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: 01.08.2025

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

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

1002893 Schweiz. Nationalbibliothek
Periodikadienst
Hallwylerstrasse 15
3005 Bern
006
01576
30

htr hotel revue
avec cahier français
20. Mai 2009
Nr. 21 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
www.htr.ch
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus
Heute mit 95 Stellenangeboten

Design-Hotels
Scuol, Gondo, Barcelona, Hamburg: Vier Hotelkonzepte mit ganz individuellem Charme.
Seite 13 bis 15

Luzern
Projektleiter Jost Huwyler zu Plänen und Hintergründen der Salle Modulable als Erweiterung des Kulturangebots.
Seite 5

Weinseminar
Im Weinkurs von und für Frauen lernen weibliche Weinfans entspannter.
Seite 17

Spa Summit
«Wir müssen eine neue Welt kreieren, und das erreichen wir nur gemeinsam.»
Seite 6

Alt-Bundesrat Adolf Ogi

Pascal Zellet/IVG

Erfolg, in Stein gehauen

Der wichtigste Tourismuspreis der Schweiz bleibt in Bewegung. Dieses Jahr wird der Milestone zum 10. Mal verliehen. Bisherige Gewinner trafen sich zum Get-together.

ELSBETH HOBMEIER

Um den Milestone, den wichtigsten Preis der Schweizer Tourismusbranche, in steter Bewegung zu halten und Innovation nicht nur zu predigen, sondern auch zu leben, lud die hotel revue bisherige Gewinner nach Bern. Von nah und fern reisten jene Frauen und Männer an, welche den Meilenstein in einem der neun letzten Jahre für ihr innovatives Projekt gewonnen hatten. In Interviews und Fragebogen äusserten sie ihre Erfahrungen mit der Auszeichnung, aber auch ihre Ideen, wie dessen Wirkungsradius vergrössert werden könnte. Die allermeisten Gewinner berichteten von einem positiven PR-Effekt und grosser Anerkennung in der Branche. «Es liegt am Preisträger, ein Maximum daraus zu machen», sagt einer der Gewinner. Allgemein gewünscht wurde jedoch ein noch grösseres Echo in den Medien: «Der Milestone muss zum Think Tank der Branche werden.»

Die Anregungen werden in die Vorbereitungsarbeit der nächsten Milestone-Verleihung einfliessen, die am 17. November 2009 in Bern stattfinden wird – als Jubiläums-Event, wurde der Milestone doch im Jahr 2000 zum ersten Mal verliehen. Peter Kühler als «Vater des Gedankens» wollte vor zehn Jahren «dem Tourismus zu einer besseren Lobby verhelfen und ihn in Wirtschaftskreisen besser etablieren». Dass dies gelang, bezeugten viele der Anwesenden. «Von Anfragen touristischer Partner regelrecht überschwemmt» wurde René Kamer, CEO der RailAway. «Von Vortrag zu Vortrag» reist Beat Anthamatten, der Gewinner des ersten Nachhaltigkeits-Milestone.

Die Bewerbungen für 2009 können ab sofort eingereicht werden unter www.htr-milestone.ch.
Seite 7 bis 12 und 24

Der Milestone wird in diesem Jahr zum 10. Mal verliehen.

Kommentar

Mit einem Label ist die Hygiene nicht mehr nur Kostenfaktor

GUDRUN SCHLENCZEK

Einmal mehr kommen die Kantone Bundesbern zuvor und lancieren Hygiene-Labels auf Verbands- bis Kantonsebene, während das Bundesamt für Gesundheit noch an einer Vernehmlassung zu Hygienemängeln im Gastgewerbe arbeitet. Der politische Vorgang erinnert an jenen beim Rauchverbot. Wie dort, könnte der Druck der Konsumenten für mehr Transparenz schliesslich dazu führen, dass ein öffentlich zugängliches Hygienezeugnis für einen Betrieb Standard wird. Und wie beim Schutz vor Passivrauchen,

«Der politische Vorgang erinnert an das Rauchverbot. Erst die Kantone, dann Bern.»

sind andere europäische Länder bereits Vorbild: Seit 2001 kennt Dänemark das «Smiley-System», das zwischen «gut» und «schlecht» unterscheidet. Einen «Smiley» vergibt neu auch die Lebensmittelaufsicht des Berliner Bezirks Pankow und veröffentlicht «Grüsel-Betriebe» samt Fotos auf einer Negativliste im Web. Freiwillig ist der Smiley-Pilot in Nordrhein-Westfalen, bereits 250 Betriebe machen mit. Grundlage ist das letztes Jahr novellierte deutsche Verbraucherinformationsgesetz.

Im Gegensatz zum Rauchverbot ist ein Hygiene-Label für die gastgewerblichen Betriebe jedoch klar eine Chance. Denn der Aufwand, der hinter korrekter Selbstkontrolle, Lebensmittelüberwachung&Co. liegt, kann so aktiv im Marketing verwendet werden und ist nicht mehr nur ein Kostenfaktor. Allerdings bleibt der Aufwand für Individualbetriebe deutlich höher als für Systembetriebe wie McDonald's.
Seite 4

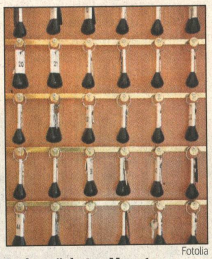
Studie Demoscope

Leser bewerten hotel revue sehr positiv

Gute Noten für die hotel revue: Bei einer qualitativen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Demoscope, äusserten sich sowohl Abonnenten als auch Nicht-Abonnenten durchwegs lobend. «Mir ist aufgefallen, wie positiv die Befragten die Zeitung bewertet haben. Das ist sehr selten», so Sabine Brunner, Research Consultant bei Demoscope. Egal ob Kader aus Hotellerie, Restauration, Tourismus oder Spitalhotellerie: Alle empfinden die hotel revue gleichermassen als «ihre» Branchenzeitung. Nach der qualitativen folgt nun noch eine umfassende quantitative Leserschaftsstudie. gsg
Seite 3

Tourismusprognose

Die Durststrecke wird bis zum Jahr 2011 dauern



Fotolia

In den nächsten Monaten dürften in den Hotels mehr Zimmerschlüssel hängen bleiben.

BAK Basel Economics prognostiziert in der gestern publizierten Tourismusprognose das Ende der Durststrecke für den Winter 2010/2011. Im gesamten Tourismusjahr 2011 sei erstmals wieder ein moderates Wachstum (rund 1,3 Prozent) zu erwarten. Am kräftigsten zulegen dürfte dann zumal der Städtetourismus, der in den Jahren 2009 und 2010 laut den Basler Konjunkturforschern die deutlichsten Rückgänge verzeichnen werde. Bezogen auf die kommenden 18 Monate zeichnet BAK Basel für die Schweizer Hotellerie ein eher düsteres Bild. Für die anstehende Sommersaison (Mai bis Oktober 2009) wird ein Rückgang der Hotellogiernächte um 7,2 Prozent erwartet, was dem heftigsten Rückgang seit 1982 entspreche. Auch für das Tourismusjahr 2010 geht die Studie von negativen Wachstumsraten (rund 2,6 Prozent) bei der Zahl der Hotelübernachtungen aus. Auch die reale Wertschöpfung im Gastgewerbe leidet unter der rezessiven weltwirtschaftlichen Entwicklung. Für das Schweizer Gastgewerbe wird im 2009 ein Rückgang der realen Wertschöpfung um 5,7 Prozent erwartet, im 2010 um 2,8 Prozent. dst
Seite 4

www.htr.ch
Adresse: Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax: 031 370 42 24
E-Mail: redaktion@htr.ch
Verlag: Tel. 031 370 42 22
Fax: 031 370 42 23
E-Mail: verlag@htr.ch
9 771662 334000 21

ANZEIGE

HoReGa
www.horega.ch
061 281 95 75
Kursänderung nach oben.
Personalmanagement und -rekrutierung für die Hotellerie, die Gastronomie, den Tourismus und das Gesundheitswesen

Polster-Möbel-Klinik
Schoffelgasse 3, 8001 Zürich
079 403 39 93
"De Stör-Polsterer chunt!"
ACHTUNG!
Sessel•Sofas•Bänke
Stühle
Neu beziehen und aufpolstern
•.Gratisberatung, Offerte und
•.Sofort-Ausführung in Ihrem Betrieb
•.mind. 10% auf Konkurrenzofferte
• 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
• Rufen Sie uns unverbindlich an:
079 403 39 93

KÄSTLISTOREN
Ideen Design Kompetenz
Für mehr Gäste – bei jedem Wetter
Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne!
Kästli & Co. AG
Hühnerhubelstrasse 63
CH-3123 Belp-Bern
Tel. 031 340 22 22
www.kaestlistoren.ch
info@kaestlistoren.ch

Es muss doch nicht alles so
kompliziert sein.

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

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

Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten
Stampfenbachstrasse 117, CH-8042 Zürich
Tel. 044 366 50 50
einkauf@horego.ch, www.horego.ch

Schweizerische Nationalbibliothek
Bibliothèque nationale suisse
Biblioteca nazionale svizzera
Biblioteca nacional suiza

Aus der Region

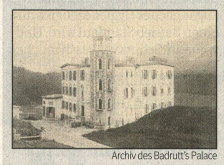
Graubünden

Bogner, Berthod und Bergbahnen inklusive

zvg

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 verzeichnete laut neuem Geschäftsleiter einen erfreulichen Neustart. Nach der Eröffnung seien etwa 350 Personen aufs Gelände geströmt, 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

Abstimmungen. Hauchdünnes Ja. Mit einem Anteil von 50,1 Prozent an Ja-Stimmen hat das Schweizer Stimmvolk der Einführung des biometrischen Passes zugestimmt.

Tourismus kann aufatmen

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

DANIEL STAMPFLI

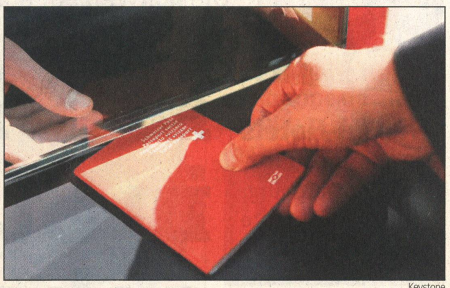
Im Vorfeld der Abstimmung vom vergangenen Wochenende haben Tourismuskreise immer wieder darauf hingewiesen, wie wichtig für sie die Einführung des biometrischen Passes ist. Denn mit einem Nein wäre das Schengen-Visum für ausländische Gäste in Gefahr gewesen. Dieses Argument scheint zumindest bei den Tourismuskantonen 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 Dossiers einsetzen, in denen akuter Handlungsbedarf herrscht», so Brentel.

Ebenso erleichtert über den Ausgang der Abstimmung vom vergangenen Wochenende ist Mario 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 Referendumsprozessen verschont bleiben».

Der Wirtschaftsdachverband Economiesuisse 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.



Keystone

Ab März 2010 werden nur noch biometrische Pässe ausgestellt.

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 Gastgewerbegesetz mit 56,11 Prozent Nein zu 43,89 Prozent Ja ab. Das Verkaufsverbot von Alkohol in Tankstellen-Shops ist damit vom Tisch. Die Neuenburger Tankstellenbetreiber 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 anliegenden 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 STAMPFLI/SDA

Im Kanton Baselland wurde am Sonntag die Gesetzesinitiative «Schutz vor Passivrauchen» deutlich angenommen. Sie bringt ein Rauchverbot in allen öffentlich zugänglichen Gastwirtschaftsbetrieben. Erlaubt bleiben nur unbediente Fumoirs. 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 anderen Räumen und deren Entlüftung getrennt sind. Dabei bleibt es also auch. Demgegenüber gibt es für Beizengänger im Kanton Thurgau kein totales Rauchverbot. Die Stimmberechtigten gaben 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 Raucherräumen (Fumoirs) bedient werden. Inzwischen hat mehr als die Hälfte der Schweizer Kantone den Nichtraucherschutz selber geregelt.

Entrée: Brienz (BE), Grand Hotel Giessbach

Hotelarchiv Schweiz/zvg

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

Alain D. Boillat

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

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 vorgeschaltet, um zu hören, wie die Branche über die hotel revue redet, wie die Fachleute die Zeitung bewerten.

