausannois et directeur de l'Hôtel de la Paix, un nouveau Palais de Beaulieu aura des effets très bénéfiques sur l'économie de la région et sur l'hôtellerie en particulier. François Dussart, directeur général du Beau-Rivage Palace, confirme ces propos. Enfin, les retombées de Beaulieu s'étendront sur toute la Riviera, estime Gisèle Sommer, la directrice des relations publiques du Montreux Palace. Un nouveau Beaulieu est aujourd'hui une nécessité. Les milieux concernés sont unanimes: Lausanne a des atouts essentiels. Il reste à les valoriser avec des infrastructures dignes de ce nom.



ldd

«La formule consistant à rénover totalement Beaulieu devrait être retenue», note Claude Petitpierre, le directeur de Lausanne Tourisme.

En bref

Suisse

Campings: un hôte sur deux est suisse

Fotolia

Les 274 terrains de **camping** recensé en Suisse ont enregistré 3 millions de nuitées en 2008, soit une hausse de 7,8% par rapport à 2007. La demande est principalement indigène avec 52% des nuitées. Cette proportion est plus élevée encore dans les auberges de jeunesse où 55% des nuitées sont générées par les hôtes suisses. L'an passé, ces auberges de jeunesse ont comptabilisé 978 000 nuitées, ce qui représente une progression de 7,3% par rapport à 2007. mh

ebookers.ch en tête sur le marché suisse

Au premier trimestre de cette année, l'agence de voyages en ligne ebookers.ch a confirmé sa position de leader sur le marché suisse. Selon les données de la société «NET-Metrix-Tracking powered by Nielsen Online», ebookers.ch a enregistré une «unique audience – UA» (visite unique) mensuelle de 262 000, soit une hausse de 9% par rapport au premier trimestre 2008. Cette position a été confirmée par Alexa.com, qui a noté qu'ebookers.ch était aussi le site le voyages le plus visité de Suisse. Après ebookers.ch, on trouve notamment les sites d'EasyJet (157 000 UA) et de Swiss International Airlines (117 000 UA). mh

Valais

Fumée: organe consultatif désigné

Le 1er juillet, la fumée sera interdite dans l'ensemble des lieux publics ou à usage public du canton du Valais. Afin de faciliter la mise en œuvre des dispositions légales, le Conseil d'Etat a annoncé qu'il avait nommé une commission consultative «fumée passive». Cette dernière est notamment composée de représentants (employeurs et employés) de l'hôtellerie et de la restauration. L'ordonnance relative à l'interdiction de fumer prévoit que celle-ci s'étend à «l'ensemble des lieux publics fermés». Les espaces extérieurs (terrasses, patios ou cours intérieures à ciel ouvert) pourront continuer à accueillir des fumeurs. mh

Chablais

Valorisation des richesses du patrimoine

Les trois régions haut-savoyarde, valaisanne et vaudoise du Chablais se sont associées pour mettre en commun les «richesses culturelles et naturelles» de leur région. Ce projet de valorisation, présenté mardi à Vouvry (VS), entre dans le cadre du programme franco-suisse Interreg IV A. Il sera réalisé en trois étapes échelonnées entre 2009 et 2011. Son coût total s'élèvera à 1,7 million de francs, dont quelque 700 000 francs seront à la charge des partenaires helvétiques. mh

Le quartier de la gare, à Delémont, devrait voir se réaliser plusieurs projets hôteliers au cours de ses prochaines années. Swiss-Image

Jura: un boom hôtelier?

L'ouverture, dans une année, d'un Hôtel Ibis à Delémont reflète bien l'actuel regain d'intérêt suscité par l'hôtellerie dans le canton du Jura.

EUGENIO D'ALESSIO

Depuis six mois, nous n'avons jamais eu autant de projets sur la table. C'est comme si la crise dopait l'activité immobilière», se réjouit Philippe Flotiront, le directeur de Jura Tourisme. «Les pouvoirs publics et les investisseurs privés prennent enfin conscience que le tourisme peut être une ressource économique de première importance.» Encore faut-il pour cela disposer d'infrastructures modernes susceptibles de répondre aux exigences de voyageurs désireux de profiter d'une large palette de prestations (télévision, wellness, fitness, minibars, accès internet). Or, on le sait, le Jura est loin du compte. Toujours à la traîne, l'hôtellerie de la République souffre d'un manque chronique de grands hôtels (neuf chambres en moyenne par hôtel contre 24 chambres au niveau national).

> «L'exploitation de l'Hôtel Ibis de Delémont est prévue pour juin 2010.»
>
> **Luc Chételat**
> Promoteur jurassien

Des hôtels susceptibles d'attirer les autocaristes et les groupes

Face à ce manque d'hôtels d'une capacité intéressante, les autocaristes, les groupes et les organisateurs de séminaires ont tendance à passer leur chemin. Les nouveaux projets hôteliers s'apparentent dès lors à un bain de jouvence pour le tourisme jurassien. A tout seigneur, tout honneur, Delémont disposera bientôt d'un hôtel Ibis, franchisé par le groupe Accor. Cet établissement, le plus important du canton, disposera de 80 chambres. «Le premier coup de pioche interviendra au plus tard à la mi-mai, alors que l'exploitation commerciale est prévue pour le début du mois de juin 2010», révèle Luc Chételat, un des trois promoteurs de cet imposant projet hôtelier qui a été devisé à 9 millions de francs.

Toujours à Delémont, le quartier de l'ancienne brasserie Warteck va accueillir un hôtel de luxe quatre étoiles de 19 chambres dont le bailleur de fonds est originaire de Russie. «Le permis de construire devrait entrer en force ces prochains jours», souligne Claude Schlüchter, responsable au département de l'urbanisme.

Porté par Vincent Fringeli, un projet d'établissement familial calqué sur le modèle français des Suitehotel (avec des chambres modulables de 30 m²) est également en gestation dans le quartier de la gare. «Mais, pour l'heure, nous n'avons enregistré aucun dépôt officiel de permis de construire», affirme Claude Schlüchter. L'ex-conseiller national Pierre Kohler, maire de Delémont depuis janvier dernier, était associé à Vincent Fringeli lors du lancement du projet, en novembre 2008. «A l'heure actuelle, toutefois, je me suis retiré en raison de ma nouvelle fonction politique, mais je suis évidemment favorable à l'édification de ce nouvel hôtel», précise le démocrate-chrétien.

De nouvelles chambres d'hôtel à Saignelégier, Alle et Porrentruy

A Saignelégier, le Centre de loisirs des Franches-Montagnes vit une petite révolution avec la future construction d'un nouveau bâtiment doté de 23 chambres. Celles-ci viendront s'ajouter aux 18 chambres existantes, à de nouvelles salles de séminaire et à un espace wellness de 350 m². D'un coût de 6 à 7 millions de francs, les travaux devraient commencer ces prochains mois et prendre fin dans le courant de l'été 2010. «Nous ciblons trois clientèles principales: les entreprises, le tourisme de loisirs et les sportifs d'élite», note le directeur, André Willemin.

A Alle, dans l'Ajoie, le nouvel Hôtel du Parc (20 chambres) est pour sa part terminé. «Il sera inauguré le 8 mai», se réjouit Philippe Flotiront. Repris en août 2008, l'Hôtel-Restaurant Le Terminus, le plus grand de Porrentruy avec ses 24 chambres, est quant à lui en pleine transformation. «Nous avons rouvert tout le pôle restauration, transformé la réception et rénové la terrasse. A partir de janvier 2010, nous devrions, en principe, entamer la phase de rénovation des chambres», explique Eric Serda, qui est à la fois le propriétaire et le chef de cuisine.

Un Arc jurassien plutôt calme

Si l'hôtellerie du canton du Jura frétille d'activité avec des nuitées en progression constante depuis le début de l'année, les autres régions de l'Arc jurassien semblent moins virevoltantes. Ainsi, à Jura bernois Tourisme, on ne signale aucun projet d'envergure.

Quant à Jérôme Longaretti, responsable du marketing de Tourisme neuchâtelois, il relève que «des investisseurs nous ont certes approchés mais qu'aucun projet hôtelier ne s'est concrétisé». Et la crise commence à peser. Après une année 2008 triomphale avec 238 000 nuitées (soit 4,2% d'augmentation par rapport à 2007), les deux premiers mois de cette année se soldent par un recul de près de 7%.

Dans le Jura vaudois, Cédric Paillard, directeur adjoint de Vallée de Joux Tourisme, effectue le même constat: pas l'ombre d'un projet hôtelier dans le paradis des skieurs de fond. «Fermé pour rénovation, le célèbre Hôtel de la Lande, au Brassus, va cependant rouvrir cet automne, et c'est une excellente nouvelle», tempère-t-il.

Si la récession épargne pour l'heure l'hôtellerie de la Vallée de Joux, «elle risque de mettre à mal le tourisme d'affaires lié à l'horlogerie», craint Cédric Paillard. ed

ANNONCE

Hotel & Gastro formation by Hotel & Gastro Union GastroSuisse hotellerieuisse

SEANCE D'INFORMATION

BREVET FEDERAL

MARDI 05 MAI 2009 A 15.00

Centre professionnel de GastroVaud
Av. Général Guisan 42a, 1009 Pully

- *Cuisinier/ère en hôtellerie et restauration*
- *Chef/fe en restauration*

INSCRIPTION A LA SEANCE AU 021 804 85 30
OU PAR EMAIL : lonay@hotelgastro.ch

Pour toute information complémentaire :

Hotel & Gastro *formation*, siège romand
Route des Pressoirs 8, 1027 Lonay
Tél: 021/804 85 30 fax: 021/804 85 38
www.hotelgastro.ch

BÂTISSEZ VOTRE AVENIR PROFESSIONNEL AVEC NOUS !

Des animations appréciées

Les événements estivaux franco-suisses organisés dans l'Arc jurassien sont très prisés. Ils revitalisent en effet le tourisme de ces régions excentrées.

VALÉRIE MARCHAND

En été, les manifestations franco-suisses de l'Arc jurassien permettent aux régions de mieux se connaître, mais aussi d'accueillir des milliers de touristes. C'est notamment le cas à Goumois qui sera le théâtre le 31 juillet d'une grande fête qui aura lieu en grande partie sur le pont reliant la Suisse à la France. Cette manifestation, dont ce sera la 22e édition, célébrera à la fois le 1er août et le 14 juillet

«Près de 3000 visiteurs affluent dans ce village de 200 habitants pour participer à cet événement particulier», note Sylviane Monnet, présidente de la Société d'embellissement de Goumois. Feux d'artifice, hymnes nationaux du 14 juillet et du 1er août, ainsi que des canoës, qui descendront le Doubs illuminés par des flambeaux, figurent notamment au programme.

