

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2009)  
**Heft:** 21

## 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:** 01.01.2026

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



# 2 aktuell

htr hotel revue  
Nr. 21 / 20. Mai 2009

Aus der Region

## Graubünden

Bogner, Berthod und Bergbahnen inklusive



Der Startschuss zur Sommerkampagne 2009 von Engadin St. Moritz ist gefallen. Mit Willy Bogner und Marc Berthod wird für den Bergsommer in Engadin St. Moritz geworben. Auf den beiden Kampagnensujets widerspiegeln Skilegende, Mode- und Filmemacher Willy Bogner und Ski-Ass Marc Berthod gepaart mit der archaischen Natur des Engadins die Kontraste der Ferienregion. Im Mittelpunkt der Kampagne steht das Angebot Bergbahnen inklusive.

kjv

Es war das «Beau Rivage», heute «Badrutt's Palace»



Archiv des Badrutt's Palace

Das Rätsel aus der letzten hotel revue ist hiermit gelöst. Marcus Scholz aus St. Moritz wurde als Gewinner unter sechs richtigen Einsendungen unseres Wettbewerbs ausgelost. In den frühen 1870er-Jahren kaufte Caspar Badrutt (1848–1904) das von C. Rungger erbaute Hotel Beau Rivage. 1892–1896 wurde es zum Hotel Palace ausgebaut, als Hotelburg im Stil der englischen Tudorgotik. Architekten waren Alfred Chodera und Theophil Tschudi.

kjv

## Bern

Vorübergehend offen: Interlakens Rätselpark

In Interlaken hat seit Samstag der Mystery Park für eine Saison seine Tore wieder geöffnet. Er verzerrte laut neuem Geschäftsleiter einen erfreulichen Neustart. Nach der Eröffnung seien etwa 350 Personen aufs Gelände gestromt, sagte Geschäftsführer Marcel Meier am frühen Samstagnachmittag. Mindestens 500 Personen möchte der Mystery Park durchschnittlich pro Tag bis Saisonende am 1. November anziehen. Die neue Besitzerin New Inspiration AG aus Thun will dann ein Nachfolgeprojekt präsentieren. kjv/sda

Wilderswil billigt Tourismus-Fusion mit Interlaken

Die Wilderswiler Hauptversammlung hat den Fusionsvertrag zwischen dem Verein Wilderswil Tourismus, Gsteigwiler und Saxeten und der Tourismus-Organisation Interlaken (TOI) gebilligt. Mit einem knappen Resultat hat sich die Versammlung für den Zusammenschluss entschieden. Neben den kantonalen Vorgaben zur Destinationsbildung sind es vor allem die veralteten Infrastrukturen und der wachsende administrative Aufwand, die zur Fusion veranlassten.

kjv

# Tourismus kann aufatmen

Die Tourismusbranche freut's: Das Schweizer Volk hat der Einführung des biometrischen Passes zugestimmt – wenn auch nur hauchdünn.

DANIEL STAMPFLI

wäre das Schengen-Visum für ausländische Gäste in Gefahr gewesen. Dieses Argument scheint zumindest bei den Tourismuskantone verfangen zu haben. So hat der Kanton Luzern – die Stadt registriert jährlich eine grosse Anzahl von Touristen aus China und Indien – mit einem Anteil von 57,6 Prozent Ja-Stimmen relativ klar zugestimmt.

Mehrheitlich ein Ja legten auch die Stimmbürger der Tourismuskantone Graubünden (54,2%) und Wallis (51,4%) in die Urne. Das Berner Oberland dagegen lehnte die Einführung des biometrischen Passes ab – wie der gesamte Kanton Bern.

## «Die Erleichterung und die Freude über die Annahme des biometrischen Passes ist gross.»

Guglielmo L. Brentel  
Präsident hotelleriesuisse

«Die Erleichterung und die Freude über die Annahme ist gross», sagt Guglielmo L. Brentel, Präsident hotelleriesuisse. Es sei wieder einmal bewiesen worden, dass sich der Einsatz lohne, da jede Stimme zählt. «Für unsere Branche war das Ja ein klares «Must». Bei einem Nein hätten wir uns Probleme eingehandelt, die uns unnötig geschwächt hätten.

Nun können wir unsere Energie wieder für Dosiers einsetzen, in denen akuter Handlungsbedarf herrscht», so Brentel. Ebenso erleichtert über den Ausgang der Abstimmung vom vergangenen Wochenende ist Ma-



Ab März 2010 werden nur noch biometrische Pässe ausgestellt.

rülo Lütolf, Direktor des Schweizer Tourismus-Verbandes STV: «Ein Pass-politischer Alleingang hätte der Schweiz tendenziell geschadet und Reisefreiheiten eingeschränkt.» Als erfreulich wertet Lütolf das recht klare Ja der meisten Tourismuskantone. Der STV-Direktor hofft sehr, «dass die für den Tourismus wichtigen, bilateralen Abkommen mit Europa von weiteren solchen nervenaufreibenden Referendumssprozessen verschont bleiben».

Der Wirtschaftsdachverband Economesuisse hat die Annahme «mit Befriedigung» zur Kenntnis genommen, wie er in einer Medienmitteilung festhält. Die modernen Pässe würden auch in Zukunft die für die Schweizer Wirtschaft wichtige Reisefreiheit gewährleisten. Und von der nun möglichen Einhaltung der Schengen-Bestimmungen profitierten der Geschäftsreiseverkehr sowie der Tourismus- und Konferenzstandort Schweiz.

## Neuenburg und Bern: Alkohol an Tankstellen und mehr Kultur

In Neuenburger Tankstellen-Shops können weiterhin alkoholische Getränke gekauft werden. Die Stimmbevölkerung lehnte am Sonntag das neue Handels- und Gastgewerbegegesetz mit 56,11 Prozent Nein zu 43,89 Prozent Ja ab. Das Verkaufsverbot von Alkohol in Tankstellen-Shops ist damit vom Tisch. Die Neuenburger Tankstellentreiber haben damit einen überraschenden Sieg über das Parlament erlangt. Der grosse Rat hatte im vergangenen Jahr das Verkaufsverbot mit grosser Mehrheit im Gesetz verankert. Alle grossen

Parteien, GastroNeuchâtel und der Handelsverband hatten hinter dem Gesetz gestanden. Als Argument hatten die Shop-Besitzer die Konkurrenz in den angrenzenden Kantonen Bern und Freiburg ins Feld geführt. Alkoholische Getränke dürfen dort in Tankstellenshops verkauft werden.

In der Stadt Bern sprach sich die Mehrheit der Stimmberechtigten für die Weiterführung des Künstlerhauses Progr im ehemaligen Progymnasium aus. Ein Projekt, das eine gemischte Nutzung vorsah, wurde verworfen. dst/sda

## Passivrauchen als Thema

In Baselbieter Restaurants wird das Rauchen verboten. Im Kanton Uri wird das Rauchverbot nicht gelockert, und im Thurgau darf in kleinen Beizen weiter gequalmt werden.

DANIEL STAMPFL/SDA

Im Kanton Baselland wurde am Sonntag die Gesetzesinitiative «Schutz vor Passivrauchen» deutlich angenommen. Sie bringt ein

Rauchverbot in allen öffentlich zugänglichen Gastronomiebetrieben. Erlaubt bleiben nur unbediente Fumoires. Im Kanton Uri bleibt der strenge «Passivraucherartikel» im Gesundheitsgesetz bestehen. Erst im Juni 2008 hatte das Urner Volk ein neues Gesundheitsgesetz mit einem Rauchverbot in allgemein zugänglichen Räumen genehmigt. Ausgenommen davon sind so genannte Raucherzimmer, die von deren Entlüftung getrennt sind. Dabei bleibt es also auch. Demgegenüber gibt es für

Beizengäger im Kanton Thurgau kein totales Rauchverbot. Die Stimmberichtigten geben dem Gegenvorschlag den Vorzug vor der Initiative «Schutz vor Passivrauchen». Der nun angenommene Gegenvorschlag entspricht der Bundeslösung: Er lässt Raucherlokale zu, sofern sie maximal 80 Quadratmeter gross sind. Zudem dürfen Gäste in abgetrennten Raumen genehmigt. Ausgenommen davon sind so genannte Raucherzimmer, die von deren Entlüftung getrennt sind. Dabei bleibt es also auch. Demgegenüber gibt es für

## Entrée: Brienz (BE), Grand Hotel Giessbach



Hanspeter Schmid

# Lob für die hotel revue

In einer Demoscope-Umfrage erhielt die hotel revue nur gute Noten. Ein solches Resultat sei unüblich, sagt Sabine Brunner.

GUDRUN SCHLENCZEK

Sabine Brunner, warum hat man sich bei Demoscope zuerst für eine qualitative Leserbefragung entschieden? Eine quantitative Befragung liefert zwar viele Zahlen, man weiß aber nichts über den Hintergrund der Antworten. Wir haben bewusst eine qualitative Studie vorgeschalet, um zu hören, wie die Branche über die hotel revue redet, wie die Fachleute die Zeitung bewerten.

Denken Sie, dass die Befragten immer ehrlich antworten? Das Gespräch dauert bis zu einer Stunde. Die befragte Person gewinnt immer mehr Vertrauen und ist bereit, sich zu öffnen. Außerdem wurde klar verdeckt, dass von neutraler Stelle und nicht von der hotel revue selbst befragt wird. Es gibt auch Antworten, die sozusagen der sozialen Erwünschtheit entsprechen. Für einen professionellen Interviewer ist das aber erkennbar, da kann man dann nachfragen.

Sie machen regelmässig solche Befragungen bei Medien.

## Fakten Weitere 4000 Leser werden zur hotel revue befragt

Nach der qualitativen Leserforschungsstudie bei 24 Abonnenten und Nicht-Abonnenten folgt jetzt eine quantitative: Dafür befragt das Meinungsforschungsinstitut Demoscope aus Zürich im Auftrag der hotel revue rund 4000 Leserinnen und Leser. Ab nächster Woche gehen die Umfragebögen auf die Post. Die hotel revue dankt sich schon heute bei allen, welche sich die Zeit nehmen, bei der Leserbefragung mitzumachen. Die Auswertung der Untersuchung wird Ende Sommer erwartet. Wir halten Sie über die Ergebnisse auf dem Laufenden. gsg



«Wir mussten wirklich intensiv nachfragen, um überhaupt kritische Stimmen zu hören», erzählt Sabine Brunner von der Leserbefragung. Alain D. Bollat

### Was ist Ihnen in unserer Branche besonders aufgefallen?

Mir ist aufgefallen, wie positiv die Befragten die Zeitung bewertet haben.

Das ist sehr selten. Wir mussten wirklich intensiv nachfragen, um überhaupt kritische Stimmen zu hören. Weiter ist speziell, dass so viele unterschiedliche Zielgruppen die

hotel revue als «ihre Branchenzeitung» definieren: Vom Bergbähnler, Gastronom, Touristiker bis zum Hotellerieverantwortlichen eines Spitals.

### Wie ist das sonst?

Bei anderen Medien-Studien habe ich erlebt, dass die Leser vielmehr grundsätzlich kritisieren. Bevor sie was Positives sagen, suchen sie erst mal nach den negativen Punkten.

Bei der «neuen» hotel revue ist den Befragten vor allem die

### Veränderung des Layouts aufgefallen: Sind Leser für Visuelle empfänglich?

Das Visuelle ist für den Leser offensichtlich. Das Layout hat einen wesentlichen Einfluss darauf, ob die Zeitung überhaupt in die Hand genommen wird und ob ein Artikel gelesen wird. Eine inhaltliche Änderung ist für den normalen Leser viel schwieriger festzustellen.

Die hotel revue wird gern weitergereicht. Sind zu wenige Exemplare in den Betrieben?

Ich denke, viele wären dankbar, wenn mehr Exemplare zugänglich wären. Manche haben berichtet, dass die hotel revue oft einfach verschwunden ist, bevor sie sie lesen konnten.

### Warum liest man die hotel revue?

Es gehört zum Job, sich in der hotel revue zu orientieren, was in der Branche läuft. Je höher jemand in der Hierarchie positioniert ist, desto mehr muss er wissen, was die Konkurrenz macht, wie der Markt spielt.

Sabine Brunner

Research Consultant Demoscope

Schriftsteller

Journalist

Fotograf

Illustrator

Designer

Drehbuchautor

Schauspieler

Musikproduzent

Musikinstrumentalist

Musikpädagoge

Musiktherapeut

Musiktherapeutenassistent

Musiktherapeutenassistentin

Musiktherapeutenassistent

Aus der Region

## Zentralschweiz

### SVG erleidet trotz Rekordumsatz einen Verlust

Die Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV) hat im Geschäftsjahr 2008 den Umsatz um 6% auf rekordhohe 44,4 Mio. Franken gesteigert. Trotzdem muss die SGV einen Verlust ausweisen. Dies wird mit hohen Rückstellungen für die Sanierung der Pensionskasse Ascoop im Umfang von 4,1 Mio. Franken begründet. Der Verkehrsvertrag der SGV nahm im Berichtsjahr um 5,1% auf 23,98 Mio. Franken zu. Der Gastronomieertrag konnte gar um 8% auf 13,7 Mio. Franken gesteigert werden. dst

## Graubünden

### Disentis Sedrun: Top-Winter und zufriedene Gäste

Die Hotellogiernächte in Disentis Sedrun sind im Vergleich zum Winter 2007/08 um 7,8% auf fast 72'000 gestiegen. Zudem zeigt eine Studie von Polyquest, dass die Gäste der Region sehr zufriedensind. Gegenüber 2008 wurden deutliche Verbesserungen erzielt: 55% der Gäste sind aus der Schweiz. Die neue englische und italienische Website trägt zur Diversifikation der Märkte bei ([www.disentis-sedrun.info](http://www.disentis-sedrun.info)). kjk

## Ostschweiz

### Auch Thurgauer Pfahlbauten auf Unesco-Liste?



archaeologie.tg/zvg

Sechs der zehn Pfahlbau-Fundstellen im Kanton Thurgau sollen ins Kandidatendossier der Schweiz für die Aufnahme in die Unesco-Liste des Weltkulturerbes. Die Schweiz ist dabei federführend für ein internationales Projekt: Jungsteinzeitliche und bronzezeitliche Pfahlbausiedlungen aus dem Alpenraum in Deutschland, Österreich, Slowenien, Italien, Frankreich und der Schweiz sollen zum Weltkulturerbe erklärt werden. kjk

## Aus dem cahier français

### Zwei Regionen schliessen sich zusammen

Der Jurabogen und die Drei-Seen-Region haben die Basis für eine Zusammenarbeit gelegt. Diese soll mit der Schaffung einer gemeinsamen Marketing-Gesellschaft starten. Die am vergangenen Freitag gegründeten Vereinigungen Jura Région und Drei-Seen-Land werden präsiert durch Pierre Kohler (Gemeindepräsident von Delsberg) und Hans Stöckli (Bieler Stadtpräsident). Die beiden Präsidenten geben eine Absichtserklärung ab, um die touristischen Angebote ihrer Region zu fördern. Sie verpflichten sich, im Rahmen der gemeinsamen Marketinggesellschaft Jura & Drei-Seen die Nutzung von Synergien weiterzuverwickeln. dst



Alain D. Bollat

## Schwieriger Sommer für die Hoteliers

Für die kommende Sommersaison erwartet BAK Basel Economics 7,2 Prozent weniger Hotelübernachtungen. Mit einer Erholung sei erst für 2011 zu rechnen.

DANIEL STAMPFLI

Den Hauptgrund für den erwarteten starken Rückgang sehen die Basler Konjunkturforscher in der Wirtschaftskrise, welche durch die

Turbulenzen an den Finanzmärkten ausgelöst wurde, wie sie in ihren gestern veröffentlichten Prognosen schreiben. Negativ zu Buche schläge auch das ungünstige Wechselkursverhältnis zwischen dem Schweizer Franken und dem Euro sowie dem Pfund. Für die Zahl der Logiernächte ausländischer Gäste sei entsprechend mit einem heftigen Rückgang von 9,5% zu rechnen. Die Binnennachfrage dürfte einen Rückgang um 3,9% erleiden.

Für das laufende Tourismusjahr (Nov. 2008 bis Okt. 2009) prognosti-

ziert BAK Basel einen Rückgang der Logiernächte um 6,7%. Damit werde der deutliche Rückgang der Nachkriegszeit erreicht.

Auch für das Tourismusjahr 2010 sei von negativen Wachstumsraten (-2,6%) bei der Zahl der Hotelübernachtungen auszugehen, so die Prognose weiter. Die Durststrecke im Schweizer Tourismus dürfe im Winter 2010/2011 ihr Ende finden. Für das gesamte Tourismusjahr 2011 geht BAK Basel von einem moderaten Wachstum von 1,3 Prozent aus. Die Nachfrage der Gäste aus dem Ausland

dürfte dann wieder stärker ansteigen als jene aus der Schweiz. Der Städte tourismus, welcher in den Jahren 2009 und 2010 die deutlichsten Rückgänge verzeichnen dürfte, werde 2011 eben am kräftigsten zulegen.

Ansteigen um rund 1 Prozent dürften im laufenden Tourismus-

jahr 2009 die realen Verkehrserträge der Schweizer Bergbahnen. Für das komende Tourismusjahr 2010 zeichne sich jedoch für die Schweizer Bergbahnen ein schwieriges Jahr ab, so BAK Basel. Die Ökonomen erwarten einen Rückgang der realen Verkehrserträge um 8,5 Prozent.



Dunkle Wolken ziehen am Schweizer Tourismushimmel auf.  
Alain D. Bollat

## Grosse Einkäufer an der Imex

Das MICE-Geschäft und das Hosted-Buyers-System ziehen in diesem Jahr so viele Schweizer Aussteller wie nie an die Frankfurter Imex-Messe. Sie dauert vom 26. bis 28. Mai.

KARL JOSEF VERDING

«Die Akquisition von Incentives steht für uns an erster Stelle, an zweiter diejenige von Meetings. Wir hoffen, dass Incentive-Gäste aufgrund ihres Erlebnisses als treue Anhänger und spätere Individualexperten gewonnen werden können», sagt André Salamin, General Manager des Arosa Kulm Hotels & Alpine Spa. Es präsentiert sich erstmals an der Frankfurter Imex-Messe für den Markt der Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions, Events (MICE).

136 Schweizer Aussteller insgesamt nehmen dieses Jahr teil. Das Switzerland Convention & Incentive Bureau SCIB von Schweiz Tourismus vereint viele von ihnen zu einem gemeinschaftlichen Auftritt. Es steht fest, dass 20 Hosted-Buyer-Gruppen mehr als im letzten Jahr an der Imex teilnehmen werden. Diese werden durch die Messeveranstalter qualifiziert, die einzelnen Anbieter bekommen konkrete Termine mit diesen Einkäufern und Entscheidern.

Die Liste der Hosted Buyers an der Imex 09 zeigt das Gewicht dieser Messe. Als Einkäufer treten etwa auf: Adidas, American Express, Amgen Biotechnologie, Banks Säder Travel Management, Barclays Bank, British American Tobacco, Casio, Credit Suisse, Deutsche Bank, Ernst & Young, IBM, KPMG, L'Oréal, Nike, Porsche, PricewaterhouseCoopers, Roche Diagnostics, SAP Siemens und Sony. «Das System macht die Kontakte viel bindlicher, man kann sich darauf

[www.imex-frankfurt.de](http://www.imex-frankfurt.de)

# «Luzern gewinnt an Image»

Luzerns Konzertstätte KKL wird durch ein variables Musiktheater-Angebot ergänzt. Projektleiter Jost Huwyler zur Salle Modulable.

DANIEL STAMPELI

Jost Huwyler, inwiefern können Sie von Ihren Erfahrungen bei der Expo.02, beim KKL und beim Verkehrshaus in Ihrem neuen Job profitieren?

Beim KKL konnte ich erstmals real erleben, wie ein Public-Private-Partnership-Projekt erfolgreich umgesetzt werden kann. Im Zuge dieser vier Jahre lernte ich die damals involvierten Entscheidungsträger in Luzern sehr gut kennen. Von diesen Beziehungen kann ich für das Projekt Salle Modulable heute nur profitieren. Bei der Expo.02 war ich schwergewichtig im Bereich Kultur und Sponsoring engagiert und beschäftigte mich mit den Aspekten Inhalt, Bau, Finanzierung und Betriebskonzept. Das Verkehrshaus war von der Übungsanlage her eine Art kleine Expo, da die gleichen Themenkreise dort wieder zusammenkamen. Durch die lokale Ausrichtung konnte ich gewisse Beziehungen nochmals vertiefen. So betrachtet ist die Ausgangslage für meinen neuen Job gut.

Braucht Luzern wirklich eine Salle Modulable? Denn das KKL ist doch ein moderner und weltweit anerkannter Kulturtypus.

Mit der Salle Modulable soll in Luzern im Bereich Musiktheater ein neues zusätzliches Angebot geschaffen werden. Das KKL wurde seinerzeit bewusst für den Konzert- und Kongressbereich konzipiert. Szenografischen Inszenierungen aber sind im KKL Luzern engste Grenzen gesetzt. Mit der Salle Modulable kann das kulturelle Angebot echt vergrössert werden.

Will sich Michael Haefliger mit der Salle Modulable nicht eher ein Denkmal setzen? Nein. Er hat eine Vision, verfolgt diese konsequent und versucht, sie dann auch bestmöglich umzusetzen. Eine Figur wie Michael Haefliger, Inten-

dant des Lucerne Festivals, ist geradezu getrieben durch kulturelle Visionen.

Wer finanziert die 100 Millionen Franken, die in die Salle Modulable investiert werden?

Private Stifter, die Gutes tun, dafür aber nicht genannt werden wollen. Die gesamte Summe ist durch die in Luzern ansässige private Rüth-Stiftung sichergestellt.

Über diverse Standortmöglichkeiten wird in Luzern heftig diskutiert. Warum ist man sich noch nicht einig geworden?

Mit der Salle Modulable soll ein weiteres Jahrhundertprojekt realisiert werden. Es wäre schade, wenn der Standortentscheid vorschnell gefällt würde. Die Strandfrage ist für die Luzerner Bevölkerung entscheidend. Diesem Umstand wollen wir das nötige Gewicht beimessen.

Wird denn die Luzerner Bevölkerung über den Standort abstimmen müssen?

Sicher, wenn die Stadt Luzern der Salle Modulable analog dem KKL und dem Verkehrshaus ein Grundstück im Baurecht zur Verfügung stellen würde.

Wie viele Standorte kommen in Frage?

Insgesamt standen 23 Standort zur Diskussion. Kürzlich wurde-

de an einer Sitzung eine Shortlist etabliert.

Mit wie vielen möglichen Standorten? Dazu will ich keine Angaben geben. Aber wir werden relativ schnell zu einem Entscheid kommen.

Was bringt die Realisierung des Projekts der Stadt und dem Kanton Luzern konkret?

Ganz klar eine Erweiterung des Kulturrangebots. Luzern wird damit definitiv zur Musikhauptstadt mit mindestens europäischer Ausstrahlung. Es bringt der Stadt auch eine Attraktivitätssteigerung und einen Imagegewinn. Ziel ist die Herbeführung eines zweiten KKL-Effekts, der auf die Bevölkerung, die Standortpromotion und den Tourismus positiv abfärbt.

Darf die Luzerner Hotellerie in Zukunft von mehr Logiernächten ausgehen?

Ganz sicher. Für das KKL hatte die Uni St. Gallen in einer Studie im Jahr 2002 festgestellt, dass dieses aus regionalen und insbesondere aus tourismuswirtschaftlichen

Gesichtspunkten eine grosse Bedeutung für die Agglomeration Luzern hat. Übrigens generieren alleine die Läufer des Eintages-Events Lucerne Marathon, bei welchem ich als Vizepräsident antrat, 1000 Übernachtungen.

So gesehen hat die Salle Modulable sicher ein grosses Logiernächtepotenzial.

Gibt es auch Kritik am Projekt?

Natürlich gibt es kritische Stimmen, und zwar parteiunabhängig. Wir haben Verständnis dafür, dass sich die Bevölkerung zu Chancen und Risiken eines derartigen Projekts Gedanken macht, insbesondere was die langfristige Betriebsfinanzierung betrifft. Dies ist für uns jedoch Ansporn, ein handfestes Betriebskonzept zu etablieren, welches eine überschaubare und kalkulierbare Entwicklung ermöglicht. Denn der Betrieb muss nach den getätigten Investitionen derainst bestmöglich funktionieren.

Welchen Einfluss spielte Samihi Sawiris' Resort in Andermatt bei der Idee von Michael Haefliger?

Ein direkter Treiber für die Salle Modulable waren die Pläne für Andermatt meines Wissens nicht. Hingegen wird sich sicher ein Synergiepotenzial manifestieren. Samih Sawiris hat mehrfach erklärt, dass er das gesamte kulturelle Angebot von Luzern als Mehrwert für seinen Resort in Andermatt empfindet.

## Standpunkt

Schulung? Ja – sie ist in der Krise wichtiger denn je



ADRIAN STALDER

Es ist verständlich, dass in einer wirtschaftlich schwierigen Zeit auch im Bereich Mitarbeiterschulung gespart wird. Nur, ist das auch sinnvoll? Die Kunden haben jetzt erst recht hohe Ansprüche und verlangen eine Topleistung für ihr Geld. Im Markt gut positionierte Unternehmen wie Nespresso oder Ikea zeigen, wie es geht. Also machen Sie einen Mystery-Call mit Ihren Mitarbeitenden. Sehr schnell wird klar werden, was in Bezug auf Kundendienst gelernt werden kann oder was noch besser geht. Weil die Hotellerie als sehr

«Emotionslos: «Ah, Sie möchten bei uns hechten – nur essen, oder brauchen Sie Zimmer?»»

kundenorientiert gilt, geht bei meinen Workshops mindestens einer dieser Calls in die Branche mit dem Gast. Leider ist ausgerechnet hier das Fazit oft ernüchternd. So werden unablässig von der Sternenkategorie Anfragen nur selten verwandt; die Freude über den Anruf (Auftrag) vermisst. Emotionslos wird offeriert: «Ah, Sie möchten bei uns hechten – nur essen, oder brauchen Sie auch Zimmer?»

Sind die am besten ausgebildeten Mitarbeiter am weitesten weg vom Kunden? Anlässlich eines Telefonworkshops mit einer grossen Tessiner Versicherungsgesellschaft haben wir die Probe aufs Exempel gemacht und Top-Hotelbetriebe im Tessin telefonisch kontaktiert. Auf Italienisch selbstverständlich. Das Ergebnis war ernüchternd: 90% der Mitarbeitenden sprachen am Telefon nicht und nur ganz lückenhaft Italienisch.

Niemand hat uns am Telefon nach unseren Bedürfnissen gefragt. So wurde es verpasst, gezielt zu argumentieren und zu überzeugen. Offenbar ist es unwichtig, ob ein Neukunde oder ein Stammkunde anruft. Zusatzleistungen werden nicht erwähnt, sondern nur die austauschbare Ware Zimmer und HP angeboten. Die Tessiner Versicherungs-Profis waren sich einig: entweder war es einen schlechten Tag – oder die Tessiner Hotels haben Neu-Kunden nicht nötig und sind offenbar alle top ausgelastet.

Adrian Stalder, Ascona (Hoteller SHV/VHD); Berater, Coach und Workshop-Trainer.

# Wie die Mutter, nicht so die Tochter. Oder doch?



FRANZISKA EGLI  
REDAKTORIN

Zum Thema  
Benehmen

**M**eine Mutter ist in einem Hotel aufgewachsen. Und obwohl dies über ein halbes Jahrhundert her ist, benimmt sie sich noch heute wie die Dame des Hauses: Sie schnippt mit den Fingern, erwartet sofortige, tadellose Bedienung, wird ansonsten spürbar ungeduldig, dann ungehalten und belehrend, und spätestens dann kommt jeder Kellner in den Genuss ihrer Geschichte, dass sie in einem Hotel aufgewachsen, dass... Ich sitze

betreten daneben, schäme mich, schicke ein augenrollendes Sorry! und ein grosses Trinkgeld hinterher. So, fauch ich hinterher immer, und meine Brüder geben mir recht, kannst du dich einfach nicht benehmen!, was Mutter natürlich anders sieht. Was zeigt uns das? Benehmen ist Ansichtssache. Ich versteh darunter, dass ich mich als Gast zu benehmen habe, meine Mutter, dass die Angestellten sich dem Gast gegenüber zu benehmen haben. Dahinter verbirgt sich wohl meine

**Auch mein Sohn hat weniger Hemmungen: Das da Mama!, posaunt er und tätschelt meine Wange.»**

Aversion gegenüber allem, was zu viel Aufsehen erregt, etwas, das meiner Mutter herzlich egal ist. Auch mein Sohn scheint weniger Hemmungen zu haben: Wenn ich mit ihm auf dem Arm etwas bestelle, und er wieder einmal angezwitschert wird, «Nein,

was ist denn das für ein härgiges Bübli? Wer ist denn dieses härgige Bübli, wer?», und er ganz stolz und auf die Brust klopfend posaunt «das da Romeo!», um dann mir liebevoll die Wange zu tätscheln und zu rufen «das da Mama!», dann ist das unbestritten unendlich stoss. Aber eben. Ich ticke anders, denke ich – wenn da nicht mein Mann wäre. Ihm fällt vieles nicht mal auf. Keine Bedienung weit und breit? Die kommt schon noch. Eine selten schnoddrige Anfrage, was wir denn bestellen wol-

len? Easy. Eine halbe Ewigkeit, bis wir endlich bezahlen können? Gääähn. Und ich? Ich werde spürbar ungeduldig. Ich versuche, nicht ungehalten und belehrend zu werden. Und wenn mein Mann dann trotz meiner Zurückhaltung was murmelt von wegen «wie deine Mutter», dann ist Feierabend. Dann muss ich betonen, dass auch ich ein Minimum an Anstand, dass... Benehmen, realisiere ich da, ist immer auch eine Frage der Perspektive.