Denken Sie, dass die Befragten immer ehrlich antworteten?
Das Gespräch dauert bis zu einer Stunde. Die befragte Person gewinnt immer mehr Vertrauen und ist bereit, sich zu öffnen. Ausserdem wurde klar verdeutlicht, 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. 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.

> «Je höher jemand positioniert ist, umso wichtiger ist ihm die Lektüre der hotel revue.»
>
> **Sabine Brunner**
> Research Consultant Demoscope

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 fürs Visuelle empfänglicher?
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, das 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.

Fakten Weitere 4000 Leser werden zur hotel revue befragt

Nach der **qualitativen Leserschaftsstudie** 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 bedankt 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

Leserumfrage «Einfach konkurrenzlos»

Da staunten selbst die Interviewer von Demoscope in Zürich nicht schlecht: Als die 24 Befragten aus Bündnerland und Zürich aufgefordert wurde, die hotel revue zu beschreiben, fielen fast nur Nennungen positiver Art. Negative Aspekte wurde keine genannt. Gemäss dem Demoscope-Forscherteam war das das erste Mal bei einer Medien-Studie der Fall. Befragt wurden Kader aus Hotellerie, Restauration, Tourismus und Spitalhotellerie. Ein Drittel der Befragten sind Nicht-Abonnenten. Dabei empfinden alle die hotel revue gleichermassen als «ihre» Branchenzeitung. Dass der Verband hotelleriesuisse als Herausgeber des Branchenblatts fungiert, scheint nicht zu stören: Geschätzt wird der sachlich, neutrale Stil und die hohe Aktualität. Eine politische Färbung sei nicht feststellbar. Vielen der Befragten war die materielle Verbindung zum Verband nicht einmal bewusst.

20 bis 30 Minuten Zeit verwenden hotel-revue-Leser im Durchschnitt für die Lektüre, was gemäss Scope normal ist bei einer Wochenzeitung dieses Umfangs. Gelesen wird am liebsten am Arbeitsort – ob am Arbeitsplatz selbst oder in der Kantine. Denn die hotel revue wird vor allem mit dem Job assoziiert und ist auch für die Nicht-Abonnenten dieser Leserumfrage ein vertrautes Produkt. Speziell bei der hotel revue: Sie wird weitergereicht, und ein Exemplar wird in der Regel von vielen verschiedenen Leuten im Betrieb gelesen. Häufiger genanntes Problem: Der Interessierte käme manchmal gar nicht in den Genuss der Lektüre, da die Zeitung vorher verschwunden ist…

> Geschätzt wird der neutrale Stil. Eine politische Färbung sei nicht feststellbar.

Für Nicht-Abonnenten ist der Nutzen, den sie aus der hotel revue ziehen ungefähr gleich gross wie für Abonnenten. Die hotel revue dient als Grundlage für die Meinungsbildung, der Weiterbildung und liefert Inputs für den Betrieb. Besonders positiv fällt die umfassende und mehrschichtige Berichterstattung im «Fokus» auf.

Keiner der anderen Branchentitel wird für die hotel revue als Konkurrenz eingestuft. Das grösste Kompliment, welches ein Leser der hotel revue machte: «Die machen da einen guten Job. Bleibt weiter auf dieser Linie.» gsg

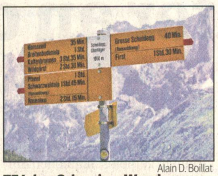
Wanderer bringen 1,7 Mio. im Jahr

33 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer wandern. Auf ihrer Wanderung geben sie 43 Franken pro Person und Tag aus.

CHRISTINE KÜNZLER

Das zeigt die Studie «Wandern in der Schweiz», welche die Schweizer Wanderwege anlässlich ihres 75. Geburtstags präsentiert haben. Auch wenn 43 Franken für Transportmittel, Verpflegung und eventuell Übernachtung auf Anhieb bescheiden anmuten, ergibt das jährlich aufgrechnet doch rund 900 Franken pro Jahr, denn durchschnittlich macht sich der Schweizer 20 Mal mit Wanderschuhen und Rucksack auf den Weg. Gesamthaft geben die Schweizer Wanderer also rund 1,7 Mrd. Franken im Jahr aus. Und bei diesem Betrag sind die Ausgaben der ausländischen Gäste nicht mitgerechnet.

Motivation, um sich einen Wanderweg unter die Füsse zu nehmen, ist die Natur und Landschaft. An zweiter Stelle der Befragung stehen die Motive Fitness und Bewegung. Die wenigsten wandern, um eine Leistung zu vollbringen. Am liebsten buchen Frauen zwischen 55 und 64 Wanderferien. Bei den Männern verschiebt sich das Alter nach vorne: Am häufigsten verbringen 45- bis 54-Jährige Wanderferien. Je höher das Einkommen, desto lieber wandern Mann und Frau in ihren Ferien. Im Vergleich zum Jahr 2000 machen sich leicht mehr Männer auf den Weg. Bei den Frauen ist es umgekehrt. «Der Grund liegt darin, dass Frauen lieber walken», sagt Hanspeter Stamm, Autor der Studie. Die Deutschschweizer sind generell etwas wanderfreudiger als die Romands und die Tessiner.



Alain D. Boillat

75 Jahre Schweizer Wanderwege.

Die Studie zeigt auch Handlungsbedarf auf: So muss der Anteil jener Wanderer erhöht werden, die mit ÖV anreisen. Und das Informationsangebot muss weiterentwickelt werden. «Wir wollen die Infrastruktur professionalisieren», sagt Peter Jossen, Präsident der Schweizer Wanderwege. Dafür sei ein Vertrag mit dem Bundesamt für Strassen ASTRA unterzeichnet worden.

Zum Jubiläum lancieren die Schweizer Wanderwege die Website www.schooltrip.ch – eine Ideenbörse für pfiffige und nachhaltige Schulreisen in der Schweiz. Zudem haben sie in Zusammenarbeit mit der Bundesamt für Landestopografie für die Jungfrauregion eine Wanderkarte im Massstab 1:25 000 herausgegeben. Sie enthält eine CD-ROM, die dem Nutzer wichtige Informationen liefert.

Mehr zum Thema Wandern im Fokus der htr hotel revue von nächster Woche.

Aus der Region

Zürich

Abschreibungen, Kapitalkosten bei der Dolder AG

Die Dolder Hotel AG (einschliesslich (Dolder Grand Hotel und Dolder Waldhaus) verzeichnet für 2008 bei einem Gesamtumsatz von 44 Mio. Franken einen Jahresverlust von 22,9 Millionen. Die Logiernächte der Dolder Hotel AG lagen 2008 bei 59 487. Mit einem operativen Erfolg von 3 Mio. Franken resultiert gemäss Geschäftsbericht nach Kapitalkosten und Abschreibungen der Jahresverlust von 22,9 Mio. Franken. An der Generalversammlung vom 8. Juni 2009 wird Guy Schwarzenbach als neues Verwaltungsratsmitglied vorgeschlagen. kjv

Mehr Kapazität für Kongresshotel am Flughafen

zvg

Zehn Monate nach der Eröffnung wurde im **Radisson Blu Hotel** auf dem Zürcher Flughafen-Areal eine Tagungsetage mit 23 zusätzlichen Räumen eröffnet. Herzstück der baulichen Erweiterung ist der für die Schweiz einzigartige Videokonferenzraum. Für die Innenausstattung zeichnen namhafte Designer verantwortlich, für die architektonische Konzeption die Kalfopoulos Architekten AG. Das «Radisson Blu» bleibt damit seinem Stil treu und reagiert auf die wachsende Nachfrage. mz

Easy-Jet, Zürich: ab Winter viermal täglich London

Bis zu 26 Flüge täglich zwischen der Schweiz und London: Easy-Jet wird sein Angebot auch in Zürich im kommenden Winter weiter ausbauen. Ab dem 26. Oktober bietet Easy-Jet statt bisher einem zwei Flüge täglich nach London Gatwick an, «um insbesondere Geschäftsreisenden ein noch besseres Produkt zu bieten», wie es in einer Mitteilung heisst. Zudem wird Easy-Jet weiterhin zweimal täglich von Zürich nach London Luton fliegen. Damit erhöht sich im Winterflugplan die Frequenz zwischen Zürich und London auf vier Flüge täglich. kjv

WAK für zügige Reduktion auf Luzerner DMO

Aura/zvg

Die Kommission Wirtschaft und Abgaben WAK des Luzerner Kantonsrats hat eine Änderung des Tourismusgesetzes vorberaten. Die 6 bestehenden Tourismusorganisationen sollen auf maximal 2 Destinationsmanagement-Organisationen (DMO) – Luzern-Stadt und Luzern-Land – reduziert werden, Die WAK wünscht aber, dass der Prozess hin zu einer einzigen DMO in möglichst kurzer Zeit abgeschlossen wird. kjv

htr hotelrevue
Nr. 21 / 20. Mai 2009

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 Verkehrsertrag 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

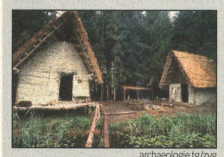
Graubünden

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 zufrieden sind. 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). kjv

Ostschweiz

Auch Thurgauer Pfahlbauten auf Unesco-Liste?



archaeologie.tg/zvg

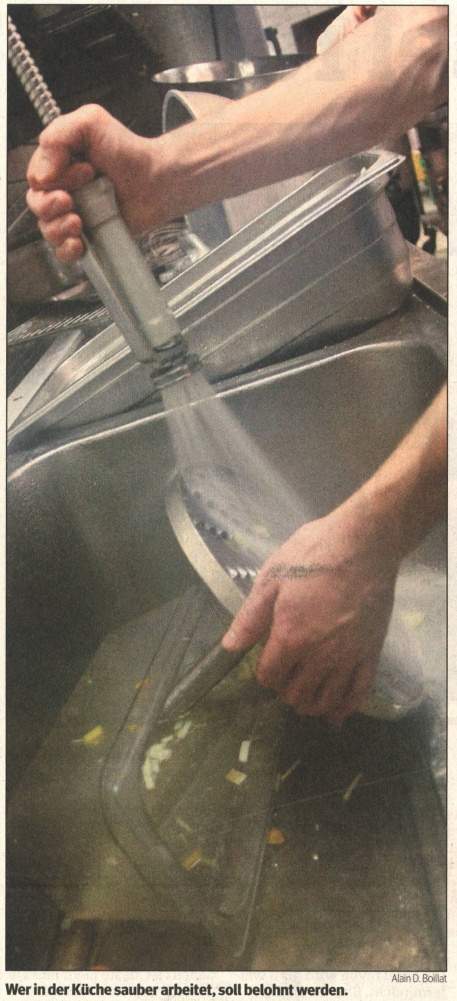
Sechs der zehn Pfahlbau-Fundstellen im Kanton Thurgau sollen ins Kandidatendossier der Schweiz für die Aufnahme in die Unesco-Liste des Weltkulturerbes. Die Schweiz ist dabei federführend für ein internationales Projekt: Jungsteinzeitliche und bronzezeitliche Pfahlbausiedlungen aus dem Alpenraum in Deutschland,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

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 präsidiert durch Pierre Kohler (Gemeindepräsident von Delsberg) und Hans Stöckli (Bieler Stadtpräsident). Die beiden Präsidenten gaben 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 weiterzuentwickeln. dst

Seite 21



Alain D. Boillat

Wer in der Küche sauber arbeitet, soll belohnt werden.

Werben mit der Sauberkeit

Nach dem Kanton Bern kennt nun auch Zürich ein Hygiene-Zeugnis, der Kanton Zug steht kurz davor. Gute Hygiene soll zum Wettbewerbsvorteil werden.

GUDRUN SCHLENCZEK

Jahr für Jahr bescheren die Berichte der Kantonalen Laboratorien dem Gastgewerbe Negativschlagzeilen. Das schadet dem Image der Branche. Nun regt sich auf kantonaler Ebene Aktivismus für eine Veröffentlichung jener Betriebe, die punkto Lebensmittelhygiene vorbildlich sind. Bereits seit längerem kennt Gastro Bern ein «Hygienezertifikat», das auf der Kontrolle eines externen Labors beruht. Letzten Freitag lancierten nun die gastgewerblichen Verbände der Stadt Zürich ein «Hygiene-Testat», welches sich an dem offiziellen Kontrollbericht orientiert: Massgebend sind die letzten zwei Kontrollen. «Wir wollen das Gastgewerbe aus seiner Opferrolle befreien», so Johanna Bartholdi, Geschäftsführerin des Schweizer Cafetier-Verbandes. «Betriebe können sich so profilieren», ist Judith Irniger, Geschäftsleiterin der Zürcher Hoteliers, überzeugt. Ferdinand W. Uehli, Leiter Gesundheitsschutz Zürich, begrüsst den Schritt und schätzt, dass sich an die 60 Prozent der Betriebe mit dem Testat schmücken könnten. «Die hohe Fluktuation im Gastgewerbe setzt dem System aber Grenzen», schätzt Rolf Etter, Leiter Lebensmittelkontrolle im Kanton Zürich.