Des animations touristiques des deux côtés du Doubs

Des milliers de personnes sont aussi présentes en été entre Les Brenets et Villars-le-Lac. En 2008, un grand spectacle s'était déroulé en face du port des Brenets avec Olivier Favre, le recordman de plongeon, et sa compagnie Oliver's Show connue au niveau international. Des navettes reliaient les deux berges du lac des Brenets pour que d'autres animations mises sur pied des deux côtés de la frontière puissent être facilement accessibles. Cette année, rien n'a été prévu, toutefois en 2010, une nouvelle édition est déjà au programme d'animation des deux villes.

Un autre rendez-vous important est celui qui se déroule entres les villages des Fourgs (Haut-Doubs) et de Ste-Croix, au lieu-dit la Grande-Borne. Intitulé «Festival des terroirs sans frontière», il aura lieu les 22 et 23 août 2009. Entre 10 000 et 15 000 spectateurs sont attendus durant ces deux journées organisées par les communes, les offices du tourisme du Balcon du Jura et des Fourgs, ainsi que par la Conférence transjurassienne. Pour souligner la présence des deux pays un grand chapiteau sera notamment édifié à cheval sur la frontière.

«Intéresser à terme Pontalier et Yverdon»

«Nous permettons ainsi à deux régions excentrées d'améliorer leur image tout en démontrant qu'elles peuvent accueillir des événements importants», relève Michel Ruchat, le directeur de Balcon du Jura vaudois tourisme. Cette année, près de 80 exposants suisses et français sont attendus pour la 9e édition qui aura pour thème les sonnailles. Lors de ces rendez-vous, chacun peut observer les ressemblances de son voisin: on estime ainsi que l'Absinthe de Pontarlier est fille de celle du Val-de-Travers et que le Gruyère est cousin du Comté. «A terme, nous espérons que cette manifestation intéresse aussi Pontarlier et Yverdon», conclut Michel Ruchat.

ldd

L'été est le théâtre de nombreuses manifestations touristiques franco-suisses qui sont prisées des deux côtés du Doubs.

Alain D. Boillat

Parmi les différents aménagements conçus par Helen Caille Lin, qui se définit elle-même comme une «créatrice d'atmosphères», figure notamment le bar-restaurant «Lötschberg» à Berne.

«Créer des décors insolites»

A quelques semaines de lancer un nouvel établissement à Genève, Helen Caille Lin évoque sa faculté de créer des décors qui sortent de l'ordinaire. On lui doit ainsi le «Lötschberg» à Berne.

ALEXANDRE NICOULIN

L'été passé, au moment où la Ville de Genève confiait à Helen Calle Lin la gestion des Halles de l'Ile, Sandrine Salerno, conseillère administrative en charge du dossier, résumait ainsi le mandat: «Les halles doivent devenir un lieu animé, centré sur le divertissement, la culture et la gastronomie». Vaste programme! Si vaste que la conseillère administrative n'était pas certaine qu'une seule personne puisse être à même de relever seule un tel défi. «Il est vrai qu'il me semblait a priori difficile de trouver quelqu'un pour assumer tout cela», commentait alors Sandrine Salerno. «Mais Helen Calle Lin est une personne solide qui a réussi à conjuguer tout ce qui était demandé .» Et effectivement, la prochaine gérante au parcours jalonné de succès, semble avoir trouvé la bonne formule.

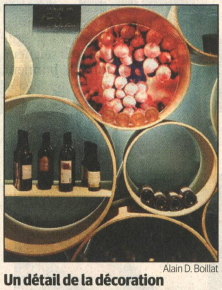
Magnifique espace de 750 m², idéalement situé au cœur de Genève, l'histoire récente des Halles de l'Ile n'a pas égalé depuis longtemps la magie de ses lieux. Afin de renverser le sens de l'histoire et rendre cet espace à nouveau populaire, la Ville de Genève a dressé un cahier des charges serré comme un expresso napolitain. Ainsi, parmi les exigences fondamentales, la future Brasserie des Halles de l'Ile devra être ouverte sept jours sur sept jusqu'à minuit au moins, proposer un plat du jour à 14 francs maximum, faire la part belle aux produits du terroir ainsi que s'imposer comme un centre de culture.

Un tel cahier des charges, c'est du taillé sur mesure pour le profil d'Helen Calle Lin. En effet, le parcours professionnel de cette Taïwanaise de 38 ans, établie à Genève depuis près de vingt ans, l'a menée à naviguer exactement dans tous ces horizons.

«Mon atout est d'avoir plusieurs cultures et de sentir les gens.»

Helen Caille Lin
«Créatrice d'atmosphères»

Il y a dix ans, elle lançait le Comptoir, un restaurant asiatique tendance. Une décennie plus tard, «son bateau-amiral» comme elle aime à le nommer, réussit le tour de force d'être resté branché et de ne pas désemplir. Un peu plus tard, le Lolabar voyait le jour, un bar qui marche très fort. C'est également sous sa houlette que se déroule l'Overground Festival, un festival dévolu aux musiques électroniques qui se tient sur un bateau accosté aux Eaux-Vives. Cette représentante de la branchitude – L'Hebdo l'a d'ailleurs inclue l'an dernier dans le cercle très fermé des cent personnalités qui font la Suisse romande, catégorie éminences grises et espoir – n'a pas peur du terroir. Pour preuve, elle est à la tête du restaurant le Lötschberg de Berne dont la vocation est précisément la promotion des produits AOC-IGP helvétiques. A côté de ces activités, celle qui se présente elle-même comme «une créatrice d'atmosphères», a sorti quatre disques de musique, crée de la mode pour enfants et ouvert une boutique de vêtements qui, bien sûr, marche du tonnerre! La question qui démange est: comment fait-elle ? «Je travaille comme deux et suis bien entourée, entre autre par mon mari, Laurent» sourit-elle.



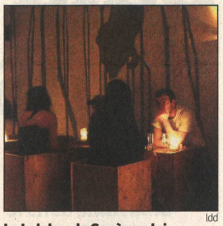
Alain D. Boillat

Un détail de la décoration du bar-restaurant «Lötschberg».

C'est à Mikael Benyair, que le parcours professionnel a fait passer entre autres par les cuisines de l'Hôtel InterContinental de Genève, qu'Helen Caille Lin a confié les clefs des fourneaux. Une cuisine qui trouvera son inspiration dans le terroir et proposera des mets tels que de la longeole, du jarret, de la fondue ou du vacherin Mont d'Or.

Une dose d'exotisme, mâtiné de Chine ou d'Iran, devrait également trouver le chemin des assiettes du nouveau restaurant. A quelques semaines de l'ouverture, Helen n'est en rien inquiète et fait preuve d'une grande confiance dans son projet. «Franchement, à part le fait que le secteur soit entouré de travaux, ce qui pourrait un peu gêner l'accès au restaurant, je trouve que tout se passe à merveille», lance-t-elle. Dans une ville de Genève qui ronronne un peu, la Brasserie de l'Ile a donc une belle carte à jouer.

Elle pourrait bien trouver rapidement sa place dans le cœur des Genevois.



ldd

Le Lolabar de Genève a lui aussi été créé par Helen Caille Lin.

Hôtellerie: les méthodes de recrutement ont changé

Fini le temps où les grands hôtels pouvaient se contenter d'enregistrer les candidatures. Ils doivent aujourd'hui savoir vanter leurs qualités.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Elle est bien révolue l'époque où l'on s'engageait dans une entreprise (en l'occurrence, une chaîne hôtelière) dans le seul but d'y faire carrière en sachant qu'une certaine assiduité mènerait à un poste plus élevé, selon le nombre d'années passées dans l'entreprise. «Ce modèle est aujourd'hui dépassé et ce sont souvent les recruteurs qui doivent savoir séduire, face aux innombrables possibilités offertes aux nouveaux professionnels de la branche», déclarait Alain Schauder, vice-directeur des ressources humaines de Hyatt's International, début avril lors du premier Salon international de recrutement organisé par le Swiss Education Group (SHMS, IHTTI et HIM) à Caux.

«On ne s'engage plus dans l'hôtellerie pour voyager»

«La Génération Y (les 25-35 ans) sait aujourd'hui choisir. Ses représentants ont vu leurs parents devoir changer de vie professionnelle, voire se retrouver au chômage à la suite de réorganisations dans une entreprise; ils savent donc porter un regard critique sur ce modèle», poursuit-il. «Il est aussi dépassé le mythe des années 80 qui voulait que s'engager dans l'hôtellerie de chaîne permette de parcourir le monde. Aujourd'hui, cette possibilité n'existe plus uniquement dans nos métiers, presque tout un chacun peut satisfaire cette envie, ne serait-ce que par les possibilités de loisirs», ajoute Alain Schauder. Avec, pour conséquence, que «nous n'offrons plus une carrière, mais une expérience permettant de construire une carrière».

Démontrer son savoir-faire en matière de gestion humaine

On reste pourtant bien loin de la seule sémantique. Car ce n'est pas du tout contradictoire avec une culture d'entreprise. Pour lui, «c'est mieux développer cet esprit d'entreprise» en laissant justement le «recruté», le nouveau venu, décider quelle orientation, souhaitée ou soudaine, il pourra développer en optant pour une entreprise plutôt qu'une autre. On est loin des schémas en vigueur dans l'hôtellerie traditionnelle. Ce changement de langage s'est produit il y a une dizaine d'années, selon notre interlocuteur. Et il ne s'applique pas uniquement aux professions managériales, mais à tous les niveaux, quelle que soit l'origine de l'employé, qu'il soit issu d'une prestigieuse école hôtelière ou d'un CAP.

«Aujourd'hui, ce sont souvent les recruteurs qui doivent savoir séduire.»

Alain Schauder
Vice-directeur des RH de Hyatt's

Peut-on dès lors aller jusqu'à dire qu'aujourd'hui c'est l'option du demandeur qui est déterminante? «Dans un certain sens, oui», répond Alain Schauder, « à capacités reconnues, n'est-ce pas lui qui décide de s'investir chez l'un ou chez l'autre?» A l'entreprise choisie de démontrer sa proactivité, ses capacités innovantes. En proposant, par exemple, des orientations multiples, en fonction des intérêts de chacun et en répondant à la question du demandeur: «La société où je postule va-t-elle répondre à mes attentes en matière de développement professionnel et personnel?»

Le modèle ne change d'ailleurs pas qu'en apparence. Lors de la manifestation organisée à Caux, plusieurs grandes sociétés ne se contentaient pas d'enregistrer les candidatures. Bien au contraire, elles proposaient aussi de véritables démonstrations de leur savoir-faire, de leur compétences en gestion humaine. Dans l'espoir d'être choisies par les meilleurs…

la «der»

htr hotelrevue No 18 / 30 avril 2009

«Avoir trois étoiles Michelin signifie que l'on fait partie des 72 meilleurs restaurants au monde.»