«Ich bedanke mich dafür, dass ich in einem Land wie der Schweiz leben darf und so privilegiert bin.»

Evelynne Binsack Bergsteiger



Mit dem Welcome Dinner im **Salle de Versailles** des Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa wurde der Global Spa Summit in Interlaken eröffnet.

## Die Welt des Spa



**Adolf Ogi**, Keynote Speaker am Global Spa Summit, **Sylvia Sepielli**, Spa-Designerin aus den USA und **Daniel T. Maurer**, CEO von Klafs Schweiz.

Der **Global Spa Summit** fand zum ersten Mal in Europa statt. Spa-Koryphäen aus aller Welt trafen sich in Interlaken.

SIMONE LEITNER

W ir wollen den internationalen Topleuten aus der Spa-Industrie mit dem Global Spa Summit eine hochkarätige Plattform bieten», sagte Susie Ellis, Präsidentin der Firma Spa Finder und Vorstandsmitglied des Global Spa Summit an ihrer Eröffnungsrede. Das mehrtägige Treffen geht unter dem Motto «The Power of Collaboration». An verschiedenen Sessions werden relevante Themen wie Medizin und Spa oder auch Design diskutiert. Als Keynote Speaker am Galaevent im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa überzeugte Alt-Bundesrat Adolf Ogi mit einer fesselnden Rede, die das internationale Publikum mit grossem Applaus bestätigte.



Der CEO und die Präsidentin von Spa Finder: **Pete** und **Susie Ellis**.



**Martha Wiedemann**, Wellness Advisor Badrutt's Palace St. Moritz.



**Ada Polla**, President & Founder Alchimie-Forever.



**Susan Harsworth**, CEO ESPA und **Wolf Hengst**, Chairman Wahana.

### Sesselrücken

#### Fredi Boss verlässt den Landgasthof «Lueg»

«Ich bleibe in der Gastronomie. In welcher Form und wo auch immer», sagt der Spitzenkoch **Fredi Boss**. Der einstige Chef des «Meridiano»



(17 GM-Punkte) wechselt Anfang 2009 auf den Landgasthof Lueg im Emmental. Nun will er wieder weg und sucht was Neues, «aus persönlichen Gründen».

eho

#### Wechsel in der Küche vom Hotel Krone Thun

Seit kurzem ist **Florent Benjamin** neuer Chef de cuisine im Thuner Hotel Krone. Der 40-jährige aus Biarritz (F) folgt auf **Thomas**



Zvg

**Bartel**. Benjamin, führte sieben Jahre als Executive Chef die Brigade des Grandhotels Giessbach und erreichte in dessen Gourmet-Restaurant «Chez Florent» 14 GM-Punkte.

#### Neuer Executive Chef im Park Hotel Vitznau

Ende Mai übernimmt **Oliver Barada** als Executive Chef im Park Hotel Vitznau die Gesamtleitung. Er ist Nachfolger von **Torsten Götz**, der den Betrieb nach drei Jahren verlässt. Götz wird ab Juni im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa neuer Executive Chef des cuisines die Leitung aller Küchen übernehmen.

#### Direktorin Schatzalp wechselt von Davos nach Horgen

Nach fünf Saisons verlässt Direktorin **Nicoletta Müller** das Hotel Schatzalp in Davos und wird ab Juni neue Direktorin im Hotel Meierhof in Horgen. Das Haus wird im November geschlossen und komplett renoviert. Nicoletta Müller ist verantwortlich für die Neupositionierung des Meierhofs, die Neuausbauung und Neueröffnung im Februar 2010. Wer die Direktionsstelle auf der Schatzalp übernehmen wird, ist noch nicht bekannt. br

## «Spuren legen – Spuren lesen»

Bad Ragaz ist zurzeit verwandelt. Kleine, grosse und riesige Werke von 79 Kunstschauffenden aus der ganzen Welt laden zum Innehalten, Verweilen und Nachdenken ein.

SILVIA PFENNIGER

«Bad Ragaz», die Triennale, die seit dem Jahr 2000 zum vierten Mal Strassen, Plätze, Parks, Wiesen und nüchternen Hotelfassaden im Badekurort in ein Gesamtkunstwerk verwandelt, wirkt Wunder. Die

Gründer und Organisatoren Esther und Rolf Hohmeister bringen die Kunst hinaus ins Freie, hinaus aus den Ateliers und Museen.

Rund 260 Werke sind auf einem zehn Kilometer langen Rundgang zu sehen. Der Kunstmäzen Rolf Hohmeister will mit seinem Event, das bis zum 1. November dauert, «elementare Sehnsüchte stillen». «Die Skulpturen hinterlassen Spuren – Spuren im Alltag, in der Seele, in der Art und Weise, wie wir die Welt sehen», ist Rolf Hohmeister überzeugt. 150 Musiker und Musikerinnen für «Klassik auf der Straße», aus der ganzen Welt angereist, fordern noch bis zum 24. Mai den



Die Schweizer Künstlerin Christina Wendt belebt mit ihrer Skulptur den Bambi-Hotel-Vorplatz.

Kontakt und die Auseinandersetzung mit der Kunst und ermöglichen einen differenzierteren Blick. Esther und Rolf Hohmeister freuen sich «auf Menschen, die Lust darauf haben, mit Augen, Ohren und Herzen Bekanntes und Neues aufzunehmen.» Laut einer Studie haben 420000 Menschen den Badekurort eigens wegen der «Bad Ragaz» besucht. Das Budget für die grösste Skulpturenausstellung Europas beträgt rund eine Million Franken, die Rolf und Esther Hohmeister weltweit im Alleingang sammeln. Zu den Sponsoren gehören zum grossen Teil Stiftungen, Banken und Private.

ANZEIGE

## Weiterbildung aktuell.



Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus, Stufe I  
17./18.06.09, Luzern

11./12.08.09, Pfäffikon  
15./16.09.09, Winterthur  
05./06.10.09, Basel  
16./17.11.09, Chur  
09./10.12.09, Lenzburg

Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus, Stufe II  
26./27.05.09, Meisterschwanden

22./23.06.09, Luzern  
19./20.11.09, Lenzerheide  
23./24.11.09, Bern

KOPAS-Ausbildungen  
24.11.09, Luzern

Beginn Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, Zyklus 36  
21.10.09, Sigriswil

Informationsveranstaltungen  
12.05.09, Hotel Schweizerhof, Zürich  
19.08.09, Hotel Allegro, Bern

[www.hoteleriesuisse.ch/weiterbildung](http://www.hoteleriesuisse.ch/weiterbildung), [weiterbildung@hoteleriesuisse.ch](mailto:weiterbildung@hoteleriesuisse.ch), Telefon +41 (0)31 370 43 01

NEU: [reception@hoteleriesuisse](mailto:reception@hoteleriesuisse)

Zyklus 3

Modul 1 Persönlichkeit: 05.-10.2009

Modul 2 Front Desk Skills: E-Learning, Self Learning

Modul 3 Kommunikation: 30.11.-05.12.09

Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

**Immer die besten Angebote von Profis für Profis:**

BETTWÄSCHE SEERSUCHER

Mehr Informationen unter [www.pfeiffertextil.ch](http://www.pfeiffertextil.ch).

PFEIFFER TEXTIL

EIN UNTERNEHMEN DER ZWISSTEXTIL HOLDING AG

PFEIFFER TEXTIL AG  
Challenbergstrasse 26  
8834 Schindellegi (SZ)  
T: 044 756 81 00  
[www.pfeiffertextil.ch](http://www.pfeiffertextil.ch)

**Milestone. 1. Preis.** Ingrid Bumann-Jossen, Chef der «Chesa Pirani» in La Punt, hat der «Milestone» mehr Umsatz beschert. René Kamer, Chef der RailAway AG, hat der Preis vor allem Bestätigung gebracht.



Immer noch happy über den Milestone und das Echo, das dieser für den Betrieb auslöste: Ingrid Bumann-Jossen, «Chesa Pirani» in La Punt.

## «Ein Stein, der uns motiviert»

**Ingrid Bumann-Jossen strahlt noch heute, wenn sie von der Preisverleihung im 2004 erzählt. Das Echo war enorm, der Umsatz stieg.**

GUDRUN SCHLENCEK

**I**ngrid Bumann-Jossen ist immer noch ganz überwältigt, wenn sie an die Verleihung des Milestone zurückdenkt. Den ersten Preis im Jahr 2004 bekamen sie und ihr Mann Daniel für ihre «Chesa Pirani». Und vor allem das ganze Team des Gourmet-Restaurants in La Punt im Engadin. Denn ohne die zehn engagierten Mitarbeitenden wäre es garnicht so weit gekommen. «Mein Mann war 2003 Mentor für den Nachwuchspreis und kam ganz begeistert aus Bern zurück», blickt Bumann-Jossen zurück. Sozusagen hinter dem Rücken des Chefs habe das Team dann den Betrieb für den Milestone

vorgeschlagen – just im zehnten Jubiläumsjahr. Als der Bescheid der Nominierung kam, sei man ganz überwältigt gewesen. Die Verleihung in Bern selbstempfanden Ingrid Bumann-Jossen und ihr Mann als einziges Erlebnis. «Für uns als kleiner gastronomischer Betrieb war das eine äusserst grosse Ehrung. Schliesslich sass die Crème der Tourismusbranche im Saal.» Die «Chesa Pirani» ist ein altes Engadiner Haus mit rund 40 Sitzplätzen, verteilt auf drei Arven-Stuben.

Zurück im Engadin, wurden Bumanns von Glückwünschen regelrecht überflutet. An die 200 E-Mails gingen ein – von Gästen, von Berufskollegen, von Touristern. «Als Familienbetrieb erreicht niemals so ein Medienecho», ergänzt Ingrid Bumann-Jossen die Wirkung. Diese zeigte sich auch auf der Betriebsseite: «In den Jahren 2004 und 2005 hatten wir eine absolute Explosion beim Um-

satz.» Und die Wirkung halte weiter an. Der Milestone zierte inzwischen die Réception. Immer wieder werde sie von den Gästen auf den Preis angesprochen. «Das ist der Tourismusprijs der Schweiz. Das hat viel Gewicht.» Auf der neuen Homepage soll dann auch der Milestone-Filmtrailer aufgeschaltet werden.

Vor allem aber habe der Preis das Team zusammengebracht. «Das Team war sehr stolz, dass es einen Anstoß für die Verleihung geliefert hatte.» An selber waren natürlich alle Mitarbeitenden anwesend. Heute arbeiten sie alle bereits in anderen Betrieben. Doch «der Milestone schweisszt zusammen, wir pflegen noch einen engen Kontakt.»

Normalerweise gehen die Bumanns nun an jede Milestone-Verleihung. Und wenn mal die Zeit fehlt, fliebert man zu Hause mit. Ingrid Bumann-Jossen: «Am Abend geht es immer direkt aufs Netz, um zu wissen, wer gewonnen hat.»

**«Der Milestone ist für mich ein Meilenstein. Er motiviert zum Weitermachen.»**

Ingrid Bumann-Jossen  
«Chesa Pirani» in La Punt

schweisszt zusammen, wir pflegen noch einen engen Kontakt.

Normalerweise gehen die Bumanns nun an jede Milestone-Verleihung. Und wenn mal die Zeit fehlt, fliebert man zu Hause mit. Ingrid Bumann-Jossen: «Am Abend geht es immer direkt aufs Netz, um zu wissen, wer gewonnen hat.»

**1. Peter Kühler, vor fast 10 Jahren riefen Sie den Milestone ins Leben. Was war die Ur-Idee dahinter?**

Wir wollten die Innovation innerhalb der Branche antreiben und gleichzeitig die Rolle der hotel revue als Tourismus-Medium stärken. Der Tourismus hatte damals eine deutlich weniger gute Lobby als andere Branchen – er sollte in Wirtschaftskreisen besser etabliert werden.



### Nachgefragt

Peter Kühler

**Geboren:** 27.10.1938

**Tätigkeit:** Gab im Jahr 2000 als damaliger Chefredakteur der htr hotel revue den Anstoß zur Lancierung des Tourismusprijs «Milestone»

**Heute:** Im Vorstand Swiss Historic Hotels. Und neugieriger Tourist.

### 3. Und wie entwickelte sich die Branche?

Das Niveau der Schweizer Hotelerie hat sich in den letzten zehn Jahren verbessert. Die Branche ist international wettbewerbsfähig. Sie vermarktet sich besser als einst, auch dank der professionellen Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus. Das Internet wird an Bedeutung noch massiv zunehmen.

### 4. Was wünschen Sie dem Milestone für die nächsten 10 Jahre?

Mir wünsche ich, dass ich auch ein brillantes 20-Jahr-Jubiläum erleben darf. Und dem Milestone, dass die Jury weiterhin «schräge Vögel» und ihre Ideen portiert. Der Tourismus braucht Lokomotiven, die anspornen und mitreden. Gut finde ich den neuen Auftritt unter [htr-milestone.ch](http://www.htr-milestone.ch). Und mir gefällt, dass die Dreisprachigkeit gepflegt wird. eho

## Siegel für Qualität

**V**or Freude warf René Kamer, CEO der RailAway AG, bei der Überreichung im Jahre 2005 den Milestone in die Luft. Heute hat der Stein einen würdigen Platz in einer Vitrine im Empfang am Hauptbahnhof in Luzern. «Der Milestone war für mich eine Bestätigung für unser doch noch junges Geschäftsmodell», so Kamer. 1999 wurde RailAway, der Freizeitbetreiber der SBB, ins Leben gerufen. 2005 erhielt Kamer den 1. Preis des Milestone. «Danach wurden wir von Anfragen seitens touristischer Partner regelrecht überschwemmt. Der

Milestone wirkt wie ein Qualitätsgütesiegel.» 2006 zählte man 25 Prozent mehr Partner, mit denen man attraktive Packages für die Kunden schnürt. Der Umsatz wuchs 2006 deutlich (+ 22%). Auch wenn er heute Partner oder Ansprechpartner suche, schaue er sich erst mal im Milestone-Netzwerk um: «Da stösse ich auf innovative Leute mit der gleichen Wellenlänge.» gsg

**Milestone: Auch gut fürs Image im SBB-Konzern, meint René Kamer.**



### 2. Wie hat sich Ihr «Baby» inzwischen entwickelt?

Prächtig! Auch nach meinem Rückzug vor fünf Jahren wächst und gedeiht das Kind, mit Unterstützung von engagierten Partnern wie seco, stiv und hotelleriesuisse. Der Milestone ist heute eine etablierte Marke. Es gibt zahlreiche interessante Projekte, profilierte Persönlichkeiten und damit gute Preisträger. Es ist eine Freude.

ANZEIGE

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association  
Preferred Partner

happy Innovation

Optimales Schlafklima dank Amicor™ Pure und Hypersoft.

**happysystems™**  
I wett i hett es happy-Bett.

Ihre Informationen auf den Punkt gebracht

Hotelinfo TV Lobby Screen Webseiten

ipeakinfosystems

www.ipeak.ch Tel. 027 967 50 00 Mail: welcome@ipeak.ch

Ihr Yield-Management Partner.

t +41 31 302 70 90  
[www.hotelpartner.ch](http://www.hotelpartner.ch)

HotelPartner  
WE PART OF OUR SUCCESS

REPA AG COFFEE SYSTEMS

Ripa AG  
Talstrasse 29  
5703 Seon

Tel 062 775 07 07  
[www.repa.ch](http://www.repa.ch)

Douwe Egberts

pistor

Hauptsponsor FORUM DER KÜCHE - DES CUISINERS - BEI COUCH 9. Juni 2009 - Casino Interlaken

[www.pistor.ch](http://www.pistor.ch)

**Milestone. Gewinner.** Sie alle haben zwischen 2000 und 2008 den «Oscar des Tourismus» entgegengenommen. Nun hat sich die Milestone-Gemeinschaft erstmals zum Networken getroffen.

## Treffen der Ausgezeichneten



Alle Milestone-Gewinner waren in Bern zu einem Treffen eingeladen. 28 der 46 Ausgezeichneten waren gekommen und haben erzählt, was ihnen der Tourismuspreis – auch Jahre nach der Verleihung – noch bringt. Alain D. Bollat

### Die Gewinner 2000–2008: Herauszragendes Projekt 1. Preis

2000	Nationale elektronische Informations-Buchungs-Plattform für touristische Leistungen	SDM	Markus Busch
2001	Valais Excellence – Total Quality Management	Valais Tourisme	Yvan Aymon
2002	Hotel Riders Palace	Weisse Arena Laax	Reto Gurtner
2003	Mystery Park	Mystery Park	Oswald Zurbriggen
2004	Chesa Pirani – Gourmet-Restaurant	D+I. Bumann-Jossen	D. + I. Bumann-Jossen
2005	RailAway – Ideen für die Freizeit	RailWay	René Kamer
2006	Hüttenerlebnis – SAC	Schweizer Alpen-Club	Bruno Lüthi
2007	Versetzen, Vergessen	Verein Z'Tärbinu	Berno Stoffel
2008	Stiftung Veland Schweiz	SchweizMobil	Peter Anrig

### Die Gewinner 2002–2007: Kategorie Sonderpreis

2002	Kleine und feine Orte für grosse Ferien	Graubünden Ferien	Urs Wohler
2003	Chouett'Nid	Jean-Paul Vuilleumier	Jean-Paul Vuilleumier
2004	Après-Wandern für müde Füsse	Gasthof Weissbadbrücke	S. Schmid, S. Marty
		Weissbad	U. Grimm
2005	Packziegen-Trekking	Packgeiss	Sandra Egli, Christian Golletto
2006	Märchenhotel Bellevue Braunwald	Hotel Bellevue	Martin Vogel
2007	Handy-Safari	Arosa Tourismus	Hans-Kaspar Schwarzenbach

### Die Gewinner 2000–2008: Kategorie Nachwuchspreis

2000	Fabrina Rey-Guntern	Visions Crans Montana 2000
2001	Ladina Bruggmann-Giovanoli	„Herbst“ – Schweiz Tourismus
2002	Bernard Germanier	Euro-26 / Jugendkarte AG
2003	Ivo Adam	Weltbester Nationalpâtissier
2004	Bruno Fläcklin	Direktor Sörenberg Flühli Tourismus
2005	Urs Raschle	Geschäftsführer Einsiedeln Tourismus
2006	Samuel Vörös	Geschäftsleiter Tavolago
2007	Wirtschaftsmittelschule Luzern, Lukas Steger	«Rollentierung»
2008	Stefanie Loosli	Reservationssystem Private Selection

### Die Gewinner 2000–2008: Kategorie Lebenswerk

2000	Bruno Gerber	Tourismusdirektor Davos
2000	Hans C. Leu	Albergo Giardino Ascona
2001	Monica + Dominique Thommy-Knescharek	Kunsthotel Teufelhof Basel
2002	Emanuel + Rosmarie Berger	Hotel Victoria-Jungfrau Interlaken
2003	Hanspeter Danuser	Tourismusdirektor St. Moritz
2004	Werner Bernet	Direktor Schweizer Reisekasse
2005	Charles-André Ramseier	Directeur de l'OTV
2006	Leo Jeker	Direktor Savognin Bergbahnen AG
2007	Theo Schnider	UNESCO Biosphäre Entlebuch
2008	Felix + Maria Dietrich-Kienberger, Urs Kienberger	Hotel Waldhaus Sils-Maria

### Die Gewinner 2006–2008: Herauszragendes Projekt 3. Preis

2006	Footballcamp Brasilien	Weggis Vitznau Rigi Tourismus	Dominic Keller
2007	«Via Storia» Kulturwege verbinden die Schweiz	ViaStoria	Hanspeter Schneider
2008	Stanzerhorn Rangers	Stanzerhorn-Bahn-Gesellschaft	Jürg Balsiger

### Kategorie Nachhaltigkeit (seit 2008)

2008	Wallo's Nachhaltigkeit VIRUS	Ferienart Resort & Spa, Saas-Fee	Beat Anthamatten
------	------------------------------	----------------------------------	------------------

**Milestone. 2. und 3. Preis.** Dominic Keller, Urs Wohler, André Rothenbühler und Fredy Gmür mit René Dobler: Sie haben den zweiten oder dritten Preis gewonnen. Allen hat er geholfen, ihre Projekte voranzutreiben.

# «Gäste wollen den Milestone kaufen»

**Dominic Keller, Direktor von Weggis Vitznau Rigi Tourismus, hat im Jahr 2006 den 3. Preis entgegengenommen. Weitere Meilensteine hat er im Visier.**

CHRISTINE KÜNZLER

**D**as Footballcamp Brasilien hat Tourismusdirektor Dominic Keller den Tourismuspreis eingebracht. Zur Erinnerung: Mit der Beherbergung des brasilianischen Fussball-Nationalmannschaft stand Weggis im Rampenlicht. Die Medienpräsenz war immens. «Für mich ist der Milestone eine Motivationsprize. Er bringt mir Energie für neue Projekte und bestätigt, dass wir gute Arbeit leisten», hält der Tourismusdirektor fest. Der Milestone sei im Schweizer

Tourismus, aber auch international eine angesehene Auszeichnung. Deshalb sei nicht nur er selber, sondern das ganze Team stolz auf diesen Preis. «Obwohl wir ihn vor fast drei Jahren erhalten haben, ist er für uns immer noch aktuell.»

Der Milestone wird im Internet, in Prospekten und Briefen kommuniziert und an Sitzungen und Veranstaltungen herumgereicht. Physisch thront er für alle Gäste sichtbar auf der Theke der Tourist Information in Weggis.

«Wir werden regelmässig von Gästen gefragt, wie viel der Stein kostet, weil sie ihn als Souvenir mit nach Hause nehmen möchten. Dadurch entstehen Diskussionen, denn die Gäste wollen wissen, weshalb wir den Preis gewonnen haben.» Der Stein bringe immer wieder interessante Gespräche und Begegnungen, sagt Keller.

Motiviert er zu weiteren Projekten? «Ja, denn der Milestone erin-

nert mich daran, dass wir das Footballcamp realisiert haben, obwohl wir nicht immer sicher waren, dies auch zu schaffen.» Der «Stein» helfe ihm auch, wenn mal ein Tag nicht ganz rund laufe. «Ich schaue ihn an und weiß dann, was wir erreichen können, wenn alle Partner am gleichen Strick ziehen.»

«Wir können eine ganze Strasse mit diesen Meilensteinen pflastern. Deshalb ist es mir wichtig, mehr als nur einen Milestone anzustreben.»

Er werde, sagt er, immer wieder Projekte bei der Milestone-Jury einreichen. «Doch es muss ein Projekt sein, hinter dem man stehen kann, eins das milestonewürdig ist.» Er rate allen seinen Kollegen, ihr Projekt einzureichen. «Erstens, weil es nicht gut ist, nur im stillen Kämmerlein zu arbeiten, und zweitens, weil eine solche Anerkennung wichtig ist.» Ganz im Sinne von «Tue Gutes und sprich darüber».

**«Wir können eine ganze Strasse mit diesen Meilensteinen pflastern.»**

Dominic Keller  
Direktor Weggis, Vitznau, Rigi

# «Oldtimer» aus dem Uhrental

**D**ie Schaffung einer neuen Tourismusdestination zwischen Genf und Basel unter Einbezug des Jurabogens, in deren Mittelpunkt die Uhrenindustrie steht, so lautete das anvisierte Ziel des Projekts «Watch Valley», als es im Jahr 2001 den Milestone für den zweiten Platz in der Kategorie «Aussergewöhnliche Projekte» gewann. Fast acht Jahre später, die Preisverleihung ist lange her, hat sich einiges getan. Der Milestone hat seinen festen Platz im Büro des Pro-



Der Milestone nützte André Rothenbühler – aber nicht alle liessen sich beeindrucken.

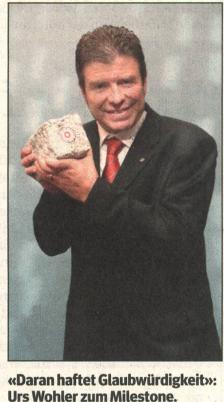
jeckverantwortlichen André Rothenbühler, der sich selbst schmunzelnd als «Oldtimer» der Milestone-Gewinner bezeichnet. Der Preis habe dem Projekt «Watch Valley» gleich nach dem Gewinn auf jeden Fall geholfen, sagt Rothenbühler, die Bekanntheit sei gestiegen. «Vor allem aber brachte der Milestone Vor-

teile in der Zusammenarbeit mit den Kantonen und Gemeinden», so Rothenbühler. Wenn es um die finanzielle Unterstützung gehe, sei so eine Auszeichnung eben schon nützlich. Nicht gross beeindruckt habe der Stein aber die Uhrmacher, ein «geheimnisvolles Volkchen». Sie hätten ihre Türen nicht wirklich für die Allgemeinheit öffnen wollen. «Das Projekt ist auch nicht ganz so bekannt geworden, wie wir uns das erhofft haben», meint Rothenbühler weiter. So sei «Watch Valley» in einer Umfrage nur von 17 Prozent der Befragten wiedererkannt worden. Weil die Marke «Jura» dagegen einen sehr hohen Bekanntheitsgrad geniesst, zogen die Verantwortlichen nun die Konsequenzen: Letzte Woche wurde «Jura Région» ins Leben gerufen. rom

Mehr zu «Jura Région» auf S. 21

# Kleines ganz gross

**A**ls Urs Wohler 2002 mit «Klein und fein» den Milestone gewann, stand das Projekt gerade kurz vor Ende der Planungsphase. «Das war eine schöne Anschubhilfe, um mit der Umsetzung zu beginnen», erklärt Wohler. In Graubünden habe der Stein seine Wirkung nicht verfehlt: Die Einheimischen, auch Nicht-Involverierte, hätten das Projekt dank dem Milestone bereits zu einem frühen Zeitpunkt wahrgenommen. Errät deshalb allen, ihre Projekte im Anfangsstadium einzugeben – das stärkt die Präsenz. «An diesem Stein haftet Glaubwürdigkeit», so Wohler weiter. Eine grosse Stärke des markanten Steins sieht Wohler aber in der Wirkung «nach innen». «Der Stein verpflichtet sozusagen, wei-



«Daran haftet Glaubwürdigkeit: Urs Wohler zum Milestone.»

terzumachen, schliesslich will man der Auszeichnung ja gerecht werden», erklärt Wohler. Mit einem Milestone in der Tasche werde das Projekt ganz sicher auch umgesetzt. Ein klein wenig, gestehst er, entstehe auch Konkurrenzdenken: «Man denkt, wenn dieses Projekt gewinnt, sollten wir das doch auch schaffen. Und am Ende sei der Aufwand gering.» Das Projekt besteht ja auch ohne den Milestone die Anmeldung ist nur ein kleiner Teil vom Ganzen, der sich sehr positiv auswirken kann. Habe man einmal gewonnen, ermunterte das es nochmals zu versuchen. Wohler gewann 2007 mit «Enjoy Switzerland» und Schweiz Tourismus zum zweiten Mal einen Milestone. Er ist er der Einzige mit zwei Milestones. rom



Der Milestone ist Dominic Kellers Motivationsprize.

Bild: Alain D. Bollat

# Grosser PR-Effekt



Fredy Gmür (l.) und René Dobler freuen sich über den Milestone.

**F**redy Gmür, Geschäftsführer Schweizer Jugendherbergen, und René Dobler, Geschäftsführer der Schweizerischen Stiftung für Sozialtourismus, sind im 2007 mit dem 2. Preis für die Nachhaltigkeitsstrategie der Schweizer Jugendherbergen ausgezeichnet worden. Der Milestone hat einen prominenten Platz im Sitzungszimmer der Geschäftsführer der Jugendherbergen in Zürich, wo ihn alle Mitarbeitenden sehen können, sagt Gmür. Auch auf der Homepage und im Nachhaltigkeitsbericht ist der Preis aufgeführt. «Ich bin sehr stolz auf den Milestone», so Gmür.