Bereits gesetzlich verankert ist die «Amtliche Qualitätsbescheinigung» im Kanton Zug. Im Gegensatz zu Zürich und Bern ist hier die öffentliche Hand selbst Initiator des Hygienezeugnisses, welches auf den letzten drei Kontrollen basiert, von sehr gut bis ungenügend klassiert und wie in Zürich zwei Jahre gültig sein soll. Ende Juni geht die Zuger Verordnung in die zweite Lesung im Regierungsrat und soll Anfang 2010 in Kraft treten.

> **«Wir belohnen die Guten. Ich bin sicher: Unser Hygienezeugnis wird kopiert.»**
> **Joachim Eder**
> Regierungsrat Kanton Zug

Erst als Anfrage formuliert ist ein Hygiene-Label nach dem dänischen Modell im Kanton Zürich: Dänische Betriebe sind angehalten einen offiziellen Inspektionsbericht, bewertet mit lachendem oder nicht lachendem «Smiley», gut sichtbar im Eingangsbereich des Betriebs aufzuhängen. In einer ersten Antwort lehnte der Zürcher Regierungsrat ein solches Modell ab, weil es im Widerspruch zur im Lebensmittelgesetz verankerten Schweigepflicht (Art. 42) stünde.

Diese umgeht man sowohl in der Stadt Zürich als auch im Kanton Zug geschickt: In Zürich sind es die Betriebe selbst, die ihren Kontrollbericht den Verbänden zur Ausstellung des Testats zusenden. Im Kanton Zug erstellt zwar die Gesundheitsdirektion die Bescheinigung. Ob der Betrieb diese veröffentlicht, ist ihm selbst überlassen. Joachim Eder, Zuger Regierungsrat, betont: «Das System ist freiwillig. Wir wollen für die guten Betriebe einen Wettbewerbsvorteil schaffen». Eder hofft, dass der Druck der Konsumenten möglichst viele Betriebe zu einem Werben mit der Qualitätsbescheinigung bewegt.

Einen Schönheitsfehler hat so ein Label-System für die Kontrollorgane selbst. Diese könnten seitens der Betriebe noch mehr unter Druck kommen. Das weist auch Uehli nicht von der Hand. Drohungen der Betriebe, die mit dem Kontrollbericht unzufrieden sind, hätten in der letzten Zeit klar zugenommen. Uehli: «Ich wurde auch schon vor die Tür gestellt.»

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 schlage 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) prognostiziert BAK Basel einen Rückgang der Logiernächte um 6,7%. Damit werde der deutlichste 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 dürfte 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 Städtetourismus, welcher in den Jahren 2009 und 2010 die deutlichsten Rückgänge verzeichnen dürfte, werde 2011 wieder am kräftigsten zulegen.

Ansteigen um rund 1 Prozent dürften im laufenden Tourismusjahr 2009 die realen Verkehrserträge der Schweizer Bergbahnen. Für das kommende 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.

Alain D. Boillat

Dunkle Wolken ziehen am Schweizer Tourismushimmel auf.

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 Individualgäste gewonnen werden können», sagt André Salamin, General Manager des Arosa Kulm Hotels & Alpin 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 Sadler Travel Management, Barclays Bank, British American Tobacco, Casio, Credit Suisse, Deutsche Bank, Ernst & Young, IBM, KPMG, L'Oréal, Nike, Porsche, Pricewaterhouse Coopers, Roche Diagnostics, SAP, Siemens und Sony. «Das System macht die Kontakte viel verbindlicher, man kann sich darauf vorbereiten», sagt Reto Tschannen, Marketingleiter von Gstaad Saanenland Tourismus, welche zum ersten Mal an der Imex ausstellt. Tschannen wird an der Messe durch die Kollegen der Gstaader Häuser Grand Hotel Park und Grand Hotel Bellevue unterstützt. «Deutschland und namentlich Süddeutschland sind ein grosser MICE-Markt, und dieses Potenzial wollen wir abholen», sagt er.

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 STAMPFLI

Jost Huwyler, inwiefern können Sie von Ihren Erfahrungen bei der Exp.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 nun 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 Kulturtempel.
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 Micheal 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, Intendant 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 Rütli-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 Strandortfrage 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 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 Kulturangebots. Luzern wird damit definitiv zur Musikhauptstadt mit mindestens europäischer Ausstrahlung. Es bringt der Stadt auch eine Attraktivitätssteigerung und einen Imagegewinn. Ziel ist die Herbeiführung eines zweiten KKL-Effekts, der auf die Bevölkerung, die Standortpromotion und den Tourismus positiv abfärbt.

«Die Sallie Modulable hat sicher ein grosses Potenzial für zusätzliche Logiernächte »
Jost Huwyler
Projektleiter Salle Modulabele, Luzern

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 festgehalten, dass dieses aus regional- 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 amte, 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 dereinst bestmöglich funktionieren.

Welchen Einfluss spielte 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.

Zur Person Jurist mit kulturellem Interesse

Jost Huwyler (40) hat nach dem Besuch des Lehrerseminars in Zug Jurisprudenz an der Uni Fribourg studiert. Von 1997 bis 2000 war er interner Rechtsanwalt der Bauherrschaft des KKL Luzern. Von 2000 bis 2003 war Huwyler stellvertretender Leiter des Rechtsdienstes der Projektorganisation Expo.02. Nach einem Studium an der University of Miami mit Fokus Projektmanagement, gründete Jost Huwyler im Jahr 2004 die jost-in-time gmbh. Huwyler ist Projektkoordinator der Bauherrschaft für das 50-Mio.-Umbauprojekt im Hinblick auf den 50. Geburtstag des Verkehrshauses im Jahr 2009. dst

Jost Huwyler, Projektleiter der Salle Modulable, will Luzern zur Musikhauptstadt mit mindestens europäischer Ausstrahlung machen. Es soll ein zweiter KKL-Effekt entstehen.

ZVG

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 Unternehmungen 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 Kundenoptik gelernt werden kann oder was noch besser geht. Weil die Hotellerie als sehr

«Emotionslos: ‹Ah, Sie möchten bei uns heiraten – 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 unabhängig von der Sternen-Kategorie Anfragen nur selten verdankt; die Freude über den Anruf (Auftrag!) vermisst. Emotionslos wird offeriert: «Ah, Sie möchten bei uns heiraten – 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 schlechter Tag – oder die Tessiner Hotels haben Neu-Kunden nicht nötig und sind offenbar alle top ausgelastet.

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

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

FRANZISKA EGLI
REDAKTORIN

Zum Thema
Benehmen

Meine 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**, fauche 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 verstehe 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 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 härziges Büebli? Wer ist denn dieses härzige Büebli, 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 süss. 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 wollen? Easy. Eine halbe Ewigkeit, bis wir endlich bezahlen können? Gäääähn. 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 einst an einer Bar, dass man doch ein Minimum an Anstand, dass … Benehmen, realisiere ich da, ist immer auch eine Frage der Perspektive.

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

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

Bilder Pascal Zeller/zvg

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

Wir 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 seht 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 Harmsworth, CEO ESPA und **Wolf Hengst,** Chairman Wahanda.

«Spuren legen – Spuren lesen»

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

SILVIA PFENNIGER

«Bad Ragartz», die Triennale, die seit dem Jahr 2000 zum vierten Mal Strassen, Plätze, Parks, Wiesen und nüchterne 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, fördern noch bis zum 24. Mai den 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 420 000 Menschen den Badekurort eigens wegen der «Bad Ragartz» 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.

Silvia Pfenniger

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

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»

Elsbeth Hobmeier

(17 GM-Punkte) wechselte 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 Barda** 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 als 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 Neuausrichtung und Neueröffnung im Februar 2010. Wer die Direktionsstelle auf der Schatzalp übernehmen wird, ist noch nicht bekannt. br

ANZEIGE

Weiterbildung aktuell.

Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus, Stufe I
17./18.06.09, Luzern
11./12.08.09, Pfäffikon
27./28.08.09, Muri b. Bern
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

NEU: reception@hotelleriesuisse
Zyklus 3
Modul 1 Persönlichkeit: 05.–10.10.2009
Modul 2 Front Desk Skills: E-Learning, Self Learning
Modul 3 Kommunikation: 30.11.–05.12.09
Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung, weiterbildung@hotelleriesuisse.ch, Telefon +41 (0)31 370 43 01

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

fokus
htr hotelrevue
Nr. 21 / 20. Mai 2009

REKLAME
Immer die besten Angebote von Profis für Profis:
BETTWÄSCHE SEERSUCHER
Mehr Informationen unter www.pfeiffertextil.ch.
PFEIFFER TEXTIL
EIN UNTERNEHMEN DER SWISSTEXTIL HOLDING AG
PFEIFFERTEXTIL AG
Chollenbodenstr. 26
8834 Schindellegi (SZ)
T: 044 786 81 00
www.pfeiffertextil.ch

Milestone. 1. Preis. Ingrid Bumann-Jossen, Chefin 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.

Bilder Alain D. Boillat

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 straht noch heute, wenn sie von der Preisverleihung im 2004 erzählt. Das Echo war enorm, der Umsatz stieg.

GUDRUN SCHLENCZEK

Ingrid Bumann-Jossen ist immer noch ganz überwältigt, wenn sie an die Verleihung des Milestone zurückdenkt. Den ersten Preis im Jahre 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 gar nicht 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 selbst empfanden Ingrid Bumann-Jossen und ihr Mann als einmaliges Erlebnis. «Für uns als kleiner gastronomischer Betrieb war das eine äusserst grosse Ehrung. Schliesslich sass die Crème de la 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 überschwemmt. An die 200 E-Mails gingen ein – von Gästen, von Berufskollegen, von Touristikern. «Als Familienbetrieb erreicht man 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 Umsatz.» Und die Wirkung halte weiter an. Der Milestone ziert inzwischen die Réception. Immer wieder werde sie von den Gästen auf den Preis angesprochen. «Das ist der Tourismuspreis der Schweiz. Das hat viel Gewicht.» Auf der neuen Homepage soll dann auch der Milestone-Filmtrailer aufgeschaltet werden.

> «Der Milestone ist für mich ein Meilenstein. Er motiviert zum Weitermachen.»
> **Ingrid Bumann-Jossen**
> «Chesa Pirani» in La Punt

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

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

Siegel für Qualität

Vor 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 Hauptsitz in Luzern. «Der Milestone war für mich eine Bestätigung für unser doch noch junges Geschäftsmodell», so Kamer. 1999 wurde RailAway, der Freizeitanbieter 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 schnürte. Der Umsatz wuchs 2006 deutlich (+ 22%). Auch wenn er heute Partner oder Ansprechpersonen suche, schaue er sich erst mal im Milestone-Netzwerk um: «Da stosse ich auf innovative Leute mit der gleichen Wellenlänge.» gsg

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

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.

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, stv und hotelleriesuisse. Der Milestone ist heute eine etablierte Marke. Es gibt zahlreiche interessante Projekte, profilierte Persönlichkeiten und damit gute Preisträger. Es ist eine Freude.

Nachgefragt
Peter Kühler

Geboren: 27.10.1938
Tätigkeit: Gab im Jahr 2000 als damaliger Chefredaktor der htr hotel revue den Anstoss zur Lancierung des Tourismuspreises «Milestone»
Heute: Im Vorstand Swiss Historic Hotels. Und neugieriger Tourist.