Jean-Luc Naret (Page 5)

24

Photos Eugenio D'Alessio

Après trois ans de travaux, le **Château de Salavaux**, à proximité d'Avenches et de Morat, a été transformé en un hôtel-restaurant de charme.

Salavaux: un hôtel dans un château

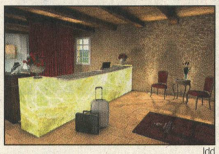
Le **Château de Salavaux**, dans le Vully vaudois, a été transformé en hôtel. Il est ouvert au public depuis la mi-avril.

EUGENIO D'ALESSIO

Les époux Doris Loretan et Martin Zbinden, les nouveaux propriétaires du Château de Salavaux, sont aux anges. Après un cheminement de trois ans, planification et chantier compris, leur hôtel peut exhiber une belle carte de visite: seize chambres doubles (l'une d'entre elles a été conçue spécialement pour les handicapés) et une simple, une salle de banquets pouvant accueillir une centaine de convives, deux espaces lounge, une grande cave, deux terrasses et un restaurant gastronomique d'une capacité de 48 places, placé sous la baguette d'un jeune chef bernois de renom, Thomas Riesen.

Allier une décoration moderne à un bâtiment ancien

Pour faire connaître leur nouveau-né, les propriétaires ont misé sur un site internet complet (www.chateau-salavaux.ch, mais qui n'existe pour l'heure qu'en allemand). «Il sera bientôt traduit en français et en anglais», promet Doris Loretan. La campagne promotionnelle a été complétée par la distribution de prospectus, de flyers et s'est appuyée sur les offices de tourisme locaux ainsi que sur les réseaux du couple et du personnel.



ldd

La **réception** de l'hôtel.

«Grâce aux nombreuses relations de mon mari, qui dirigeait une fiduciaire à Schwarzenburg, et à celles de notre cuisinier, le château de Salavaux a vite acquis une belle notoriété.» Même si tous les travaux ne sont pas encore à bon port, ce nouvel hôtel mêle modernisme de l'aménagement et architecture moyenâgeuse. «Nos chambres n'ont pas de téléphone et de télévision. Et pour cause, nous avons voulu créer un havre de paix», précise Doris Loretan. Mais le château de Salavaux se veut également un lieu de festivités.

«Le château se positionne dans un créneau de niche»

«L'organisation de mariages connaît à l'heure actuelle un véritable boom. A partir du 2 mai, et jusqu'en octobre, notre agenda en comporte un toutes les semaines», se réjouit Doris Loretan. Et de poursuivre: «Nous mettons aussi sur pied des repas du genre Meurtres et Mystères. Notre offre comporte aussi des soirées thématiques «whisky et repas», dont la première édition a rassemblé une vingtaine de clients le 24 avril.» Et soucieux de combler les mélomanes, le château de Salavaux veut organiser des concerts, tout en collaborant avec le Festival d'opéra d'Avenches.

ldd

L'hôtel compte seize **chambres doubles** et une chambre simple.

ldd

Les **caves du château** sont destinées à accueillir des réceptions.

Pour Michel Doleires, directeur d'Avenches Tourisme, Doris Loretan et Martin Zbinden forment un couple de grands professionnels: «Ils m'ont laissé une excellente impression. Ils ont du goût et savent comment positionner leur établissement dans un créneau de niche qui est, selon moi, celui d'une clientèle plutôt haut de gamme. Je suis optimiste sur leurs chances de succès.»

Les deux châtelains: **Doris Loretan et Martin Zbinden**.

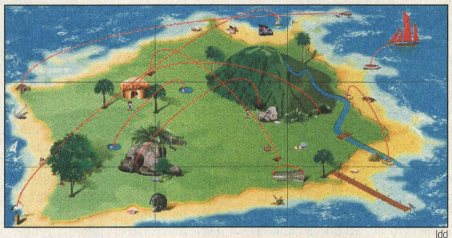
Un parcours ludo-éducatif

Aquaparc, au Bouveret, vient de présenter une nouvelle animation ludo-éducative: «AquaEdu», un programme pédagogique de sensibilisation destiné aux enfants sur le thème de l'eau et de la nutrition.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Pour ce projet, le parc de loisirs Aquaparc, sur les rives valaisannes du lac Léman, s'est assuré la collaboration de plusieurs partenaires actifs dans le domaine: l'Alimentarium, le musée Nestlé de l'alimentation à Vevey, les services cantonaux valaisans de l'éducation, de la culture et du sport ainsi que Cap Santé, une fondation valaisanne active dans la formation et l'information dans les domaines de l'eau et de la santé. Avant tout destiné aux enseignants et à leurs classes, le nouveau pôle d'animation allie plaisirs de l'eau et activités didactiques sous forme d'un parcours ludique expliquant le rôle de l'eau sur la planète, l'importance de son économie, etc.

Une dizaine de postes de jeu sont disponibles, d'où les participants peuvent tester et enrichir leurs connaissances sur le thème. Outre le fait qu'il permet à Aquaparc d'enrichir son offre, ce nouveau parcours-animation illustre sa volonté de proposer un contenu éducatif afin de sensibiliser, dans une atmosphère de détente et de plaisir, les nouvelles générations à l'importance vitale de l'eau pour la santé. Les enseignants qui souhaitent préparer leur visite peuvent s'appuyer sur un support pédagogique qui sera prochainement disponible sur le site internet, ainsi qu'une méthode de suivi de la visite à utiliser une fois de retour en classe. Au fil des mois, les thématiques abordées s'étofferont mais s'articuleront toujours autour du domaine de l'eau.



ldd

Aquaparc disposera prochainement d'une **animation ludo-éducative** qui sera diffusée sur internet.

Le 10e «slowUp» a été dignement fêté à Morat

Sabrina Jörg

Dimanche, la 10e édition des journées découverte «slowUp», consacrées à la mobilité douce, a été dignement fêtée. Cinquante mille personnes se sont, en effet, retrouvées autour du lac de Morat, principalement, pour pédaler. Parmi celles-ci, on relèvera les **représentants de la Vallée de Joux** qui étaient venus faire de la promotion pour le «slowUp» qui aura lieu dans leur région le 5 juillet. mh

D'une langue à l'autre

Gros plan sur le tourisme golfique en Suisse

ldd

Les golfs suisses, ici celui de **Crans-sur-Sierre**, contribuent à la bonne marche de notre tourisme. Karin Vesti, la responsable des Swiss Golf Hotels, en est convaincue. Le tourisme golfique présente en effet de nombreux avantages. Ainsi, les touristes golfeurs dépensent par exemple 4,8 plus que la moyenne des touristes, relève Karin Vesti. lm

Page 1 + Cahier «Fokus»

Une nouvelle «Expo nationale» dans la région du Gothard?

Lancée il y a deux ans par Marco Solari, le président de Ticino Turismo, l'idée d'une nouvelle «Expo nationale» fait son chemin. Celle-ci pourrait déjà être organiseé en 2018, soit deux ans plus tôt que prévu lors de la présentation du projet «Expo 2020». Elle coïnciderait ainsi avec l'ouverture du nouveau tunnel de base du Gothard qui devrait justement avoir lieu en 2018. Les villes de Bellinzone, Brigue, Coire et Lucerne y seraient associées avec des pavillons consacrés respectivement à la culture, à l'énergie, à la nature et à la mobilité. lm

Page 4

Le directeur du Guide Michelin à cœur ouvert

«Il y a beaucoup d'hôtels dans le monde, mais il n'y a qu'un seul Guide Michelin. Notre travail est de découvrir des professionnels talentueux, aussi bien dans la gastronomie que dans l'hôtellerie, et de leur fournir une plate-forme sous la forme d'un guide reconnu aujourd'hui largement au-delà des frontières européennes.» Tels sont quelques-uns des propos tenus par Jean-Luc Naret, le responsable du Guide Michelin qui fête cette année sa 100e édition. Le guide consacrera pour la première fois cet automne une édition à Kyoto et à Osaka. lm

Page 5

Le chauffage au sol au service des asperges

Ingrid Schindler

Des agriculteurs saint-gallois utilisent la technique du chauffage au sol afin d'améliorer la qualité de leurs **asperges blanches**. Leur idée leur est venue d'Islande où l'on utilise les sources d'eau chaude également à cet effet. Le bilan écologique de leurs asperges s'avère par ailleurs largement supérieur à celui des asperges importées d'Espagne, de Californie ou du Mexique. lm

Page 13

stellenrevue htr
marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi de la branche

htr hotel revue Nr. 18 / 30. April 2009

jobs online
www.luzern-hotels.ch
Luzern
hotellerielucerne Swiss Hotel Association

Hoteldirektorin gefunden
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

GASTRO SUISSE JOBSERVICE
SUCHEN? VERMITTELN> FÖRDERN!
WIR SUCHEN?
Fachprofis für Service und Küche
Führungspersönlichkeiten in Küche und Service
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich, Tel. 044 377 55 35
Fax 044 377 55 90, E-Mail jobservice@gastrosuisse.ch
www.gastrosuisse-jobservice.ch

www.gastrojob.ch
Topjobs und Gastroprofis – ganze Schweiz
GastroJob
Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

Inhalt / Sommaire

Direktion/Kaderstellen 2
Deutsche Schweiz 2-3
Svizzera italiana 5
International 6
Stellengesuche 6
Suisse romande 5
Marché international 6
Demandes d'emploi 6

New Challenge
Hotel & Gastro-Personalvermittlung

In verschiedene Betriebskonzepte im Grossraum Zürich suche ich Sie, gelernte/r Fachfrau/mann als

Restaurant & Bankettleiter
(Ihr Hotelfachschulabschluss oder entspr. Werdegang in der Gastronomie, sowie 3-4 J Führungserfahrung geben Ihnen Sicherheit in der Teamleitung & als GastgeberIn im à la carte- und Bankettgeschäft, Idealalter bis 35J; Eintritt ca. August 2009)

STV-Gastgeberin Bar/Lounge
(Sie unterstützen die Betriebsleiterin und das junge, fröhliche Team in allen anfallenden Aufgaben. Hotelfachschulabschluss oder entspr. Werdegang Service/Bar; Region Zürichsee)

1. Gouvernante
(Business/Seminarhotel, mind. 3-4 J Führungserfahrung Etage & Lingerie; Eintritt ca. August 2009; Region ZH)

Sous-chef
(Verschiedene Möglichkeiten, ob in einem Gourmet-Team, dynamischer Stadtbetrieb oder Seminar Hotellerie; je nach Berufs– und Führungserfahrung, kann die einen oder andere Stelle, Ihr nächster Challenge sein.)