Der Preis habe seinem Unternehmen sehr viel gebracht. «Extern bescherte er uns einen riesigen PR-Effekt und stärkt unsere Glaubwürdigkeit gegenüber den Gästen, denn die wissen, dass es sich hier nicht um eine interne Auszeichnung handelt, sondern um eine branchenweite.» Auch intern habe sich die Auszeichnung positiv ausgewirkt:

«Der Milestone ist ein Dankeschön für unsere Mitarbeitenden und eine Motivation, die Nachhaltigkeitsstrategie weiterzuverfolgen. Ob der Milestone auch für Gmür persönlich Türen öffnen könnte, darüber habe ich noch nicht nachgedacht, denn im Moment sei er mit seiner Aufgabe glücklich und zufrieden und könne sehr viel erreichen. Ich denke, diese Auszeichnung gilt primär einer Strategie, die vom Vorstand strategisch vorgegeben, operativ umgesetzt wurde und von 450 Mitarbeitenden getragen wird.»

Wie kann der Milestone noch besser positioniert werden? «Ich denke, es wäre wichtig, ihn über die Branche hinaus bekannt zu machen. Wir arbeiten – gerade wegen der konsequenten Nachhaltigkeitsstrategie – auch mit Partnern aus der Industrie zusammen. Von denen kennen die wenigsten den Milestone.» Anders in der Tourismusbranche: «Hier werde ich sehr oft persönlich auf den Milestone angesprochen.»

Die Schweizer Jugendherbergen schliessen mit Partnern unterschiedlichster Branchen Verträge ab. «Wir versuchen jeweils gewisse Standards zu setzen. Diesbezüglich ist es für uns wichtig, kommunizieren zu können, dass wir für unsere Nachhaltigkeitsstrategie mit dem Milestone ausgezeichnet worden sind.» Der Preis helfe, den Lieferanten klar zu machen, dass die Nachhaltigkeitsstrategie der Jugendherbergen kein PR-Effekt ist, «sondern dass wir dahinter stehen». ck

**Stimmen zum Thema**



«Einerseits bestärkte der Milestone unsere Partner in ihrem Engagement für unser Projekt. Andererseits war die Auszeichnung auch ein persönlicher Gewinn für das gesamte Team, verbunden mit Stolz auf die erbrachte Leistung.»

Peter Anrig (Veloland Schweiz)



«Der Milestone hat eine Signalwirkung nach aussen und nach innen. Nach aussen steht er für unsere Innovativität, nach innen zeigt er uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.»

Jürg Balsiger (Stanserhorn Rangers)



«Der Milestone hat die Anerkennung des SAC in der Tourismusbranche bewirkt.»

Peter Mäder (Hütternerlebnis SAC)

**Milestone. Besondere Preise.** Beat Anthamatten hat den ersten Nachhaltigkeitspreis bekommen. Bruno Fläcklin und Samuel Vörös wurden mit dem Nachwuchspreis, Martin Vogel mit dem Sonderpreis ausgezeichnet.

## Stimmen zum Thema



«Die Auszeichnung hat mir geschäftliche Anerkennung gebracht und meine Karriere gefördert. Zudem war es für mich persönlich wie auch für das ganze ST-Team eine Bestätigung für die erbrachte Leistung.»

Ladina Bruggmann-Giovanoli  
(Nachwuchspreis)



«Der Gewinn des Milestone motiviert und verpflichtet, das Nachhaltigkeitskonzept des Gewinns langfristig umzusetzen.»

René Dobler (Nachhaltigkeitstrategie Schweizer Jugendherbergen)

# «Er ist ein Firestone»

**«Wir sind Gewinner, jetzt müssen wir uns erst recht beweisen.»**

**Beat Anthamatten vom Ferienart Resort nutzt den Milestone als «Feuerstein».**

KARL JOSEF VERDING

Der Milestone hat mehrere Nachwirkungen für mich gehabt. Erstens eine grosse Genugtuung: Alle in der Branche sehen nun, dass es sich lohnt, wenn man sich für Nachhaltigkeit einsetzt», sagt Beat Anthamatten, der Leiter des Ferienart Resort & Spa in Saas-Fee. «Punkt zweit: seien die positiven Auswirkungen nach innen, im eigenen Unternehmen: «Meine eigenen Mitarbeiter im Betrieb haben ihre Optik geändert

und erkannt: Unser Horizont ist weiter als ein nur nach innen gerichtetes, betriebliches Denken.»

**«Jetzt hab ich den Milestone gewonnen, jetzt bin ich heiss»**

Der Milestone-Preis für Nachhaltigkeit hat ausserdem «mein privates und Geschäftsbüro verändert», stellt Anthamatten fest, «in dem Sinne, dass ich bald alle drei Wochen irgendwo einen Vortrag halte – ich muss heute noch nach Martinach, bin in zwei Wochen in Altdorf, in vier Wochen zu einem Vortrag in Zürich, dann in Österreich. Es bedeutet für mich eine totale Veränderung. Einserseits habe ich gesagt: ich mach dieses Jahr so viele Vorträge, das gehört dazu. In meinem Innersten fühle ich einen Auftrag dazu, dies zum Thema zu machen – und jetzt

habe ich den Milestone gewonnen, jetzt bin ich heiss. Und das hat seine Wirkung auch für unsere Gäste.»

**«Gewissen Projekten hab ich mehr Druck geben können»**

**«Jetzt heisst der Milestone bei uns (Firestone) und hat noch mehr drauf.»**

Beat Anthamatten  
Hotellerie Ferienart Resort Saas-Fee

«Wir haben den Milestone umgetauft: Jetzt heisst er «Firestone» und hat noch mehr drauf», sagt Beat Anthamatten. Vielfach bestehet die Gefahr, «dass man meint, man ist gut, wenn man einen Preis bekommt, und dann ist es vorbei. Aber der Auftrag heisst ja: Wir sind Preisgewinner, jetzt muss sich das Team erst recht beweisen. Dadurch hab ich jetzt gewisse Projekte noch mehr Druck geben können. Dank dem Milestone hab ich das MyClimate durchgezogen, mit hundert Prozent.»

Preises schneller gehen. Weil ich jetzt auch bei den Kapitalgebern eine verbesserte Resonanz spüre.» Auch das grosse Branchen-Netzworking an der Milestone-Preisverleihung selber spielt gemäss Anthamatten «eindeutig eine Rolle». Und: «Es ist interessant: Jetzt fragte mich eine Dame von einem Institut für Wasseran. Sie hat im Internet Nachhaltigkeit gecheckt, und dann erschien am Bildschirm der Milestone-Nachhaltigkeitspreis, und so kam sie zu mir.»



## «Bald absolviere ich das EMBA»

**S**einen mit dem Milestone 2006 für die beste Nachwuchskraft gewonnenen Ausbildungsgutschein hat Samuel Vörös noch nicht einlösen können, er befasst sich aber nun ernsthaft damit. «Ich werde ein EMBA (Executive Master of Business Administration) absolvieren», erklärt Vörös, der nach wie vor Geschäftsführer von Tavolago ist. Zurzeit evaluieren er drei Universitäten. «Am liebsten würde ich es in St. Gallen tun, aber die setzen ein Jahreseinkommen von mindestens 200'000 Franken voraus; so weit bin ich noch nicht.»

Der Gewinn des Milestone war für Mitarbeiter und Kunden eine Bestätigung, «dass wir auf dem richtigen Weg waren», so Vörös. Der Preis habe auch die Funktion eines Vertrauensstifters. Persönlich habe er vom Milestone direkt nicht profitieren können. «Es ist aber immer schön, wenn man für seine Leistung gelobt wird.»

«Es würde mich freuen, wenn vermehrt auch gastronomische



Bilder Alain D. Boillat

Projekte zu den Milestone-Gewinnern gehören würden», so Vörös. Denn die Gastronomie habe immer einen bedeutenden Einfluss auf den Gesamttourismus. «Deshalb empfehle ich jungen Gastronomen, die etwas erreicht haben, sich für den Nachwuchspreis zu bewerben», sagt der Gewinner von 2006.

### Verbesserte Resonanz bei den Kapitalgebern

Beat Anthamatten empfindet den Milestone als eine wahre Zündkerze im treibenden Motor seines Resorts: «Ich plane weitere Projekte im Haus, die aufgrund des Milestone-

**Der Milestone bringt Feuer in sein Resort und in dessen Team: Beat Anthamatten aus Saas Fee.**

## Liaison gestiftet

**W**as war für Martin Vogel, Hoteller und Rezitator des Märlinhöles Bellevue in Braunwald, das schönste Resultat des Milestone-Sonderpreises? «Erst einmal offene Kommunikation: auf die Leute zugehen können.» Und dann kommt Martin Vogel auf die glückliche Liaison zu sprechen, die am Milestone-Event gestiftet wurde: «Als wir im 2006 den Milestone gewannen, bin ich nach der Verleihung von einem Tisch zum anderen herumgeboten worden. Und eine Mitarbeiterin der hotel revue,

die mich kannte, sagte: Darfich Dir meine Freundin vorstellen? Sie hat die Rede von Frau Bundesrätin Leuthard geschrieben. Ich sagte zu dem jungen hübschen Mädchen: Das war aber ein toller Job, da haben Sie wirklich eine gute Rede geschrieben. Sie sagte: Nein, Frau Bundesrätin hat das selber geschrieben, ich durfte nur noch den Schlussatz reinton.» Diese junge Dame, die damals in der Tourismus-Abteilung des Seco bei Peter Keller arbeitete, ist heute die Assistentin von Jürg Schmid – und die Ehefrau meines Sohnes.» kjb



Martin und Lydia Vogel.

## HESSEN

Unternehmensberatung für Hotellerie & Restauration seit 35 Jahren

## Cash - flau ?

Wir sind die Spezialisten für die Optimierung der Wirtschaftlichkeit von Hotels und Restaurants. Wir verfügen über Erfahrungszahlen und Massnahmenkonzepte von über 100 Betrieben, welche wir mit Erfolg bearbeitet haben.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Poststrasse 2, Postfach 413, CH-8808 Pfäffikon SZ  
055 410 15 57 – 079 422 37 24 – Fax 055 410 41 06  
[hesser@bluewin.ch](mailto:hesser@bluewin.ch)

## Treiber für Karriere

**B**runo Fläcklin, 2004 beim Gewinn des Milestone für die beste Nachwuchskraft Tourismusdirektor von Sörenberg Fühli, ist heute Leiter Marketing/Verkauf bei Reka Ferien. Mit dem gewonnenen Gutschein absolvierte Fläcklin die Ausbildung zum dipl. Tourismusexperten. «Ich war damals neu in der Branche. Der Preis hat mir Kontakte ermöglicht, man hat mich plötzlich gekannt und auch auf mich gehört», bilanziert Fläcklin. Insbesondere im Entlebuch sei man auf ihn aufmerksam geworden.

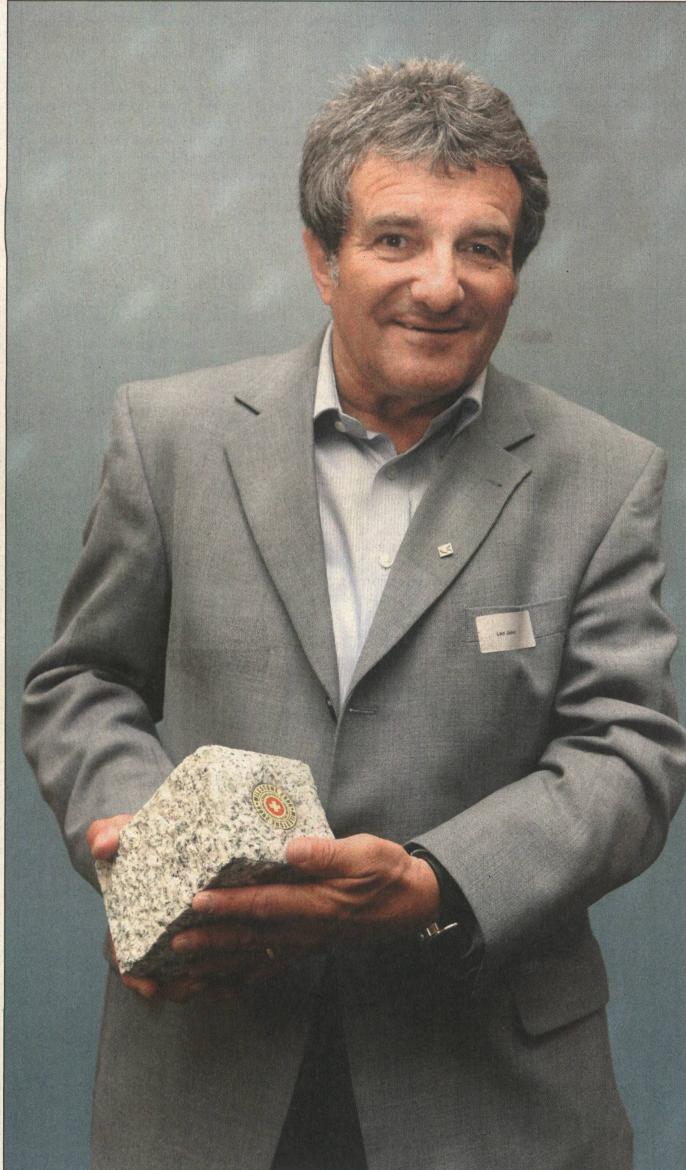
«Der Gewinn des Milestone motiviert einen, weiterzumachen», sagt Bruno Fläcklin. Vor allem zu Beginn sei auch Druck vorhanden gewesen: «Man hat den Preis erhalten, jetzt muss man etwas zeigen.» Die Ansprüche von aussen, aber auch an sich selbst nähren zu. «Es war ein Treiber für meine Karriere», sagt Fläcklin weiter. Es gab viele junge Leute, die einen derartigen Preis verdient hätten. «Es braucht Touristik, die ein genügend grosses Selbstvertrauen haben, um sich dafür zu bewerben.»



Bruno Fläcklin.

**Milestone. Lebenswerk.** Sie haben für den Tourismus viel bewegt: Leo Jeker, Werner Bernet, Emanuel und Rosmarie Berger. Dafür sind sie mit dem Milestone für das Lebenswerk ausgezeichnet worden.

# «Kaibe khoge Freud»



Leo Jeker hat 2006 für sein Engagement in Savognin den Milestone bekommen.

**Leo Jeker ist ein leidenschaftlicher Touristiker. Und ein überzeugter Bergler und nimmermüder Initiant von Projekten ist er auch.**

SIMONE LEITNER

**Leo Jeker, haben Sie sich alt gefühlt, als Sie den Milestone für das Lebenswerk bekommen haben?**

Oh, das habe ich mir gar nie überlegt. Nein, als habe ich mich bestimmt nicht gefühlt. Ganz im Gegenteil, topmotiviert. Ich hatte einfach eine «keibe khoge Freud».

**Hat Sie der Preis auch beruflich weitergebracht?**

In erster Linie hat mir der Preis bestätigt, dass meine Bemühungen auch von der Branche gewürdigt werden. Ich bin immer und überall für die Bergregionen eingestanden, habe mich hartnäckig gezeigt und mich stets bemüht, nicht stehen zu bleiben. Ich wollte immer den Tourismus in Graubünden und die Region Surses weiterbringen. Umso mehr freut es mich, wenn dieses Engagement zur Kenntnis genommen wird.

**Hat Ihnen die Milestone-Auszeichnung denn auch außerhalb der Branche Beachtung gebracht?**

Das war ja das Erstaunliche und vor allem Erfreuliche. Die Reak-

tionen kamen von allen Seiten, von den Wirtschaftsverbänden und auch aus der Politik – überall wurde der Preis wahrgenommen. Ich bekam nach der Verleihung viele Anfragen für Referate aus dem In- und Ausland. Das hat mich natürlich besonders gefreut, denn ich vertrete meine Anliegen gerne und überall.

**Sie glauben an den Erfolg eines branchenübergreifenden Netzwerkes von Tourismus, Wirtschaft und Politik.**

Oh ja, das war schon immer mein Anliegen. Als Politiker kämpfe ich für tourismusgerechte Rahmenbedingungen und nachhaltiges Wachstum von Tourismus und Wirtschaft.

**Sind Sie als «Schneemacher» der allerersten Stunde und nimmermüder Visionär auch Vorbild für junge Touristiker?**

Natürlich, und genau das ist ein weiterer grosses Pluspunkt des Milestone. Die jungen Branchedeute sollen sagen «Ich will auch mal den Tourismuspri-

ßen bekommen». Das ist eine tolle Motivation für alle Touristiker und Hoteliers. Daher bin ich noch heute stolz auf den Preis.

**Werden Sie noch darauf angesprochen?**

Ich wurde 2006 mit dem Preis ausgezeichnet, und er ist bis heute ein Thema. Wie gesagt, das ist für den Nachwuchs und das Netzwerk sehr wichtig. Ich bin überzeugt, dass solche Preise die Akzeptanz und die Sensibilität für unsere Branche fördern. Und das ist doch etwas sehr Wichtiges. Nur so können wir für unsere Belange einstehen.

**«Die Reaktionen kamen von überall, von der Wirtschaft und aus der Politik.»**

Leo Jeker  
Verwaltungsrat Savognin Bergbahnen

## Stimmen zum Thema



«Der Milestone hat uns bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Der Preis wird in der Branche hoch geschätzt und ist mit Prestige verbunden – das wirkt sich auch auf die Anerkennung und Unterstützung der Förderer unseres Projekts aus.»

Gieri Spescha (Marke Graubünden)



«Merci au Milestone d'avoir donné un élan au projet qui lui a fait gagner en crédibilité et en terme d'image.»

Sandrine Foschia (Valais Excellence)



«Imagemässig war der Milestone sehr gut für Luzern Tourismus. Mir persönlich hat er zusätzliche Anerkennung meiner Arbeit innerhalb des Betriebs gebracht.»

Lisa Schilling (Lucerne Culture partner)

Umfrage: es, bg, na

## Die besondere Auszeichnung

**E**in aussergewöhnliches Produkt, eine hervorragende Servicekultur und ein weltweit renommiertes Haus», das waren die Worte, mit denen Rosmarie und Emanuel Berger im Jahr 2002 den Milestone in der Kategorie «Lebenswerk» überreicht wurden. Heute die beiden nicht mehr operativ als Direktionsehepaar im Victoria-Jungfrau Grand Hotel in Interlaken tätig – auf den Preis sind sie nach wie vor stolz. «Das Tolle am Schweizer Tourismuspreis ist, dass er von der Branche verliehen wird. Das ehrt uns immer noch, auch nach sieben Jahren», sagt Emanuel Berger – in Hotelier, der viele nationale und internationale Preise erhalten hat. Im gleichen Jahr beispielsweise wurde er von der «Bilanz» zum «Hotelier des Jahres»

gekürt, mit dem Senses Wellness Award ausgezeichnet und von der American Academy of Sciences in den USA geehrt. Doch der Milestone war anders: «Stimmt, ich habe einige Auszeichnungen als Hotelier erhalten, aber im eigenen Land und vor allem von den eigenen Leuten geehrt zu werden, das war was ganz Spezielles.»

Auch Rosmarie Berger hält fest, dass der Milestone einen sehr hohen Stellenwert hat. Und was beide immer wieder sehr betonen: «Dieser Preis ging natürlich nicht nur an uns beide, sondern an das ganze Hotelteam. Schliesslich hat jeder einzelne Mitarbeitende seinen Teil dazu beigetragen.» Als CEO der Victoria-Jungfrau Collection prägt Emanuel Berger nun die ganze Gruppe.



Rosmarie und Emanuel Berger waren auch auf ihr Team stolz.

## Positives bewegt

**I**ch persönlich erachte den Milestone als einen Unternehmerpreis und eine Bestätigung für mein Schaffen. Werner Bernet ist seit 1984 bei der Reka tätig, seit 1998 als Direktor. Er erhielt 2004 den Milestone in der Kategorie «Lebenswerk» und ist noch heute von den Reaktionen überwältigt. «Ich werde immer noch auf den Milestone angesprochen, das finde ich schön, denn es ist mittlerweile fünf Jahre her.» Werner Bernet wurde für den Auf- und Ausbau der Reka zueinem der grössten Ferienwohnungsanbieter der Schweiz und für die Entwicklung des Reka-Check-Umsatzes auf über eine halbe Milliarde Franken ausgezeichnet.

Die Reka habe in den letzten fünf Jahren seit der Auszeichnung sehr viel mehr Medienpräsenz genossen als noch vor der Preisverleihung. Dennoch betont Bernet, dass er diesen Preis nicht als persönliche Auszeichnung verstehe, sondern als eine Anerkennung für das ganze Unternehmen. Und da Werner Bernet ohnehin den Ruf hat, als gewiefter PR-Mann für die Firma zu wirken, kam ihm der Preis sehr gelegen, und er wusste

**Werner Bernet sieht den Milestone als Unternehmerpreis, der auch außerhalb der Branche von Bedeutung ist.**



## Stimmen zum Thema



«Der Gewinn motiviert uns, den Nachwuchs weiterhin zu fördern und zu unterstützen.»

**Esther Dysli, Private Selection Hotels (Nachwuchspreis Stefanie Loosli)**



«Die Auszeichnung spornst mich an, an Projekte zu glauben und sie dann umzusetzen.»

**Bernard Germanier (Nachwuchspreis)**

**Milestone. Lebenswerk.** Seine Visionen haben Theo Schnider den Milestone eingebracht. Die Gastgeber im «Waldhaus» sind für ihre Hingabe und ihr Engagement geehrt worden.



Theo Schnider ist ein geprägter Ratgeber. Der Milestone hat sein Know-how noch populärer gemacht.

SIMONE LEITNER

Theo Schnider ist stolz auf den Stein.

JODA, nadiray

ANZEIGE 100% HOTEL

## MARKTNOTIZEN

### Die etwas andere Würze ist neu und heißt «Gustomare»

Maggi Gustomare ist ein sehr hochwertiges Produkt und enthält Kräuter und Meersalz. Es ist frei von zusätzlichen Konservierungsmitteln und Geschmackserstärkern wie Glutamat. Nestlé Professional will mit der neuen Streuwürze dem heutigen Gesundheitsbewusstsein gerecht werden.



Die Streuwürze hebt den Eigengeschmack der Speisen hervor und eignet sich sowohl für die kalte als auch für die warme Küche. Maggi Gustomare ist vielseitig verwendbar und ideal zum Würzen von Salaten, Gemüse, Reis- und Kartoffelgerichten, Teigwaren, Eierspeisen und Fisch.

Maggi Gustomare wird in der 700g-Profilbox und dem 3,5kg-Flex-Pack angeboten.

### Am Forum der Köche in Interlaken trifft sich die Branche

Am 9. Juni 2009 treffen sich Gastprofis in Interlaken am Forum der Köche. Der Schweizer Kochverband und Pistor bieten Köchen, Küchenchefs und neu auch Mitarbeitenden der Restauration ein attraktives Programm. Vertreter aus der Gastronomie, Wirtschaft und Sport begleiten das Forum und zeigen ihre Sicht in Referaten und Roundtable-Diskussionen auf.

Neuheiten, Trends, Entwicklungen in technischen Bereichen, neue Produkte, Informationen über berufliche Grund- und Weiterbildung bietet das Forum der Köche. Nationale und internationale Besu-

cher aus allen Bereichen der Gastronomie werden erwartet.

Referenten, Restaurationsfachleute, Köche, Küchenchefs und Lernende begegnen sich auf dem Marktplatz. Das Netzwerk wird aktualisiert. Lieferanten zeigen ihre Neubauten und ihr Unternehmen. Der Marktplatz im Kleid der vier Jahreszeiten ist Treffpunkt, Verpflegungsplatz und Erholungsort von den anspruchsvollen Präsentationen in den angrenzenden Sälen. Neu bietet dieses Jahr die Mitglieder der Restauration einen erweiterten Interessenaustausch am Forum an.

[www.kochverband.ch](http://www.kochverband.ch)

### Günstig zu den attraktivsten Ausflugszielen der Zentralschweiz

Ein «Käf Crème» der sich doppelt lohnt: In einer gemeinsamen Aktion bringen Emmi und Luzern Tourismus 10 Millionen Kaffeerahm-Portionen in der Schweizer Gastronomie in Umlauf. Der Clou: Mit den Kaffeerahm-Deckeln profitieren die Konsumtenten von Preisvergünstigungen von 20 bis 50 Prozent für attraktive Ausflugsangebote in der Region Luzern-Vierwaldstättersee. Einfach das «Deckeli» abziehen und direkt an der Kasse vor-



Das Hotel Eden in Spiez bietet zum perfekten Diner-Erlebnis die passende Musik.



Bianca Sissing, Miss Schweiz 2003/04, geniesst ihren Kaffee mit Emmi Kaffeerahm.

### Die richtige Musik begleitet die Gäste durch den Tag

Eine ganze Reihe Schweizer Hotels und Gastrbetriebe, darunter das Palace Luzern, das Hotel Eden Spiez, das Grand Resort Bad Ragaz oder das Restaurant Rüsterie in Zürich sind Nutzer der Beschallungslösung hotelradio.fm. Sie bieten damit ihren Gästen ein einzigartiges Musikerlebnis. Unterschiedliche Zonen lassen sich mit den passenden Musikstilen beschallen: Jazz in der Lounge, Pop an der Bar oder Naturklang im Spa – erfahrene Musikredakteure von hotelradio.fm sorgen für stets aktuelle Inhalte. Derzeit umfasst das Angebot über

35 Radiokanäle und deckt damit eine Vielzahl von Musikstilen ab. hotelradio.fm funktioniert denkbar einfach: Der Empfänger erhält einen Datenstrom über Internet, wandelt ihn um in Musik und speist das Signal in die HiFi-Anlage oder die Lautsprecher ein. Unterschiedliche Kanäle können auf einfache Weise in verschiedenen Zonen gesendet werden.

«Unsere Kunden müssen sich nicht mehr um die Aktualisierung der Musik kümmern. Sie können sich voll und ganz auf ihre Gäste konzentrieren», sagt Michael Nägle, Partner und Director Marketing von Digital Media Distribution AG (DMD2). Das ist die Berner Firma die hotelradio.fm produziert. Dank den guten Erfahrungen seiner Mitglieder mit der Dienstleistung, ist hotelradio.fm seit kurzem «Swiss Deluxe Hotels Preferred Supplier».

Digital Media Distribution AG  
hotelradio.fm  
Tel. +41 (0)31 961 61 12  
[www.dmd2.net](http://www.dmd2.net)  
[www.hotelradio.fm](http://www.hotelradio.fm)

### Und der Gewinner ist ... Mitmachen lohnt sich

Wer trägt 2010 die begehrte Trophäe heim? Am 1. März 2010 messen sich die Finalisten des Kochwettbewerbs «Der Goldene Koch von KADI», der Nationalen Kochkunst Meisterschaft, der Schweizer Selektion Bocuse d'Or Europe 2010 und der Bocuse d'Or 2011 in ihren Kochkünsten. Aber es kann nur einen Gewinner geben! Und diesem winkt, nebst dem nationalen Titel, die Ehre, die Schweiz im Juni 2010 an der europäischen Vorauswahl Bocuse d'Or Lyon im Januar 2011 zu vertreten. Die Ausschreibungsunterlagen können jetzt angefordert oder im Internet heruntergeladen werden.

#### Detailinformationen zum Wettbewerb:

• Auch Wettbewerbsköche können alle hauptherzlichen Köche (Frauen und Männer) aus der Restaurant-, Hotel-, Care- und Gemeinschaftsgastronomie teilnehmen.

• Die Kandidaten müssen über mindestens fünf Jahre Berufserfahrung verfügen und die Schweizer Staatsbürgerschaft besitzen.

• Die Aufgabe: Innert fünf Stunden je ein Fisch- und Fleischgericht für 12 Personen zubereiten.

• Die Finalisten werden am 29. September im Hotel de Ville anlässlich einer Medien- und Partner/Sponsorenveranstaltung vorgestellt.

• Das Kochfinale findet am 1. März 2010 im Grand Casino Kursaal Bern statt.

• Die Ausschreibungsunterlagen können telefonisch angefordert oder im Internet heruntergeladen werden.

• Bewerbungen sind bis spätestens 10. September 2009 einzureichen.