3. Und wie entwickelte sich die Branche?
Das Niveau der Schweizer Hotellerie 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 mitreissen. Gut finde ich den neuen Auftritt unter htr-milestone.ch. Und mir gefällt, dass die Dreisprachigkeit gepflegt wird. eho

ANZEIGE
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner
happy Innovation
Optimales Schlafklima dank Amicor™ Pure und Hypersoft.
happysystems™
I weiß i hett es happy-Bett.
www.happy.ch

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
HotelPartner
BE PART OF OUR SUCCESS

REPA AG
COFFEE SYSTEMS
Repa AG
Talstrasse 29
5703 Seon
Telefon 062 775 07 07
www.repa.ch
DOUWE EGBERTS

pistor
Hauptsponsor
FORUM
DER KÜCHE · DES CHEMINS · DES CHOCH
9. Juni 2009 - Casino Interlaken
www.pistor.ch

htr hotelrevue
Nr. 21 / 20. Mai 2009

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

Alain D. Boillat

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.

Die Gewinner 2000–2008: Herausragendes 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	RailAway	René Kamer
2006	Hüttenerlebnis – SAC	Schweizer Alpen-Club	Bruno Lüthi
2007	Versehen, Vergehen	Verein Z'Tärbinu	Berno Stoffel
2008	Stiftung Veloland Schweiz	SchweizMobil	Peter Anrig

Die Gewinner 2000–2008: Herausragendes Projekt 2. Preis

2000	Gstaad Promenade	Gemeinde Gstaad	Leonz Blunschi
2001	Watch Valley	Arc Jurassien Tourisme	André Rothenbühler
2002	Lucerne Culture Partner	Luzern Tourismus	Lisa Schilling
2003	Arosa Card www.all-inclusive.ch	Arosa Tourismus	Hans-Kaspar Schwarzenbach
2004	Sechs Hotels – sechs Welten	Manotel SA	Paul E. Muller
2005	Samstag fahren Kinder gratis	Jungfraubahnen	Urs Kessler
2006	Doku Soap – Hotelfachschule SF DRS	Hotelfachschule Luzern	Kurt Imhof
2007	Enjoy Switzerland	Schweiz Tourismus	Urs Wohler
	Jugendherbergen mit Nachhaltigkeitsstrategie	Schweiz. Jugendherbergen	Fredy Gmür
2008	Marke Graubünden	Graubünden Ferien	Gieri Spescha

Die Gewinner 2006–2008: Herausragendes Projekt 3. Preis

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

Kategorie Nachhaltigkeit (seit 2008)

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

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 Golfetto
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 Nationalpatissier
2004	Bruno Fläcklin	Direktor Sörenberg Flühli Tourismus
2005	Urs Raschle	Geschäftsführer Einsiedeln Tourismus
2006	Samuel Vörös	Geschäftsleiter Tavolago
2007	Wirtschaftsmittelschule Luzern, Lukas Steger	«Rollientierung»
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-Kneschaurek	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

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

Das Footballcamp Brasilien hat Tourismusdirektor Dominic Keller den Tourismuspreis eingebracht. Zur Erinnerung: Mit der Beherbergung der brasilianischen Fussball-Nationalmannschaft stand Weggis im Rampenlicht. Die Medienpräsenz war immens. «Für mich ist der Milestone eine Motivationsspritze. 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.

> **«Wir können eine ganze Strasse mit diesen Meilensteinen pflastern.»**
> **Dominic Keller**
> Direktor Weggis, Vitznau, Rigi

Motiviert er zu weiteren Projekten? «Ja, denn der Milestone erinnert 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».

Bilder Alain D. Boillat

Der Milestone ist Dominic Kellers Motivationsspritze.

«Oldtimer» aus dem Uhrental

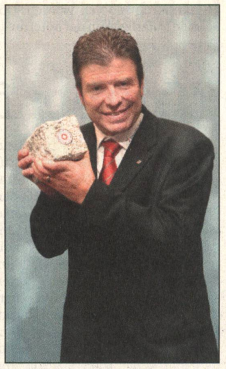
Die Schaffung einer neuen Tourismusdestination zwischen Genf und Basel unter Einbezug des Jurabogens, in deren Mittelpunkt die Uhrenindustrie steht: so lautete das anvisierte Ziel des Projekts «Watch Valley», als es im Jahr 2001 den Milestone für den zweiten Platz in der Kategorie «Aussergewöhnliche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

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

Mehr zu «Jura Région» auf S. 21

Kleines ganz gross

Als 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-Involvierte, hätten das Projekt dank dem Milestone bereits zu einem frühen Zeitpunkt wahrgenommen. Er rät deshalb allen, ihre Projekte im Anfangsstadium einzugeben – das stärke 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, weiterzumachen, 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, gesteht 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, ermuntere 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



«Daran haftet Glaubwürdigkeit»: Urs Wohler zum Milestone.

Grosser PR-Effekt

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

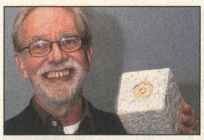
Fredy Gmür, Geschäftsführer Schweizer Jugendherbergen, und René Dobler, Geschäftsleiter der Schweizerischen Stiftung für Sozialtourismus, sind im 2007 mit dem 2. Preis für die Nachhaltigkeitsstrategie der Schweizer Jugendherbergen ausgezeichnet worden. Der Milestone hat einen «prominenten Platz im Sitzungszimmer der Geschäftsstelle 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 riesengrossen 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 er 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 (Hüttenerlebnis SAC)

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

htr hotelrevue
Nr. 21 / 20. Mai 2009

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 (Nachhaltigkeitsstrategie 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 zwei» 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 Geschäftsleben 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. Einerseits 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.»

> **«Jetzt heisst der Milestone bei uns ‹Firestone› und hat noch mehr drauf.»**
> **Beat Anthamatten**
> Hotelier Ferienart Resort Saas-Fee

«Gewissen Projekten hab ich mehr Druck geben können»

«Wir haben den Milestone umgetauft: Jetzt heisst er ‹Firestone› und hat noch mehr drauf», sagt Beat Anthamatten. Vielfach bestehe 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 gewissen Projekten noch mehr Druck geben können, Dank dem Milestone hab ich das MyClimate durchgezogen, mit hundert Prozent.

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

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

«Bald absolviere ich das EMBA»

Seinen 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 evaluiere 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 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. dst

Bilder Alain D. Boillat

Samuel Vörös.

Liaison gestiftet

Was war für Martin Vogel, Hotelier und Rezitator des Märlihotels Bellevue in Braunwald, das schönste Resultat des Milestone-Sonderpreises? «Erst einmal offenere 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: Darf ich 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 Schlusssatz reintun.» 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.» kjv

Martin und Lydia Vogel.

Treiber für Karriere

Bruno Fläcklin, 2004 beim Gewinn des Milestone für die beste Nachwuchskraft Tourismusdirektor von Sörenberg Flühli, 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 nähmen zu. «Es war ein Treiber für meine Karriere» sagt Fläcklin weiter. Es gebe viele junge Leute, die einen derartigen Preis verdient hätten. «Es braucht Touristiker, die ein genügend grosses Selbstvertrauen haben, um sich dafür zu bewerben.» dst

Bruno Fläcklin.

ANZEIGE

HESSER

Unternehmensberatung für Hotellerie & Restauration seit 35 Jahren

Cash - flau ?

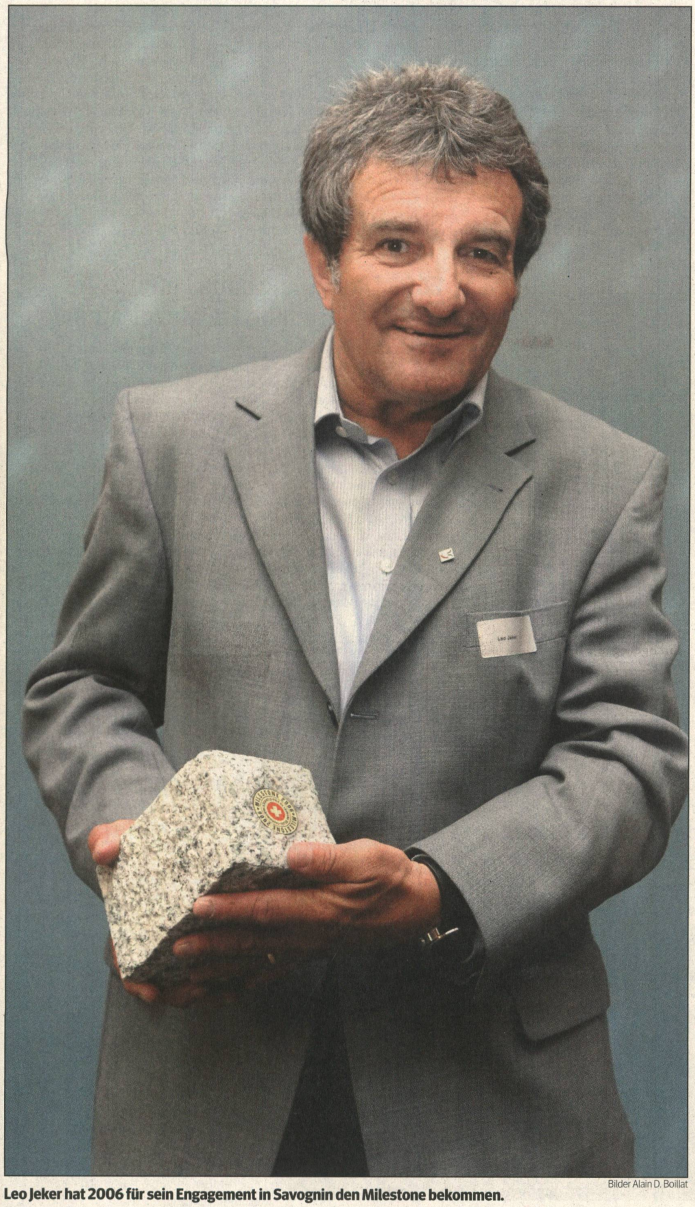
Wir sind die Spezialisten für die Optimierung der Wirtschaftlichkeit von Hotels und Restaurants. Wir verfügen über Erfahrungszahlen und Massnahmenkonzepte von über 100 Betrieben, welche wir mit Erfolg bearbeitet haben.

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

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»



Bilder Alain D. Boillat

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, alt 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 Reaktionen 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.

«Die Reaktionen kamen von überall, von der Wirtschaft und aus der Politik.»
Leo Jeker
Verwaltungsrat Savognin Bergbahnen

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.

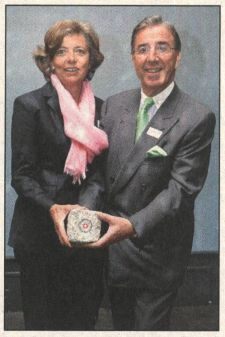
Sind Sie als «Schneemacher» der allerersten Stunde und nimmermüder Visionär auch Vorbild für junge Touristiker?
Natürlich, und genau das ist ein weiterer grosses Pluspunkt des Milestone. Die jungen Branchenleute sollen sagen «Ich will auch mal den Tourismuspreis bekommen». Das ist eine tolle Motivation 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 besondere Auszeichnung

Ein 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 bekamen. Heute sind 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. sls



Rosmarie und Emanuel Berger waren auch auf ihr Team stolz.

Positives bewegt

Ich 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 zu einem 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 auch, damit wirksam umzugehen. «Mit der professionellen Vermarktung des Milestones habe ich viel Positives bewegen können. Ich habe schon immer für eine gute PR im Tourismus plädiert.» Seit 65 Jahren zählt der Reka-Check zu den beliebten Lohnnebenleistungen in der Schweiz. Aus «normalen» Schweizer Franken macht die Reka zweckgebundenes touristisches Geld. sls

Werner Bernet sieht den Milestone als Unternehmerpeis, der auch ausserhalb der Branche von Bedeutung ist.

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

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 spornt 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.

Ratgeber und Vorbild

Theo Schnider ist stolz auf den Stein.

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

SIMONE LEITNER

Nein, also berühmt geworden bin ich in meinen Augen nicht.» Das wäre wohl nie die Art von Theo Schnider, sich als berühmt zu bezeichnen. Aber dennoch: «Der Milestone, mit dem ich 2007 ausgezeichnet wurde, hat mich national populärer gemacht, das ist auf jeden Fall so.»

Der initiative und kreative Direktor der Unesco Biosphäre Entlebuch überzeugte die Jury mit seinem grossen Engagement. Mit Biss und Originalität vermittle der Netzwerker und Regisseur Visionen und verschaffe damit seiner Region ein wertvolles, unverwechselbares Profil, hiess es bei der Preisverleihung.