Commis oder Demi-chef de Partie
(Zürichsee & City; Ihr Flair und Ihre ersten Erfahrungen in der Frischküche sind gefragt; sofort und nV)

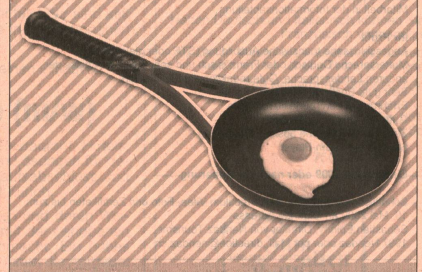
Servicefachfrau/mann
(abgeschlossene Ausbildung im à la carte Service)

Interessiert und gespannt? Dann freue ich mich auf Ihre Bewerbung oder rufen Sie mich an!

Gabriela Weber, Seestrasse 160, 8002 Zürich
Tel. 044/ 201 24 66 www.newchallenge.ch

2148-1251

WORK & GSTAAD
IN GSTAAD WORKS FOR YOU



Roger Federer hat hier Tennis gespielt. Und Emmylou Harris Gitarre. Jetzt suchen wir weitere Leute, die bei uns ihr Talent unter Beweis stellen. Im Job und in der Freizeit. Willkommen in Gstaad!

Look for the best hotel jobs: www.yourgstaad.ch

2197-1250

Zunfthaus zu Metzgern
Restaurant Hotel

Im Zentrum von der Altstadt Thun gut frequentiertes, historisches Restaurant mit innovativer, moderner Küche (Bio-Certifiziert nach Goût Mieux) und angeschlossenem kleinen Hotel

sucht ab ersten Juli 2009
oder nach Vereinbarung

GeschäftsführerIn
(Restaurant und Hotel)

Anforderungen:
- Diplom einer Schweizer Hotelfachschule
- Mehrjährige Berufserfahrung
- Gute Sprachkenntnisse (D, E, F event. Ita.)
- Grundkenntnisse einer natürlichen, biologischen Küche

Schriftliche Bewerbung an:
Gilberto Rabozzi
Untere Hauptgasse 2 • 3600 Thun

2156-1228

Auf die Sommersaison 2009 (Mitte Juni bis Oktober) und die Wintersaison 2009/10 suchen wir noch qualifiziertes Personal für die Küche und den Service.

Unsere Gruppe betreibt 2 Restaurants mit Bedienung und ein Selbstbedienungsrestaurant (mit Zimmer) im Gebiet «Weisse Arena Flims-Laax-Falera».

Küche:
Küchenchef/in (Alleinkoch/-köchin)
Köche/-in
Küchengehilfe/-in
Rotisseur

Service:
Chef de Service
Chef de Rang
Kellner
Serviceangestellte

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:
Startgels AG, zu Handen U. Grand,
Bergrestaurant Startgels,
7017 Flims-Dorf,
E-Mail: startgels@bluewin.ch
Auskünfte: U. Grand, 0041 81 911 58 48
Fax 0041 81 936 72 13

2148-1224

Gsell & Partner
Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Gsell & Partner, eine in der internationalen Hotellerie in den Bereichen Flusskreuzfahrt, Consulting und Immobilien tätige Unternehmensgruppe mit über 500 Mitarbeitenden, sucht mit Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung:

FACHFRAU/FACHMANN RECHNUNGSWESEN
(mit praktischer Erfahrung in der Hotellerie)

für die Führung der Buchhaltung im kleinen Team. Sie haben bereits im Rechnungswesen erste Erfahrungen gesammelt. Sie besitzen den **Fachausweis für Finanz- und Rechnungswesen** oder einen höheren Ausweis – oder Sie beabsichtigen, einen solchen in absehbarer Zeit zu erwerben.

Analytisches Verständnis mit der gleichzeitigen Fähigkeit, Zusammenhänge und Abhängigkeiten rasch zu erkennen, strukturiertes Arbeiten, Flexibilität, Diskretion, Zuverlässigkeit und ein ausgeprägtes Dienstleistungsverhalten sind Voraussetzungen für diese anspruchsvolle Tätigkeit. Eventuell sind Sie mit dem System Abacus vertraut oder sind bereit, es sich anzueignen. Sie sind eine jüngere, kommunikative und positiv eingestellte, unternehmerisch denkende und handelnde Persönlichkeit, welche gerne im Team arbeitet und eine internationale Atmosphäre schätzt.

Fremdsprache: Englisch.

Gerne erwarten wir Ihre komplette Bewerbung (inklusive Foto, Lebenslauf, Arbeitszeugnisse, Referenzadressen) an:

Gsell & Partner GmbH
Urs Gsell, Brünigstrasse 20, CH-6005 Luzern
Telefon +41 41 220 2000, Fax +41 41 220 2001
urs.gsell@gsellundpartner.ch · www.gsellundpartner.ch

2160-1232

HOTEL HOLIDAY THUN
am Thunersee

Geschäftsführer Gerant

- Restaurant und Bar 120 Plätze
- Grosser Saal 100 Plätze
- Kleiner Saal 40 Plätze
- Kleiner Saal 30 Plätze
- Terrasse 100 Plätze

- 57 Doppelzimmer, 1 Suite
- Grosser Parkplatz

Eintritt: ab 01. Juli 2009.

Bewerbungen sind zu richten an:

KILCHHERR

Kilchherr AG, Malerei-Gipserei
Burgerstrasse 3, 3600 Thun
033 – 225 12 00

2159-1231

Das Spitalzentrum Biel ist das öffentliche medizinische Kompetenzzentrum der zweisprachigen Region Biel-Seeland-südlicher Berner Jura. Es bietet der gesamten Bevölkerung eine umfassende Versorgung in nahezu allen medizinischen Fachgebieten. Jedes Jahr schenken gegen 50 000 Patientinnen und Patienten unseren 1 400 Mitarbeitenden ihr Vertrauen. Für unsere anspruchsvolle und vielseitige Spitalgastronomie suchen wir per 1. August 2009 oder nach Vereinbarung Sie als versierte/n

Leiter/in Küche (100%)

Unsere Stelle – Ihre Aufgaben
Sie führen die Fachabteilung Verpflegung/Küche mit über 30 Mitarbeitenden fachlich und personell. Zusammen mit Ihrem Team sind Sie für den Einkauf F&B, die Angebotsgestaltung sowie die Produktion und Ausgabe von rund 1'100 Mahlzeiten täglich sowie weiteren Zusatzangeboten verantwortlich. Die enge Zusammenarbeit mit der Restauration und der Ernährungsberatung stellt sicher, dass Sie die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse erkennen und erfüllen können. Sie sind massgeblich am bevorstehenden Umbau der Küche beteiligt – diese Herausforderung nehmen Sie an! Betriebswirtschaftliche Kenntnisse und der Umgang mit Kennzahlen sind eine weitere wichtige Zutat für Ihr persönliches Erfolgs-Rezept.

Ihre Fähigkeiten – unsere Anforderungen
Nach Ihrer Ausbildung als Diätkoch/Diätköchin haben Sie die Weiterbildung zum eidg. dipl. Küchenchef/Produktionsleiter (m/w) erfolgreich absolviert. Sie haben bereits mehrere Jahre Berufs- und Führungserfahrung in vergleichbarer Funktion gesammelt. Ihr ganzheitliches Denken, Ihre Dienstleistungsorientierung und Ihr hohes Qualitätsbewusstsein zeichnen Sie aus. Sie verfügen zudem über eine ausgeprägte Planungs-, Organisations- und Entscheidungsfähigkeit. Ihr Engagement und Ihre Motivation, Ausserordentliches zu leisten, verleihen Ihrem Profil ausserdem den nötigen Pfiff. Sie sind deutscher oder französischer Muttersprache mit guten Kenntnissen der anderen Sprache.

Unsere Zusammenarbeit
Als Mitglied des Leitungsteams gestalten Sie die Entwicklung des Dienstleistungsbereiches Hauswirtschaft und Gastronomie aktiv mit. Das Spitalzentrum verfügt über eine moderne Infrastruktur und bietet Ihnen Anstellungsbedingungen nach Gesamtarbeitsvertrag. Im spitaleigenen Restaurant freuen sich viele Mitarbeitende auf Ihre ausgewogenen und abwechslungsreichen Köstlichkeiten.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau Andrea Krähenbühl, Leiterin Hauswirtschaft und Gastronomie, Tel. 032 324 23 42 oder andrea.kraehenbuehl@spital-biel.ch gerne zur Verfügung. Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bitte bis am 8. Mai 2009 an: Spitalzentrum Biel AG, Human Resources, Postfach 1664, 2501 Biel, oder an: hr@szb-chb.ch

Spitalzentrum
Centre hospitalier
Biel-Bienne

2150-1226

Hôtel La Margna since 1907 St.Moritz Schweiz

Herzlich willkommen!

Ab Sommersaison 2009 haben Sie die Möglichkeit, in unserem Hause die Stelle als

Küchenchef

zu übernehmen.

Wir freuen uns auf einen Kaderangestellten, der saisonale Produkte kreativ verarbeitet und präsentiert. Eine tägliche Überraschung, ein Erlebnis für unsere Gäste. Qualität, innovative Ideen in den Bereichen Menü, à la carte und kalte/warme Buffets, Kalkulation, Schulung und teamorientiertes Arbeiten sind für Sie Selbstverständlichkeit. Kurz: die Küche ist Ihre Leidenschaft, Ihr Fachgebiet, Ihre grosse Liebe.

Idealalter: 28 bis 40 Jahre.

Wir bieten Ihnen:
Jahresstelle in 2-Saison-Betrieb. Sie geniessen grosse Selbständigkeit, stellen Ihr Team selber ein und zeichnen sich für sämtliche Tätigkeiten im Küchenbereich verantwortlich.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Hotel La Margna, Familie Schweizer, 7500 St. Moritz
Telefon 081 836 66 00, Fax 081 836 66 01
www.lamargna.ch E-Mail: info.lamargna@bluewin.ch

2065-1185

Alles echt italienisch - vom Antipasto über das Bistecca bis hin zum Grappa mit Ristretto! Diese "Italianità pura" gibt es in unserem **Ristorante Da Ernesto in Luzern!** Für diesen Betrieb suchen wir per sofort einen

Pizzaiolo

Sie haben ein Flair für die italienische Küche und konnten als Pizzaiolo bereits Erfahrungen sammeln. Sie sind bis 30 Jahre alt, sprechen Deutsch oder Italienisch und ergänzen unser Team mit Ihrer freundlichen Art.