Unterlagen: [www.goldenerkoch.ch](http://www.goldenerkoch.ch)

Einreichen:  
Der Goldene Koch von KADI  
Nationalen Kochkunst Meisterschaft  
Schweizer Selektion Bocuse d'Or  
KADI AG, Thunstettenstrasse 27  
4901 Langenthal



# dolce vita

htr hotelrevue Nr. 21 / 20. Mai 2009

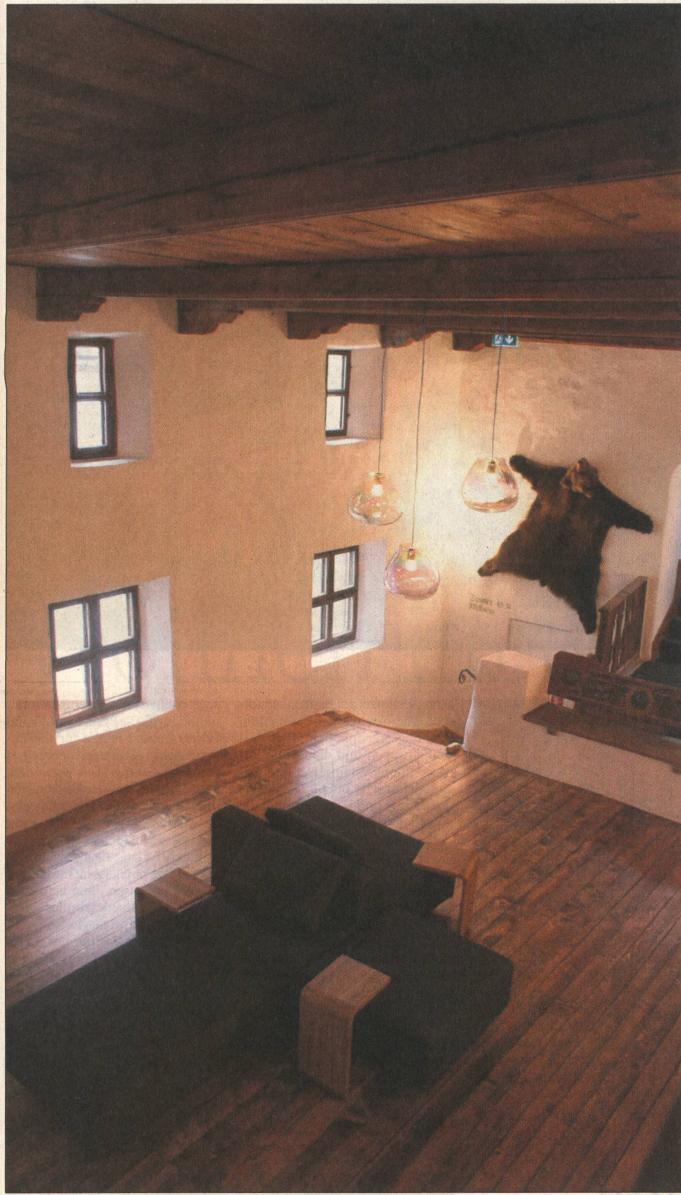


## Kochen kinderleicht

Sarah Wiener bringt Kindern Kochen bei. Und Freude an gesundem Essen.

Seite 16

**Design-Hotels. Unterengadin.** Scuol hat seit letztem Wochenende ein neues Boutique-Hotel mit 35 sehr individuellen Zimmern, einem Restaurant und einem feinen kleinen Wellnessbereich.



Bilder Renate Dubach

**1.** In Ihren Hotels Belvédère und Belvair haben Sie Auslastungen von 93 bis 95 Prozent. Wie erreichen Sie solche Zahlen?

Jedes Hotel braucht seine eigene Marketingstrategie. Wir haben bisher weniger auf ausländische Gäste und neue Märkte gesetzt und eher auf Schweizer Gäste. Dann sind unsere Preise immer noch bezahlbar. Zudem betreiben wir in der Zwischensaison ein extremes Yield-Management. Dass hier ein Hotel im Februar ausgebucht ist, erfordert kein grosses Können. Aber ich bin der Überzeugung, dass in Zwischenzeiten das Angebot und die Nachfrage den Preis mitbestimmen sollen.



**Nachgefragt**  
Kurt Baumgartner

Ja, damit haben wir schon begonnen. Das «GuardaVal» als kleines Boutique-Hotel für sich alleine wäre wohl ein zu hohes Risiko. Aber im Verbund mit den beiden anderen Hotels hoffe ich, dass es Erfolg hat.

**3.** Sie sagten, drei Hotels seien genug. Aber Sie haben bestimmt weitere Projekte? Nun, wir möchten neben das «Belvédère» Residenzen hinzubauen. Und wir planen eine unterirdische Passerelle vom «GuardaVal» zum «Belvédère».

**4.** Was gefällt Ihnen besonders am Unterengadin? Die Dörfer sind nicht austauschbar wie anderswo, sie sind unverwechselbar und authentisch. Mai/Juni und September/Oktoberr sind die schönsten Zeiten des Jahres hier oben. Viele Gäste kommen zu uns, weil sie Ruhe und Bescheidenheit finden.

**2.** Werden Sie künftig Mitarbeitende in dasjenige der drei Hotels schicken, wo sie gebraucht werden? Und die Gäste wo sie Platz haben?

## Ein Blickfang: das neue «Guarda Val»



Julia und Kurt Baumgartner mit Sofia und Leon.

Seit Freitag gibt es im Unterengadin ein Vier-Sterne-Hotel mit besonderem Charme: Das «Guarda Val» vereint Engadiner Tradition mit top-modernem Design.

RENATE DUBACH



Das Gastgeberpaar Silvia und Heribert Dietrich.



Der «neuere» Teil des Hotels.



Der Blick in das Restaurant.



Eines der 35 Zimmer.



Das zeitgenössische Cheminée.

gar nicht viel von der Idee hielt, zum «Belvédère» und «Belvair» hinzu noch ein Hotel zu erwerben. Aber jetzt ist sie begeistert vom Erreichten, das modern und gemütlich gleichzeitig ist. Zeitgenössische Designklassiker, die an Schlichtheit kaum zu unterblieben sind, ergänzen die verspielten Antiquitäten.

Jedes Zimmer ist individuell eingerichtet, jedes hat einen speziellen Touch. In Nummer 25, einem der ganz besonderen, sieht man die Jahrhunderte alte Eingangstüre durch eine Glasabdeckung hindurch, daneben das Bad mit Philippe Starck-Wanne und -Lavabo.

Die Gastgeberin kommt aus Österreich, der Küchenchef aus Bern

«Wir durften unsere Ideen einbringen, die meisten wurden angenommen», sagt Silvia Dietrich, die zusammen mit ihrem Mann Heribert das «Guarda Val» führen wird. Das österreichisch-bündnerische Paar war schon einmal erfolgreich in Scuol, nämlich von 1999 bis 2005 im Hotel Engiadina. Nach einem Absteher nach Deutschland sind Dietrichs schon seit November 2008 im «Guarda Val» angestellt.

Heribert Dietrich wird regionale Küche mit Produkten aus der Region anbieten, «aber nicht so kalorienreich wie früher». Punkten und Sternen will das Paar nicht nachjagen: «Wir wollen, dass unsere Gäste zufrieden sind, das ist unser oberstes Ziel», sagt Silvia Dietrich. Gelegenheit zum Punkten bei den Gästen bietet sich schon bald: an Aufahrt und Pfingsten ist das «Guarda Val» bereits ausgebucht.

[www.guardaval-scuol.ch](http://www.guardaval-scuol.ch)



Ein Aufenthaltsraum.



Das besondere Badezimmer von Zimmer 25.

**Design-Hotels. Barcelona und Hamburg.** Im Grand Hotel Central setzt man auf Individualität und Marketing, im neuesten Hotel im deutschen Norden auf das Thema «Zeitreise und Tierpark».

## Ein Swimmingpool mit Aussicht

**Das Grand Hotel Central in Barcelona geht eigene Wege:**  
**Das 147-Zimmer-Haus im Familienbesitz steigert gerade jetzt sein Werbevolumen und setzt auf die Kraft der Individualität.**

RETO E. WILD

In Schatten des Gotischen Viertels von Barcelona und nur wenige Fußminuten zum angesagten Born-Quartier befindet sich das Grand Hotel Central. Die Fassade deutet es an: Das Gebäude wurde in den 1920er-Jahren als Bürohaus gebaut. Und erst im November 2005 eröffnete es als Hotel. Bei der ersten Begegnung mit der dunklen Lobby fällt das historische Treppenhaus auf, das wie das ganze Gebäude im Art-déco-Stil gehalten ist.

Die 147 relativ kleinen Zimmer verteilen sich auf acht Stockwerke. 65 Hotelmitarbeiter sowie 12 extern angestellte Zimmermädchen kümmern sich um das Wohl der Gäste. Auf dem Dach befindet sich ein kleiner Swimmingpool. Hier oben liegt einem fast ganz Barcelona zu Füßen. Oder zumindest Jean Nouvels Torre Agbar und das Hafenviertel mit dem Wolkenkratzer des Hotels Arts.



Eine Eingangshalle mit Spiegelung.

Nur verlieren diese Attraktionen in Zeiten der Wirtschaftskrise ein wenig an Glanz. Silvia de Blas, die Direktorin des Grand Hotels Central, räumt ein: «Dieses Jahr rechnen wir mit einer durchschnittlichen

Auslastung von 60 bis 65 Prozent.

2008 kamen wir auf einen Wert von

75 Prozent.» Allerdings, relativiert

de Blas, dürfte man nicht vergessen,

dass im Vorjahr ein neues Rekord-

ergebnis totalisiert wurde.

**Fast ein Fünftel der Buchungen kommt via eigene Homepage**

Angaben darüber, was die Umwandlung des Bürogebäudes in ein Hotel gekostet hat, macht die Besitzerfamilie Cambo keine. Nur so viel ist der Hoteldirektorin zu entlocken: «Wir investieren dieses Jahr noch mehr Geld in Marketing und Verkauf, um das Hotel als Marke bekannt zu machen.»

Und zwischen den Zeilen lässt die Katalanin durchblicken, dass sie von Fall zu Fall bereit ist, an der Preisschraube zu drehen – namentlich in der Nebensaison von November bis März. Die Zimmerprei-



Das Gebäude ist über 80 Jahre alt.

se des Vier-Sterne-Hotels liegen zwischen 150 und 185 Euro, das Frühstücksbuffet kostet 20 Euro zusätzlich.

Ganze 18 Prozent der Buchungen erhält das Haus mit seiner individuellen Note durch die eigene Homepage, weitere 20 Prozent generiert das Internet durch diverse Online-Hotelreservations-Spezia-

listen. 15 Prozent steuern ausländische Veranstalter zum gesamten Buchungsergebnis bei, je 10 Prozent Gruppen und die Computer Reservationssysteme. Der Rest fällt auf telefonische Buchungen sowie Reisebüros und Firmen, wobei die Kundschaft hauptsächlich aus Freizeitreisenden besteht.

**Der schönste Ort des Hotels ist auf dem Dach**

Die Konkurrenz in Barcelona ist gross, gibt es doch allein im Vier-Sterne-Segment 115 verschiedene Hotels mit gegen 14.000 Zimmern. Insgesamt stehen 27.800 Zimmer und 54.000 Betten zur Auswahl – von der Ein-Stern-Unterkunft bis zum Luxushaus. Die Präsenz von Ketten wie Accor (mit 10 Häusern vertreten), AC (9) oder NH (15) ist stark. Auch in der katalanischen Haupt-

stadt bleiben immer weniger Hotels unabhängig. Die Besitzer des Grand Hotels Central haben für die Zukunft hohe Ziele und möchten es zum Fünf-Sterne-Haus aufwerten. «Wir wollen eines der beliebtesten unabhängigen Hotels von Barcelona werden», erklärt de Blas nicht ganz unbescheiden.

Einen Anfang dazu macht das ebenerdige hotel-eigene Restaurant Avalon, in dessen Räumlichkeiten jeweils das Frühstücksbuffet aufgetischt wird. Am privilegiertesten Ort lebt jedoch die Tochter des Architekten des einstigen Bürogebäudes: Helena Cambo, heute eine ältere Dame, wohnt zuoberst auf dem Dach in einem eigenen Haus mit einem 1000 Quadratmeter grossen Garten und kann von dort auf die Poolgäste herunterschauen.

[www.grandhotelcentral.com](http://www.grandhotelcentral.com)

## Tierisch gut schlafen neben dem Hamburger Tierpark

**Vor zwei Wochen wurde das erste Tierpark-Themenhotel der Welt eröffnet. Im Lindner Park-Hotel Hagenbeck in Hamburg reisen die Gäste in die Zeit von Carl Hagenbeck zurück.**

RENATE DUBACH

Die Reise um die Welt beginnt im Lindner Park-Hotel Hagenbeck bereits in der Lobby. Die roten Ledersessel, der Kamin, die holzvertäfel-



Die gemütliche Lobby mit Souvenirs aus aller Welt.



Asien-Zimmer mit Spielfiguren.

ten Wände und die Mitbringsel von vergangenen Reisen erinnern an den Salon eines Hamburger Kaufmanns aus dem 19. Jahrhundert.

Im ersten und zweiten Stock steht der Gast in der Steppe Afrikas mit Felsenpanorama, komplett mit Löwen. In der dritten und vierten Etage empfängt der Dschungel Asien mit Antiquitäten, die sich von den Bäumen herabwinden, und Affen, die sich von Ästen hängen. In der fünften Etage blickt der Besucher auf eine Polarklandschaft.

90 Prozent des Interieurs im Lindner Park-Hotel Hagenbeck sind individuell entworfen, handgemacht oder in Form von Fund-

stücken und Antiquitäten auf Reisen in Afrika und Asien gesammelt worden. Das gilt auch für die Zimmer auf den Asien- und Afrika-Etagen. Über dem Bett im Afrikazimmer liegt ein handgewebter Schal, auf dem sich Elefanten, Antilopen und Löwen tummeln. Das Kopfende des Bettes ist in hellegelb-



Der Lift ist als holzgetäfelte Schiffskabine mit Bullaugen gestaltet.

Straussleder gehalten, daneben schlanke, handgedrechselte Bettposten aus Ahorn in die Höhe. Die Asien-Zimmer greifen die fernöstliche Farbwelt auf. Die Möbel sind aus dunklem Eichenholz, die Wandverkleidungen aus Bambus.

Das Lindner Park-Hotel Hagenbeck setzt auf drei Gästegruppen:

[www.lindner.de](http://www.lindner.de)

**Design-Hotels. Gondo und weltweit.** Im Stockalperturm erwartet die Gäste karge Schlichtheit. Ein dickes Buch gibt einen Überblick über spannende zeitgenössische Hotels auf der ganzen Welt.



Im Hotel Stockalperturm in Gondo sind alte und neue Materialien und Elemente kunstvoll vereinigt.

**Fakten Das Hotel soll Leben ins Grenzdorf bringen**

Der «Stockalperturm» wurde von 1666 bis 1685 erstellt und diente als Warenlager von Kaspar Stockalper. Die Schlammawine im Jahr 2000 rissen einen Teil des Turms weg. Erst im Laufe des Wiederaufbaus entschloss man sich, dort ein Hotel zu realisieren, um Leben ins leidgeprüfte Gondo zu bringen. Das Hotel umfasst 10 Zimmer mit 42 und ein Massenlager mit 20 Betten. Monika Holzeggers Unternehmen hat mit der Stiftung Stockalper Turm einen Pachtvertrag über fünf Jahre abgeschlossen. Dank günstigen Rahmenbedingungen ist es ihr möglich, den Betrieb gewinnbringend zu führen. ck



Ohne Ablenkung: Tagungsraum.

# Wohnen im trutzigen Turm

**Das Hotel Stockalperturm in Gondo ist ein spezielles Haus an einer unwirtlichen Lage. Der Hotelier Monika Holzegger gefällt's.**

CHRISTINE KÜNZLER

Gondo ist ein spezielles Projekt», sagt Monika Holzegger, «spezielle Projekte reizen mich.»

Gerade weil ihr alle davon abgeraten hatten, dieses Hotel an wenig erfolgversprechender Lage zu übernehmen, habe sie sich dafür entschieden. «Ich will etwas bewegen können», erklärt Monika Holzegger.

So ungewöhnlich ihre Aufgabe hier ist, so aussergewöhnlich kam

sie auch dazu: Sie hatte in einem Artikel der Regionalzeitung gelesen, dass der Direktionsposten im «Stockalperturm» unbesetzt sei, und meldete sich daraufhin bei der Stiftung Stockalperturm, der das Hotel gehört. Damals, im 2004, war sie gerade 33 Jahre alt und hatte mit dem Gastgewerbe nichts am Hut. Sie war als Finanz-Controllerin in verschiedenen Industriebetrieben tätig und brachte einen reich bepackten Rucksack mit. Ihr Betriebsökonomie-Studium hatte die gebürtige, mit einem Walliser verheirateten Österreicherin, mit

der besten Gesamtleistung und der besten Diplomarbeit abgeschlossen. «Als ich den Stockalperturm zum ersten Mal sah, vereinnahmte mich sein Charme», erzählt sie. Sie bekam den Pachtvertrag.

Der Charme des «Stockalperturms» ist unbestritten. Seine zehn Zimmersind karg, schlicht und steinig, wie das Dorf selber. Doch durch dieses klare und ehrliche Design faszinieren sie den Gast. Viel widerspielen sie vom Leben im Dorf, einem Dorf, wo man kein Hotel vermuten würde. Wer dort übernachtet, tut es, weil das Hotel schön

ist, weil er auf der Durchreise nach Italien, auf der Via Stockalper unterwegs ist oder ein Seminar an einer speziellen Örtlichkeit durchführen will. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 1,2 Nächte.

Für Monika Holzegger ist der Stockalperturm ein «Unternehmen wie jedes andere auch. Was ich in der Industrie gelernt habe, kann ich hier einsetzen.» Über die Auslastung spricht sie nicht, dafür aber voller Stolz über die 3000 Logiernächte, die sie letztes Jahr generiert hat. «Es braucht viel Idealismus», hält die Hotelierin fest. «Und es bleibt mir nur wenig Freizeit.» Doch sie sei jemand, der stets vorwärts strebe, unermüdlich, ehrgeizig sei und sich mit dem, was sie tut, identifiziere. Sie organisiere Events, wie Lesungen, und zeige den Menschen immer wieder ihr Haus. «So haben wir viel Goodwill gewonnen.» Jetzt will sie mit ihrem Team das Nachhaltigkeitslabel Steinbock erarbeiten.



Karg und schön: Die Zimmer.

ten. Den ersten Schritt bezüglich Nachhaltigkeit hat sie unternommen: «Ich beschäftigte einen Kochlehrling aus Gondo, dessen Vater bei der Schlammawine umgekommen ist. Das sehe ich als Beitrag zu sozialer Nachhaltigkeit.»

Das Geld für grosse Marketing-sprünge fehlt. Noch profitiert sie von Presseberichten, die das spezielle Hotel thematisieren. Sie hat ihre Website, ist auf einigen Suchportalen präsent und hat eine Broschüre drucken lassen. Ihr Haus ist auch im

Führer des Schweizer Heimat-schutzes erwähnt. «Das bringt mir einige Gäste.» Und sie arbeitet eng mit Simplon Tourismus zusammen, wo sie auch im Vorstand sitzt. Ihre Gäste sind vor allem Deutsch-schweizer, ihre neuen Mitarbeiten- den je zur Hälfte aus Gondo und Italien. Monika Holzeggers nächste berufliche Wunschsaison? «Wenn nicht hier, dann das «Omnia» in Zermatt oder «La Claustra» im Gott-hard. Hauptsache, sie kann dort na-türlich auftreten, sich selber sein.»

# Gebaut und eingerichtet für die Ewigkeit



Das Restaurant im Miro Hotel im spanischen Bilbao.

**Es sind längst nicht nur Architekten und Designer, die sich für Design-Hotels interessieren: Für potenzielle Gäste gibt es das neue «The Design Hotels Book».**

FRANZISKA EGLI

Für die Westentasche eignet es sich weniger, leider. Denn wer das Werk als Hotel-Guide auf die Reise mitnehmen möchte, muss allein dafür ein separates Handgepäck einberechnen: Der Hotelband «The Design Hotels Book 2009» ist nicht nur

476 Seiten dick, sondern auch fast drei Kilogramm schwer. Das ist wahrlich gewaltig und begeistert nicht nur Fachleute, sondern auch alle Architektur- und Design-affinen Menschen in und um Hotels: Das Buch in englischer Sprache präsentiert 170 Design-Hotels der ganzen Welt – von Jamaika über Mako-roko und Norwegen bis Bhutan. Darunter ist das «25 Hours Hotel tailored by Levi's», das Frankfurter Hotel im Jeans-Look, oder das Hotel Omm in Barcelona, dessen Fassade an umgeblätterte Buchseiten erinnert. Kurz: Das Buch präsentiert eine exklusive Auswahl der schönen Design-Hotels und Zeitgebauf, wie hoch die Latte liegt: sehr hoch.

Umso schöner, dass es gleich mehrere Schweizer Hotels in die illustre Runde geschafft haben: «La Réserve Genève Hotel & Spa» in



Das Hotel Rosslyn in Budapest.

Genf im Kolonial-Stil vom Pariser Designer Jacques Garcia. Das von den Bündner Domenig Architekten kreierte steinige «Rockresort» in Laax («The Hotel») in Luzern, wo Jean Nouvel jede Decke mit einer Filmszene versah. Das von Franz Romero und Markus Schaeffle aufs Nötigste reduzierte Hotel Greulich

stattete Widder Hotel, ebenfalls in Zürich. Nebst Einzelporträts und ausgesuchten Fotos zu jedem Hotel enthält das Buch auch Features über renommierte Designer und Architekten und gibt Einblick und Ausblick auf neuste Trends und Entwicklungen im Bereich Design und Architektur.

Herausgegeben wurde «The Design Hotels Book» vom deutschen Verlag Gestalten. Gestalten-CEO Claus Sendlinger räumt denn auch im Vorwort mit dem Vorurteil auf, dass gutes, schönes Design nur mit Trends und Prestige zu tun habe. Im Gegenteil: Gutes Design bedeutet in erster Linie beste Materialien. «Built to last», findet Sendlinger, «für die Ewigkeit gebaut.»

The Design Hotels Book 2009, Verlag Gestalten, Berlin, 476 Seiten, 76 Franken.

## Auszeichnung für den besten Schweizer Most

Martin Bisig aus Siebenen SZ produzierte den besten Schweizer Süßmost der Ernte 2008. Er wurde am 16. Mai an der BEA zum Jahresieger des Süßmost-Qualitätswettbewerbs gewählt. Rund 600 Obstbetriebe, bäuerliche Mostereien und kleingewerbliche Obstverarbeiter aus der Schweiz haben im vergangenen Herbst an regionalen und kantonalen Ausscheidungen ihren Süßmost – ein natureller Saft aus Äpfeln und Birnen – geschmacklich und visuell benoten lassen.

[www.swissfruit.ch](http://www.swissfruit.ch)

Die älteste Rebe der Schweiz hat Nachwuchs



Sie liefert seit 259 Jahren Trauben für die alte Walliser Weinsorte «Hummagne Blanc». Jetzt hat die **älteste Rebe** der Schweiz, die am Borri-Haus in Steg wächst, Nachwuchs bekommen. Der Rebschule Meier in Würenlos gelang es, aus ihren Zweigen neue Setzlinge zu ziehen. 60 dieser Nachkommen werden jetzt in einem Steger neu gepflanzt und sichern den Fortbestand des traditionellen Weines der Methusalem-Rebe.

ZVG

**Wo wachsen Äpfel? Keine kinderleichte Frage, denn Kinder wissen nicht immer, wo die Lebensmittel überhaupt herkommen. Prominente Köche leisten nun Aufklärungsarbeit.**

BARBARA ROELLI

**S**arah Wiener, die in Deutschland tätige österreichische Unternehmerin, Fernsehkochin und Buchautorin, hat sich zum Ziel gesetzt, Kindern Spass am Kochen und an gesunder Ernährung beizubringen. «Ich bin eine Köchin, die in der Öffentlichkeit steht. Als solche habe ich auch eine gewisse Verpflichtung der Gesellschaft ge-

genüber. Es gibt meinem Leben einen Sinn, etwas zu tun, von dem ich glaube, dass es sinnvoll ist. Es ist zum Beispiel sinnvoll, Kindern das Kochen beizubringen, oder ein bestimmtes Bewusstsein für unsere Konsumenten und für Ernährung zu schaffen», sagt sie im Interview mit Sabine Lange auf Arte TV. Zugesunder Ernährung rät Sarah Wiener: Selber und abwechslungsreich zu kochen und frische Grundnahrungsmittel zu verwenden. Wenn möglich sollten regionale, saisonale sowie biologisch erzeugte Nahrungsmittel gekauft werden.

2007 gründete die Köchin zusammen mit Alfred Biolek und Freunden die «Sarah Wiener Stiftung – Für gesunde Kinder und was Vernünftiges zu essen» (SWS). Die gemeinnützig anerkannte Stiftung steht dafür, ein natürliches und unverkrampftes Verhältnis zum Essen zu vermitteln. Ziel ist, Essstörungen zu vermeiden, Adipositas (Fettsucht) sowie jeder Form der Mangelernährung vorzubeugen.

### Kochen lernen in der Provence

Für die 10-teilige Doku-Reihe «Sarah und die Küchenkinder» auf Arte, lud Sarah Wiener 12- bis 14-Jährige aus Deutschland, Belgien, Frankreich und der Schweiz auf einen Landsitz in der Provence ein. Dort führte sie die zwölf Teenager in die sinnliche Welt der Nahrung und des Kochens ein: So pflanzten diese eigene Gemüse an, kümmerten sich um Hühner, Schweine



**«Es kann auch mal ein Hamburger sein, das gehört dazu. Aber einfach nicht immer.»**

Andy Zaugg  
Gourmet-Koch

In Restaurant «Zum alten Stephan» in Solothurn sind Kinder willkommen. «Wir haben sehr viele Familien mit Kindern im Restaurant», sagt Gourmet-Koch Andy Zaugg. Als Präsident der Vereinigung Jeunes Restaurateurs der Schweiz unterstützt er die Aktion «Coccolino»: «Die Kinder werden dabei auf gesunde, gute und saiso-

nale Ernährung sensibilisiert», erklärt Zaugg. Cocolino ist ein blauer, kochender Kater, der Kinder auf spielerische Art das Kochen bringt. «Geistiger Vater» von Cocolino ist Oskar Marti, der auch die Rezepte zur Buchreihe «Kochen mit Cocolino» kreiert hat. Oskar Weiss hat dem Kater mit seinem Zeichenstiel ein Gesicht gegeben.

Zur Aktion «Coccolino» zählt das Champion Festival in Grindelwald. Dabei veranstalten die Jeunes Restaurateurs mit rund 100 Kindern regelrechte Kochwettkämpfe. Dabei werden in sechs bis acht verschiedenen Hotelküchen unter Anleitung der Jeunes Restaurateurs saisonale Speisen zubereitet. Auch Pasta werde selber hergestellt, berichtet Andy Zaugg. «Wir zeigen den Kindern, dass Kochen Spaß machen kann. Und dass dabei die Umsiedlung berücksichtigt werden soll.» Die acht- bis zwölfjährigen Kinder lernen in Grindelwald, wie ein Gericht von Grund auf zubereitet wird und worauf sie dabei achten müssen. Die gekochten Speisen werden auf einem Buffet angerichtet, an dem sich auch die Eltern der jungen Köche bedienen können. Das nächste

Champion Festival in Grindelwald findet im September statt.

### Abwechslungsreich, ausgewogen, saisonal und aus der Region

Im Restaurant von Andy Zaugg gibt es auch für kleine Geniesser eine Menükarte. Diese ist – ganz nach Cocolino – saisonal ausgerichtet: Zurzeit stehen etwa Saisonsalat mit pochiertem Ei und Spargelravioli auf dem Programm. Als «Tagesfleisch» gibt es Kalbschnitzel an Morelsauce und als «Tagesfisch» Saibling mit Spargeln aus der Region. «Wir schauen immer auf regionale Produkte», betont Andy Zaugg. Schnitzel und Pommes frites gäbe es schon auch; es kommt darauf an, was sich das Kind wünsche. Gesundes Essen muss für den Gourmet-Koch ausgewogen und abwechslungsreich sein. «Es kann auch mal ein Hamburger sein, das gehört dazu. Aber einfach nicht immer.» In der Gruppe der Jeunes Restaurateurs mit 16 Gault-Millau-Punkten müsse man schon darauf achten, nicht nur «Schnipo» anzubieten. Zudem möchte man die Kinder für gutes Essen gewinnen und dafür, dass sie später auch selber kochen, sagt Zaugg.



Gesundes Essen schmeckt: Sarah Wiener will bei Kindern ein Bewusstsein für Ernährung schaffen.