Seit dieser Auszeichnung wird Theo Schnider noch häufiger als Ratgeber konsultiert. Die Vorbildfunktion macht ihm Spass. «Der Milestone ist bekanntlich die grösste Auszeichnung im Schweizer Tourismus. Es ist daher selbstverständlich, dass man als Repräsentant und Aushängeschild ein Stück dieses Steines als Ratgeber und Vorbild wieder zurück in den Garten der Branche wirft.»

Erst kürzlich sei Schnider an einer Tourismustagung in Salzburg als Gastreferent im Zusammenhang mit dem Milestone als «Business-Angel der Tourismusbranche» vorgestellt worden. «Visionen zu haben heisst, Unsichtbares zu sehen. Dies ist eine Grundvoraussetzung für den erfolgreichen Unternehmer. Nur so ist es möglich, neue Konzepte zu entwickeln und Lösungen zu finden», sagt Theo Schnider.

Bilder Alain D. Boillat

Maria und Felix Dietrich haben ein Jubiläumsjahr hinter sich.

2008 Das «Waldhaus» stand ein ganzes Jahr lang im Mittelpunkt

Dieser Preis hat uns tief geehrt», sagt Maria Dietrich vom Hotel Waldhaus Sils-Maria. Der Milestone sei für die Hoteldirektorin aber nicht eine Auszeichnung für sich selber, ihren Gatten Felix Dietrich oder ihren Bruder Urs Kienberger. «Vielmehr zeichnet er alle verschiedenen Generationen aus, die das Hotel dort hin brachten wo es heute ist.» Und das sei das Geheimnis des Erfolges, fügt sie an und betont, dass alle Vorfahren mit einem enormen Elan das Hotel geführt hätten. Letztes Jahr feierte das «Waldhaus» seinen 100. Geburtstag, ein aussergewöhnliches Theaterstück und den Milestone.

Das «Waldhaus» hat schon mehrere Preise erhalten, aber der Szeneapplaus ist auch für Maria Dietrich etwas ganz Besonderes. «Ein Preis, auf den wir alle sehr stolz sind.» Und mit «alle» meint Maria Dietrich auch die Mitarbeitenden. «Der Milestone hat unser Team noch mehr motiviert.» Obwohl der Preis für das «Lebenswerk» verliehen wurde, sieht ihn Maria Dietrich als «Zwischenpreis» auf einem Weg. sls

ANZEIGE

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 Geschmacksverstärkern 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-Profibox und dem 3,5kg-Flex-Pack angeboten.

Am Forum der Köche in Interlaken trifft sich die Branche

Am 9. Juni 2009 treffen sich Gastroprofis 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 Gastroszene, 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 Besucher 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 Neuheiten und ihr Unternehmen. Der Marktplatz im Kleid der vier Jahreszeiten ist Treffpunkt, Verpflegungsplatz und Erholungsort von den anspruchsvollen Präsentationen in den angrenzenden Sälen. Neu bieten dieses Jahr die Mitglieder der Restauration einen erweiterten Interessenaustausch am Forum an.

www.kochverband.ch

FORUM
DER KÖCHE • DES CUISINIERS • DEI CUOCHI
9. Juni 2009 in Interlaken
Hauptsponsor
pistor
Co-Sponsoren
Co-Sponsoren
HACO

Günstig zu den attraktivsten Ausflugszielen der Zentralschweiz

Ein «Kafi 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 Konsumenten von Preisvergünstigungen von 20 bis 50 Prozent für attraktive Ausflugsangebote in der Region Luzern-Vierwaldstättersee. Einfach das «Deckeli» abziehen und direkt an der Kasse vorweisen. Emmi plant, die Aktion mit weiteren Tourismus-Regionen auszubauen.

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

Details: www.luzern.com/emmi
Infos: Reto Buchli, Emmi Food Service
Tel. + 41 (0)41 227 26 16
reto.buchli@emmi.ch

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

Die richtige Musik begleitet die Gäste durch den Tag

Eine ganze Reihe Schweizer Hotels und Gastrobetriebe, darunter das Palace Luzern, das Hotel Eden Spiez, das Grand Resort Bad Ragaz oder das Restaurant Rüsterei 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 Naturklänge 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 einfachste 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 Nägele, 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
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 Vorausscheidung Bocuse d'Or Europe und am renommierten Bocuse d'Or in Lyon im Januar 2011 zu vertreten. Die Ausschreibungsunterlagen können jetzt angefordert oder im Internet heruntergeladen werden.

Detailinformationen zum Wettbewerb:

› Am Kochwettbewerb können alle hauptberuflichen 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 Hôtel 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 herunter geladen werden.

› Bewerbungen sind bis spätestens 10. September 2009 einzureichen.

Unterlagen: www.goldenerkoch.ch
Einreichen:
Der Goldene Koch von KADI
Nationale Kochkunst Meisterschaft
Schweizer Selektion Bocuse d'Or
KADI AG ,Thunstettenstrasse 27
4901 Langenthal

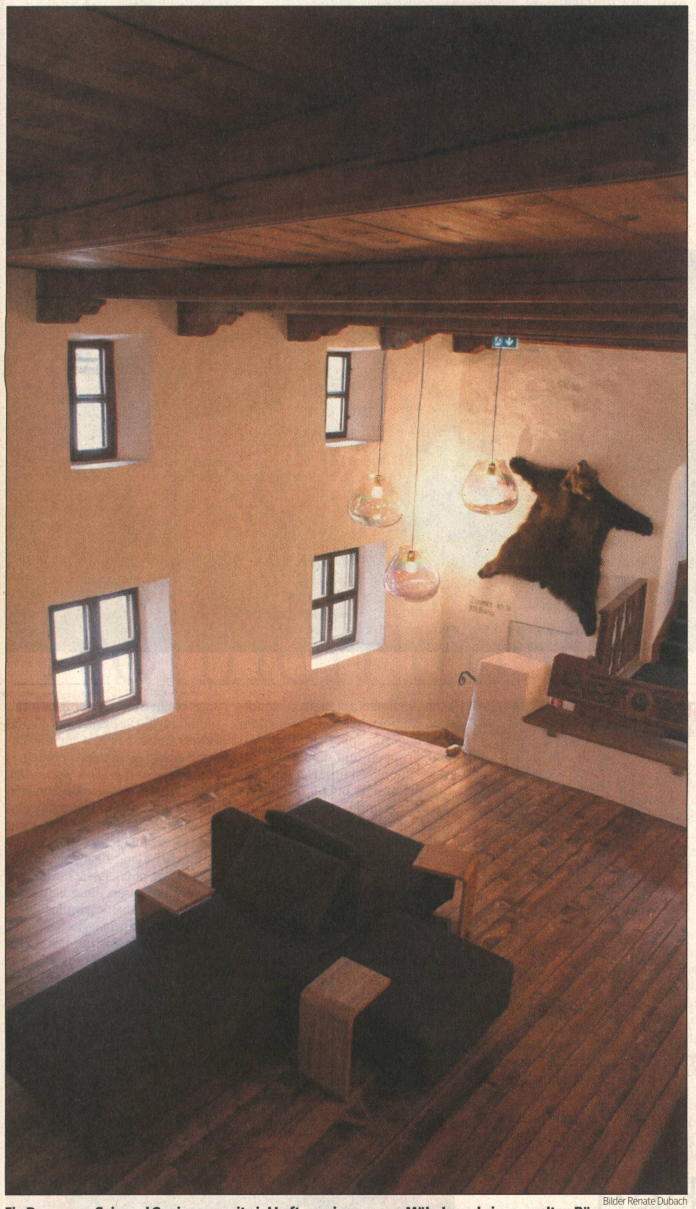
dolce vita

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.

Ein Blickfang: das neue «Guarda Val»



Bilder Renate Dubach

Ein Raum zum Sein und Geniessen, mit viel Luft, wenigen neuen Möbeln und einem uralten Bären.

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

RENATE DUBACH

Julia und Kurt Baumgartner mit Sofia und Leon.

Zwar ist die Familie Baumgartner bisher im ähnlichen Tempo gewachsen wie die Anzahl der Hotels, die sie übernahm, «aber», witzelte Kurt Baumgartner an der Eröffnungsfeier des «GuardaVal», «mit den Zwillingen haben wir jetzt vier Kinder und drei Hotels. Ich habe meinem Vater versprochen, dass wir kein weiteres Hotel kaufen werden. So muss der Jüngste halt Kaminfeger werden.»

Bis der dreimonatige Leon zur Berufswahl schreitet, wird wohl noch das eine oder andere Projekt über Baumgartners Pult wandern. Jedenfalls sass der «Belvédère»-Direktor am Morgen nach dem Eröffnungsdiner auf der «GuardaVal»-Terrasse und diskutierte Baupläne mit Renato Maurizio. Der Architekt aus Maloja hat im «Guarda Val» – mit der Unterstützung von Kurt Baumgartners Bruder Werner, seinem Team und vielen Handwerkern aus der Region – innert einem halben Jahr ein mit Antiquitäten voll gestopftes altes Haus in ein charmantes Vier-Sterne-Boutique-Hotel verwandelt. Der Umbau kostete rund 5,5 Millionen Franken.

Der Blick fällt auf die alte Stalltüre und das Philippe-Starck-Bad

Im ehemaligen Bauernhaus mit Hausteilen aus dem 17. und dem 19. Jahrhundert sind 35 Zimmer, ein 85-plätziges Restaurant, eine Cheminée-Bar und zahlreiche Räume und Ecken mit Rückzugspotenzial entstanden. Ein paar historische Möbel wurden behalten, der Grossteil verkauft: «Wir wollten Raum zum Atmen schaffen», sagt Julia Baumgartner, die anfänglich 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 unterbieten 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.

Der «neuere» Teil des Hotels.

Der Blick in das Restaurant.

Eines der 35 Zimmer.

Das zeitgenössische Cheminée.

Das Gastgeberpaar Silvia und Heribert Dietrich.

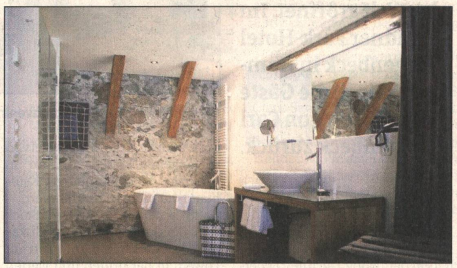
Die Gastgeberin kommt aus Österreich, der Küchenchef aus Bern

«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-bernische Paar war schon einmal erfolgreich in Scuol, nämlich von 1999 bis 2005 im Hotel Engiadina. Nach einem Abstecher 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 Auffahrt und Pfingsten ist das «Guarda Val» bereits ausgebucht.

www.guardaval-scuol.ch

Ein Aufenthaltsraum.



Das besondere Badezimmer von Zimmer 25.

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.

2. Werden Sie künftig Mitarbeitende in dasjenige der drei Hotels schicken, wo sie gebraucht werden? Und die Gäste wo sie Platz haben?
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/Oktober sind die schönste Zeiten des Jahres hier oben. Viele Gäste kommen zu uns, weil sie Ruhe und Bescheidenheit finden.

Nachgefragt
Kurt Baumgartner

Der 44-jährige Luzerner kaufte 1999 das Hotel Belvédère in Scuol, das er seither mit seiner Frau Julia Baumgartner führt. 2004 erwarb das Ehepaar das Hotel Belvair, letztes Jahr übernahm es das GuardaVal.

htr hotelrevue
Nr. 21 / 20. Mai 2009

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

Reto Wild

Vom Dach mit dem kleinen Pool aus hat man eine tolle Sicht auf die Stadt.

Im 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.

zvg

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, dürfe man nicht vergessen, dass im Vorjahr ein neues Rekordergebnis 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 Zimmerpreise des Vier-Sterne-Hotels liegen zwischen 150 und 185 Euro, das Frühstücksbuffet kostet 20 Euro zusätzlich.

zvg

Das Gebäude ist über 80 Jahre alt.

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-Spezialisten. 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 Hauptstadt bleiben immer weniger Hotels unabhängig. Die Besitzer des Grand Hotels Central haben für die Zukunft hehre 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 hoteleigene 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.