Sind Sie interessiert, dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

DA ERNESTO RISTORANTE

Ristorante Da Ernesto
Furrengasse 17
6004 Luzern
Telefon 041 410 17 44 - www.da-ernesto.ch

2158-1230

Hotel Sonne ***plus
CH-9658 WILDHAUS

Wir suchen nicht nur eine strahlende Persönlichkeit, sondern eine Hotelsekretärin mit Berufserfahrung und Fachkenntnissen. Wenn Sie auch noch ganz „Fidelio" sind und etwas englisch oder französisch beherrschen, bieten wir Ihnen gerne die Chance sich in unserem modernen und gepflegten *** Ferien- und Sporthotel zu etablieren. Es erwartet Sie ein florierendes und gut organisiertes 55 Betten-Hotel mit diversen Sälen und einer weiteren bekannten Restauration. Werden Sie unser neuer Sonnenschein an der Réception. Gerne erwarte ich Ihre Bewerbung:

1. Réceptionssekretärin/ Direktionsassistentin m/w

Paul Beutler, Hotel Sonne, 9658 Wildhaus
Besuchen Sie uns auf: **www.beutler-hotels.ch**

2191-1245

HOTEL ENGEL STANS

Mario Hug
Dorfplatz 1
6370 Stans
www.engelstans.ch Tel. 041 619 10 10

Neue Herausforderung gesucht?

Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir nach Vereinbarung

Sous-Chef de cuisine

Sie sollten Freude am Beruf haben, vor Hektik nicht zurückschrecken und flexibel sein.
Eine traditionsreiche und dennoch nicht alltägliche Umgebung wartet auf Sie!

Gerne erwarte ich Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren Anruf!

2157-1238

NENDAZ MONT-TOUT

Animationsverantwortliche/r

www.nendaz.ch

Wir
Nendaz Tourisme hat die Aufgabe, eine touristische Region mit einem großen Wachstumspotential zu fördern und bekannt zu machen. Wir suchen unsere/n zukünftige/n

Animationsverantwortliche/n

Tätigkeiten
Planung, Ausführung und Kontrolle der Animationen
Organisation von Veranstaltungen
Erstellung des wöchentlichen Animationsprogramms in 3 Sprachen
Koordination der Animationen mit den externen Tourismuspartnern
Erstellen von Informationsbroschüren
Mitarbeit in der Informationsabteilung

Ihr Profil
Abgeschlossene touristische Ausbildung (STF oder gleichwertig)
Muttersprache Deutsch oder Französisch und sehr gute Kenntnisse der anderen Landessprache. Gute redaktionelle Fähigkeiten.
Sehr gute Englischkenntnisse
Erfahrung in der Tourismusbranche
Gute MS-Office Kenntnisse
Zuvorkommende und positive Einstellung
Sie sind ein Team-Player

Eintritt: Juli 2009 oder nach Vereinbarung

Schriftliche Bewerbung, mit Curriculum Vitae, Foto und Zertifikaten bis zum 10. Mai 2009 an folgende Adresse:
Sébastien Epiney, Direktor von Nendaz Tourisme,
1997 Nendaz oder per Mail: direction@nendaz.ch

2215-1262

HOTEL & RESTAURANT CHARTREUSE HÜNIBACH-THUN

Das Hotel Restaurant Chartreuse ist ein kleines Familiär geführtes Hotel am rechten Ufer des Thunersees.
Unser Haus verfügt über 14 Zimmer, eine Attikawohnung, ein Restaurant mit 80 Sitzplätzen und eine grosse Gartenterrasse.

Wir suchen auf den 1.Juni oder nach Vereinbarung einen

Chef de Partie

Sie bringen Erfahrung mit und möchten gerne in einem kleinen Team Arbeiten in einem lebhaften Betrieb und in einem angenehmen Klima
und eine

Servicefachangestellte

für unseren a la carte Service mit Erfahrung im Führen einer eigenen Station.
Für eine erste Kontaktaufnahme stehen Wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Rolf und Kati Gerjes
Hotel Restaurant Chartreuse
Staatsstrasse 142
3626 Hünibach
www.chartreuse.ch
033 243 33 82
mail@chartreuse.ch

2217-1263

Das UniversitätsSpital Zürich (USZ) ist mit seinen rund 6'000 Mitarbeitenden eines der wichtigsten Zentren des schweizerischen Gesundheitswesens. Es bietet in 42 Kliniken und Instituten medizinische Leistungen von höchster Qualität. Die Direktion Betrieb ist Dienstleisterin innerhalb unseres Spitals. Sie erbringt eine Fülle von Dienstleistungen für Patienten, Besucher sowie für interne Kunden. Für die Abteilung Gastronomie suchen wir per 1. September 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

Diätkoch/Diätköchin mit Erfahrung

Ihre Hauptaufgaben
Als versierte Fachperson gewährleisten Sie eines nach neuesten ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen ausgerichtetes attraktives und abwechslungsreiches Gastronomieangebot für Patienten und Mitarbeitende. Sie stellen alle Diätkostarten her sowie prüfen und erstellen Diätrezepturen. Zudem sind Sie mitverantwortlich für die Ausbildung von Lernenden. Die Mitarbeitenden setzen Sie entsprechend ihren Fähigkeiten ein und fördern diese. Bei dieser Tätigkeit werden Sie regelmässig auch am Wochenende eingesetzt.

Ihr Profil
Um diese anspruchsvolle Tätigkeit wahrnehmen zu können, bringen Sie eine abgeschlossene Ausbildung und Erfahrung in der Diätküche mit. Wenn Sie bereits erste Führungserfahrungen sammeln konnten, ist dies von Vorteil. Wichtiger ist uns Ihre Sozialkompetenz, Einsatzbereitschaft, Belastbarkeit und Flexibilität, welche Ihnen helfen, herausfordernde Situationen zu meistern. Zudem verfügen Sie über gute EDV-Kenntnisse (Word/Excel).

Unser Angebot
Wir bieten Ihnen ein interessantes und vielseitiges Aufgabengebiet in einem offenen, multikulturellen, qualifizierten und motivierten Team sowie ein vielseitiges Angebot an internen Weiterbildungsmöglichkeiten und eine Besoldung nach kantonalen Richtlinien.

Nehmen Sie die Herausforderung an! Richten Sie Ihre schriftliche Bewerbung bitte per Post an: UniversitätsSpital Zürich, Human Resources Management, Herr Ralph Weller, Schmelzbergstrasse 24, 8091 Zürich. Für Fragen steht Ihnen gerne Herr Andreas Heiniger, Leiter Diätküche, gerne zur Verfügung. Telefon 044 255 93 41.
www.usz.ch

UniversitätsSpital Zürich

2144-1221

ASTORIA

Willkommen im Mittelpunkt des Geschehens

Das Hotel Astoria designed by Herzog & de Meuron verfügt über 250 voll klimatisierte Hotelzimmer sowie 12 licht-durchflutete Tagungsräume. Unsere Restaurants der Extraklasse bieten Aussergewöhnliches: Im THAI-GARDEN zelebrieren wir eine mit 15 Punkten Gault Millau ausgezeichnete königlich-thailändische Küche. Eine frische Cuisine du Marché erwartet Sie im Restaurant LATINO. Hausgemachte Pasta und Holzofen-Pizza servieren wir im wohl schönsten italienischen Restaurant der Stadt, dem LA CUCINA mit 12 Punkten Gault Millau. Die neu erweiterte Penthouse Bar ist der Treffpunkt Luzerns für Clubbing in der Happy Hour und die Ausgangs-Drehscheibe für lebenslustiges und tanzfreudiges Publikum.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung:

Betriebsassistent

für unseren lebhaften Hotelbetrieb. Sie sind 25-33 Jahre jung, eine F&B erfahrene, frontorientierte und kommunikative Persönlichkeit. Sie arbeiten aktiv im Service mit und helfen in den Restaurants die Spitzen zu brechen, übernehmen den Dutydienst und vertreten die Direktion bei deren Abwesenheit.

Stv. Clubleitung Penthouse-Bar

Als junge, kontaktfreudige und frontorientierte Persönlichkeit verstehen Sie es der/die perfekte GastgeberIn zu sein. Sie sind verantwortlich für den operativen Betriebsablauf und vertreten die Clubleitung bei deren Abwesenheit.

Seminarfrontleiter

Die Organisation und Überwachung von Seminaren und Banketten sind Ihre Hauptaufgabe, sowie die Mitarbeiterplanung und deren Führung. Sie arbeiten aktiv an der Front mit und sind unser Gastgeber. Technisches Know-how bringen Sie mit.

Servicemitarbeiter/In

für unser neues Latino Bistro. Sie sind mit Herz uns Seele eine Gastgeberpersönlichkeit, lieben guten Wein und gute Drinks. Vorzugsweise sprechen Sie Deutsch und Englisch.

Chef de Partie La Cucina

Sie führen mit Ihrer engagierten, voraus denkenden, speditiven und kreativen Art Ihren Posten selbständig, tragen durch Ihr fachtechnisches Können zur ständigen Verbesserung unseres Angebotes bei und übertreffen die hohen Qualitätsansprüche unserer Gäste.

Nachtportier

Sie sind verantwortlich für den Empfangsbereich während der Nacht. Sie kennen sich ebenfalls mit dem Tagesgeschäft aus und haben idealerweise bereits Erfahrung in diesem Bereich gemacht. Sie sprechen Deutsch und Englisch, weitere Sprachkenntnisse sind von Vorteil.

Thai-Spezialitätenkoch

für unser Restaurant Thai Garden (15 Punkte Gault Millau).

Wir bieten Ihnen ein optimales Arbeitsumfeld und die Herausforderung in einem sich immer weiter entwickelnden Hoteluntenehmen tätig zu sein.

Neugierig? Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.
Herr Jan Biderbost freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme!