ANZEIGE

**hotelfachschule thun IMPULS**

IMPLUSTAG 2009  
für Mitarbeitende und (Nachwuchs-) Führungspersonen im Gastgewerbe

Thema 2009	Die Unmöglichkeit erfolgreich zu sein? Unternehmensführung unter schwierigen Bedingungen
Datum	Montag, 8. Juni 2009, ab 13.00 Uhr
Referierende	Prof. Dr. Hansruedi Müller, Direktor FIF Universität Bern Absolventen und Teilnehmende NDS HF Hotelmanagement
Kosten	CHF 160.– pro Person (bei Inhalt des Seminars inkl. Pausengetränke sowie das Steh-Dinner inkl. Getränke)
Anmeldung/ Detailprogramm	<a href="http://www.hfthun.ch">www.hfthun.ch</a>

**hotelfachschule thun**  
soul, passion & system

Mönchstrasse 37, 3600 Thun  
Telefon 033 227 77 77

## Der Kick zwischen Buchdeckeln

**Einmal im Leben... unter diesem Titel sind 100 unvergessliche Reiseabenteuer vereint. Einmalig ist auch das Abenteuer von Ernst Broméis, der die Bündner Seen durchschwamm.**

EISBETH HOBMEIER

Abenteuer. Bei diesem Wort schlägt das Herz so vieler Menschen einen Takt schneller. Abenteuer: Darunter versteht jedoch in jeder etwas anderes. Ist für den einen nur der höchste Gipfel, die einsamste Wüste eine wirkliche Herausforderung, kann es für den anderen bereits der Aufenthalt in einer unbekannten Region oder eine Bergwanderung sein. So oder so: Abenteuerlich wird es, sobald man die Routine und die Sicherheiten des Alltags hinter sich lässt.

Ein Abenteurer in diesem Sinn ist der Churer Ernst Broméis-Carmichel, der im letzten Sommer, während zwei Monaten 200 Bündner Seen durchschwamm. Eine wahnwitzige Unternehmung,



denkt man an die Bündner Geographie. Broméis musste zu Bergseen hochsteigen, über Steinbrocken und teilweise Schneereste. Auf einigen Seen trafen auch im Sommer noch Eisschollen. Die tiefste gemessene Temperatur betrug 4 Grad Celsius – zu meistern nur dank Neopren-Anzug, gestärkter Wirkung und dieissem Willen. Gestartet war Ernst Broméis am 4. Juli 2008 im Alpigna-Stausee im Bergell, das Ziel befand sich in Arosa, dessen Seen er am 23. August durchschwamm. Der Abenteurer wurde vom Fotografen An-

drea Badrutt begleitet. Seine meisterhaften Bilder sowie sehr persönliche Texte von Ernst Broméis sind im Bildband «Graubünden – Das blaue Wunder» festgehalten (200 Seiten, Fr. 58.–, Südostschweiz Buchverlag, ISBN 978-3-905688-42-9).

### Die Fremde sehen. 100 unvergessliche Reiseabenteuer.

Auf Weltkarten schrumpfen alle Entfernen. Wie weit es wirklich von Berlin nach Nairobi, wenn man die Reise auf dem Landweg, mit Zug und Bus, bewältigen will, wird im Buch «Einmal im Leben» beschrieben. Zehn solche ungewöhnliche Reiseberichte sind hier vereint: Die Durchquerung von Patagonien, die Erlebnisse am Achtausender in Nepal, per Rad durch Norwegen, Einsatz für Walenkindergarten in Burundi, auf den Spuren Amundsons durch die Antarktis, dies sind einige der Themen.

Tauglicher für Normalsterbliche und teilweise sogar für Familien sind die weiteren 90 Vorschläge im Buch. Auf einer Weltkarte ist alles von 1 bis 100 durchnummeriert. Von diesen hundert Ideen liegen



drei in der Schweiz. Dies sind: Urlaub in der Manege im Zirkus Monti, Speedflying (eine Mischung von Skifahren, Gleitschirmfliegen und Kitesurfen) in den Alpen und ein Arbeitseinsatz bei einem Bergbau-

Für Leute, welche das Abenteuer nicht vor der eigenen Haustür, sondern in weiter Ferne suchen, empfiehlt sich zum Beispiel eine achtjährige Fahrt auf dem Murray River durch Australiens Outback. Oder ein Hausbau für die arme Bevölkerung Vietnams. Oder eine Etappe auf dem «Kungsleden», dem Königsweg durch Lappland. Oder Freiwilligenarbeit im «Chimpanzee Rescue Center» in Kamerun zur Rettung der Schimpansen (240 Seiten, Fr. 43.90, Merian, ISBN 978-3-8342-0522-3).

## Wein von Frau zu Frau



Riechen, schmecken, analysieren: Behutsam nähern sich die Frauen dem Wein an.

Bilder Elsbeth Hobmeier

Anita Jegerlehner war die beste Frau an der Schweizer Meisterschaft im Weindegustieren. Jetzt gibt sie Wein-kurse nur für Frauen.

ELSBETH HOBMEIER

**A**lle schnüffeln, schmecken, probieren, analysieren: 20 Frauen sind voll und ganz ins Thema Wein vertieft. Sie wollen mehr über die verschiedensten Weinsorten wissen, wollen lernen, welcher Wein zu welchem Gericht passt, welches Glas das richtige ist. Und wollen auch endlich dem Geheimnis auf die Spur kommen, warum Kenner beim Weinverkosten so selbstbewusst «Pflaumen», «Himbeeren» oder «Eukalyptus» in die Runde schmettern.

«Von Frauen für Frauen» heißt das «etwas andere Weinseminar», das die Fachfrau Anita Jegerlehner regelmäßig anbietet. Nein, sie sei keineswegs männerfeindlich, lacht die Mutter zweier Töchter und stellvertretende Geschäftsführerin des Wyhus Belp – «aber ich habe die Erfahrung gemacht, dass Frauen weniger Hemmungen haben, sich über Wein zu äußern, wenn sie unter sich sind». Deshalb bietet Jegerlehner nicht nur Kurse für gemischte Gruppen an, etwa für

Firmen oder Restaurants, sondern eben auch Basisseminare mit Folgekursen für Frauen.

Offensichtlich ist sie auf ein Bedürfnis gestossen, sind diese Seminare doch immer gut gebucht. So auch letzte Woche im Kursaal in Bern. Zuerst präsentierte Anita Jegerlehner unter Assistenz ihrer beiden Töchter Corine und Jeanine fünf verschiedene Weine – von einem spritzigen Gros Manseng aus Südwesfrankreich bis zu einem tiefdunklen Barolo aus dem Piemont. Die Eleginen bestimmten die Aromen – ein Assortiment von verschiedenen Früchten und Gewürzen auf dem Tisch half dabei entscheidend. Der zweite Kursteil fand im Gourmetrestaurant «Meridiano» statt, mit Gerichten des



Anita Jegerlehner mit den Töchtern Corine (l.) und Jeanine.

Chefs Markus Arnold und mit Michael Schinharl als Gastgeber. Mit einem launigen Vortrag schlug Anita Jegerlehner den Bogen von Wein zu Gesundheit – und betonte, dass Wein praktisch gegen jedes Übel hilft, von Schwindel bis Völlegefühl.

[www.rundum-ewy.ch; anita.jegerlehner@wyhusbelp.ch](http://www.rundum-ewy.ch; anita.jegerlehner@wyhusbelp.ch)

**Erdbeeren, Grapefruit, Kaffee.** Diese Aromen finden sich im Wein.



Am Samstag öffnen Schweizer Mühlen ihre Tore

Nächsten Samstag findet der 9. Schweizer Mühlenfest statt. 115 Mühlen stehen zur Besichtigung offen. Getreidemühlen, alte Sägereien oder Hammerschmieden an Wasserläufen setzen sich in Bewegung. In den letzten Jahrzehnten sind in der Schweiz etliche Mühlenanlagen restauriert worden. Die im Jahr 2000 gegründete Vereinigung Schweizer Mühlenfreunde möchte Betreibervon Mühlen und an dieser Technik Interessierte miteinander vernetzen und als Forum für alle Schweizer Mühlenfreunde dienen.

[www.muehlenfreunde.ch](http://www.muehlenfreunde.ch)

**IMAX-Filmtheater erweitert sein Programm**

Das Filmtheater im Luzerner Verkehrshaus erweitert sein Angebot. Neu und zusätzlich zum klassischen IMAX-Filmprogramm, das weiterhin tagsüber im Stundentakt ausgestrahlt wird, bietet das IMAX-Filmtheater ab dem 20. Mai jeweils von Mittwoch bis Sonntag abends Kinofilme in Originallänge. Als Europa-Premiere startet der neue Film «Nachts im Museum 2», dessen Inhalt perfekt zum Verkehrshaus passt. Die Filme werden auf der größten Leinwand der Schweiz – und wenn immer möglich in 3D-Digital – gezeigt.

[www.verkehrshaus.ch](http://www.verkehrshaus.ch)

**Blühender Raps vor dem Bundeshaus**



ZVG

Mit einem **Rapsfeld** vor dem Bundesplatz machten die Rapsproduzenten am 14. und 15. Mai auf die gesundheitsfördernde Wirkung von Rapsöl, der wichtigsten Ölsaat der Schweiz, aufmerksam. Botschaften wie «Schweizer Rapsöl ist reich an Omega-3-Fettsäuren» und «Die Schweizerische Herzstiftung empfiehlt Schweizer Rapsöl» stehen im Fokus der neuen Werbekampagne der Branchenorganisation Swiss Granum.

**Zum dritten Mal offene Kellertüren im Wallis**

Vom 21. bis am 23. Mai öffnen die Walliser Weinproduzenten ihre Türen zur Degustation der Weinernte 2008. Mit 5100 Hektaren Rebland ist das Wallis der grösste Schweizer Weinbaukanton und steht für 40 Prozent des Schweizer Weinhandelsvolumens. Am besten erreicht man die teilnehmenden Weinkelte, indem man die Route des Weinwegs «Chemin du Vignoble» verfolgt. Von Martigny bis Leuk führt sie durch die meisten Walliser Weindörfer.

rd

[www.cheminduvignoble.ch](http://www.cheminduvignoble.ch)  
[www.vinsduvalais.ch](http://www.vinsduvalais.ch)

## Lebhaft frischer Johannisberg



### Geny's

**Geny Hess**,  
Ex-Hotelier und  
Weinspezialist,  
befasst sich haupt-  
sächlich mit  
Schweizer und Eu-  
ropäischen Wei-  
nen. Er pflegt im  
Auftrag auch Wein-  
karten und -keller.

Geny's Wein-  
kolumn erscheint  
14-täglich in der  
htr hotel revue.

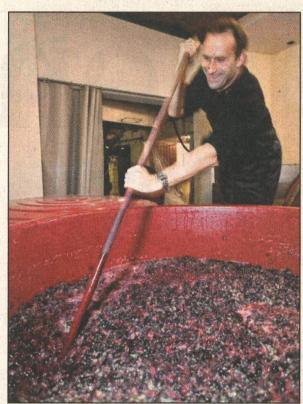
**M**an kann es kaum ermessen, was es für einen Walliser Weinbauer bedeutet, zugleich im Besitz von Rebbergen auf dem Gemeindegebiet von Vétroz und Chamoson zu sein. Der Walliser Vorzeigeweiniger Serge Roh hat dieses Glück und untermisst jedes Jahr alle erdenklichen Anstrengungen, um sich dieses Privilegs auch würdig zu erweisen.

Die 1950 gegründete Domaine Les Ruinettes wird heute in der zweiten Generation von Serge Roh geleitet. Er legt grossen Wert auf die hohe aromatische Qualität seiner Weine, was natürlich Einfluss auf die Weinbereitungsmethoden hat. Die Philosophie im Weinberg und im Keller beruht laut Roh, auf einfachen Regeln: «Die Frucht muss auf möglichst natürliche Weise aufgebaut werden. Weder zu früh noch zu spät gelesen, ohne den Prozess ungeduldig zu beschleunigen und sie dann auf möglichst traditionelle und schonende Weise in Wein zu verwandeln.»

Die Domaine Les Ruinettes erstreckt sich über 10 Hektaren, was eine Jahres-Produktion von 65 000 bis 75 000 Flaschen gleichkommt. Innerhalb der lokalen Szene haben die Gewächse der Domaine einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. Ausserhalb des Kantons gelten sie als echte Geheimtipps. Fast das gesamte Walliser Rebsortensortiment ist im Programm, aufgeteilt in eine Standardlinie «Tradition» und Auslese «Sélection». Die weissen Rebsorten gedeihen in Vétroz und Chamoson, an nach Süden ausge-

richteten Hängen, mit geologisch exzellenten Verhältnissen. Dazu kommt, dass die idealen klimatischen Bedingungen wesentlich zur Aromabildung und einer frischen Säurestruktur beitragen. Demgegenüber bevorzugen die roten Rebsorten das vielschichtige Schwemmland der Rhone im Talboden. Dank der Bodenbeschaffenheit und des Mikroklimas fühlen sich in der Gegend von Vétroz und Chamoson alle im Kanton Wallis heimischen Rebsorten wohl. Bekannt ist das Terroir von Vétroz vor allem für die Affinität, welche die Rebsorte Amigne «Arte Vitis» in dieser Gegend entwickelt. Von den 43 Hektaren Amigne, die im Kanton angebaut werden, sind allein 35 Hektaren in Vétroz beheimatet, und eine Hektare davon ist im Besitz von Serge Roh.

Bei Degustationen auf der Domaine Les Ruinettes macht sich regelmässig der Johannisberg positiv bemerkbar. Der Grüne Sylvaner, so wird vermutet, wurde aus Wildreben im Donaudelta selektiert. In die Schweiz gebracht wurde er erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts. Georges Masson, Sohn des Gründers der berühmten Domaine Mont d'Or bei Sitten, brachte von einer Deutschland-Reise Stecklinge aus den Rebbergen von Schloss Johannisberg mit nach Hause. Daher wird der Grüne Sylvaner im Wallis Johannisberg oder auch Gros Rhin genannt. Für die Qualität dieses Gewächses spielen die Reblage, der Ehrgeiz und die Kompetenz des Winzers eine grosse Rolle. So ergeben sich gewaltige Unterschiede zwischen den Weinen. Serge Roh ist mit dem Jahrgang 2008 sehr zufrieden. «Eine perfek-



Serge Roh bei der Arbeit im Keller.

te Harmonie voll frischer Frucht, saftiger Säure und gut eingebettetem Alkohol», charakterisiert er seine Weine. Der 2008 Johannisberg zeigt sich nervig, frisch, gehaltvoll, wohlschmeckend und mit einem ausgewogenen Abgang von Bittermandelöfen und lebhafter Säure. Diesen Wein zu degustieren, ist ein Genuss, alleine für sich getrunken oder mit frischem Spargel.

### impressum

#### Herausgeber/Eiditeur

hotellerrevue

Die Schweizer Fachzeitung

für Tourismus

L'hebdomadaire pour le tourisme

Gegründet/Fondé 1892

Redaktion

Ethelb. Hobmeier/eho.

Stellvertreter: Miroslav Halaba/mhh.

Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Küntzler/ck (Ressortleitung fokus); Renate Dubach/rd (Ressortleitung dolce vita); Miroslav Halaba/mhh (Ressortleitung cañer

français); Franziska Egli/fee; Hélène Koch/hk;

Theres Lager Berger/tl; Simone Leitner Fischer/

sls; Laurent Missbauer/lm; Gudrun Schlem-

zek/gsg; Karl Josef Verding/kjv.

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.

Layout: Roland Gerber/r, Regula Wolf/wo\*

Korrektur: Paul Le Grand.

Volontärin: Barbara Roelli/br

Online Redaktion: Melanie Roth

#### Verlag Leitung: Barbara König:

Assistentin: Delia Piscopo

Stellenanzeige: Angela Di Renzo, Patricia Nobs

Wlyss.

Geschäftsanzeigen: Michael Müller,

Béda-Urs Schönberger.

Druk: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-begläubigt 2007/08,

verkaufte Auflage: 10 092; Gratisauflage: 1289.

(Druckauflage: 18 000)

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer

Fr. 4.30, Jahresabo/nennung Fr. 145.–

ISSN: 1424-0440

Kontaktadresse:

Montbouistrasse 130,

Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,

Fax 031 370 42 24; E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnement: Tel. 031 740 97 93,

Fax 031 740 97 76; E-Mail: abo@htr.ch

Insolite: Tel. 031 370 42 42,

Fax 031 370 42 23; E-Mail: insolite@htr.ch

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und

Sendungen wird keine Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

## 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, wir verfügen über Erfahrungszahlen und Massnahmenkonzepte von über 100 erfolgreich bearbeiteten Betrieben.
- Projektentwicklung/Projekt-optimierung zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit
- Rekrutierung einer Direktion, Mieter oder Betriebsgruppe, Marketingkonzepte u. a. m.

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ  
055 410 15 57 – Fax 055 410 41 06  
[hesser@bluewin.ch](mailto:hesser@bluewin.ch)

**Jetzt nach Thailand!**

Restaurant mit Fremdenzimmer und Motel-Neubau mit 20 Zimmern, auf der Insel Ko Samui zu verkaufen. Bekannt aus VOX-TV. Arbeits- und Aufenthalts-Bewilligung geregelt. Antritt ca. Oktober 2009. Tel. 079 855 08 91 [thaipalme@gmail.com](mailto:thaipalme@gmail.com)

2432-1381

An zentraler Lage in der modern renovierten Liegenschaft vermieten wir nach Überenkunft

**Rest. Löwen, Laupen**

– Restaurant mit Sali, ca. 60 Sitzplätze und Terrasse, ca. 30 Sitzplätze – 3-Zimmer-Wohnung

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

Tel. 079 222 55 54 / 032 391 99 81

1218-723

## anzeigen

SUCHE PARTNER AKTIV UND  
EVTL. FINANZIELLEN TEILHABER  
FÜR LEITUNG EINES  
5\* HOTELS IM SÜDSCHWARZWALD  
CHIFFRE: 2421-1356

2421-1356

Die Sutter Bäckerei in Basel verkauft ein brandneues und innovatives,

**Verkaufsmobil**

mit absoluter Durchsicht.

- Die Warenauslage ist aus Plexiglas und ist zum Teil kühbar.
- Wasseranschlüsse sind vorhanden, sowie auch elektrische Anschlüsse und eine CD-Anlage für die Kundenbeschallung.
- Platz für eine Cafetrimchine und Kühlschränke sind vorgesehen.
- Alle 4 Ecken des Mobs sind aussen beleuchtbar /LED.
- Massive Deichsel für 3 Tonnen.
- Der Preis ist verhandelbar.

Kommen Sie doch bei uns vorbei und schauen Sie sich das Mobil voran. Melden Sie sich bei Frau Sutter 061 685 96 97



Für mehr Fotos:

<http://picasaweb.google.de/Sutterbega.Basel/NeuerBrotshop?feat=directlink>

aus- und  
weiter-  
bildung

KOMPAKTES WEINWISSEN  
FÜR GASTROPROFI'S

**DER  
WEIN  
BERATER**

DAS  
INTENSIV-  
SEMINAR  
VON GASTROSUSSSE

START DER KURSE

KURS 1: 2009/2010

Gastronomie

Montag, 12. Oktober 2009

KURS 4: 2010

Montag, 6. September 2010

Mit international anerkanntem  
Zertifikat WSET® Level 3

10 Seminarstage, 1/2 Prüfungstag  
berufsbegleitend CHF 2'990.–

[berufsbegleitend@gastrosuisse.ch](mailto:berufsbegleitend@gastrosuisse.ch)

[www.gastrosuisse.ch](http://www.gastrosuisse.ch)

GASTROSUSSSE

141-62

**Italienisch in Florenz****Spezialangebot:**

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

Frage Sie uns bezüglich langerer  
Kursdauer bzw. spezielle Kurse  
für den Tourismus.

Scuola Toscana  
Via dei Benci, 23  
50122 Firenze/Italia  
Tel. und Fax 055 244583  
[www.scuola-toscana.com](http://www.scuola-toscana.com)

1532-589

# Hier bestimmen Sie den Inhalt!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)

# cahier français

hter hotel revue No 21 / 20 mai 2009



Les produits, comme l'«authentique», ont reçu un bon accueil de la part des voyageurs étrangers.



## Jura et Trois-Lacs

Pierre Kohler (à g., Delémont) et Hans Stöckli (Bienne) vont collaborer main dans la main.

Page 21



## Swiss Film Award

Les scénarios retenus pour le Swiss Hotel Film Award seront dévoilés à Lugano le 9 juin.

Page 23

# Climat positif au Swiss Travel Mart

**Principal salon professionnel pour le tourisme réceptif, le Swiss Travel Mart (STM) a surpris les prestataires en bien.**

MIROSLAW HALABA

**J**'affiche un optimisme réservé. L'appréciation faite par le vice-directeur de Suisse Tourisme, Urs Eberhard, au deuxième jour de négociations et d'entretiens, résume bien l'ambiance qui a marqué le Switzerland Travel Mart (STM), organisé par Suisse Tourisme la semaine dernière à Lucerne. Principale manifestation du tourisme réceptif suisse, ce salon a réuni 380 prestataires helvétiques et 480 voyageurs venus de 48 pays, venus en Suisse pour découvrir l'offre de notre pays. «La crise est certes là, mais les tours-opérateurs ont l'espérance que les affaires reprennent en 2010», note Urs Eberhard. Et de rappeler que 2010 sera à nouveau l'année des Jeux de la Passion qui se tiennent à Oberammergau, aux portes de la Suisse, et qui sont généralement bons pour les voyages de groupes. L'impression générale a été très bonne. Les voyageurs

sont optimistes pour le moyen terme, souligne Bruno Hugger, directeur du marketing de Valais Tourisme. On ne peut pas dire ici que les clients se détournent de nos produits.» Marcel Perren, directeur de Lucerne Tourisme, très heureux d'avoir pu accueillir le STM, est aussi diapason avec ses collègues: «Je suis positivement surpris. Nos partenaires hôteliers sont contents. Ils ont signé des contrats ou s'apprêtent à le faire. Une preuve que l'on fait des affaires au STM.» Habituelle à ce salon, Marielle Goy, directrice de Minotel, ne regrette pas sa présence. «Cela se passe très bien. Nous avons eu de nouveaux contacts. On sent que des efforts sont faits pour renouveler la clientèle invitée au STM.»



**«On sent que des efforts sont faits pour renouveler la clientèle invitée au STM.»**

Marielle Goy  
Directrice de Minotel



**«Nos partenaires hôteliers ont pu signer des contrats ou s'apprentent à le faire.»**

Marcel Perren  
Directeur de Lucerne Tourisme

des constatations similaires, relevant toutefois aussi l'intérêt pour les forfaits: «Le client aime les offres où tout est inclus.»

Les participants suisses au STM n'ont pas caché, qu'ici et là, la pression sur les prix était sensible. Dans ce contexte, Serge Beslin, directeur de Villars Tourisme, s'est réjoui de pouvoir proposer la carte «free access». «Cette carte a eu un bon écho, car les tours-opérateurs y voient une sorte de réponse anti-crise susceptible d'inciter le client à passer des vacances à l'étranger. Avec cette carte, on dit, en quelque sorte, au client: offrez-vous les Alpes, elles sont gratuites», a-t-il dit.

Le STM est organisé tous les deux ans. La prochaine édition est prévue en 2011. Trois villes sont candidates pour l'accès: Berne, Montreux et Genève. Trois «excellents» dossiers, indique Urs Eberhard. Le choix de la ville hôte devrait intervenir d'ici trois ou quatre mois.

Michel Vuillemin entend également préciser l'état d'esprit en toile de fond du Livre blanc de l'accueil: «Il s'agit de soutenir nos membres, de les inciter à se donner plus de peine. Il faut aussi dépasser le schéma du restaurateur qui boit et qui triche. La branche doit se soucier de vendre de l'accueil, du sourire et gagner sa vie autrement qu'en proposant de la bière ou du café. Les remarques négatives permettent aux professionnels de se remettre en question, de dénicher des idées pour améliorer l'accueil.»

Le président de Gastro Neuchâtel rappelle d'ailleurs que les cafetiers-restaurateurs peuvent suivre, si nécessaire, des cours de formation continue ou recourir aux services de conseillers. Une entreprise de la place neuchâteloise s'est d'ailleurs spécialisée dans l'analyse de l'accueil, du service de table ainsi que des techniques d'entretien et d'hygiène.

# Livre blanc de l'accueil: des établissements bien notés

**Édité par Gastro Neuchâtel,**  
le Livre blanc de l'accueil dans le secteur de la restauration et de l'hôtellerie neu-châteloise dresse un bilan positif de la branche. Il a été présenté la semaine passée.

EUGENIO D'ALESSIO

Soucieuse de valoriser l'image de la profession, Gastro Neuchâtel a lancé l'année dernière une vaste enquête auprès du grand public. Objectif: tâter le pouls de l'accueil

dans les restaurants et les hôtels neuchâtelois sur la base de critères tels que l'amabilité, l'écoute, la tenue, les conseils, l'efficacité ou l'hygiène.

**«Mettre en avant ceux qui font bien leur travail»**

Les résultats, publiés dans un Livre blanc, sont flatteurs, voire mirobolants: plus de 90% du millier de clients interrogés ont donné leur bénédiction aux établissements du canton. Seuls 7,5% des sondés sont dit mécontents, notamment en matière d'anticipation de leurs désirs. Pour renforcer le poids de

son étude, Gastro Neuchâtel est même allé glaner les impressions de seize patrons d'établissements et

**«Notre enquête se veut neutre et n'a aucune prétention scientifique.»**

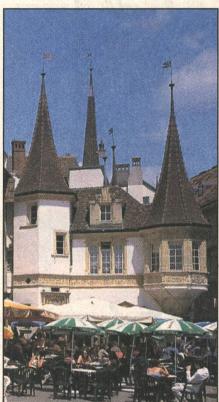
Francette Clerc  
Resp. marketing de Gastro Neuchâtel

de 120 élèves de classes primaires. «Cette enquête, qui se veut neutre, n'a aucune prétention scientifi-

que», nuance Francette Clerc, la responsable marketing de Gastro-Neuchâtel. Une mise au point qui tombe à pic car le sondage, un brin biaisé, était couplé au concours Prix de l'accueil 2009.

**«Soutenir les membres et les inciter à se donner plus de peine»**

L'étude n'a aucune visée polémique ou inquisitoriale. «Avec cette initiative, nous avons voulu mettre en avant les professionnels qui font bien leur travail et encourager ceux qui sont à la traîne», explique Michel Vuillemin, le président de Gastro Neuchâtel.



Les résultats publiés dans le Livre blanc sont flatteurs.

Swiss-Image

# Des hausses à confirmer

Cela pourrait sonner comme une boutade. Et pourtant: au terme de l'hiver 2008-2009, il est une destination qui présente le bilan de la saison comme «moins bon que prévu». Les explications de Bernhard Tschannen, directeur du marketing de Glacier 3000, puisque c'est bien de cette destination qu'il s'agit: «Le froid et les conditions météorologiques peu favorables en altitude, mais surtout la neige abondante dans les stations dès le début de la saison qui a eu pour conséquence que les skieurs n'ont pas eu besoin de venir chez nous pour satisfaire leurs envies de glisse.»

## La Swiss Alphorn Academy en récital à Glacier 3000 le 30 mai

«Ce n'est rien de dramatique», assure-t-il. D'autant qu'il annonce l'été comme très prometteur. Ainsi pour des animations ponctuelles bi hebdomadaires ou mensuelles (des soirées gastronomiques au clair de lune, un concert de l'orchestre du grand arrangeur George Gruntz, un récital des 50 cors des Alpes de la Swiss Alphorn Academy, le 30 mai) toujours très prisés. Voilà pour l'animation locale, entendez pour les résidents des stations proches. D'autant également quela

**Avant le début de l'été, les responsables de Glacier 3000 comptent bien confirmer les hausses de fréquentation de ces dernières années. Crise obligée, ils sont cependant prudents.**

JEAN-JACQUES ETHENOZ

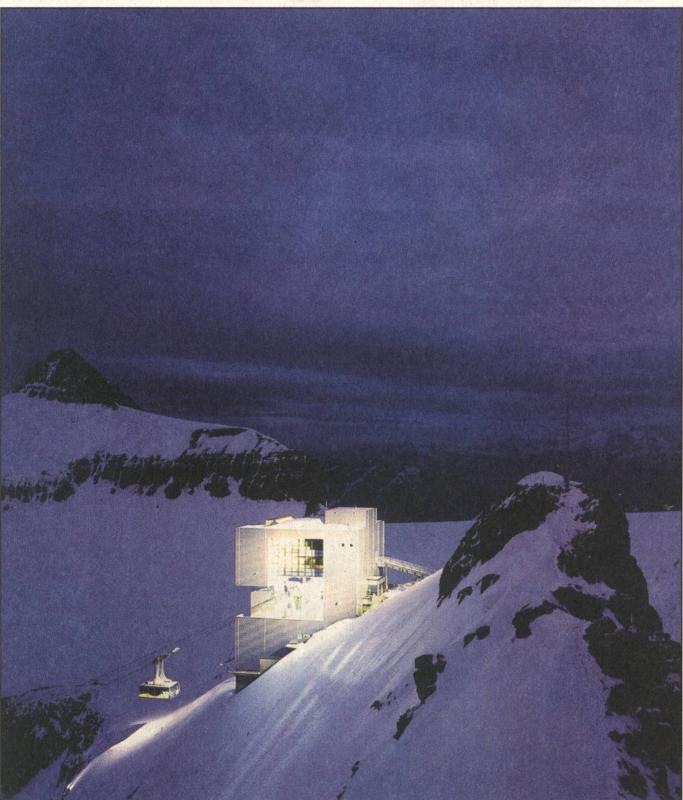
coopération avec les hôtels des Alpes vaudoises et du bassin lémanique, de même qu'avec l'OTV et le Golden Pass est excellente. Toujours au niveau suisse, les Gstaad Bergbahnen mèneront de cette saison des actions de promotion afin de développer des collaborations avec les stations de l'Oberland bernois, en ciblant notamment les groupes, la base de la clientèle du glacier. Sur les marchés extérieurs «de nombreux contrats ont d'ores et déjà été signés», note Bernhard Tschannen, «toujours avec des partenaires indiens, mais aussi avec des tours-opérateurs de

Singapour, pour la première fois, et avec des Russes.»