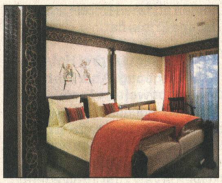
www.grandhotelcentral.com

Tierisch gut schlafen neben dem Hamburger Tierpark

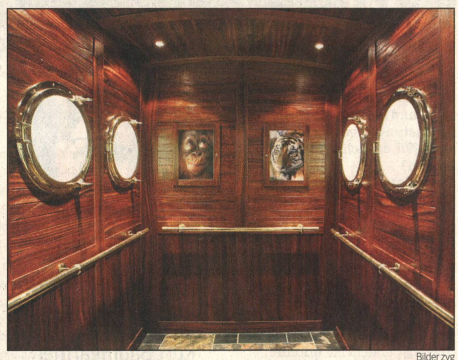
Vor zwei Wochen wurde das erste Tierpark-Themenhotel der Welt eröffnet. Im Lindner Park-Hotel Hagenbeck in Hamburg reisen die Gäste in die Zeit von Carl Hagenbeck zurück.

RENATE DUBACH

Die gemütliche Lobby mit Souvenirs aus aller Welt.



Asien-Zimmer mit Spielfiguren.



Bilder zvg

Der Lift ist als holzgetäfelte Schiffskabine mit Bullaugen gestaltet.

Die Reise um die Welt beginnt im Lindner Park-Hotel Hagenbeck bereits in der Lobby. Die roten Ledersessel, der Kamin, die holzvertäfelten 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 Asiens mit Pflanzen, die sich sich von den Bäumen herab winden, und Affen, die sich von Ästen hangeln. In der fünften Etage blickt der Besucher auf eine Polarlandschaft.

90 Prozent des Interieurs im Lindner Park-Hotel Hagenbeck sind individuell entworfen, handgemacht oder in Form von Fundstücken 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 hellgelbem Straussenleder gehalten, daneben ragen schlanke, handgedrechselte Bettpfosten aus Ahorn in die Höhe. Die Asien-Zimmer greifen die fernöstliche Farbenwelt auf. Die Möbel sind aus dunklem Eichenholz, die Wandverkleidungen aus Bambus.

Das Lindner Park-Hotel Hagenbeck setzt auf drei Gästegruppen: am Wochenende auf Individualreisende und Familien, unter der Woche auf Geschäftsleute, Tagungs- und Eventreisende, denen durch die Anbindung an den Tierpark Hagenbeck eine einzigartige Location zur Verfügung steht.

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.

Bilder zvg

Fakten Das Hotel soll Leben ins Grenzdorf bringen

Der **«Stockalperturm»** wurde von 1666 bis 1685 erstellt und diente als Warenlager von Kaspar Stockalper. Die Schlammlawine im Jahr 2000 riss 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 Tum 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 Hotelière 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 Stockalperturn, 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 Stockalperturm birgt viel Potenzial. Die Logiernächte lassen sich steigern.»

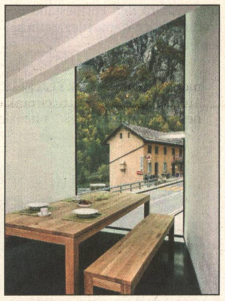
Monika Holzegger
Pächterin des «Stockalperturms»

Der Charme des «Stockalperturms» ist unbestritten. Seine zehn Zimmer sind karg, schlicht und steinig, wie das Dorf selber. Doch durch dieses klare und ehrliche Design faszinieren sie den Gast. Viel widerspiegeln 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 Hotelière 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. Den ersten Schritt bezüglich Nachhaltigkeit hat sie unternommen: «Ich beschäftige einen Kochlehrling aus Gondo, dessen Vater bei der Schlammlawine umgekommen ist. «Das sehe ich als Beitrag zu sozialer Nachhaltigkeit.»

Karg und schön: Die Zimmer.

Das Geld für grosse Marketingsprünge 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 Heimatschutzes 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 Deutschschweizer, ihre neun Mitarbeitenden je zur Hälfte aus Gondo und Italien. Monika Holzeggers nächste berufliche Wunschstation? «Wenn nicht hier, dann das «Omnia» in Zermatt oder «La Claustria» im Gotthard. Hauptsache, sie kann dort natürlich auftreten, sich selber sein.



Blick auf Fels: Im Restaurant.

Gebaut und eingerichtet für die Ewigkeit

Das Restaurant im Miro Hotel im spanischen Bilbao.

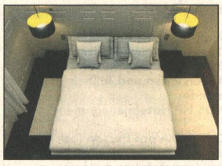
Bilder zvg

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 Jamaica über Marokko 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 schönsten Design-Hotels und zeigt auf, 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 Genf im Kolonial-Stil vom Pariser Designer Jacques Garcia. Das von den Bündner Domenig Architekten kreierte steinige «Rocksresort» in Laax. «The Hotel» in Luzern, wo Jean Nouvel jede Decke mit einer Filmszene versah. Das von Franz Romero und Markus Schaefle aufs Nötigste reduzierte Hotel Greulich in Zürich sowie das von Tilla Theus mit viel Historie und Kunst ausgestattete 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.



Das Hotel Rosslyn in Budapest.

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 bedeute 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 Siebnen SZ produzierte den besten Schweizer Süssmost der Ernte 2008. Er wurde am 16. Mai an der BEA zum Jahressieger des Süssmost-Qualitätswettbewerbes gewählt. Rund 600 Obstbetriebe, bäuerliche Mostereien und kleingewerbliche Obstverarbeiter aus der Schweiz haben im vergangenen Herbst an regionalen und kantonalen Ausscheidungen ihren Süssmost – ein naturreiner Saft aus Äpfeln und Birnen – geschmacklich und visuell benoten lassen.

www.swissfruit.ch

Die älteste Rebe der Schweiz hat Nachwuchs

zvg

Sie liefert seit 259 Jahren Trauben für die alte Walliser Weinsorte «Humagne 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. rd

Spass an Spinat und Salat

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

BARBARA ROELLI

zvg

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

Sarah Wiener, die in Deutschland tätige österreichische Unternehmerin, Fernsehköchin 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 gegenüber. 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 Konsumwelt und für Ernährung zu schaffen», sagt sie im Interview mit Sabine Lange auf Arte TV. Zu gesunder 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, Esstörungen zu vermeiden, Adipositas (Fettsucht) sowie jeder Form der Mangelernährung vorzubeugen.

«Es kann auch mal ein Hamburger sein, das gehört dazu. Aber einfach nicht immer.»
Andy Zaugg
Gourmet-Koch

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 eigenes Gemüse an, kümmerten sich um Hühner, Schweine und Kaninchen, formten Brotlaibe und stellten aus frischer Ziegenmilch selber Käse her. Auf dem Markt zeigte ihnen Sarah, woran man frisches Gemüse und frische Früchte erkennen kann. Wer genug Mumm hatte, konnte bei der Schlachtung eines Kaninchens dabei sein. Denn auch die Auseinandersetzung mit dem Töten von Tieren gehört zu Sarah Wieners Schule.

Kleine Köche kochen gesund

Im 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 «Cocolino»: «Die Kinder werden dabei auf gesunde, gute und saisonale Ernährung sensibilisiert», erkärt Zaugg. Cocolino ist ein blauer, kochender Kater, der Kinder auf spielerische Art das Kochen beibringt. «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 Zeichenstil ein Gesicht gegeben.

Zur Aktion «Cocolino» 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 Saison unbedingt 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 Kalbsschnitzel an Morchelsauce 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 komme 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.

ANZEIGE

hotelfachschule thun
IMPULS

IMPULSTAG 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 (beinhaltet das Seminar inkl. Pausengetränke sowie das Steh-Dinner inkl. Getränke)

Anmeldung/ Detailprogramm www.hfthun.ch

hotelfachschule thun
soul, passion & system
Mönchstrasse 37, 3600 Thun
Telefon 033 227 77 77

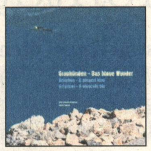
Der Kick zwischen Buchdeckeln

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

ELSBETH HOBMEIER

Abenteuer. Bei diesem Wort schlägt das Herz so vieler Menschen einen Takt schneller. Abenteuer: Darunter versteht jedoch ein 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 Bromeis-Carmichel, der im letzten Sommer, während zwei Monaten 200 Bündner Seen durchschwamm. Eine wahnwitzige Unternehmung,



denkt man an die Bündner Geographie. Bromeis musste zu Bergseen hochsteigen, über Steinbrocken und teilweise Schneereste. Auf einigen Seen trieben auch im Sommer noch Eisschollen. Die tiefste gemessene Temperatur betrug 4 Grad Celsius – zu meistern nur dank Neopren-Anzug, gestähltem Kondition und eisernem Willen. Gestartet war Ernst Bromeis am 4. Juli 2008 im Albigna-Stausee im Bergell, das Ziel befand sich in Arosa, dessen Seen er am 23. August durchschwamm. Der Abenteurer wurde vom Fotografen Andrea Badrutt begleitet. Seine meisterhaften Bilder sowie sehr persönliche Texte von Ernst Bromeis 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 Entfernungen. Wie weit es wirklich ist 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 Reisereportagen sind hier vereint: Die Durchquerung von Patagonien, die Erlebnisse am Achttausender in Nepal, per Rad durch Norwegen, Einsatz für Waisenkinder in Burundi, auf den Spuren Amundsens 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-

ern, vermittelt durch Caritas.

Für Leute, welche das Abenteuer nicht vor der eigenen Haustüre, sondern in weiter Ferne suchen, empfiehlt sich zum Beispiel eine achttägige 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 Weinkurse nur für Frauen.

ELSBETH HOBMEIER

Alle 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 Assistanz ihrer beiden Töchter Corine und Jeanine fünf sehr verschiedene Weine – von einem spritzigen Gros Manseng aus Südwestfrankreich bis zu einem tiefdunklen Barolo aus dem Piemont. Die Elevinnen 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.rundumewy.ch; anita.jegerlehner@wyhusbelp.ch

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

Lebhaft frischer Johannisberg

Geny's

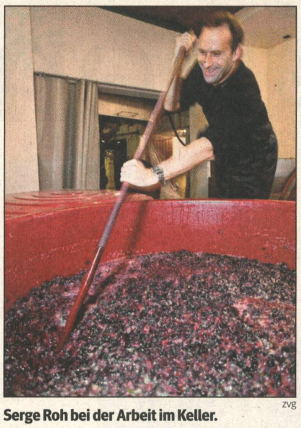
Geny Hess, Ex-Hotelier und Weinspezialist, befasst sich hauptsächlich mit Schweizer und Europäischen Weinen. Er pflegt im Auftrag auch Weinkarten und -keller. Geny's Weinkolumne erscheint 14-täglich in der htr hotel revue.

Man 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 Vorzeigewinzer Serge Roh hat dieses Glück und unternimmt 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 einer 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 ausgerichteten Hängen, mit geologisch exzellenten Verhältnissen. Dazu kommt, dass die idealen klimatischen Bedingungen wesentlich zur Aromenbildung 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 selektioniert. 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 perfekte 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 Bittermandeltönen und lebhafter Säure. Diesen Wein zu degustieren, ist ein Genuss, alleine für sich getrunken oder mit frischem Spargel.



zvg

Serge Roh bei der Arbeit im Keller.

Am Samstag öffnen Schweizer Mühlen ihre Tore

Nächsten Samstag findet der 9. Schweizer Mühlentag 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 Mühleanlagen restauriert worden. Die im Jahr 2000 gegründete Vereinigung Schweizer Mühlenfreunde möchte Betreiber von Mühlen und an dieser Technik Interessierte miteinander vernetzen und als Forum für alle Schweizer Mühlenfreunde dienen.