Jan Biderbost, jbiderbost@astoria-luzern.ch
TEL +41 (0)41 226 88 22, FAX +41 (0)41 226 88 90
Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, CH-6002 Luzern
www.astoria-luzern.ch

2168-1235

HOF MARAN

Arosa** Golf- & Sporthotel**
Unser gepflegtes 4*-Hotel mit 110 Betten und verschiedenen Spezialitätenrestaurants liegt auf einem Sonnenplateau inmitten des imposanten Alpenbergkranzes von Arosa.
Per 1. Juni 2009 oder nach Vereinbarung suchen wir in Jahresstelle für eine langfristige Zusammenarbeit eine/n

ASSISTENT/IN F & B

WIR ERWARTEN VON IHNEN:
Hotelfachschul-Abschluss und Erfahrung auf dem Gebiet F&B. Sie sind belastbar und sowohl an der Front wie auch im administrativen Bereich einsetzbar. Ein vielfältiger Tätigkeitsbereich macht Ihre Arbeit spannend und abwechslungsreich und erfordert eine grosse Flexibilität. Deutsch und Englisch beherrschen Sie in Wort und Schrift. Sie sind für den gesamten Getränke-Einkauf und Getränkeausgabe verantwortlich, erledigen Controlling-Aufgaben sowohl im F&B- wie auch im administrativen Bereich, betreuen das Micros-Kassensystem, organisieren Anlässe und Seminare und springen im Servicebereich ein, wo Not am Mann ist. Daneben erledigen Sie auch Zusatzaufgaben für die Direktion.
WIR BIETEN:
Eine sehr abwechslungsreiche und interessante Aufgabe in einer Kaderposition, ein motiviertes Team, gute Entlöhnung und zeitgemässe Arbeitsbedingungen.
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und geben Ihnen auch gerne telefonische Auskünfte über unseren vielseitigen Betrieb.
Golf- & Sporthotel Hof Maran, Elisabeth und Walter Gaberthüel, Direktion
7050 Arosa, Telefon 081 378 51 51, Fax 081 378 51 00
E-Mail: hotel@hofmaran.ch / Web-Site: www.hofmaran.ch

Arosa

2221-1265

HOTEL ISOLA BERN ★★

Auf 1. Juni 09 gesucht:

Réceptionsmitarbeiterin
(50% – mit Option auf grösseres Pensum)

Wir sind: 2**-Stadthotel, vierzig Zimmer, nur mit Frühstück, ein kleines, lebhaftes Frauenteam mit viel Qualitätsbewusstsein!

Wir erwarten:
- Ausbildung und **Erfahrung** an der Hotelréception
- Kompetenz und Freude im Umgang mit Gästen
- gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen
- Deutsch, Englisch, Französisch in Wort und Schrift

Frau Brigitt Raemy freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen!

Hotel Isola Bern, Niesenweg 10,
3012 Bern, Tel. 031 302 17 11
www.isola-bern.ch

2187-1242

HOTEL bristol CH-3715 ADELBODEN

♥-lich willkommen

Für unseren 31-Zimmer-Familienbetrieb suchen wir ab Mitte Juni 09 oder nach Vereinbarung eine motivierte und **erfahrene** Fachperson für unsere

Réception
(Ganzjahresstelle)

Deutsch, Englisch und Französisch sollten für Sie kein Problem sein. Möchten Sie uns helfen, unsere Gäste erfolgreich zu verwöhnen, dann senden Sie Ihre Unterlagen an:

Relais du Silence – Silencehotel
HOTEL BRISTOL***
CH-3715 ADELBODEN
Rita und Heinz Johner
Tel. 033 673 14 81
bristol@bluewin.ch
www.bristol-adelboden.com

2196-1249

Suchen **Sie** eine neue Herausforderung?
Wir suchen auf Anfang Mai oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte/n

für den gepflegten Speiseservice, mit einer regionalen und saisonalen Gourmetküche.

Wenn Sie ein/e Gastgeber/in mit viel Herz sind, dann finden Sie in unserem Gasthof Rössli eine Chance, die Gäste kompetent zu verwöhnen.

Sind **Sie** unser neuer Mitarbeiter im Service?

Reto Hollenstein gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte zu Ihrem neuen Job.

GASTHOF RÖSSLI ZUZWIL

Gasthof Rössli
9524 Zuzwil bei Wil
071 944 11 33
www.roessli-zuzwil.ch

GILDE

2212-1260

LUEG
esskultur & seminarhotel

Begeistern Sie gerne Gäste? Schätzen Sie den lebhaften und vielfältigen Betrieb?

Der bekannte Landgasthof Lueg im schönen Emmental ist für viele Ausflügler ein beliebtes Ziel und verfügt nebst herrlicher Terrasse über diverse Bankett- und Seminarräumlichkeiten sowie attraktive Themenzimmer für Hotelgäste. Kulinarisch geniesst man seit Anfang Jahr mit dem renommierten Cuisinier Fredi Boss weiterhin die schmackhafte «Ämmitaler Ruschtig» und neu auch «fynschmöckerischi Spezialitäte» in der urgemütlichen Toufi-Stube.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte/r m/w als Aushilfe 50–80%

Wenn Teamwork, Pflichtbewusstsein und ein sympathisches und gepflegtes Auftreten Ihre Stärken sind, für Sie Abend- und Wochenendeinsätze kein Problem und ein Auto vorhanden ist, freut sich unser Team auf eine gute Zusammenarbeit.

Schicken Sie dazu Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Geschäftsleitung Landgasthof Lueg, Lueg 535, CH-3413 Kaltacker
Telefon +41 (0)34 435 18 81, info@lueg.ch, www.lueg.ch

2164-1234

HOTEL WALDHAUS AM SEE ST. MORITZ

Sie suchen eine neue Herausforderung –
Die etwas andere Stelle in familiärer Atmosphäre?
Wir suchen

Rezeptionist/in
in Jahresstelle

Sie sind motiviert und belastbar, haben Freude am Umgang mit Menschen und bringen etwas Berufserfahrung in der Hotellerie mit.

Neben Deutsch und Italienisch können Sie sich in Englisch und Französisch verständigen.

Wir bieten Ihnen eine interessante, abwechslungsreiche Tätigkeit in einem jungen Team sowie geregelte Freitage.

Auf Ihre Bewerbungsunterlagen freuen wir uns.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an
Frau Marlen Pünchera, Tel. 081 836 60 00
Hotel Waldhaus am See
Via Dim Lej 6
7500 St. Moritz

2194-1247

Genuss ist Lebenskunst

und die Kunst des Verkaufens ist, diesen Genuss zu vermitteln! Wir sind seit mehr als 20 Jahren Lieferant für die professionelle Küche in der gehobenen Gastronomie.

Zur Verstärkung unserer Verkaufsmannschaft suchen wir einen initiativen

Kundenberater Gastronomie (m/w)

Ihre Aufgaben: Sie beraten und betreuen Ihre Kunden (Restaurant, Hotels, Catering-Betriebe etc.) und erarbeiten die bestmöglichsten Lösungen für deren Bedürfnisse. Sie sorgen für einen erfolgreichen Verkaufsabschluss und akquirieren neue Kunden im für uns neuen Verkaufsgebiet Zürich.

Sie haben: eine Affinität zu hochwertigen Frischprodukten und deren Weiterverarbeitung. Als Koch, Chef de Service etc. sind Sie mit der gehobenen Gastronomie vertraut und wissen, was den Gästen schmeckt. Ein hohes Mass an Energie und Durchsetzungsvermögen erleichtern Ihnen die Aufgabe. Wenn Sie noch Freude am Umgang mit Menschen, haben ist Ihnen der Erfolg sicher. Sie sprechen die Sprache der Küchenchefs (D/F) und beherrschen den Umgang mit MS-Office.

Sie erhalten: einen Arbeitgeber, der Profi ist auf seinem Gebiet und weiss, wovon er spricht. Ein starkes Team und die für diese Aufgabe nötigen Werkzeuge sowie die Freiheit zum selbstständigen Handeln. Laufende fachliche Weiterbildung und Schulungen gehören zum Standard.

Auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen freuen wir uns und sichern Ihnen 100%-ige Diskretion und eine professionelle Betreuung zu.

Fideco AG
Herr Dominique Egli
Länggasse 11
CH-3280 Murten
Tel. +41 26 678 60 00
Fax +41 26 678 60 90
www.fideco.ch

FIDECO
La source du bon goût.

2161-1233

Betriebsassistentin Bistro + Bar

Unser Trend-Lokal auf der Wiese sucht Unterstützung. Mit Ihren gastronomischen Kenntnissen verstehen Sie es, die Gäste mit Freude zu verwöhnen und gleichzeitig wirtschaftlich zu handeln. Sie gewährleisten die Qualität im Service sowie die Verfügbarkeit der Ware. Sie prüfen die Einhaltung der Gesundheits- und Hygienevorschriften. Sie tragen gerne Verantwortung und packen selber aktiv in der Küche und im Service an. Interessiert? Wir freuen uns über Ihre vollständige schriftliche Bewerbung:

viva BISTRO + BAR

Trachsel Küche + Wohnen AG,
VIVA Bistro + Bar, Goffers
3088 Rüeggisberg
www.imviva.ch /
Brigitte Muheim, 079 418 23 29

2206-1256

Zum alten Zollhaus
SPEISERESTAURANT

Das Haus mit Ambiance im Zentrum der historischen Stadt Chur

Wir sind ein familiär geführtes Stadt-Restaurant mit einem gepflegten À-la-carte-Service (Gilde-Betrieb).

Zur Verstärkung unserer Brigade suchen wir nach Vereinbarung oder per sofort folgende Mitarbeiter

Chef de Partie Tournant

Chef Gardemanger

Jahresanstellung

Verwöhnen Sie gerne Gäste mit einer marktfrischen Küche. Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung

Restaurant Zollhaus
Heinz und Iris Frutiger
Malixerstrasse 1
CH-7000 Chur
Tel. 081 252 33 98
www.zollhaus-chur.ch

2145-1222

WIPS **sucht....**

... RESTAURANT MANAGER für „Neu Eröffnung"
- einige Jahre Erfahrungen als Restaurant Manager in „Top" Betrieb, deutschsprachig, Organisations- & Führungstalent, kreativ und kommunikativ

weitere Stellen: www.wips.ch
Tel: +41(0)62 724 03 90
Bewerbung **via Email:** info@wips.ch

2195-1248

Wir sorgen für Nachwuchs
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

LERCHE MEGGEN
leben. erleben. geniessen.

Wir, ein Fischspezialitäten-Restaurant am Vierwaldstättersee, suchen zur Ergänzung unseres jungen Teams per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de rang (Restaurationsfachfrau) (w)

Sie verfügen über eine abgeschlossene Lehre und möchten Ihre Fähigkeiten und Ihre Kreativität in einem ausgezeichneten Betrieb einbringen.

Dann freuen wir uns auf Ihr Telefon und Ihre schriftliche Bewerbung unter

Restaurant Lerche Meggen
Matthias Suter
Lerchenplatz 1
6045 Meggen
Tel. 041 377 23 03

2201-1252

Altersheim der Gemeinde Horgen

Unser Altersheim mit Platz für rund 80 Gäste, an schönster Aussichtslage und mit Blick auf den Zürichsee, bietet Ihnen einen interessanten Arbeitsplatz.