## Une croissance régulière de 10% par exercice

Voilà qui devrait permettre à Glacier 3000 de passer un bel été, en tablant sur les mêmes résultats que le dernier exercice, au minimum, mais en comptant bien sur une croissance de la fréquentation de 10%. Des espoirs qui méritent, eux aussi, une explication. Pour notre interlocuteur, elle est simple: Quand nous avons repris les installations, il y a cinq ans, la situation était presque dramatique, le potentiel n'était pas exploité à fond, de loin pas. Nous comptons alors sur une croissance régulière de 10% par exercice; elle s'est vérifiée le plus souvent. Il existe encore un fort potentiel de développement, tant sur le marché intérieur qu'international, tout en sachant que nous ressentirons les effets de la crise, c'est la raison de notre modération pour parler de croissance, cette saison.»

Pour terminer, on notera que l'Alpine Coaster est en fonction depuis fin avril et le sera jusqu'à fin octobre, sauf durant la fermeture annuelle permettant la révision des installations à fin septembre. Le retour du ski est agendaé au 30 octobre.

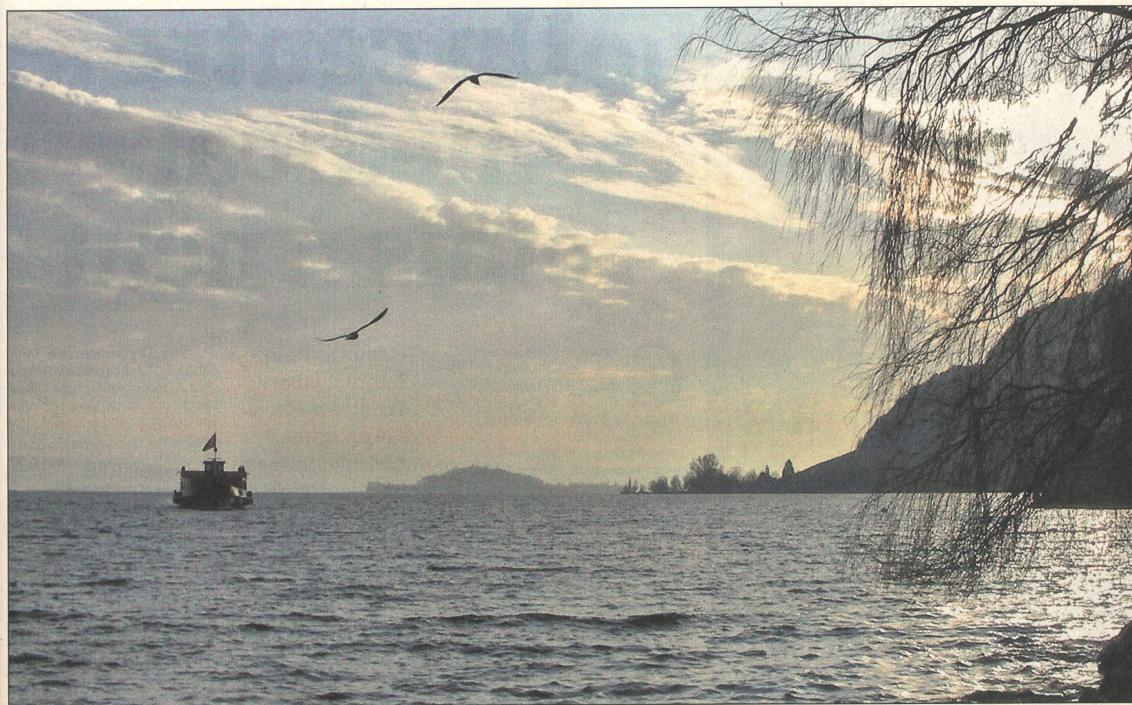


Le Glacier 3000 bénéficiera de nouveaux contrats signés avec des tours-opérateurs étrangers.

ANNONCE



*entraîneurs naturels de fitness*



La plupart des visiteurs qui ont séjourné dans la région des Trois-Lacs, comme ici à Biel, ont aussi fait un passage dans l'Arc jurassien.

## En bref

### Suisse

#### Duty free: les aéroports suisses dans l'attente

L'association qui groupe les aéroports suisses, Swiss International Airports Association (SIAA), salue la décision prise par le Conseil fédéral d'ouvrir une procédure de consultation sur l'autorisation pour les passagers d'acheter des produits hors taxes à leur arrivée. Pour la SIAA, une telle mesure permettrait de créer de nouveaux emplois et d'encaisser des recettes supplémentaires variant entre 50 et 60 millions de francs par an. La SIAA espère qu'elle sera rapidement mise en œuvre. mh

### Genève

#### L'aéroport de Genève prépare l'avenir



ldd

L'Aéroport international de Genève (AIG) prépare son avenir en investissant dans ses infrastructures. Grâce au bénéfice record enregistré l'an passé, soit 61 millions de francs (+18%), il a pu investir 86 millions de francs dans la première étape du plan directeur 2007-2013. De nouveaux investissements seront planifiés au cours des prochains mois, a indiqué l'AIG. En 2008, l'aéroport a accueilli 11,5 millions de passagers, ce qui représente une progression de 5,7% par rapport à l'exercice 2007. mh

### Neuchâtel

#### Neuchâtel: le tourisme perdant des votations

Le tourisme neuchâtelois est le grand perdant de la votation populaire du week-end dernier. En effet, les citoyens ont refusé par 56,1% la loi sur le commerce et les établissements publics. Certes, les shops des stations-services pourront continuer de vendre de l'alcool après 22 heures, mais les horaires d'ouverture des magasins ne seront pas rallongés. Tourisme neuchâtelois ne disposera pas d'un financement fixe et la patente pour les restaurateurs, passablement critiquée, sera maintenue. Pour les responsables touristiques, les Neuchâtelois n'ont pas vu tous les avantages de la nouvelle loi. mh

# Deux régions s'unissent

**L'Arc jurassien et la région des Trois-Lacs ont créé les bases d'une collaboration. Celle-ci débouchera sur la création d'une société de marketing commune.**

MIROSLAW HALABA

tron de dynamiser et positionner leur tourisme. Deux associations ont ainsi vu le jour: Jura Région, qui sera présidée par Pierre Kohler, le maire de Delémont, et Pays des Trois-Lacs avec à sa tête Hans Stöckli, le maire de Biel.

Dans une déclaration d'intention signée vendredi, ces deux personnalités ont engagé leur association respective à «développer des synergies et des collaborations» dans le cadre d'une société de marketing commune, société qui doit voir le jour cet automne sous le nom de «Jura & Trois-Lacs marketing». Par la même occasion, ils ont dévoilé une nouvelle identité visuelle qui se déclinera en fonction de la région qui l'utilise et que l'on peut déjà voir sur quelques prospectus.

On notera que Watch Valley, qui se voulait au départ une destination et qui n'a pas réussi à s'imposer

en tant que telle, devient, dans cette organisation, un produit thématique lié à l'horlogerie.

La manifestation de vendredi est une étape d'un projet lancé il y a un an, par le Réseau des villes de l'Arc jurassien grâce à la nouvelle politique régionale.

Comme l'a rappelé Hans Stöckli, ces deux régions ont, au travers de divers projets - Expo.02, par exemple - et d'actions promotionnelles, consacré qu'elles avaient de bonnes raisons de travailler ensemble. Ainsi, une étude d'image effectuée sur le marché suisse (htr du 23 octobre) a montré que 63% des visiteurs internationaux ont séjourné dans les deux régions. Toutes deux proposent

nouvelles structures à encore du pain sur la planche avant de pouvoir se présenter sur le plan international comme elle souhaite le faire à terme.

Jean-François Roth, le président de Suisse Tourisme, estime que «cette collaboration permettra de satisfaire les touristes qui cherchent la complémentarité lacs-montagnes.» Pour Yann Engel, le directeur de

Tourisme neuchâtelois, il y a encore une autre raison de croire au bien-fondé de cette collaboration interrégionale et à son succès.

«Parce que les gens veulent trailler ensemble», a-t-il déclaré.

Fort d'un budget promotionnel de deux millions de francs, la

nouvelle structure a encore du pain sur la planche avant de pouvoir se présenter sur le plan international comme elle souhaite le faire à terme.

Nous allons maintenant communiquer notre nouveau positionnement et nous atteler au plan marketing 2010», a indiqué André Rothenbühler, coordinateur du projet. La nouvelle structure se voulant résolument tournée «client», il s'agira aussi de mettre en place des centres de compétence «produits». Il est en effet question que les offices du tourisme des deux régions désignent des collaborateurs chargés de suivre de près un ou deux produits spécifiques communs à tous. Grâce aux connaissances qu'ils auront acquises, ces responsables pourront faire des recommandations pour rendre ces produits compatibles avec les besoins du marché.

à date et le lieu étaient hautement symboliques.

Vendredi dernier au port de Biel, soit sept ans, jour pour jour après l'ouverture d'Expo.02, les responsables politiques et touristiques de la région des Trois-Lacs et de l'Arc jurassien ont créé les structures qui leur permet-

tront de dynamiser et positionner leur tourisme. Deux associations ont ainsi vu le jour: Jura Région, qui sera présidée par Pierre Kohler, le maire de Delémont, et Pays des Trois-Lacs avec à sa tête Hans Stöckli, le maire de Biel.

Dans une déclaration d'intention signée vendredi, ces deux personnalités ont engagé leur association respective à «développer des synergies et des collaborations» dans le cadre d'une société de marketing commune, société qui doit voir le jour cet automne sous le nom de «Jura & Trois-Lacs marketing». Par la même occasion, ils ont dévoilé une nouvelle identité visuelle qui se déclinera en fonction de la région qui l'utilise et que l'on peut déjà voir sur quelques prospectus.

On notera que Watch Valley, qui se voulait au départ une destination et qui n'a pas réussi à s'imposer

en tant que telle, devient, dans cette organisation, un produit thématique lié à l'horlogerie.

La manifestation de vendredi est une étape d'un projet lancé il y a un an, par le Réseau des villes de l'Arc jurassien grâce à la nouvelle politique régionale.

Comme l'a rappelé Hans Stöckli, ces deux régions ont, au travers de divers projets - Expo.02, par exemple - et d'actions promotionnelles, consacré qu'elles avaient de bonnes raisons de travailler ensemble. Ainsi, une étude d'image effectuée sur le marché suisse (htr du 23 octobre) a montré que 63% des visiteurs internationaux ont séjourné dans les deux régions. Toutes deux proposent

nouvelles structures à encore du pain sur la planche avant de pouvoir se présenter sur le plan international comme elle souhaite le faire à terme.

Jean-François Roth, le président de Suisse Tourisme, estime que «cette collaboration permettra de satisfaire les touristes qui cherchent la complémentarité lacs-montagnes.» Pour Yann Engel, le directeur de

Tourisme neuchâtelois, il y a encore une autre raison de croire au bien-fondé de cette collaboration interrégionale et à son succès.

«Parce que les gens veulent trailler ensemble», a-t-il déclaré.

Fort d'un budget promotionnel de deux millions de francs, la

# L'offre jurassienne va s'étoffer

**Une Maison du tourisme verra bientôt le jour à Saint-Ursanne. Tour d'horizon des enjeux et des objectifs.**

EUGENIO D'ALESSIO

posera un vaste choix. Côté infrastructures, elle disposera d'une généreuse aire de parking et abritera en outre des douches, une buvette, un snack-bar et une salle de séminaires d'une capacité de 50 places.

**Un projet fédérateur soutenu par les pouvoirs publics**

Devisée à 1,3 million de francs, la Maison du tourisme est un projet fédérateur qui a très vite pu compter sur l'appui des pouvoirs publics. Le canton a débloqué une subvention de 263 000 francs, alors que la Confédération a accordé un prêt de 500 000 francs dans le cadre de sa nouvelle politique régionale.

«Une descente en canoë sur le Doubs pourra, par exemple, être combinée avec une dégustation de produits du terroir», explique Frédéric Lovis, un des deux promoteurs du projet. Vols en parapente, canotage, randonnées pédestres ou équestres, pratique du vélo électrique, la Maison du tourisme pro-

mettra à disposition de la population et des professionnels de l'hôtellerie et de la gastronomie toutes sortes d'informations pratiques et pratiques. «La Maison du tourisme permettra aussi de dynamiser l'hôtellerie

Frédéric Lovis n'est pas moins enthousiaste: «Jura Tourism se soucie en priorité de vendre notre canton en Suisse et à l'étranger. Pour ce faire, la Maison du tourisme offre un large éventail de produits et d'activités touristiques. Un de ses rôles clés consiste à prendre en charge les touristes.» A ses yeux, la

encouragé la construction de la Maison du tourisme en prodiguant quelques conseils aux promoteurs.» Philippe Flotiron balaye d'un revers de la main les risques de concurrence entre ces deux phares de l'offre touristique jurassienne: «Nous sommes complémentaires. Jura Tourism occupe les terrains des renseignements touristiques, du marketing et de la politique de coordination, alors que la Maison du tourisme est plutôt spécialisée dans la vente de prestations touristiques.»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet. Mais le bâtiment n'est pas moins spacieux: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

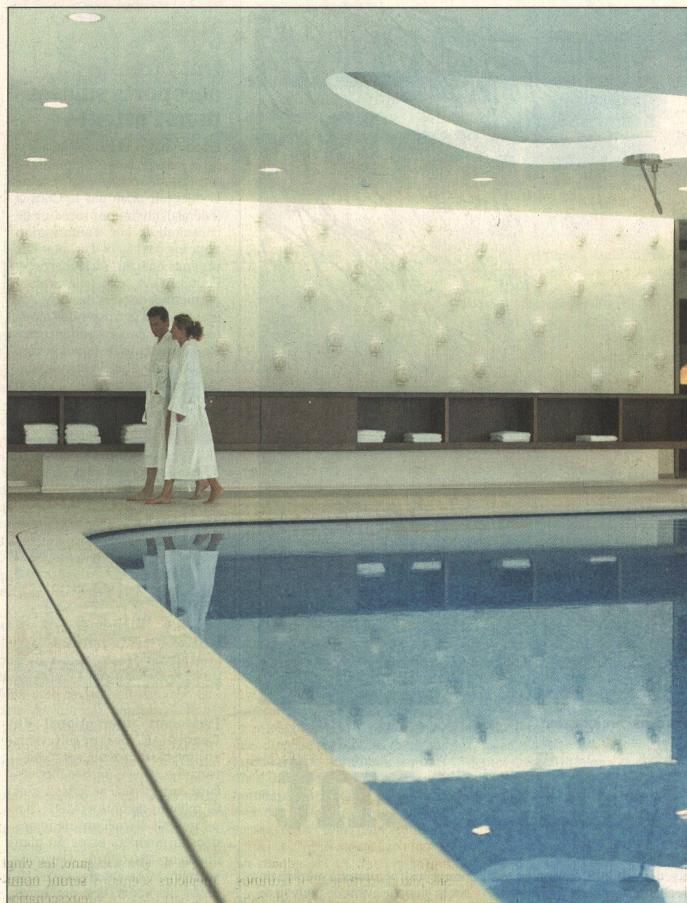
La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'hôtel-restaurant La Couronne (neuf chambres), à Saint-Ursanne,

nourrit effectivement de grands espoirs: «Disposer d'un centre de loisirs avec des offres aussi diversifiées, c'est vraiment génial. Mon établissement accueille surtout des amoureux de la marche ou du VTT. Avec la Maison du tourisme, il s'agira de faire en sorte qu'ils restent davantage qu'une nuit!»

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

Maison du tourisme permettra en outre de dynamiser l'hôtellerie: «En proposant des offres sur plusieurs jours, elle sera à même de placer les gens dans les campings et les hôtels de la région.» Christophe Meury, propriétaire de l'h



La Clinique La Prairie dispose notamment d'un spa de 4500 mètres carrés qui inclut une piscine.



La clinique, située à Clarens, bénéficie d'un équipement...



...technologique de pointe.

# Un centre médical remis à neuf

**C**élèbre établissement situé sur la Riviera vaudoise, à Clarens, non loin de Montreux, la Clinique La Prairie se positionne comme étant bien davantage qu'un centre renommé qui propose à ses clients l'utilisation de techniques de revitalisation, agissant sur les symptômes de vieillissement.

Comme le souligne Yael Bruigom, directrice du marketing et des relations publiques de l'établissement, la Clinique La Prairie «dispose d'une offre médicale étendue avec toutes les prestations que l'on peut trouver dans un établissement hospitalier»: médecine interne générale, rhumatologie, cardiologie, pneumologie, nutrition et diététique, neurologie, ainsi qu'oto-rhino-laryngologie (ORL), littéralement l'étude de l'oreille, du nez et du larynx.

L'offre de La Clinique de La Prairie est en outre complétée par un institut de radiologie, un centre de médecine esthétique réputé, un centre de la Ménopause ainsi qu'une clinique dentaire.

## «La clientèle résidant en Suisse est prépondérante»

En tout, ce ne sont pas moins de 210 personnes qui sont employées à la Clinique La Prairie. «Et ce que l'on sait parfois moins», précise Yael Bruigom, «c'est que si quatre-vingt-douze nationalités différentes sont venues à la Clinique La Prairie l'année passée, la clientèle résidant en Suisse n'en demeure pas moins prépondérante».

En effet, l'assurance de base suffit pour tout traitement ou examen ambulatoire, ainsi que pour des hospitalisations d'une journée. Une hospitalisation en division privée ou semi-privee est quant à elle possible pour tous les patients disposant d'une assurance complémentaire. «De plus en plus

de personnes optent pour notre établissement qui constitue une alternative haut de gamme au cabinet médical traditionnel et au secteur hospitalier.»

**Un restaurant à la fois diététique et gastronomique**

## «Notre restaurant séduit par sa cuisine à la fois saine, raffinée et légère.»

Yael Bruigom

Dir. des RP de la Clinique La Prairie

de personnes optent pour notre établissement qui constitue une alternative haut de gamme au cabinet médical traditionnel et au secteur hospitalier.»

«Notre établissement, qui est membre de l'Association vaudoise des cliniques privées, propose à ses clients à la fois des prestations médicales de qualité dispensées et des services destinés à leur permettre d'apprendre à vivre mieux prenant individuellement conscience de ce qui est bon pour eux», précise Yael Bruigom.

«La Clinique La Prairie joue un rôle important dans l'économie de la région», conclut Yael Bruigom. «Non seulement par le nombre de personnes salariées, ce qui en fait un employeur important, mais également parce que l'établissement est un ambassadeur de la qualité suisse, cela aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur des frontières helvétiques».

Le Spa, d'une superficie de 4500 mètres carrés, inclut une piscine, un fitness, un centre de thalassothérapie et un centre de bien-être. Quant aux cabines de soins, elles sont au nombre de seize. «Chaque année le spa reçoit de nombreuses distinctions», explique Yael Bruigom.

Le Spa, d'une superficie de 4500 mètres carrés, inclut une piscine, un fitness, un centre de thalassothérapie et un centre de bien-être. Quant aux cabines de soins, elles sont au nombre de seize. «Chaque année le spa reçoit de nombreuses distinctions», explique Yael Bruigom.

A ce sujet, on relèvera que le Conde Nast Traveller d'Espagne vient de lui décerner la distinction

de «Best Destination Spa International». L'année passée, c'était le «Spa Finder USA» qui l'avait sélectionné en tant que «Favorite Spa in Switzerland & Best Medical Program».

## «Notre restaurant séduit par sa cuisine à la fois saine, raffinée et légère.»

«Notre restaurant séduit par sa cuisine à la fois saine, raffinée et légère.»

Yael Bruigom

Dir. des RP de la Clinique La Prairie

qui est bon pour eux», précise Yael Bruigom.

«La Clinique La Prairie joue un rôle important dans l'économie de la région», conclut Yael Bruigom. «Non seulement par le nombre de personnes salariées, ce qui en fait un employeur important, mais également parce que l'établissement est un ambassadeur de la qualité suisse, cela aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur des frontières helvétiques».

En tout cas, la palette très complète des différents services proposés, fait que la Clinique La Prairie constitue dans bien des cas une alternative intéressante au cabinet médical traditionnel et à l'hôpital.

# L'interprofession du vin refait surface

**Engloutie dans la faillite de Swiss Wine Communication, l'Interprofession du vin suisse (IVS) refait surface. Mais producteurs et négociants ne sont pas d'accord sur sa forme.**

PIERRE THOMAS

L'IVS s'était mise en veilleuse fin août 2007. Elle n'avait pas résisté au naufrage de Swiss Wine Communication, sa structure de promotion, qui a jeté, en un peu plus d'une année, de l'argent par les fenêtres, sans contrôle suffisant. L'Association suisse du commerce des vins, qui a récemment tenu son assemblée annuelle au Lausanne-Palace & Spa, a confirmé qu'elle adhère au schéma que son comité, présidé par le Vaudois Henri Olivier

Badoux, a proposé aux partenaires potentiels.

## Production et transformation: une histoire de deux familles

La construction envisagée par les négociants est à deux ailes. L'un, sous le nom d'Interprofession du vin suisse (IVS), s'occupera des problèmes spécifiques au vin indigène. L'autre, dénommée Conférence suisse du vin, regrouperait les producteurs, les négociants, les importateurs et les distributeurs. «L'interprofession se battra pour le vin suisse, tandis que la conférence défendra le produit vin en général. Pour nous, c'est la meilleure et la seule solution», s'est exclamé Henri-Olivier Badoux. Toutefois, cette construction est loin d'être sous tol. Si la Conférence ne pose pas de problème à priori, la réactivation de l'IVS ravive des tensions. Dans l'atmosphère feu-

trée du palace lausannois, elles ont été exprimées à demi-mots. Ainsi, le Neuchâtelois Laurent Favre, directeur de la Chambre d'agriculture de son canton, est, depuis quelques semaines, le nouveau président de la Fédération suisse des vignerons. Il a dit aux négociants qu'un «compromis» devrait permettre aux deux «familles» (production et transformation) de siéger équitablement, selon les statuts existante sur le papier, car «moribonde, mais pas morte».

L'Association suisse du commerce des vins préférerait voir dans cette interprofession une superstructure émanant des interprofessions constituées dans les six ré-

gions viticoles. La «famille» de la production-viticulteurs qui livrent du raisin et vigneron-encaveurs - craint d'être lésée, au moment où des regroupements d'entreprises (comme Badoux, à Aigle, qui fait désormais partie du groupe Schenk à Rolle, via Obrist à Vevey) ont des positions renforcées.

## «Il serait étonnant que la Suisse n'arrive pas à faire ce que toute l'Europe peut réaliser.»

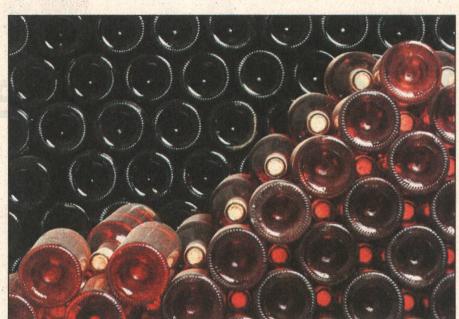
Claude Bocquet-Thomney

Association des vigneron suisses

tructures divergents.

La Genevoise Claude Bocquet-Thomney, présidente de l'Association des vigneron-encaveurs suisses, a cependant insisté sur l'importance des «familles»: «Il serait étonnant que la Suisse n'arrive pas à faire ce que toute l'Europe peut réaliser», a-t-elle plaidé. Pour l'ensemble de la branche viticole suisse, la réactivation d'un organisme national qui se positionne clairement face aux pouvoirs publics - à Berne, en l'occurrence - est importante.

Encore faut-il que les politiques puissent fier aux avis émis par l'IVS, a insisté le président des vigneron, Laurent Favre, qui est aussi conseiller national. Dans sa volonté de libéraliser le marché du vin, dont l'entrée en vigueur est agendée au mois d'août 2012, l'UE confirme, du reste, le rôle prépondérant des interprofessions. Une mission d'équilibrage qui va bien au-delà de celle, limitée à la promotion en Suisse et à l'étranger, et à la surveillance des marchés, que Berne octroie très chichement à l'IVS. Mais les déboires de l'IVS ont donné raison, jusqu'ici, à la méfiance de l'Etat.



L'interprofession du vin suisse devrait s'occuper des problèmes spécifiques au vin indigène.

# Silence, on tourne... à l'hôtel

De nombreux hôtels sont prêts à servir de lieu de tournage dans le cadre du Swiss Hotel Film Award. Leurs motivations sont très diverses.

HÉLÈNE KOCH

**N**ous sommes prêts à jouer les acteurs s'il le faut», lance Marc Fischer. Directeur de l'Etap et du Suitehotel de Genève, à deux pas de l'aéroport, il fait partie des hôteliers ayant proposé leur établissement comme lieu de tournage pour le concours du Swiss Hotel Film Award, organisé pour la première fois cette année par hotelleriesuisse. La motivation principale de Marc Fischer? «Cela impliquerait nos équipes dans un challenge et cela permettrait de faire quelque chose qui serait à la fois sympathique et intéressant.»

## Une centaine d'hôtels se sont proposés comme lieu de tournage

Qu'ils soient installés dans un bâtiment historique ou moderne, familiaux ou appartenant à une chaîne hôtelière, les établissements les plus divers se sont en effet proposés comme lieu de tournage. Soit au total environ une centaine, répartis dans tout le pays et de toutes catégories, du un au cinq étoiles, dont une vingtaine en Suisse romande.

«Je m'occupais d'un hôtel à Nice dans lequel de nombreux films ont été tournés et aussi des téléfilms. Nous avons eu TF1 et Canal+, explique Jacques Pernet, copropriétaire de l'Athmos à La Chaux-de-Fonds et propriétaire du Bellerive à Lausanne. Il a donc proposé les deux hôtels comme cadre à des courts métrages (d'une durée d'au maximum cinq minutes) qui seront tournés dans le cadre du Swiss Hotel Film Award. «Dans sept films sur dix, on a une



Photos Idd

Une vingtaine d'hôtels de Suisse romande ont accepté de servir de lieu de tournage dans le cadre du Swiss Hotel Film Award. Parmi eux, on relèvera notamment...

scène qui se passe à l'hôtel», estime Jacques Pernet qui observe certaines séquences avec l'œil du professionnel. Par exemple, comment se débrouillent les figurants qui font le service en arrière-plan.

Directeur de l'Hôtel Beau-Site, à Chemin (VS), Urs Vuilleumier a déjà eu lui aussi quelques contacts avec le 7e art. Son établissement accueille en effet régulièrement des séminaires de l'association Focale, à Lausanne, qui est une école du film. Et si son hôtel était choisi, qu'en espère-t-il? «Si c'est un bon film, je pourrai le mettre sur mon site», explique Urs Vuilleumier qui souligne que le Beau-



...l'Hôtel Beau-Site, à Chemin (VS), Urs Vuilleumier a déjà eu lui aussi quelques contacts avec le 7e art. Son établissement accueille en effet régulièrement des séminaires de l'association Focale, à Lausanne, qui est une école du film. Et si son hôtel était choisi, qu'en espère-t-il? «Si c'est un bon film, je pourrai le mettre sur mon site», explique Urs Vuilleumier qui souligne que le Beau-



...l'Hôtel Suisse-Majestic, à Montreux, ainsi que le...

Site est un bâtiment historique. C'est également son cadre que met en avant le Grand Hôtel Suisse-Majestic de Montreux. «Nous avons une grande salle de bal avec des vitraux originaux et une grande diversité dans nos locaux», détaille Franziska Bohren, attachée commerciale de l'établissement. A cela

s'ajoute aussi, bien sûr, la vue. Mais pour le Suisse-Majestic comme pour les autres hôtels contactés, le tournage d'un film dans ses murs constituerait, cela dit, une première, alors que d'autres hôtels ont déjà accueilli des tournages, un des exemples les plus connus étant le film «Rien ne va plus» de Claude

Chabrol. Interprété par Michel Serrault et Isabelle Huppert, il a été tourné en partie au Waldhaus de Sils-Maria. Comme pour l'Athmos où le Beau-Site, le Suisse-Majestic espère que le fait de servir de lieu de tournage apporte un petit coup de pub à l'établissement. Du reste, le concept du Swiss Hotel Award prévoit que le nom de l'hôtel soit mentionné, dans la mesure du possible, durant le film.