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

Blühender Raps vor dem Bundeshaus

zvg

Mit einem **Rapsfeld** vor dem Bundesplatz machten die Rapsproduzenten am 14. und 15. Mai auf die gesundheitsförderne 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 Weinkeller, 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
www.vinsduvalais.ch

impressum

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

Herausgeber/Editeur hotelleriesuisse Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elsbeth Hobmeier/eho.
Stellvertreter: Miroslaw Halaba/mh.
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Renate Dubach/rd (Ressortleitung dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Ressortleitung cahier français). Franziska Egli/fee; Hélène Koch/hk; Theres Lagler Berger/tl Simone Leitner Fischer/sls, Laurent Missbauer/lm; Gudrun Schlenczek/gsg; Karl Josef Verding/kjv.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo.
Korrektorat: Paul Le Grand.
Volontärin: Barbara Roelli/br
Online Redaktion: Melanie Roth

Verlag Leitung: Barbara König; Assistentin: Delia Piscopo.
Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss.
Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger.
Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage: WEMF-beglaubigt 2007/08, verkaufte Auflage: 10 092; Gratisauflage: 1289; (Druckauflage: 18 000).
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–.
ISSN: 1424-0440
Kontakte Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: www.htr.ch
Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.
Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

liegenschaften anzeigen aus- und weiterbildung

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/Projektoptimierung 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

189-96

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

2432-1361

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

Rest. Löwen, Laupen

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

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

Tel. 079 222 55 54 / 032 391 99 81

1218-723

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 kühlbar.
- Wasseranschlüsse sind vorhanden, sowie auch elektrische Anschlüsse und eine CD-Anlage für die Kundenbeschallung.
- Platz für eine Cafémaschine und Kühlschränke sind vorgesehen.
- Alle 4 Ecken des Mobils 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 Vorort an. Melden Sie sich bei Frau Sutter 061 685 96 97

Für mehr Fotos:
http://picasaweb.google.de/Sutterbegg.Basel/NeuerBrotshop?feat=directlink

999-586

KOMPAKTES WEINWISSEN FÜR GASTROPROFIS
DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE
DER WEIN BERATER
2008/2010

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

Mit international anerkanntem Zertifikat WSET® Level 3

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

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

GASTRO SUISSE

141-62

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

1532-589

Hier bestimmen Sie den Inhalt!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotelrevue

cahier français

htr hotelrevue No 21 / 20 mai 2009

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

Swiss-Image

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

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 négoce 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 voyagistes 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'espoir que les affaires reprendront 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 voyagistes sont optimistes pour le moyen terme, souligne Bruno Huggler, 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 au diapason de 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.» Habituée 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», dit-elle.

«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'apprêtent à le faire.»
Marcel Perren
Directeur de Lucerne Tourisme

Pour Marielle Goy, la demande provenait de plusieurs pays: d'Amérique du Nord, d'Australie, d'Inde, mais aussi d'Europe. «La demande était assez bien répartie», note-t-elle.

Directeur de Nyon Région Tourisme, Jean-Pierre Pralong, présent à Lucerne avec trois hôteliers, a pour sa part constaté une bonne demande asiatique et russe. «Comme les Russes descendent de plus en plus dans des hôtels quatre étoiles, notre marché devient intéressant pour eux», commente-t-il.

Pour ce qui est des produits demandés, l'«authentique» et la nature ont eu particulièrement la cote, souligne Bruno Huggler. «Les hôtels typiquement suisses ont connu une forte demande», a-t-il ajouté. Urs Eberhard a fait des constatations similaires, relevant toutefois aussi l'intérêt pour les forfaits: «Le client aime les offres où tout est inclu.»

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 réjouit de pouvoir proposer la carte «free access». «Cette carte a eu un bon écho, car les tours-opérateurs y voient là une sorte de réponse anticrise 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 la recevoir: Berne, Montreux et Genève. Trois «excellents» dossiers, indique Urs Eberhard. Le choix de la ville hôte devrait intervenir d'ici trois ou quatre mois.

Livre blanc de l'accueil: des établissements bien notés

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

EUGENIO D'ALESSIO

Soucieuse de revaloriser 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.

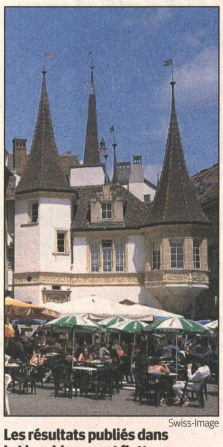
«Mettre en avant ceux qui font bien leur travail»

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 se 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 de 120 élèves de classes primaires. «Cette enquête, qui se veut neutre, n'a aucune prétention scientifique», 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 2008.

«Notre enquête se veut neutre et n'a aucune prétention scientifique.»
Francette Clerc
Resp. marketing de Gastro Neuchâtel

«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.



Swiss-Image

Les résultats publiés dans le Livre blanc sont flatteurs.

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.

htr hotelrevue
No 21 / 20 mai 2009

Des hausses à confirmer

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

JEAN-JACQUES ETHENOZ

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

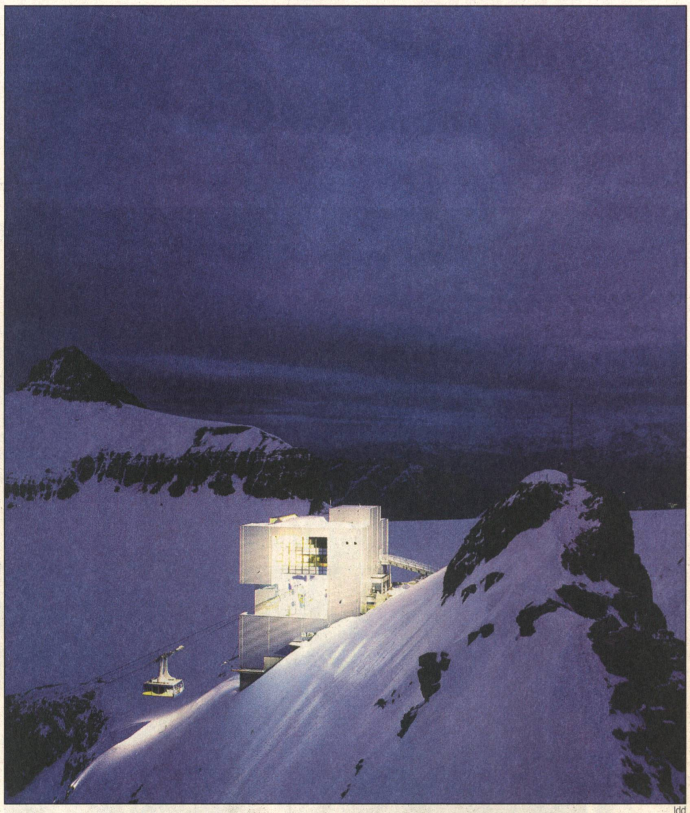
«Ce n'est rien de dramatique», assure-t-il. D'autant qu'il annonce l'été comme très prometteur. Ainsi pour des animations ponctuelles bihebdomadaires ou mensuelles (des soirées gastronomiques au clair de lune, un concert de l'orchestre du grand arrangeur George Gruntz, un récital des 50 cors des Alpes 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 que la 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 dès 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 comptions 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 installation à fin septembre. Le retour du ski est agendé au 30 octobre.



ldd

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

ANNONCE

Alain D. Boillat

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

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

La date et le lieu étaient hautement symboliques. Vendredi dernier au port de Bienne, 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 permettront 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 Bienne.

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, constaté 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 interrogés ont séjourné dans les deux régions. Toutes deux proposent aussi des produits communs que leur clientèle recherche en priorité, comme la nature et les loisirs actifs, la randonnée pédestre et le cyclotourisme, en particulier.

> **«Cette collaboration permettra de satisfaire la complémentarité lacs-montagnes.»**
> **Jean-François Roth**
> Président de Suisse Tourisme

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 travailler ensemble», a-t-il déclaré.

Forte 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.

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

Déjà enrichi de plusieurs projets hôteliers, le Jura fait à nouveau preuve de dynamisme avec l'inauguration, au mois de juillet, à Saint-Ursanne d'une Maison du tourisme. Celle-ci ambitionne de centraliser les offres touristiques jurassiennes en proposant des prestations tout compris ou à la carte.

«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 proposera 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.

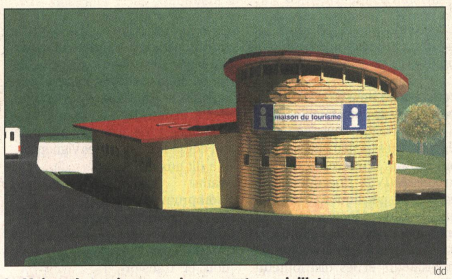
Un projet fédérateur soutenu par les pouvoirs publics

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.

Même plus, cette initiative s'est épanouie dans un esprit d'étroite collaboration entre milieux économiques et instances touristiques. «Jura Tourisme voit d'un très bon œil la naissance de cette nouvelle structure», confirme son directeur, Philippe Flotiront. Et de poursuivre: «En fait, nous avons même encouragé la construction de la Maison du tourisme en prodiguant quelques conseils aux promoteurs.» Philippe Flotiront balaie d'un revers de la main les risques de concurrence entre ces deux phares de l'offre touristique jurassienne: «Nous sommes complémentaires. Jura Tourisme 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 permettra aussi de dynamiser l'hôtellerie

Frédéric Lovis n'est pas moins enthousiaste: «Jura Tourisme se soucie en priorité de vendre notre canton en Suisse et à l'étranger. Pour sa part, 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 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.»



ldd

La Maison du tourisme ouvrira ses portes en juillet.

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!»

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 2007-2015. 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

Valais

Création d'un «Pass Valais Central»

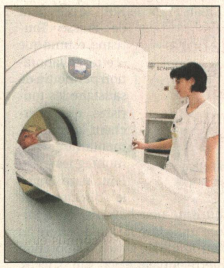
Les offices du tourisme de Sion et de Sierre, ainsi que divers partenaires liés au tourisme et aux transports publics, ont créé un «Pass Valais Central». Pour la somme de 48 francs pour les adultes, ce produit donne le libre accès durant trois jours, aux transports publics desservant la vallée du Rhône de Martigny à Loèches-les-Bains, ainsi que les vallées latérales. Il a été élaboré sur la base de la «carte vacances Valais central» qui n'avait «jamais» trouvé sa place sur le marché, indiquent ses initiateurs. mh

htr hotelrevue
No 21 / 20 mai 2009

Photos ldd

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

La Clinique La Prairie, à Clarens, dispose d'un centre médical d'avant-garde, complété depuis peu par un département radiologie intégrant les derniers progrès de l'imagerie médicale.

MICHEL BLOCH

Célèbre 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-quatre 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-privée 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.»

Cinquante-neuf chambres et suites avec un confort cinq étoiles

Un bilan de santé individualisé est également proposé. Enfin, cinquante-neuf chambres et suites sont réparties dans les différents bâtiments: le Château, la Résidence et le Centre hospitalier. Elles garantissent un confort cinq étoiles», note Yael Bruigom.

> «Notre restaurant séduit par sa cuisine à la fois saine, raffinée et légère.»
>
> **Yael Bruigom**
> Dir. des RP de la Clinique La Prairie

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».

Un restaurant à la fois diététique et gastronomique

«Là encore, la Clinique La Prairie répond à une demande suisse et régionale importante. Sans oublier notre restaurant diététique et gastronomique qui attire les personnes à la recherche d'une cuisine à la fois saine et raffinée, tout en étant légère», ajoute la directrice du marketing et des relations publiques de la Clinique La Prairie à Clarens.

«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 en 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».

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'une, sous le nom d'Interprofession du vin suisse (IVS), s'occuperait 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 battrait pour le vin suisse, tandis que la conférence défendrait 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 toit. Si la Conférence ne pose pas de problème à priori, la réactivation de l'IVS ravive des tensions. Dans l'atmosphère feutrée 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 de l'IVS toujours existante sur le papier, car «moribonde, mais pas morte».

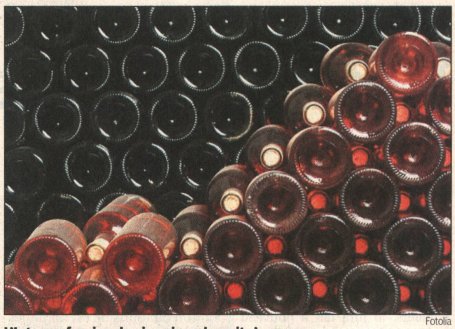
> «Il serait étonnant que la Suisse n'arrive pas à faire ce que toute l'Europe peut réaliser.»
>
> **Claude Bocquet-Thonney**
> Association des vignerons suisses

L'Association suisse du commerce des vins préférerait voir dans cette interprofession une superstructure émanant des interprofessions constituées dans les six régions viticoles. La «famille» de la production – viticulteurs qui livrent du raisin et vignerons-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.

Eviter des débats sans issue au niveau national

Les coopératives, formées de viticulteurs, mais qui transforment le produit, penchent du côté du négoce, comme l'a relevé le patron de Provins-Valais, Roland Vergères. Pour lui, la «représentativité indirecte» de la production à travers les interprofessions régionales devrait permettre d'éviter des débats sans issue au niveau national, pour cause d'«intérêts divergents».