Für den vielseitigen Bereich Hotellerie suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n ausgebildete/n, motivierte/n, gut Schweizerdeutschsprechende/n

Hotelfachfrau/Hotelfachmann

Zu Ihren Hauptaufgaben gehören:
- Mitarbeit und -verantwortung in der Lingerie, Cafeteria und Servicedienste
- Reinigung der Gästezimmer
- Mithilfe bei Spezialanlässen

Es erwartet Sie:
- ein junges, motiviertes und kompetentes Team
- eine abwechslungsreiche Arbeitsstelle mit attraktiven Arbeitsbedingungen

horgen

Konnten wir Ihr Interesse für diese Stelle wecken? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen Frau Nicole Schmid, Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin oder Herr Robert Zwahlen, Heimleiter (Telefon 044 718 11 00).
Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an:
Altersheim der Gemeinde Horgen, Tödistrasse 20, 8810 Horgen.
E-Mail: altersheim@horgen.ch

2200-1253

KONGRESSHAUS ZÜRICH

Ihr Treffpunkt am See.

Das Kongresshaus Zürich ist ein vielseitiges Gastronomieunternehmen in der City. 13 Säle unterschiedlichster Grösse (10–1700 Pers.) bieten Platz für Kongresse, Tagungen, Bankette, Festanlässe, Ausstellungen und Konzerte. Zwei Restaurants sowie ein Nightlife Club und eine Disco ergänzen das Angebot.

Für die operative Leitung des Restaurants «Brasserie Metropol» suchen wir nach Vereinbarung einen versierten

• Chef de Service (m/w)

In dieser Position sind Sie zuständig für den reibungslosen Ablauf im Restaurant. Als organisierte Führungskraft übernehmen Sie die Leitung eines eingespielten Teams. Sie führen, planen und schulen die Mitarbeiter mit Fach- und Sozialkompetenz, aber auch mit Durchsetzungsvermögen und Fingerspitzengefühl. Dies erfordert Erfahrung in einer ähnlichen Position.

Wenn Sie sich für diese spannende Herausforderung interessieren, dann senden Sie uns Ihre schriftliche/elektronische Bewerbung mit Foto.

Betriebsgesellschaft
Kongresshaus Zürich AG
Frau Sandra Stanek, Personalleiterin
Gotthardstr. 5, Postfach 2523
8022 Zürich
Telefon 044 206 36 36
s.stanek@kongresshaus.ch

2192-1246

HOTEL CHESA RANDOLINA

Würden Sie gerne in der sehr persönlichen Atmosphäre unseres gepflegten und renommierten Hotels mitwirken und mit Ihrem Einsatz und Ihrer Begeisterung zum Erfolg unseres Unternehmens beitragen? Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir ab **Juni 2009** folgenden erfahrenen, selbständigen Mitarbeiter:

Chef de partie/Sous-Chef (m/w)

Wir bieten geregelte, angenehme Arbeitszeiten, sehr gute Bezahlung und ein möbliertes Studio.

Wenn Sie an einer längerfristigen Anstellung interessiert sind und Freude am Umgang mit frischen, lokalen Produkten (Mitglied von Goût-Mieux) haben, senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto zu oder rufen Sie uns einfach an:

Tomas Courtin, Hotel Chesa Randolina
7515 Sils-Baselgia, Tel. 081 838 54 54
E-Mail: hotel@randolina.ch
Internet: www.randolina.ch

2181-1239

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!

hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Direktion/Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Conference & Event Sales Manager	Region Graubünden	J2038
Stv. Geschäftsführer m/w	Region Zentralschweiz	J1901
Operations Manager (m/w)	Region Zürich/Schaffhausen	J2027
Restaurant Manager (w/m) 100%	Region Mittelland (SO, AG)	J1937
Restaurant Manager (w/m) 100%	Region Mittelland (SO, AG)	J1899

Kaufmännisch/Finanzen/HR/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Personalassistent/in Teilzeit 40%	Region Zürich/Schaffhausen	J1894
Controller/Buchhalter Zürich	Region Zürich/Schaffhausen	J1681
Controller/Buchhalter Bern	Region Bern	J1680
Personalchefin	Region Zürich/Schaffhausen	J1858

Reiseleitung/Tourismus

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Dienstleister/in (100%)	Region Bern	J1900

Réception/Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Junge Receptionistin	Region Zentralschweiz	J2040
Receptionistin mit dem besonderen Flair für die individuelle Gästebetreuung	Tessin	J2029
Empfangschef/in in Tagesstelle – MSI	Region Basel	J1964
Receptionistin / Receptionist – Jahresstelle in Merligen-Interlaken	Region Bern	J2037
Chef de Réception	Region Bern	J1903

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Restaurant/Bar Manager	International	J1957
BetriebsassistentIn	Region Zürich/Schaffhausen	J1948
Restaurant Manager	Region Zentralschweiz	J1956

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Diätkoch	Region Bern	J2052
Stv. Betriebsleiter/-in Personalrestaurant	Region Zürich/Schaffhausen	J2068
Koch (m oder w)	Region Zürich/Schaffhausen	J1902
Chef de Partie – Anfangs-Souschef	Region Bern	J1960
Einen Gastgeber/Koch oder eine Gastgeberin/Koch	Region Bern	J1968
Jungkoch	Region Bern	J1857
Küchenchef (m/w)	Region Bern	J1684
executive Sous Chef	Region Zentralschweiz	J1856
Leiter/in Küche (100%)	Region Bern	J2030
Chef de Partie m/w für Restaurant La Cucina – Luzern	Region Zentralschweiz	J2035
Chef de cuisine h/f (100%)	Region Bern	J2031
Küchenchef	Region Basel	J2032
Chef de partie & Servicefachangestellte	Region Mittelland (SO, AG)	J1683
Patissier/Patissière in Tagesbetrieb – MSI	Region Basel	J1949
Diätkoch	Region Bern	J2051
Bäcker-Konditor/in 100% – MSI	Region Basel	J1946
Jungkoch in schönem Betrieb – MSI	Region Basel	J1951

Service/Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Servicefachangestellte für Neueröffnung	Region Bern	J1936
Servicefachangestellter	Region Bern	J2034
Servicemitarbeiter/in, Commis de Rang – Jahresstelle	Region Zürich/Schaffhausen	J2036
Stellvertretende Chef de Service 80%	Region Zürich/Schaffhausen	J1682
Chef de Service	Tessin	J1961
Hotelfachmann/frau	Region Oberwallis	J1943
RestaurantleiterIn / Chef de Service	Region Mittelland (SO, AG)	J1945
Servicefachangestellte	Region Zürich/Schaffhausen	J1950
Servicefachangestellte (CH)	Region Zentralschweiz	J2067
Servicefachangestellte/r – MSI	Region Zürich/Schaffhausen	J1941
Servicemitarbeiter/in – MSI	Region Zürich/Schaffhausen	J1940
Servicemitarbeiter (m/w)	Region Zentralschweiz	J2056
Serviceaushilfen auf Abruf	Region Bern	J2028
Servicefachangestellte für Trendlokal	Region Zürich/ Schaffhausen	J1938

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Hauswirtschaftliche/r Betriebsleiter/in – MSI	Region Basel	J1967
Leiter/in Gastronomie und Restauration – MSI	Region Basel	J1959

Lehrstellen/Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Réceptionspraktikum	Region Graubünden	J946

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Augenblick, mal … Wir suchen dringend Verstärkung per sofort	Region Ostschweiz	J2033

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B170	administrativer Bereich / Front Office	31	I	per sofort	D|I|E|ETWAS F
B228	Barman/Barkeeper/Chef de Bar	53	CH	per sofort	D|E
B212	chef de partie	26	ch	per sofort	D|F|E
B21	Direktion / Rooms Division / F&B	40	A	per sofort	D|I|E
B218	flexibel	26	CH	per sofort	D|F|E|SPANISCH
B209	Geschäftsleiter, Direktor, Betriebsleiter	53	CH	per sofort	D|F|E
B227	Gf&Assistent/Betriebsleiter&Assistent/Restaurantleiter	39	DE	per sofort	D|F|E
B23	Gouvernante, Housekeeping, Lecturer	42	CH	per sofort	D|F|I|E|SPANISCH
B229	Hausdameassistentin	33	HU	per sofort	D|UNGARISCH
B202	Koch oder F/B	45	CH	per sofort	D|F|E
B22	Küchenchef	42	CH	per sofort	D|F|I|E
B140	Personal, Geschäftsleitung, Verwaltung	43	D	per sofort	D|E
B157	Restaurantleiter/Betriebsassistent/Stv.Geschäftsführer	31	D	per sofort	D|E|S, RU
B196	Service	37	SK	per sofort	D|E|SLOWAKISCH
B224	Service, Chef de Service	47	D	per sofort	D|E
B207	Servicefachangestellte	40	NL	per sofort	D|E|HOLLäNDISCH

1 Referenznummer – *Numéro des candidats*
2 Beruf (gewünschte Position) – *Profession (Position souhaitée)*
3 Alter – *Age*
4 Nationalität – *Nationalité*
5 Eintrittsdatum – *Date d'entrée*
6 Sprachkenntnisse – *Connaissances linguistiques*

Stand per 27.04.09. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

aktuell – wo Meinungen gemacht werden

10 Wochen lang für CHF 25.00

Bilden Sie sich 10 Wochen lang für CHF 25.00 Ihre eigene Meinung! Oder beziehen Sie die htr hotel revue gleich im Jahresabonnement für CHF 145.00 und sparen so 30% gegenüber dem Einzelverkauf.

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

htr hotel revue

Suisse romande

GOLDENPASS® SERVICES

GoldenPass Services regroupe d'importants prestataires de transports publics et d'offres touristiques reliant la Riviera Vaudoise à l'Oberland Bernois.

Nous engageons pour l'exploitation des **Restaurants des Rochers-de Naye** ainsi que du **Restaurant des Pléiades** pour la saison d'été 2009 (juin–octobre)

des serveuses/serveurs aides de cuisine/plongeurs

capables de travailler de façon compétente, indépendante et ayant des connaissances en français.
Les personnes recherchées doivent être dynamiques, motivées, avoir une bonne présentation et être dotées d'un esprit d'équipe. Elles auront la possibilité de dormir sur place.

Atteignables en train à crémaillère depuis Blonay pour le Restaurant des Pléiades, depuis Montreux pour le Restaurant des Rochers-de-Naye, ils offrent un cadre alpin intéressant.

N'hésitez pas à demander des renseignements complémentaires et/ou à faire parvenir votre dossier de candidature avec photo et certificats de travail à

GoldenPass Services, Monsieur T. Milt (079 410 51 49), case postale 1426, 1820 Montreux 1.