## Les 20 meilleurs scénarios seront dévoilés le 9 juin

Quoi qu'il en soit, la réponse tombera bientôt, dès le mardi 9 juin,

lors de la Journée de l'hôtellerie suisse. Lors de cette manifestation, qui se tiendra à Lugano, les vingt meilleurs scénarios seront nommés, parmi les nombreux scénarios,

plus de cent quatre-vingt, qui ont été envoyés au siège central d'hôtelleriesuisse.

Les cinéastes qui seront sélectionnés n'auront alors plus qu'à choisir l'hôtel qui les intéressera et à prendre contact avec lui. Le tournage, qui ne devra pas durer plus de deux jours, devra se dérouler entre le 9 juin et le 15 juillet, tandis que la remise des prix pour les meilleurs films est prévue au mois de septembre.

**«Dans sept films sur dix, on a une scène qui se passe à l'hôtel.»**

Jacques Pernet  
Hôtel Bellerive, Lausanne

# Un duo à la gloire du vin

Pour le grand public, il y a les «caves ouvertes»: 140 dans 30 villages, du Chablais à Viège, ce long week-end de l'Ascension. Et pour les pros, les «Quatre glorieuses»: Portrait de deux pionniers valaisans du réseautage vineux.

PIERRE THOMAS

Les «Quatre glorieuses», c'est ainsi que se nomment les matinées consacrées aux vins valaisans. Depuis bientôt dix ans, elles sont orchestrées, à l'Hôtel du Parc, à Martigny, par Nicolas Reuse et Christophe Roch, tous deux 38 ans. Le premier est agent d'assurances; le second, tenant du Caveau de Chamons. Mais quand ils ont lancé, il y a neuf ans, leur initiative, ils menaient ensemble le restaurant du Petit Bourg, à Ardon: Nicolas était au service et Christophe en cuisine, qu'il a tenus aussi au Botz, à Vétroz.

Même si leur parcours professionnel a évolué, les duettistes ont gardé intacte leur passion pour les vins valaisans. Et ils continuent à la partager avec d'autres, chaque printemps. Ces matinées de dégustation - cette année, les quatre lundis de mai - n'ont pas ouvertes, sur invitation, qu'aux professionnels de la gastronomie et de l'hôtellerie.

«Avec Jean-Maurice Joris, d'Orsières, et Mauro Capelli, de Monthey, on avait constaté qu'environ faisions chaque printemps la tournée des caves. Et les vignerons disaient: tiens, tu passes ce matin, mais cet après-midi, il y a celui-ci et celui-là. Pourquoi ne pas réunir les restaurateurs et les vignerons-encaveurs en un seul lieu?»

Nicolas Reuse  
Pionnier valaisan du réseautage vineux

doss (Raymond Pacot, de Féchy) et un seul Genevois (Louis Serex, de Satigny), qui proposent plus de 120 vins. «On avait limité à huit vins par encaveur, au début. Depuis cinq ans que nous sommes à l'aise à l'Hôtel du Parc, à Martigny, chacun est libre de présenter les vins qu'il veut!»

**«Pourquoi ne pas réunir les restaurateurs et les vignerons en un seul lieu?»**

«Chaque restaurateur qui reçoit une invitation peut venir à quatre, pas plus. La première année, on a envoyé dix invitations à des collègues. Aujourd'hui, nous en sommes à 400, de la région lémanique jusqu'à... l'Alsace avec l'Auberge de l'Ill, mythique 3 étoiles. Ce mini-salon professionnel est financé par les vignerons (chacun paie 100 francs) et, depuis deux ans, par les dégustateurs, à raison de 20 francs par séance.

«Nous ne recevons aucune aide, aucun subvention. En dix ans, on a refusé toute récupération.» Et pourtant, l'Interprofession de la vigne et

du vin du Valais (IVV) était prête à les mandater pour assumer la suite des «galas des vins valaisans» à Genève ou à Berne et Vinea aurait voulu reprendre le concept en septembre.

Placées au moment où les premiers vins blancs du dernier millésime sortent de cave, ces dégustations sont aussi un «baromètre de l'année et permettent de réserver les vins rouges, prêts en septembre. Chacun fait son marché: tel sommelier remet sa carte de commande, un autre préfère réfléchir et reviendra le lundi suivant. A chaque session, les organisateurs dosent les «têtes de séries» et les producteurs émergents. Exemple, pour le dernier lundi, ce 25 mai, avec Marie-Thérèse Chappaz, Maurice Zufferey, Gérald Besse et Daniel Magliocco, quatuor de fidèles de la première heure, Desfayes-Crettanand, Simon Favre-Berclaz et Michel Boven, trois domaines historiques du Vieux-Pays, et les originaux que sont Christophe Abbet, Meinrad Gaillard et Cédric Flacton.

Pour être informé des dégustations 2010: les4glorieuses@romandie.com



Pierre Thomas

Le duo Christophe Roch (à g.) et Nicolas Reuse entourent Marie-Bernard Gillioz Praz, une des meilleures vigneronnes du Valais.

# la «der»

htr hotel revue No 21 / 20 mai 2009



«Le Milestone démontre notre capacité à innover et confirme que nous sommes sur la bonne voie.»

Jürg Balsiger (Page 9)

24

## Les anciens lauréats du Milestone se sont retrouvés à Berne.

Tous heureux d'avoir fait acte de candidature pour le Prix du tourisme suisse.

MIROSLAW HALABA

**L**e Milestone doit vivre et rester dynamique. Tel est le mot d'ordre lancé par Elsbeth Hobmeier, présidente du jury du Prix du tourisme suisse et rédactrice en chef de notre hebdomadaire, organisateur du Milestone avec le Secrétariat d'Etat à l'économie, la Fédération suisse du tourisme et Hotelia.

Un mot d'ordre qui a de fortes chances d'entrer dans les faits, car le prix de l'innovation touristique ne manque pas de vitalité. Une preuve en a été apportée il y a quelques jours à Berne avec une rencontre – la première – des anciens lauréats duprix qui fêtera cette année son dixième anniversaire. Une quarantaine de personnes ont répondu à l'invitation, montrant qu'elles étaient heureuses d'avoir fait acte de candidature.

Car recevoir une des distinctions Milestone laisse des traces. Expression prise dans le bon sens du terme, s'entend. Sur les 35 lauréats qui ont répondu à un questionnaire, 20 d'entre eux ont déclaré que le prix avait eu un effet promotionnel positif et 14 qu'il avait permis de renforcer leur notoriété dans la branche touristique.

«Ce prix était arrivé à un bon moment pour nous. Il a apporté une crédibilité auprès des entreprises que nous avons pu associer à notre programme de qualité», a indiqué Sandrine Foscchia, de Valais Excellence, organisation lauréate du Milestone en 2001. «Nous profitons toujours de la dynamique engendrée par ce prix», a ajouté, pour sa part, André Rothenbühler, qui avait reçu le deuxième prix en 2001 également, pour le concept Watch Valley. Et d'ajouter: «Le Milestone est une bonne motivation et une bonne source de considération.»

Ancien rédacteur en chef de l'hôtel revue et initiateur du prix, Peter Kühler est particulièrement satisfait du chemin parcouru depuis 2000 par le Prix du tourisme suisse. «Le Milestone s'est forgé



Une quarantaine d'anciens lauréats ont répondu à l'invitation des organisateurs du Milestone.

Photos Alain D. Bollat

## Milestone: dix ans et plein de vitalité



Sandrine Foscchia, de Valais Excellence, lauréat en 2001.



André Rothenbühler, lauréat en 2001 pour le concept Watch Valley.

## La randonnée n'a «quasiment pas de frontières sociales»

Suisse Rando a procédé à un examen des besoins et des caractéristiques du randonneur. Il apparaît que ce dernier se recrute quasiment dans toutes les catégories sociales.

MIROSLAW HALABA



La randonnée, ici à Chasseral, est pratiquée par un tiers des Suisses.

La randonnée est une activité sportive importante, puisque un tiers de la population helvétique déclare la pratiquer. C'est une des constatations que Suisse Rando a fait sur la base d'une étude approfondie des caractéristiques et des besoins des randonneurs, effectuée en collaboration avec l'Office fédéral des routes, dans le cadre de son 75e anniversaire.

Cet examen a permis aussi de remarquer que, contrairement à d'autres activités de loisirs, la randonnée ne «connaît quasiment pas

de frontières sociales». Elle est «pratiquement indépendante du niveau de formation et du revenu», ainsi que du sexe. Il existe en revanche des différences «claires» selon les catégories d'âge, les régions linguistiques et les nationalités. Ainsi, les Suisses allemands (39%) seraient plus attirés par la randonnée que les Suisses romands

(17%) ou que les Tessinois (22%). L'enquête a aussi montré que les randonneurs dépensaient 43 francs en moyenne par randonnée pour les transports, la subsistance et, éventuellement, le logement. A raison d'une vingtaine de randonnées par personne, ceci ferait un chiffre d'affaires annuel d'environ deux milliards de francs.

## Charles Favre, nouveau président de l'OTV



IDD

Le conseiller national radical, d'Echallens, Charles Favre (photo), présidera l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV). Il a été élu lors d'une assemblée générale extraordinaire qui s'était déroulée le 5 mai, a révélé le quotidien «24 Heures». Charles Favre succédera le 25 juin, date de l'assemblée générale de l'OTV à Blonay, à Jean-Pierre Strebel, qui a été à la tête de l'OTV durant cinq ans et qui a été nommé directeur général de l'Union cycliste internationale, a indiqué, l'OTV. L'assemblée marquera aussi la mise en place d'un nouveau comité.



Miroslaw Halaba

## Vallée de Joux: un nouveau directeur à l'OT



Des modifications ont été apportées à l'organisation du Centre sportif de la Vallée de Joux et de l'office du tourisme local. Collaborateur depuis cinq ans de Vallée de Joux Tourism, Cédric Paillard (photo) dirige l'Office depuis la mi-mai. Il a ainsi succédé à Thomas Waser, qui se concentrera désormais sur la direction du Centresportif. Cette tâche comprend la gestion des infrastructures, du restaurant et des logements, ainsi que l'organisation des manifestations sportives. Cette nouvelle organisation assurera la continuité des projets.

## D'une langue à l'autre

### Les milieux touristiques peuvent respirer



Keystone

Les milieux touristiques peuvent être satisfaits. Le peuple suisse a dit oui au passeport biométrique lors de la votation du 17 mai. Même si le résultat a été très serré (50,14%), l'essentiel est qu'un vote négatif ait été évité. Celui-ci aurait remis en question les facilités d'entrée en Suisse accordées aux touristes titulaires d'un visa Schengen. Cet argument a été bien compris à Lucerne qui reçoit beaucoup de touristes chinois et indiens. Le passeport biométrique y a été accepté à 57,6%. Im

Page 2

## L'hôtel revue est très appréciée par ses lecteurs

L'enquête Demoskop effectuée sur le lectorat de l'hôtel revue a donné des résultats très réjouissants. La psychologue Sabine Brunner a été étonnée de la façon positive dont les lecteurs interrogés voyaient notre hebdomadaire. Cette enquête a également fait apparaître que le journal était lu par plusieurs membres d'une même entreprise. Im

Page 3

## Etude du BAK: l'été s'annonce difficile pour les hôteliers



Alain D. Bollat

De gros nuages noirs semblent venir couvrir l'embellie touristique enregistrée au cours de ces dernières années. Le tourisme suisse devrait en effet être touché de plein fouet cet été par la crise économique mondiale. Une étude publiée en début de semaine par l'institut économique BAK Basel Economics pronostique un recul des nuitées hôtelières de 7,2% pour la saison estivale qui va de mai à octobre. Si ces données venaient à être confirmées, il s'agirait du plus important recul enregistré depuis 1982. Im

Page 4

## Le johannisberg du domaine de Serge Roh en Valais

Fondé en 1950, le Domaine des Ruinettes est aujourd'hui dirigé par Serge Roh, le représentant de la deuxième génération. A cheval sur les vignobles de Chamoson et de Vétroz, il ne se distingue pas seulement par une excellente amitié, mais également par un johannisberg qui vaut incontestablement le détour. Son millésime 2008 est à la fois frais et fruité. Im

Page 17

# stellenrevue htr marché d'emploi

htr hotel revue Nr. 21 / 20. Mai 2009



Häsch gnueg vom Chef?  
Den chum zu eus!

[www.activegastro.ch](http://www.activegastro.ch)

Active Gastro Eng GmbH,  
Postfach, 8048 Zürich

## New Challenge Personalberatung & Vermittlung

Für Kader- und Fachstellen in bestausgewiesenen Hotel- und Gastronomie-Betrieben.

Gabriela Weber

Telefon 044/201 24 66

Seestrasse 160, 8002 Zürich  
gabriela.weber@newchallenge.ch

[www.newchallenge.ch](http://www.newchallenge.ch)

OPENING SOON:  
MY STOP. YOUR STOP INBETWEEN



Am 13. November 2009 laufen wir vom Stapel und eröffnen unseren zweiten My Stop zwischen Affoltern a. Albis und Obfelden im Knonaueramt. Unsere Gäste begeistern wir mit einem innovativen Food Corner, 17- und 24 Stunden Coffee Bars und modern gestalteten Tankstellen-Shops. Im Laden- und Restaurantgeschoss finden Sie zehn ausgesuchte Detailhandelsgeschäfte, von der Holzenbäckerei und der Kaffeerösterei bis zum Kleider- oder CD-Anbieter. Smokers-Lounge und Billiard-Center sind für unsere Gäste mit an Bord.

Der Gast steht für Sie im Mittelpunkt und Sie sind bereit täglich neue Herausforderungen und Veränderungen anzunehmen! Dann sind Sie einer unserer zukünftigen Crew Member.

Wir suchen:

für unsere Coffee Corners

Chef Barista m/w

Barista und solche die es werden möchten m/w

für unsere Mediterranean and Vegetarian Islands

Professionals Mediterranean and

Vegetarian Kitchen m/f

Team Members Restaurant m/f

für unsere Thai-Island

Asian-Cooks (Thai's preferred) m/f

für unsere Shops

Shop Manager m/f

Shiftleaders m/f

Team Players Shop m/f

für unseren Back-Office Bereich

Leiter Haustechnik und Unterhalt m/w

Stv. Leiter Haustechnik und Unterhalt m/w

Team Members Back-Office m/f

Haben Sie Lust beim Stappellauf von My Stop Knonaueramt an Bord zu sein? Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugnissen und mit einem Bild Ihres besten Lächelns.

reception@hotelleriesuisse

Schlüsselkompetenzen für den Hotelempfang erwerben

[www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung](http://www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung)  
Telefon 031 370 43 01

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

Der grösste Stellenmarkt der Schweiz  
Le principal marché de l'emploi de la branche  
Annoncez am Do. 4. Juni 2009  
erscheint am Fr. 29. 5. 09, 8.00 Uhr  
Anzeigenschluss: Fr. 29. 5. 09, 8.00 Uhr

## Inhalt / Sommaire

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

Golfclub Heidental  
4655 Stüsslingen  
Tel. ++41 62 285 80 90  
Fax ++41 62 285 80 91  
info@golfheidental.ch  
[www.golfheidental.ch](http://www.golfheidental.ch)



Wir suchen auf Februar 2010 eine/n

## kreative/n Pächter/in

welche/r mit Herzblut, Innovation, Engagement und möglicher Freude am Golfsport die Mitglieder- und Gästebedürfnisse aufnimmt und mit ihrer/ seiner Gastronomieerfahrung und Kompetenz entsprechend erwidert.

Wir sind:

- ein aufstrebender Golfclub mit mehr als 750 aktiven Mitgliedern und reger Platzbenutzung, mit vielen Turnieren und entsprechenden Apéros und Banketten
- modernes, öffentliches Club-Restaurant mit zeitgemässer Infrastruktur
- seit 10 Jahren ein etablierter Gastronomiebetrieb

Unsere Gastronomie umfasst:

- ein Restaurant mit ca. 130 Sitzplätzen
- eine Bar mit 10 Sitzplätzen
- eine Terrasse mit ca. 120 Sitzplätzen

Sind Sie bereit, diese Herausforderung anzunehmen und uns mit Ihren Ideen und Inspirationen zu begeistern, so freuen wir uns auf Ihre schriftliche Kontaktnahme in Form einer Bewerbung und einem Augenschein vor Ort.

Für einen anspruchsvollen Jahresbetrieb mit starker Sommersaison, an schönster Lage im Kanton Zürich, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

## Küchenchef

Unsere Kunden sind so vielseitig wie die Restauration und die im Eventbereich stattfindenden Firmen- und Privatanlässe.

Wir legen Wert auf erstklassige Produkte und moderne Zubereitungstechniken.

Sind Sie kreativ, flexibel, belastbar, haben ein Flair für Organisation und ein Auge für Details? Wenn Sie genügend Berufs- und Führungserfahrung mitbringen und ein Teamplayer sind, dann sollten wir uns kennen lernen.

Bitte senden Sie Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an Chiffre 2454-1373 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Die Gastronomiegruppe

Wir sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschen Schweiz sowie mehr als 1700 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen.

Für die von uns ab 01. Juli 2009 im Auftrag geführte

## Gastronomie der Universität Bern

Gesellschaftsstrasse 2, 3012 Bern

suchen wir per 01. August 2009 einen

## Küchenchef und Produktionsleiter

Ihr Aufgabe: Ihr Aufgabengebiet umfasst die Führung und Organisation des Küchenbereichs mit bis zu 1000 Menüs pro Tag. Zudem sind Sie für die Angebotsplanung sowie die Kalkulationen zuständig. Weiter gehört auch das Einhalten der gegebenen Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien, das Erstellen der Einsatz- sowie Hygienepläne, die Führung und Schulung der Ihnen unterstellten Mitarbeitenden, das Bestell- und Inventarmanagement, die Warenbewirtschaftung, die Catering- und Eventangebotsplanung sowie allgemeine administrative Aufgaben zu Ihren Aufgaben.

Ich Profil: Wir suchen einen Fachmann mit entsprechender Ausbildung, Berufs- und Führungserfahrung sowie Qualitätsbewusstsein und einem Flair für ein neuzeitliches, abwechslungsreiches Küchenangebot. Zudem bringen Sie bereits Erfahrung im Cook and Chill-Verfahren mit, verfügen über betriebswirtschaftliche Kenntnisse und sind ein zielorientierter Organisator. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag von 8.00 bis 17.00 Uhr, sind jedoch auch bei Spezialanlässen flexibel und einsatzbereit.

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

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit – wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Tauri, Leiterin Personalien, senden. Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch).

## ZFV-Unternehmungen

Filialestrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
[info@zfv.ch](mailto:info@zfv.ch), [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

**Herzlich willkommen!**

Ab Juli 2009 suchen wir für unseren Gasthof in der Luzerner Landschaft einen

**Küchenchef**

der mit grosser Leidenschaft und Freude seiner Arbeit nachgeht.

Wir freuen uns auf eine kreative Persönlichkeit, welche unsere Gäste jeden Tag wieder aufs Neue überrascht. Ihre Qualität sowie Ihre innovativen Ideen bringen Sie in den Bereichen Menü, à la carte, kalte/warme Buffets, Kalkulation und Schulung erfolgreich mit ein. Ihr Idealalter liegt vorzugsweise zwischen 28 und 40 Jahren.

**Wir bieten Ihnen:**

Sie geniessen eine grosse Selbständigkeit und sind für sämtliche Tätigkeiten im Küchenbereich verantwortlich.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen unter Chiffre2434-1362 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

**HESSEr**

Unternehmensberatung  
für Hotellerie & Restauration

**Wer kann per sofort  
für ein 4-Sterne-Hotel auf Mallorca  
die Direktion bis Ende Saison  
übernehmen?**

Wenn Sie unser Angebot interessiert, erwarten  
wir gerne Ihre Bewerbung.

Poststrasse 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ  
055 410 1557 – 079 422 37 24, Fax 055 410 41 06  
hesser@bluewin.ch

244-1362

**Restaurant de l'Aigle Noir**

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für unser gepflegtes Speiserestaurant mit historischen Sälen per sofort oder nach Vereinbarung qualifizierte/n

**Servicefach-angestellte/-n**

Sonntag und Montag frei  
Falls Sie in einem jungen, dynamischen Betrieb mitarbeiten wollen, senden Sie uns Ihre Unterlagen oder rufen Sie uns an, damit wir Ihnen die zukünftigen Arbeitsplätze vorstellen können  
D.+ S. Frauendiener Rest. De l'Aigle Noir  
Rue des Alpes 10 1700 Fribourg  
Tel. 026 322 49 77  
E-Mail:  
restaurant@aiglenoir@bluewin.ch  
www.aiglenoir.ch

246-1341

**Hotel Seeburg Luzern**

In the Sign of Times

Lifestyle und Romantik direkt am Vierwaldstättersee.  
Lust, neue Wege zu gehen?  
Wir suchen per 1. August 2009 oder nach Vereinbarung...

**RESTAURANTLEITER-IN**

Ihr Aufgabenbereich ist sehr vielfältig:

Verantwortung für den reibungslosen Serviceablauf & Gästekontakt im traditionellen Seerestaurant (60) mit Seeterrasse (100), im trendigen, modernen Restaurant Alexander (40) und an der Bar Lounge at Seeburg (25). Führen und Schulen der Servicebrigaden (15 - 19 Mitarbeiter). Verantwortlich für die Ausbildung der Lernenden. Sie sind sprachgewandt, aufgeschlossen und verfügen über eine mehrjährige Erfahrung in einer ähnlichen Position. Sie sind motiviert, stets eine Dienstleistung auf hohem Niveau zu erbringen.

Dann sind Sie bei uns genau richtig!

**SERVICEFACHANGESTELLTE/-R**

...denn das Wohl unserer Gäste am Herzen liegt.

Auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen per Post freut sich  
Pascal Vonaesch, F&B Manager

Hotel Seeburg Luzern Seeburgstrasse 53-61, 6006 Luzern  
Tel: 041-375 55 55, Fax: 041-375 55 50,

2459-1376

**Gastronomie**

**Kantonsspital St.Gallen**

Arbeitsort St.Gallen

Im Unternehmen Kantonsspital St.Gallen werden Menschen gemäss unserem Leitbild fachkompetent und nach wissenschaftlichen Erkenntnissen behandelt, gepflegt und beraten.

Als Folge einer Neuorganisation innerhalb des Departements Betrieb & Infrastruktur suchen wir per 1. Juni 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

**Leiter/in Restauration und Anlässe (100%)**

**Ihre Aufgaben**

Als Gesamtverantwortliche/r für die Gaeste- und Personalrestauration mit einem Team von 40 Mitarbeitenden sind Sie täglich Gastgeber von ca. 1'500 Gästen. Neben dem Hauptrestaurant "vitamin" sind Sie auch verantwortlich für die italienische Kaffeebar "al terzo" sowie unser neuestes Konzept "seasons". Ebenfalls sind Sie zuständig für die Organisation und Durchführung von Sonderanlässen sowie für diverse Caterings und die Kongressgastronomie am Kantonsspital. Zusammen mit dem Küchenchef stellen Sie die Dienstleistungsbereitschaft und die Qualität des Verpflegungsangebotes auf höchstem Niveau sicher. Zusammen mit Ihrem Vorgesetzten, Leiter Gastronomie, sind Sie mitverantwortlich für die Erreichung der qualitativen und quantitativen Ziele in der Restauration und erarbeiten auch entsprechende betriebswirtschaftliche Auswertungen.

**Ihre Fähigkeiten**

Sie verfügen über eine Grundausbildung im Gastgewerbe und einen Abschluss an einer Hotelfachschule sowie über umfassende Führungserfahrung in Grossbetrieben der Selbstbedienungsgastronomie. Als unkomplizierte Gastgeberpersönlichkeit und innovationsfreudiger Gastronomieprofie gelingt es Ihnen, Ihre Mitarbeitenden wie auch die Vorgesetzten immer wieder mit neuen umsetzbaren Ideen zu begeistern. Als Organisationstalent verfügen Sie über fundierte PC- und Kassensystem-Kenntnisse.

**Ihre Zukunft**

Als Mitglied des Leitungsteams gestalten Sie die Entwicklung des Dienstleistungsbereichs Gastronomie aktiv mit. Wir verfügen über eine moderne Infrastruktur und Entfaltungsmöglichkeiten. Ihre Dienstleistungsorientierung und Ihr hohes Qualitätsbewusstsein können Sie vollenfängig einsetzen.

Für weitere Informationen steht Ihnen Herr Wolfgang Pierer, Leiter Gastronomie, Tel. +41 (0)71 494 24 11, gerne zur Verfügung.

Ihre vollständige Bewerbung senden Sie bitte unter Angabe der Ref. 06050 an personaldirekt@ksgg.ch oder

Kantonsspital St.Gallen  
Personaldirekt, Maria Witschi  
Rorschacher Strasse 95  
CH-9007 St.Gallen

Kantonsspital St.Gallen - ein Unternehmen, drei Spitäler. St.Gallen Rorschach Flawil

246-1329

**PARKHOTEL ZUG**  
Das Parkhotel Zug ist Teil der international tätigen METALL ZUG Gruppe, zu welcher auf dem Platz Zug auch die V-ZUG AG gehört.

Anfangs 2010 werden wir auf einem benachbarten Areal das City Garden Hotel mit 82 Zimmern und einem gastronomischen Highlight in Betrieb nehmen. Diese Erweiterung stellt über die Region hinaus ein aussergewöhnliches Vorhaben dar und stärkt die Position des Parkhotels Zug als das führende Unternehmen der Branche auf dem Wirtschaftsplatz Zug.

Um diese annähernde Verdopplung unserer Kapazität erfolgreich zu vermarkten und zu positionieren, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine erfahrene Persönlichkeit als

**Sales Manager (m/w)**

Ihr Aufgabenbereich

- Positionierung des neuen City Garden Hotels im Markt auf der Basis der strategischen Vorgaben und Erstellung der entsprechenden Konzepte
- Erschließung der entsprechenden neuen Kundensegmente
- Betreuung unserer Stammkunden, in erster Linie der in Zug ansässigen internationalen Firmen, inklusive der dazugehörigen Verkaufs- und Vertragsverhandlungen
- Besuch von Messen

Ihr Profil

- mehrere Jahre Erfahrung in ähnlicher Position
- Pre-Opening-Erfahrung von Vorteil
- perfekte Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten
- sicheres und selbstbewusstes Auftreten
- ein hohes Mass an Dienstleistungsorientierung
- sehr gute EDV-Kenntnisse
- sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse
- Team- und Begeistrungsfähigkeit
- Einsatzfreude, Freude und Flexibilität
- Organisationstalent

Sie arbeiten eng mit dem kleinen, professionellen Führungsteam unter der Leitung des Direktors zusammen und sind unmittelbar dem Marketingleiter unterstellt. Wir gehen klar von einer Person aus, welche nicht nur die Pre- und Opening-Phase erfolgreich bewältigt, sondern im Rahmen einer mittelfristigen Perspektive auch an der Umsetzung interessiert ist.

Im Weiteren suchen wir für unser Restaurant per sofort oder nach Vereinbarung eine erfahrene Persönlichkeit als

**Leiter/in Gastronomie**

Ihr Aufgabenbereich

- effiziente Führung der Bereiche Restaurant, Bankett und Catering mit einer Brigade von bis zu 20 Personen mit Erstellung abgestimmter Dienstpläne und Beachtung der einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen und Wahrung der vorgegebenen Qualitäts- und Service-Standards
- Leitung der gesamten Material- und Warenebwirtschaftung inklusive Einkauf und Lagerung
- Engagement als herzliche/r GastgeberIn, der/die den Gästen während des ganzen Besuchs eine Atmosphäre des Wohlbefindens vermittelt

Ihr Profil

- mehrere Jahre Erfahrung in einer vergleichbaren Position
- geborenes Flair als GastgeberIn für internationale Gäste wie lokales Publikum mit überdurchschnittlichen Kommunikationsfähigkeiten sowie einem ausgeprägten Organisationstalent
- hohes Mass an Eigeninitiative und Motivation
- «Hands on»-Mentalität ohne Scheu, gegebenenfalls auch notwendige Schritte selbst zu unternehmen
- Sie sind leistungsfähig, vertrauenswürdig, teamorientiert und flexibel
- sehr gute Deutsch- und gute Englischkenntnisse sowie sichere Formulierungen in Wort und Schrift sowie sehr gute PC-Anwenderkenntnisse der gängigen MS-Applikationen sowie der gängigen Kassensysteme

Sie arbeiten eng mit dem kleinen, professionellen Führungsteam unter der Leitung des Direktors zusammen und sind unmittelbar unterstellt. Wir gehen klar von einer Person aus, welche an einer mittelfristigen Arbeitsperspektive interessiert ist.

Wir bieten für beide Positionen interessante Anstellungsbedingungen in einem motivierten Team. Weitere Informationen können Sie unserer Website www.parkhotel.ch entnehmen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen, die wir zur Vorselektion gerne per E-Mail erhalten.

Stefan Garels, Direktor  
stefan.garels@parkhotel.ch

**PARKHOTEL ZUG IST DAS IM ZENTRUM DER STADT ZUG GELEGENE, FÜHRERNE UND ERFOLGREICHE VIERSTERNE-SUPERIOR HOTEL MIT CONGRESS CENTER, 112 ZIMMERN UND SUITEN, PIANOBAR, BANKETTRÄUMLICHKEITEN SOWIE RESTAURANT. ZU DEN WEITEREN EINRICHTUNGEN GEHÖREN EIN SAUNA- UND FITNESSBEREICH SOWIE EIN SCHWIMMBAD. ZUDER ERÖFFNETEN WIR IN DIENSTAGEN UNSER NEUES APARTMENTHAUS MIT 19 «SERVICED CITY APARTMENTS».**

**PARKHOTEL ZUG CONGRESS CENTER**  
CH-6304 Zug  
TEL +41 41 727 48 49  
FAX +41 41 727 48 49  
phz@parkhotel.ch  
www.parkhotel.ch

2464-1320



Das im Chalet-Stil erbaute Grandhotel Schönegg \*\*\* Superior mit 36 Zimmern und zwei Suiten liegt an einer der schönsten Lagen in Zermatt. Die Küche bereitet Tagesmenüs für die Hotelgäste zu sowie Speisen für unser A-la-carte-Restaurant «Gourmet-Stübli». Unsere Küche ist im GaultMillau aufgeführt und mit 15 Punkten bewertet.

Hier suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung in Jahresstelle

### ein/e Chef de Reception/ Option auf Direktionsassistentz

eine kompetente, freundliche und charmante Person, die Freude am Gastgewerbe hat und Verantwortung übernehmen kann.

Sie sind Absolvent einer Hotelfachschule mit Rezeptions-Erfahrung, sind Gastgeber aus Überzeugung und suchen eine langfristige Anstellung.

Sie sind verantwortlich für die Rezeption inkl. täglichen Rezeptionsarbeiten, Monatsabschlüssen, Debitorenbuchhaltung, Kommissionsabrechnungen und Betreuung unserer internationales Gäste.

Gute Sprachkenntnisse in D/F/E sind erforderlich.

Sind Sie interessiert, dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto zu.

Wir freuen uns, Sie dann zu einem persönlichen Vorstellungsgespräch einzuladen.

Grandhotel Schönegg  
Frau M.-J. Metry-Julen  
Konrad Metry  
3920 Zermatt  
Tel. 027 966 60 66  
Fax 027 966 60 65  
E-Mail: direktion@schonegg.ch  
www.schonegg.ch

2429-1300



### BELAIR

### CANTINELLA

Bei uns im Hotel Belair wird eine Stelle frei! Wir suchen ab **1. August 2009** für unseren lebhaften Front Desk eine/n aufgestellte/n

### Réceptionist/in

Sie haben bereits an der Réception gearbeitet und sind sich gewohnt, selbstständig einen Dienst zu übernehmen. Ihre Fremdsprachenkenntnisse in E und F setzen Sie täglich ein und lassen sich auch in hektischen Situationen nicht aus der Ruhe bringen. Von Vorteil bringen Sie bereits Protel-Kenntnisse mit und schätzen den Umgang mit internationalen Gästen.

Falls Sie in einem jungen und motivierten Team arbeiten möchten, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

Bitte senden Sie uns Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an folgende Adresse:

Hotel Belair  
Frau Regula Bürgin  
Alte Winterthurerstrasse 16  
8304 Wallisellen-Zürich  
Tel. +41 44 839 55 55  
www.belair-hotel.ch  
r.buerigin@belair-hotel.ch

2429-1300

## merkur kaffee

Die Merkur Kaffee AG ist die Nr. 1 im CH-Gastronomie-Markt. Seit 1918 führen wir uns dem Wohl unserer Kunden verpflichtet. Unser langjähriger Gebliebelter geniesst in Kürze seinen wohlverdienten Ruhestand. Aus diesem Grund suchen wir auf **Anfang Oktober 2009** nach Vereinbarung einen

### Gebietsleiter für die Zentralschweiz (100%)

Ihre Herausforderung liegt darin, täglich unsere langjährige Stammkundschaft aus der Gastronomie zufriedenzustellen und das Kundenportfolio mit Neukunden weiterzuentwickeln. Für Sie steht der Kunde im Mittelpunkt Ihres Denkens und Handelns. Als Frontmann wissen Sie Ihr verkaufserisches Geschick einzusetzen. Sie pflegen gekonnt Ihre Netzwerke und führen Degustationen durch.

**Ihr Profil:** Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufslehre sowie idealerweise über Erfahrung im Aussendienst. Sie sind eine sympathische, initiativ- und unternehmerisch denkende Persönlichkeit und zeichnen sich durch Engagement, Durchsetzungskräfte sowie eine hohe Leistungsbereitschaft aus. Zu Ihren Vorteilen gehört eine Ausbildung in der Gastronomie oder der Abschluss einer Hotelfachschule. Sie sind versiert im Umgang mit den gängigen MS-Office-Anwendungen.

**Unsere Leistungen:** Es erwarten Sie eine vielseitige, verantwortungsvolle Aufgabe, verbunden mit grosser Selbstständigkeit in einer sehr dynamischen und stark wachsenden Unternehmung. Ein gut eingespieltes Team unterstützt Sie jederzeit tatkräftig. Im Weiteren bieten wir Ihnen zeitgemäss Anstellungsbedingungen und eine den Anforderungen entsprechende Entlohnung.

Nehmen Sie diese Herausforderung an? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen, inklusive Foto, an: **Merkur Kaffee AG, Herr Peter Gertsch, Leiter Verkauf Schweiz, Bernstrasse 180, 3052 Zollikofen**, oder per E-Mail an [cornelia.boss@merkukaffee.ch](mailto:cornelia.boss@merkukaffee.ch).

**Hotel-Restaurant Alpenblick**  
Richard und Yvonne Stöckli  
3812 Wilderswil-Interlaken  
Tel. 033 828 35 50 - Fax 033 828 35 51  
[www.hotel-alpenblick.ch](http://www.hotel-alpenblick.ch)

### Lust auf eine neue Herausforderung:

Unser Gourmetstübli wurde mit 3 Hauben und 17 Punkten Gault Millau und 1 Stern Michelin ausgezeichnet.  
In unserem dynamischen und qualitätsbewussten Team suchen wir:

**Reception:** Receptionist/in mit Erfahrung  
**Service :** Servicefachangestellte/r für unsere A-la-carte-Restaurants  
**Servicemitarbeiter/in** für unsere Haushäste

**Etage:** Frau für Zimmer und Lingerie

Sie haben eine fundierte Ausbildung in der Hotellerie, verfügen über einige Jahre Berufserfahrung und suchen eine längerfristige Anstellung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto und erzählen Ihnen gerne, was wir alles zu bieten haben.



Wir sind ein gut eingeführtes, erfolgreiches Unternehmen der Gastronomieausstattungsbranche.

Zum Ersatz unseres vor der Pensionierung stehenden Stelleninhabers im Reisegebiert Zürich, Schaffhausen und Schwyz suchen wir eine zielstreibige Persönlichkeit als

### Verkaufsprofi im Aussendienst

Für diese anspruchsvolle Aufgabe müssen Sie eine gastronomische Grundausbildung und Verkaufserfolge nachweisen können.

Sie sind ca. 30-45-jährig und die ganze Woche voll reisebereit.

Wenn Sie gerne selbstständig arbeiten und Verantwortung übernehmen, dann sind Sie bei uns richtig. Es erwarten Sie absolut leistungsgerechte Anstellungsbedingungen in einem Unternehmen, wo ein motiviertes und gut eingespieltes Team sich darauf freut, Sie in jeder Beziehung zu unterstützen.

Mit Interesse erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen. Selbstverständlich sichern wir Ihnen volle Diskretion zu.

### Victor Meyer Hotelbedarf AG

Herr Christian Arnet  
Industriestrasse 15  
Postfach 256  
6203 Sempach Station  
[christian.arnet@victor-meyer.ch](mailto:christian.arnet@victor-meyer.ch) | [www.victor-meyer.ch](http://www.victor-meyer.ch)

2435-1304



## Hotel Therme Vals

Das einzigartige Hotel mit der einzigartigen Therme an einem einzigartigen Ort.

Hier suchen wir Sie per Juni 2009:

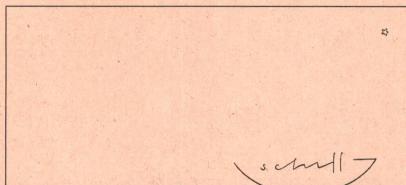
**Im Roten Saal**  
Sommelier m/w  
Servicemitarbeiter m/w  
150 Plätze, 15 Punkte GaultMillau

**Im Restaurant Chessi**  
Serviceleiterin  
70 Plätze, 3 Servicemitarbeiter

Die Saison dauert vom 13. Juni 2009 bis 5. April 2010.  
Senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Foto oder melden Sie sich per e-mail bei uns.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung  
Sonja Dietrich  
Therme Vals, 7132 Vals  
Telefon 081 926 89 92  
Fax 081 926 80 00  
e-mail: [sonjadietrich@therme-valsws.ch](mailto:sonjadietrich@therme-valsws.ch)  
homepage: [www.therme-valsws.ch](http://www.therme-valsws.ch)

2429-1309



Am Ufer des Zürichsees, angrenzend ans Naturschutzgebiet, liegt wunderschön unser «Schiff». Mit zwei traumhaften Terrassen, Speiserestaurant, Schiffslustue, Saal, Weinstube, Seerosenbar und 30 individuellen Zimmern. In dieser unvergleichlichen Atmosphäre leben wir Gastfreundschaft für unsere Gäste aus nah und fern.

### Direktionsassistent/-in

Sie sind etwa zwischen 26 und 35 Jahre alt, haben bereits gute Erfahrung in Küche und Service sowie einen höheren Fachschulabschluss.

Sie lieben die Natur, sind gesund, energievoll und menschlich. Sie verstehen konzeptionell zu denken und verfügen über ein ausgeprägtes Gefühl für Qualität. Im Umgang mit Mitarbeitern sind Sie sicher und wohlmeinend, gegenüber Gästen herlich, hilfsbereit und offen.

Sie verfügen über eine natürliche Autorität, sind kommunikativ, können Mitarbeiter fördern und begeistern. Und Sie hätten Freude, mich flexibel, zuverlässig und beispielhaft zu unterstützen, eines der wohl schönen Häuser am Zürichsee zu führen.

Eine anspruchsvolle, abwechslungsreiche und sehr vielfältige Aufgabe, ein starkes Kaderteam, junge Mitarbeiterinnen, kundige Unterstützung und Wertschätzung erwarten Sie.

Ich freue mich auf Ihre Bewerbungsunterlagen und darauf, Sie kennen zu lernen.

Caesar Huber, Hotel Restaurant Schiff mit Seerosenbar,  
8808 Pfäffikon SZ, Tel. 055 416 17 18,  
[www.schiff-pfaeffikon.ch](http://www.schiff-pfaeffikon.ch)

2429-1311

## aoz

Die AOZ ist ein Unternehmen der Stadt Zürich und seit vielen Jahren im Auftrag des Kantons, der Stadt und weiterer Gemeinden im Migrations- und Integrationsbereich tätig.

Die Tasteria ist ein Bildungs- und Arbeitsintegrationsprogramm der AOZ im **Gastrobereich**. Fachleute vermitteln den Teilnehmenden die Grundlagen der Gastronomie und bereiten sie auf eine zukünftige Tätigkeit im ersten Arbeitsmarkt vor.

Per Anfang Juli suchen wir eine Persönlichkeit für die

### Programmleitung Tasteria (80–100%)

#### Aufgabenbereich

- Fachliche und betriebliche Leitung des Restaurants; Akquisition und Kundenbetreuung
- Verantwortlich für die Organisation und Weiterentwicklung des Programms Tasteria
- Personalführung von 2 Festangestellten und ca. 20 Teilnehmenden
- Führung, Förderung und Ausbildung der Programtteilnehmenden

#### Anforderungsprofil

- Abgeschlossene Ausbildung als Koch und/oder Hotelfachschule mit breiter Berufserfahrung im Gastronomiebereich
- Erfahrung in Personalführung, Lehrlings- oder Erwachsenenbildung
- gute administrative, organisatorische und konzeptionelle Fähigkeiten
- fundierte IT-Kenntnisse (MS-Office)
- sozialkompetent, initiativ, kreativ und belastbar
- Interesse an der Gestaltung und Weiterentwicklung eines lebhaften Projektes
- Bereitschaft zu Abend- und Wochenendeinsätzen
- Führerausweis Kat. B

Wenn Sie gerne mit Menschen aus unterschiedlichen Kulturreihen arbeiten und eine selbstständige, vielseitige Aufgabe in einem lebhaften Umfeld suchen, dann freuen wir uns auf Ihre vollständige, schriftliche Bewerbung an: AOZ, Personalien, Erika Müller, Zypressenstrasse 60, 8040 Zürich ([www.aoz.ch](http://www.aoz.ch))

Nähere Auskunft erteilt Ihnen gerne Carmen Schildknecht, Leiterin Fachbereich Arbeit, Tel. 043 / 288 34 22

**Hoteldirektorin  
gesucht und gefunden**  
htr stellenrevue –  
der grösste Stellenmarkt  
der Branche

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation  
Telefon 031 370 42 37, [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)

2429-1308

# people – wissen, welche Sessel frei werden

## 10 Wochen lang für CHF 25.00

Büroabonnement  
Tasfeli (80–100%)

Abonnementspausen  
Büroabonnement  
Tasfeli (80–100%)

Abonnementspausen  
Büroabonnement  
Tasfeli (80–100%)

Abonnementspausen  
Büroabonnement  
Tasfeli (80–100%)

Verfolgen Sie 10 Wochen lang den Sesselrücken

für CHF 25.00! 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

**Finden Sie Ihren  
Traumjob  
mit hoteljob.ch!**

Einfach unter [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch) den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.

Viel Erfolg bei der Suche!

# Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

## Direktion/Geschäftsleitung

**Position, Arbeitgeber**

Restaurant Manager (m/w) 100%

F&B-Assistent / Betriebsassistent – Luzern

Restaurant Manager (w/m) 100 %

Geschäftsführer / Pächter

Restaurant Manager.

Stv. Storemanager/-in

**Ort** **Job-Code**

Region Basel J2372

Region Zentralschweiz J2376

Region Mittelland (SO, AG) J2375

Region Bern J2308

Region Zürich/Schaffhausen J2326

Region Zürich/Schaffhausen J2217

Köchin/Koch 100%

Küchenchef (m/w)

Küchenchef

Souschef

Chef de partie (w/m)

Küchenchef (m/w)

Jungkoch gesucht (direkt am Paradeplatz)

Chef de Partie

Pâtissier mit Gourmet-Erfahrung

Küchenchef

Koch / Heimkoch (m)

Souschef

Küchenchef w/m (100%)

Diätkoch/köchin

Region Zürich/Schaffhausen J2328

Region Basel J2293

Region Zürich/Schaffhausen J2221

Region Bern J2233

Region Basel J2298

Region Zürich/Schaffhausen J2225

Region Bern J2218

Region Basel J2297

Region Mittelland (SO, AG) J2370

Region Ostschweiz J2285

Region Bern J2230

Region Zürich/Schaffhausen J2279

Region Basel J2292

## Verkauf/Marketing

**Position, Arbeitgeber**

Marketingassistent/in 80–100%

Sales Representative (m/w)

Leiter/in Reservation und Verkauf.

Sales Manager/in

**Ort** **Job-Code**

Region Basel J2290

Region Basel J2300

Region Ostschweiz J2281

Region Basel J2295

Chef de Service (m/w).

Servicemitarbeiter/-in gesucht

Servicemitarbeiterin

Servicefachangestellte

Servicestageangestellte / Servicefachangestellte

Servicestageangestellte w/m

Tagungsbetreuer/in

Servicemitarbeiter (m/w) Wintersaison – Zermatt

Chef de Service

Region Mittelland (SO, AG) J2280

Region Bern J2368

Region Bern J2305

Region Zürich/Schaffhausen J2310

Region Ostschweiz J2286

Region Zürich/Schaffhausen J2278

Region Basel J2301

Region Oberwallis J2377

Region Zürich/Schaffhausen J2220

## Kaufmännisch/Finanzen/HR/IT

**Position, Arbeitgeber**

HR-Leitung

**Ort** **Job-Code**

Region Zürich/Schaffhausen J2224

## Réception/Front Office

**Position, Arbeitgeber**

Front Office Manager

**Ort** **Job-Code**

Region Zürich/Schaffhausen J2222

Mitarbeiterin Kundenempfang Zürich (Teilzeit / Ablösung)

Region Zürich/Schaffhausen J2373

Empfang / Administration

Region Zürich/Schaffhausen J2223

Rezeptionistin

Region Zürich/Schaffhausen J2303

Betreuung Back Offices / ca. 60%

Region Zürich/Schaffhausen J2329

Receptionist Saisonstelle - Gstaad

Region Bern J2378

Stv. Chef de réception

Region Ostschweiz J2284

## Food & Beverage

**Position, Arbeitgeber**

Director of Food & Beverage

**Ort** **Job-Code**

Region Zürich/Schaffhausen J2219

Betriebsassistentin

Region Zürich/Schaffhausen J2309

Leiter Einkauf (m/w) interims

Region Basel J2299

Einkäufer/in

Region Basel J2302

## Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B266	Barkeeper	31	CH	per sofort	D E
B286	Gouvernante	26	CH	ab sofort	
B199	Hoteldirektion oder Dir. in Parahotellerie	44	CH	per sofort	D F H E
B290	Küchenchef	31	D	per sofort	ENGLISCH-GUT, FR
B109	Receptionistin	21	CH	per sofort	D F E
B273	Receptionistin	24	CH	per sofort	D F E
B280	Reservation / Reception	46	CH	per sofort	D F E
B157	Restaurantleiter/Betriebsassistent/Stv.Geschäftsführer	31	D	per sofort	D E S R
B276	Restaurationsleiter,Maitre d'hotel,chef de service	47	MA	per sofort	D F H I
B294	Service, Bankett	22	D	per sofort	D E
B288	Service / Bar	37	CH	per sofort	D F E SPANISCH

1 Referenznummer – *Número des candidats*

2 Beruf (gewünschte Position) – *Profession (Position souhaitée)*

3 Alter - Age

4 Nationalität – *Nationalité*

5 Eintrittsdatum – *Date d'entrée*

6 Sprachenkenntnisse – *Connaissances linguistiques*

Stand per 18.05.09. Aufgeführte Stellengesuche können zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

## Küche

**Position, Arbeitgeber**

Koch/ Chef de Partie – Saisonstelle

**Ort** **Job-Code**

Region Graubünden J2379

EXECUTIVE CHEF

International J2323

Koch für temporäre Einsätze

Region Bern J2327

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

**htr** **hotelrevue**

# Anzeigenschluss verpasst?



Für unseren Betrieb in Lenzerheide suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft

### - Jungkoch (-köchin)

in Saison- oder Jahresstelle.

Jung, motiviert, flexibel, so stellen wir Sie uns als Mitarbeiter/in vor.  
Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

René und Andres Bergamin

Café Aurora  
Voa Sporz 1  
7078 Lenzerheide

Tel. 081 384 13 32  
Fax 081 384 66 32  
[www.cafe-aurora.ch](http://www.cafe-aurora.ch)

2447/138



### 3818 Grindelwald

im Zentrum direkt neben Bergbahnen First

Wir suchen auf Sommersaison, Eintritt Mitte Juni, in heimeliges Spezialitätenrestaurant mit guter, anspruchsvoller Stammkundschaft  
jungen, motivierten, flinken

### Koch

Es freuen sich auf Ihre Bewerbung:  
R. und A. Gruber-Abegglen  
Tel. 033 853 42 42  
Fax 033 853 42 88  
E-Mail: [altep@grindelwald.ch](mailto:altep@grindelwald.ch)  
[www.altep@grindelwald.ch](http://www.altep@grindelwald.ch)

### Suisse romande



### HOTEL GUARDA GOLF

CRANS MONTANA SWITZERLAND

recherche:

### Chef de partie (f/h) Aide pâtissier (f/h)

### Réceptionniste de nuit (h)

### Entretiennante (f)

Le caractère solaire, sérieux et flexible  
Expérience Hôtel 5 étoiles dans un poste similaire  
Département Réception: Connaissances de  
«Fidelio V7/V8, Word, Excel  
Langues F/E/D (italien, un atout)  
Bonne présentation

Nous tenons à préciser qu'il ne sera pas répondu aux dossiers répondants aux critères mentionnés ci-dessus.  
Veuillez envoyer CV + photo + certificats + diplômes à l'adresse suivante:

Hôtel Guarda Golf  
Ressources Humaines  
Rue des Sommets de Crans 12 – CP 160  
3963 Crans-Montana (VS) Suisse  
Tél. +41 27 486 2000 – Fax +41 27 486 2001  
[www.hotelguardagolf.com](http://www.hotelguardagolf.com) – [info@hotelguardagolf.com](mailto:info@hotelguardagolf.com)

2408/1375

### International



### Mirihi – as unique as you!

The Mirihi Island Resort is a very successful, unique, elegant, small boutique hotel, located in the South Ari Atoll in the Republic of the Maldives. 36 tastefully appointed Villas are spread over the island. We have 1 Main Restaurant, 1 Over-water a-la-carte Restaurant, 1 Main Bar and 1 Sunset Cocktail Bar (included in the Over-water Restaurant). Besides that, we spoil our guests with a very professional Dive-centre, some non-motorized water-sport equipments, a wonderful sailing yacht and with a small and elegant SPA area. But the most important is our personal and unique service – as unique as you!

We are famous for our excellent cuisine, which is one of our USPs. After 2 very successful years, our current Executive Chef will leave Mirihi in August 2009 in order to look for a new challenge. Therefore, to complete our dynamic and successful team, we are looking for an

EXECUTIVE CHEF  
(Date of joining by 1<sup>st</sup> August 2009 or upon agreement)

#### Who we are:

- A privately owned, unique, 4.5\* boutique hotel with 140 employees and a very personal service
- Our guests are mainly from Germany, Switzerland, UK, Austria and Japan (overall year around 45% repeaters)
- 1 Main Restaurant with 80 seats inside or 80 seats outside on the terrace, close to the beach
- 1 Fine-Dining Over-water A-la-carte Restaurant (including a Cocktail Bar) with 18 seats and an amazing sunset-deck
- 1 Main Bar with separate sundeck

#### What we expect from you:

- The full guidance of our young but well trained kitchen-team of about 30 employees (together with a very experienced Sous-Chef)
- An excellent knowledge of international cuisine with experience in a similar position
- To train and develop daily your team and to increase the quality and standard of food and services
- To plan, organize and lead all kitchen-related special events like private BBQs, excursions on our sailing yacht, a special theme evenings in our A-la-carte Restaurant, etc.
- To handle personally all administrative duties like the staff-planning, the international purchase and the creation of new buffets and a-la-carte menus

#### What kind of person you should be:

- An outgoing, hands-on, dynamic, professional leader with excellent communication skills
- A natural team player providing a very personal and unique service to our guests
- You should have very good skills in English (in speaking and writing) and a second language would be appreciated
- Some working experience on an Island or generally in the Asian area would be an advantage

#### What we can offer you:

- Probably the best place on earth to live daily the wonderful vocation of hotel business
- USD net-net, salary, tax free
- Return flight ticket to passport country once a year
- Single accommodation
- All meals and reasonable beverages in the main restaurant
- 30 days annual holiday and 1 day off per week
- Additionally 7-days R&R per year, including a flight allowance
- Health insurance (paid by Mirihi)
- Reasonable discounts for all further resort facilities

#### What does it need to contact us?

It does need enthusiasm to work on a small and unique Island in the middle of the Indian Ocean and the conscious what this means for your live and for your personal environment. It does need your conviction about yourself and your skills and especially the joy to work with a young, international team. And last but not least it does need as a person and your humanness, but most important your uniqueness....because you would be part of the Mirihi-team – as unique as you!

We are looking forward to receive your detailed CV with your photo and the most important references via e-mail to [gm@mirihi.com](mailto:gm@mirihi.com) (please file-size not more than 2MB). For more impressions about Mirihi, please visit our homepage, [www.mirihi.com](http://www.mirihi.com).

For any further information regarding your application, please contact Mr. Martin Vossen, General Manager, Mirihi Island Resort, South Ari Atoll, Republic of the Maldives, E-mail: [gm@mirihi.com](mailto:gm@mirihi.com).

### Svizzera italiana



Wir sind ein wunderschön gelegenes Familienerholshotel 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, kollegalem 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 Büschli  
6575 San Nazzaro  
Tel. 091 7852171  
[www.sassda grüm.ch](http://www.sassda grüm.ch)  
[info@sassda grüm.ch](mailto:info@sassda grüm.ch)

Case Postale 65  
2852 Courtételle  
T 41 32 420 74 20  
F 41 32 420 74 21  
[info@frj.ch](mailto:info@frj.ch)  
[www.frj.ch](http://www.frj.ch)

Fondation  
Rurale  
Interjurassienne

COURTEMELON LOVERSSY

### La FRI met au concours un poste de Enseignant-e dans le domaine «Accueil et service», 50-70%

■ Voir définition exacte du poste sur [www.frij.ch](http://www.frij.ch)

#### Votre mission:

- Concevoir et dispenser des cours, conseiller divers publics dans le domaine de l'intendance et de l'économie familiale, suivre et encadrer les apprentis GEI, participer à l'organisation de l'EMI.

#### Votre profil:

- Formation professionnelle supérieure dans le domaine de l'hôtellerie ou l'intendance.
- Plusieurs années de pratique de l'accueil et du service dans des ménages collectifs.

#### Entrée en fonction:

- 1<sup>er</sup> août 2009 ou date à convenir.

#### Lieu de travail:

- Courtemelon (à 3 km de Delémont).

#### Régions d'activités:

- Jura et Jura bernois.

#### Candidatures à adresser à:

Fondation Rurale Interjurassienne, Postulation, Courtemelon / CP 65, 2852 Courtételle, jusqu'au 25 mai 2009.

2407-139

### HOTEL INTERNATIONAL, LUGANO

80-Zimmer, renommé zentralgelegenes

Hotel sucht ab sofort:

### RECEPTIONIST(IN)

Sprachen: I,D,F,E

Als fachlich kompetente Persönlichkeit,  
verfügen Sie über Berufserfahrung und  
gute Fidelio-Kenntnisse.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit  
Zeugnisse, Lebenslauf und Foto.

Fam. Schmid, Hotel International au Lac  
Via Nassa 68, 6901 Lugano

Tel: 091 922 75 41, Fax: 091 922 75 44  
e-mail: schmid@hotel-international.ch

2406-1377

### Stellengesuche

Slowakin, 27-j., sucht Stelle in Jahres- oder Saisonbetrieb  
im Wellness-Bereich als

### Kosmetikerin

Zusätzliche Ausbildung für diverse Massagen, Gesichts- und Augenmassagen.

Sprachen: Deutsch, Englisch und Russisch-Kenntnisse.

Ab Mt. Juli zu Ihrer Verfügung.

Jana Petrikova, Tel. 0042 190 571 44 40.

Kontaktperson in der Schweiz: Ueli Notz, Hotel Hippel Krone, 3210 Kerzers, Tel. 079 568 92 31.

2406-1377

### Stellenvermittlungen



### DOMINO GASTRO

Personal – Vertraut

[www.dominogastro.ch](http://www.dominogastro.ch)

Tel. 055 415 52 80

[personal@dominogastro.ch](mailto:personal@dominogastro.ch)

für Bewerber kostenlos.

2444-1206

604-299

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes Hotelpersonal.

Verlangen Sie das Anmeldeformular.

### Stellenvermittlungsbüro Hotelia

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09

[www.hotelia.ch](http://www.hotelia.ch)

361-021

2406-1377

### 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 / Édition et rédaction: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredakteur / 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, Della Piscopo, Patricia Nobis Wyss

E-Mail: [Innendienst@htr.ch](mailto:Innendienst@htr.ch)

Anteigentag (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

Frontseite / Première page: Fr. 1.70 (exkl. MwSt. / sans TVA)

Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)

Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)

Fr. 1.50 (exkl. MwSt. / sans TVA)

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 G2D bis Freitag vor Erscheinung möglich – weitere G2D kosten pro Auszug Fr. 30.–

#### Termine:

– Ausgabe

– Erscheinung

– Anzeigenchluss Mo. 12.00 Uhr

Nr. 22/2009

28.5.2009

25.5.2009

Nr. 23/2009

4.6.2009

29.5.2009

Nr. 24/2009

11.6.2009

8.6.2009

Nr. 25/2009

18.6.2009

15.6.2009

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

WEMF-begläbt 2007/08 / contrôlé REMP 2007/08, verkauft 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.