2150-1227

HOTEL ROYAL
CRANS-MONTANA

Nous cherchons pour notre Brigade de Cuisine

Eté 2009 et hiver 2009/2010

1 Chef de Cuisine

1 Chef de Partie

1 Commis de Cuisine

Pour notre clientèle exigeante, nous demandons des bonnes connaissances Culinaires

Veuillez envoyer votre C.V. à l'attention de la Direction de l'Hôtel Royal, case postale n°65, 3963 Crans-Montana 2 ou par e-mail: info@hotel-royal.ch Tél. 027 485 95 95

2178-1237

HOTEL Sass da Grüm

Wir sind ein wunderschön gelegenes Familienhotel mitten im Kastanienwald an einem «Ort der Kraft» im Tessin und suchen einen motivierten Mitarbeiter für die Saison 2009 (ab sofort–Anf. Nov.)

Koch

Haben Sie Lust, Ihrer Fantasie freien Lauf zu lassen? Dann sind Sie in unserer Vegi-Vollwert-Küche (BIO-Knospe-Zertifikat) am richtigen Ort!

Sie arbeiten zu zweit oder alleine und können so Ihre Ideen einbringen und verwirklichen.

Wenn Sie zudem sportlich sind und Freude an der Natur haben zögern Sie nicht mehr!

Wir bieten eine vielseitige Tätigkeit in jungem, kollegialem Team, mit regelmässigen Arbeitszeiten und neuem Mitarbeiterhaus.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Unterlagen (mit Foto) via E-Mail oder Post:

Hotel Sass da Grüm «Unique»
Gabriella Mettler und Stefan Büschi
6575 San Nazzaro
Tel. 091 7852171
www.sassdagruem.ch
info@sassdagruem.ch

2208-1257

Le Centre hospitalier Bienne est le centre de compétences médicales public de la région bilingue Bienne-Seeland-Sud du Jura bernois. A ce titre, il offre à l'ensemble de la population des soins complets dans pratiquement toutes les branches médicales spécialisées. Chaque année, près de 50 000 patients font confiance à nos 1 400 collaborateurs. Pour assurer une restauration hospitalière exigeante et diversifiée, nous cherchons à engager dès le 1er août 2009, ou dans un délai à convenir, notre nouveau

Chef de cuisine h/f (100 %)

Notre poste – vos missions
Vous prenez la responsabilité du service de restauration/cuisine qui compte plus de 30 collaborateurs et en assurez la gestion, tant du point de vue professionnel que personnel. Avec votre équipe, vous êtes responsable de l'approvisionnement F&B, de l'élaboration de l'offre ainsi que de la préparation et de la distribution, chaque jour, de quelques 1100 repas et autres mets. L'étroite collaboration avec la restauration et le service de conseil diététique permet de mieux cerner et de satisfaire les différents besoins de nos clients. Vous participez étroitement aux travaux imminents de transformation de la cuisine – et vous relevez très volontiers ce défi! Des connaissances en gestion d'entreprise et une habileté à manier correctement les chiffres sont les ingrédients essentiels de votre succès personnel.

Vos compétences – nos attentes
Après avoir achevé une formation de cuisinier/ère en diététique, vous avez poursuivi votre formation de base par l'obtention du diplôme fédéral de chef de cuisine/responsable de production (h/f). Vous jouissez d'une solide expérience professionnelle, également en matière de conduite du personnel, acquise dans une fonction similaire. Votre vision globale, votre sens aigu des prestations de service et de la qualité font de vous un collaborateur hors pair. En outre, vous bénéficiez d'excellentes aptitudes à planifier, organiser et décider. Votre engagement et votre motivation à fournir des prestations exceptionnelles parachèvent votre profil, lui procurant ainsi le pep nécessaire. Vous êtes de langue maternelle française ou allemande, avec de bonnes connaissances de l'autre langue.

Notre collaboration
En tant que membre de l'équipe cadre, vous contribuez activement à concevoir et à développer les prestations de service dans le domaine de l'intendance et de la restauration. Le Centre hospitalier bénéficie d'une infrastructure moderne et offre des conditions de travail basées sur une convention collective de travail. Dans le restaurant de l'hôpital, de très nombreux collaborateurs se réjouissent de pouvoir savourer une délicieuse cuisine saine, équilibrée et diversifiée.

Mme Andrea Krähenbühl, responsable Intendance et Restauration, se tient volontiers à votre disposition pour tous renseignements complémentaires, tél. 032 324 23 42 ou andrea.kraehenbuehl@spital-biel.ch. Merci d'envoyer votre dossier de candidature complet jusqu'au 8 mai 2009 à : Centre hospitalier Bienne SA, Ressources Humaines, case postale 1664, 2501 Bienne ou à: hr@szb-chb.ch

Spitalzentrum
Centre hospitalier
Biel-Bienne

2149-1225

Design, Esskultur, Service, Qualität, Sonne, Lifestyle
und immer wieder eine Überraschung ...

7 frische Zutaten ...

für das neue Lifestylerestaurant **Seven Asia** im Herzen von Ascona.

Möchten Sie zusammen mit uns die Gastronomieszene aufmischen? Zur Vervollständigung unseres jungen Teams suchen wir aufgestellte und motivierte Mitarbeiter mit Freude am Beruf, qualifizierte Personen mit guten Sprachkenntnissen in Deutsch und Italienisch sowie modernem Serviceverständnis und grossem Einsatzwillen.

Folgende Stellen sind per sofort oder nach Vereinbarung zu besetzen:

- **Japanischer Koch, Spezialist für Teppanyaki** (m/w)
- **Chef de Partie, Spezialist für Thai-Küche** (m/w)
- **Commis de Cuisine** (m/w, D oder I)
- **Hilfskoch** (m/w, D oder I)
- **Office-Mitarbeiter Küche** (m/w, D oder I)

- **Restaurationsleiter** (m/w, D/I)
- **Service Mitarbeiter** (m/w, D/I)
- **Service Praktikanten** (m/w, D/I)

Wir freuen uns auf Ihre vollständige schriftliche (auch Online-) Bewerbung mit Foto.
(Unvollständige Bewerbungen werden nicht berücksichtigt.)

Breuer & Co.
Personalbüro (personal@seven-ascona.ch)
Postfach 892, CH-6612 Ascona

SEVEN
ways to be different
ristoranti bar lounge · piazza CH-6612 ascona
Tel +41 (0)91 780 77 77 · www.seven-ascona.ch

2204-1255

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

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

hoteljob.ch

www.gastronet.ch

Fach- und Kaderstellen – Fach- und Kaderleuten
Professionnels et cadres – emplois et personnel
Professionali et quadri – posti e impiegati

701-407

DOMINO GASTRO
Personal – Vertraut
www-dominogastro.ch
Tel. 055 415 52 80
personal@dominogastro.ch
für Bewerber kostenlos.

484-289

Stellengesuche

Suche ab August/September 2009 oder nach Vereinbarung Stelle als

Empfangssekretär oder Direktionsassistent

in Saison- oder Jahresstellung. Bin 23 Jahre, gepflegte, ordentliche Erscheinung. Nach dem Abitur absolvierte ich ein dreijähriges Studium zum Hotelökonom an der Steigenberger Akademie Bad Reichenhall, u.a. mit halbjährigem Praktikum in einem Firstclass-Hotel in Indien. Englisch und Spanisch in Wort und Schrift. Bin sehr zuverlässig und einsatzbereit. Zuschriften erbeten an:

Jacob Heinz, Baderstrasse 5, 83435 Bad Reichenhall,
Handy 0173 375 94 96,
E-Mail: jacob.heinz@gmx.net

2222-1266

39-jährige qualitätsbewusste Gastgeberpersönlichkeit mit Herz und Hand

sucht
das besondere Kulturhaus, Wohlfühlhotel oder Gesundheitshotel mit Seminar- oder Bankettmöglichkeiten, wo die ehrliche, herzliche und verbindliche Dienstleistung von Mensch zu Mensch im Zentrum steht.

Als kompetente Ansprechperson für den Gast und dessen individuelle Bedürfnisse will ich zur Wertschöpfung beitragen. Als Coach für Lernende und Mitarbeitende arbeite ich wertschätzend und begleitend. Mit meiner Professionalität will ich Bestehendes würdigen und Neues ermöglichen.

Mein Erfolgsausweis in führenden Häusern der Schweiz in den Bereichen Food & Beverage, Restauration, Bankette – bei Neueröffnungen und Weiterführungen – weisen mich als Gastgeberpersönlichkeit mit hoher Dienstleistungsorientierung aus. Sprachen Deutsch, Französisch, Englisch.

Konkrete Angebote bitte unter Chiffre 2223-1267 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

2223-1267

Erfahrenes, topmotiviertes, flexibles

Hotelier-Paar

sucht anspruchsvolle Aufgabe, evtl. Sanierung, interimistische Geschäftsführung zwischen zwei Generationen o. ä. (ganze Deutschschweiz).

Zuschriften unter Chiffre 2179-1238 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

2179-1238

International

Als JUNGKOCH/KOCH nach KANADA

Gesucht für unser Schweizer Restaurant im nördlichen Ontario

Jungkoch/Koch

für ein Jahr oder länger.
Bist du zwischen 20 und 30 Jahre alt und Schweizer Staatsbürger?
Hast du eine abgeschlossene Kochlehre und hast einen Fahrausweis?
Dann melde dich bitte mit deinen Unterlagen und Foto per E-Mail bei info@ahmiclakeresort.com

2186-1241

Demandes d'emploi

Directeur d'hôtel

homme de terrain, excellent commercial, bon leader, cherche emploi dès mai.

flori.jp@gmail.com

2214-1251

Jungkoch

sucht eine Jahresstelle auf 1. Mai oder nach Vereinbarung (Deutschschweiz).

Ruoss Daniel, Hotel Hulftegg
Tel. 079 427 41 55

2202-1254

Werte Kadermitarbeiter/innen

Seit über 14 Jahren ist die Gastro Holiday Service die Notadresse für:

Ferienvertretungen, Abwesenheit durch Unfälle, Krankheit und Militär.

Infolge Neuanpassungen haben sich neue freie Daten ergeben für Mai und Juni 2009!

Anfragen unter Tel. 079 358 53 38, Harald Zoske.

(Infos täglich bis 21 Uhr inkl. Wochenende!!)

2220-1264

Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@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: Elsbeth 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 Wyss
E-Mail: inserate@htr.ch / www.jobs.htr.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):
– Frontseite / Première page: Fr. 1.70 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Direktion / Direction Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Stellenangebote / 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. 19/2009	Nr. 20/2009	Nr. 21/2009	Nr. 22/2009
– Ausgabe				
– Erscheint	7. 5. 2009	14. 5. 2009	20. 5. 2009	28. 5. 2009
– Anzeigenschluss	Mo. 12.00 Uhr 4. 5. 2009	11. 5. 2009	Fr. 15. 5. 2009 12.00 Uhr	25. 5. 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 untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoss gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.

IMPRESSUM