La Genevoise Claude Bocquet-Thonney, présidente de l'Association des vignerons-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 vitivinicole suisse, la réactivation d'un organisme national qui se positionne clairement face aux pouvoirs publics – à Berne, en l'occurrence – est importante.



Fotolia

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

Encore faut-il «que les politiques puissent se fier aux avis émis par l'IVS», a insisté le président des vignerons, 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.

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

Photos ldd

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…

Nous 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 dureé d'au maximum cinq minutes) qui seront tournés dans le cadre du Swiss Hotel Film Award. «Dans sept films sur dix, on a une 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.

> «Accueillir un tournage? Ce serait à la fois sympathique et intéressant.»
> **Marc Fischer**
> Directeur du Suitehotel de Genève

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 Vuillemier qui souligne que le Beau-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 Film Award prévoit que le nom de l'hôtel soit mentionné, dans la mesure du possible, durant le film.

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

…Suitehotel et Etap Hotel de Genève.

> «Dans sept films sur dix, on a une scène qui se passe à l'hôtel.»
> **Jacques Pernet**
> Hôtel Bellerive, Lausanne

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 nominés, parmi les nombreux scénarios, plus de cent quarante, qui ont été envoyés au siège central d'hotelleriesuisse.

Les cinéastes qui seront sélectionnés n'auront alors plus qu'à choisir l'hôtel qui les intéresse 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.

Un duo à la gloire du vin

Pierre Thomas

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

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, tenancier du Caveau de Chamoson. 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 tenues aussi au Botza, 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 – ne sont 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 que nous faisions chaque printemps la tournée des caves. Et les vignerons nous 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?»

> «Pourquoi ne pas réunir les restaurateurs et les vignerons en un seul lieu?»
> **Nicolas Reuse**
> Pionnier valaisan du réseautage vineux

Au Petit Bourg, il y a eu, d'entrée, une quarantaine de vignerons qui jouèrent le jeu. A raison de onze par matinée, on en est, cette année, à 44 producteurs, dont un seul Vaudois (Raymond Paccot, 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!»

«Chaque restaurant 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, aucune 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-Crettenand, Simon Favre-Berclaz et Michel Boven, trois domaines historiques du Vieux-Pays, et les originaux que sont Christophe Abbet, Meinrad Gaillard et Cédric Flaction.

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

la «der»

htr hotelrevue 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)

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

Photos Alain D. Boillat

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

Milestone: dix ans et plein de vitalité

«Le 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 Hotela.

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 du prix qui fête 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 du 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 Foschia, de Valais Excellence, organisation lauréate du Milestone en 2001. «Nous profitons toujours de la dynamique engendrée par ce prix», a noté, 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'hotel 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 réputation qui est à la hauteur de l'importance qu'occupe le tourisme dans l'économie de notre pays», a-t-il dit. Il salue le fait que le prix a permis au tourisme d'améliorer sa visibilité et est heureux de savoir que sa promotion sera encore renforcée.

Sandrine Foschia, de Valais Excellence, lauréat en 2001.

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

Conformément au souhait d'Elsbeth Hobmeier, le Milestone n'est pas figé. Des améliorations sont prévues, notamment pour la remise des prix de la 10e édition qui aura lieu le 17 novembre au Kultur-Casino à Berne. On note, par exemple, que la présentation de l'«œuvre d'une vie» fera l'objet d'un film.

Des efforts seront aussi faits pour que la Suisse romande et le Tessin soient davantage présents au Milestone. Une traduction simultanée sera proposée lors de la remise des prix. De la promotion sera surtout faite pour inciter les prestataires de ces régions à proposer au jury des projets novateurs susceptibles de briguer un prix. «J'ai demandé aux responsables des organisations touristiques faîtières, comme l'Office du tourisme du canton de Vaud, Valais Tourisme ou encore Genève Tourisme de promouvoir le prix», a indiqué Alberto Vonaesch, coordinateur du projet.

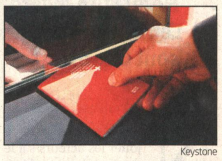
C'est donc bien parti pour la 10e édition du Milestone. Le délai de dépôt des candidatures est fixé au 31 août. Le règlement et le formulaire d'inscription peuvent être téléchargés sur le site*. On rappellera que les prix, d'un montant total de trente-trois mille francs, sont attribués dans quatre catégories: projet remarquable, prix de la relève, prix spécial du développement durable et prix pour l'œuvre d'une vie.

*www.htr-milestone.ch

Lire aussi le cahier Fokus

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%. lm

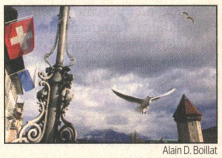
Page 2

L'hotel revue est très appréciée par ses lecteurs

L'enquête Demoscope effectuée sur le lectorat de l'hotel 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. lm

Page 3

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



Alain D. Boillat

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. lm

Page 4

Le johannisberg du domaine de Serge Roh en Valais

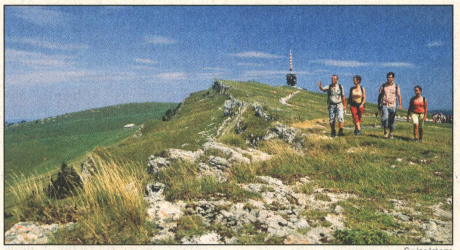
Fondé en 1950, le Domaine des Ruinettes est aujourd'hui dirigé par Serge Roh, le représentant de la deuxième génération. A cheval sur les vignobles de Chamoson et de Vétroz, il ne se distingue pas seulement par une excellente amigne, mais également par un johannisberg qui vaut incontestablement le détour.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

Page 17

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



Swiss Image

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

ldd

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 succèdera 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. mh

Vallée de Joux: un nouveau directeur à l'OT

Miroslaw Halaba

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 Tourisme, **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 Centre sportif. 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. mh

stellenrevue htr
marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche
Le principal marché de la branche

Pfingstausgabe Nr. 23
erscheint am Do. 4. Juni 2009
Anzeigenschluss: Fr. 29. 5. 09, 8.00 Uhr

htr hotel revue Nr. 21 / 20. Mai 2009

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Häsch gnueg vom Chef? Den chum zu eus!

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH, Postfach, 8048 Zürich

New Challenge
Personalberatung & Vermittlung

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

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

reception@hotelleriesuisse

Schlüsselkompetenzen für den Hotelempfang erwerben

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

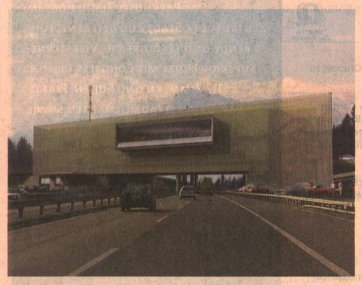
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

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

MY STOP

OPENING SOON:
MY STOP. YOUR STOP INBETWEEN



MY STOP
Raststätte Knonaueramt

Raststätte Knonaueramt
c/o Gotthard Raststätte
A2 Uri AG
6467 Schattdorf

KONTAKT
Gaby Walker
gaby.walker@mystop.ch
T +41 (0)41 875 05 05

WEB
www.mystop.ch

My Stop ist eine Marke der Gotthard Rastätte A2 Uri AG und der Autobahn-Rastätte A4 AG

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

2467-1383

Golfclub Heidental
4655 Stüsslingen
Tel. ++41 62 285 80 90
Fax ++41 62 285 80 91
info@golfheidental.ch
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 Platzbenützung, 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.

2466-1382

L'aQ
RESTAURANT & EVENTS

Für das L'AQ, das Restaurant am Pfäffikersee im Zürcher Oberland mit direktem Seeanstoss und mehreren Veranstaltungsräumen für Events jeglicher Art, suchen wir eine(n)

Event- und AdministrationsleiterIn

In dieser Funktion sind Sie verantwortlich für den Verkauf der Veranstaltungen und mit Unterstützung einer Mitarbeiterin für die Administration des gesamten Betriebes. Sie sind direkt dem Geschäftsführer unterstellt und Schnittstelle im Bereich HR und zur Buchhaltung.

Wir erwarten von Ihnen eine abgeschlossene Berufslehre mit Weiterbildung in der Gastronomie. Sie sind verkaufs- und kundenorientiert, besitzen ein grosses Flair für Organisation, eine speditive und exakte Arbeitsweise, stilsicheres Deutsch, Verständigung in Englisch und wenn möglich in Französisch, gute EDV-Anwenderkenntnisse (Microsoft Office). Sind kennen die gesamten Abläufe eines Betriebes, sind unkompliziert und ein Macher, begeisterungsfähig und motiviert, arbeiten selbständig wie im Team und besitzen Organisationstalent und positive Lebenseinstellung.

Für diese anspruchsvolle Stelle suchen wir eine belastbare Persönlichkeit für ein mittel- oder langfristiges Engagement. Wir bieten unter anderem ein kreatives Arbeitsumfeld, ein faires Gehalt, interessante Herausforderungen mit Weiterentwicklungsmöglichkeiten in einem motivierten Team.

Eintritt: per sofort oder nach Vereinbarung.

Interessiert? Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen elektronisch oder auf dem Postweg an:

L'AQ Gastronomie AG, Claudia Zweifel, Usterstrasse 39
8330 Pfäffikon, www.laq.ch – Mail: claudia.zweifel@laq.ch

2453-1372

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 Zubereitungsarten.

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.

2454-1373

Die Gastronomiegruppe zfv

Wir sind ein traditionsreiches, zukunftgerichtetes 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

Ihre Aufgabe: Ihr Aufgabengebiet umfasst die Führung und Organisation des Küchenbereiches 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 Inventarwesen, die Warenbewirtschaftung, die Catering- und Eventangebotsplanung sowie allgemeine administrative Aufgaben zu Ihren Aufgaben.

Ihr 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 Tauro, Leiterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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

2456-1374

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.

2434-1362

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 den zukünftigen Arbeitsplatz vorstellen können
D.+ S. Frauendiener
Rest. De l'Aigle Noir
Rue des Alpes 10 1700 Fribourg
Tel. 026 322 49 77
E-Mail:
restaurantaiglenoir@bluewin.ch
www.aiglenoir.ch

2361-1341

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

...denen 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

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 15 57 – 079 422 37 24, Fax 055 410 41 06
hesser@bluewin.ch

2446-1367

Kantonsspital St.Gallen

Gastronomie

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 Gäste- 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 Gastroprofi 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 Dienstleistungsbereiches Gastronomie aktiv mit. Wir verfügen über eine moderne Infrastruktur und Entfaltungsmöglichkeiten. Ihre Dienstleistungsorientierung und Ihr hohes Qualitätsbewusstsein können Sie vollumfänglich 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. 0605D an personaldienst@kssg.ch oder

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

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

www.kssg.ch > Stellen

2481-1379

PARKHOTEL ZUG ★★★★

Quality. Our Passion.

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 Verdoppelung 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 Begeisterungsfähigkeit
- Einsatzfreude, Freundlichkeit 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 Warenbewirtschaftung inklusive Einkauf und Lagerung
- Engagement als herzliche/r Gastgeber/in, 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 Gastgeber/in 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 Schichtaufgaben selber zu übernehmen
- Sie sind leistungsfähig, vertrauenswürdig, teamorientiert und flexibel
- freundliches und gepflegtes Auftreten mit gleichzeitigem Sinn für Präzision
- 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 diesem 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 Gareis, Direktor
stefan.gareis@parkhotel.ch

DAS PARKHOTEL ZUG IST DAS IM ZENTRUM DER STADT ZUG GELEGENE, FÜHRENDE 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. ZUDEM ERÖFFNEN WIR IN DIESEN TAGEN UNSER NEUES APARTMENTHAUS MIT 19 «SERVICED CITY APARTMENTS».

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

2464-1380

ZERMATT MATTERHORN

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 À-la-carte-Restaurant «Gormet-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 Rezeption/ Option auf Direktionsassistenz

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

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

Sie sind verantwortlich für die Rezeption inkl. täglichen Rezeptionsarbeiten, Monatsabschlüssen, Debitorenbuchhaltung, Kommissionsabrechnungen und Betreuung unsere internationalen 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

Grandhotel Schönegg ☆☆☆☆

2428-1360

HOTEL BELAIR — LA CANTINELLA RISTORANTE

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, selbständig 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.buergin@belair-hotel.ch

2436-1363

---

merkur kaffee

Die **Merkur Kaffee AG** ist die Nr. 1 im CH-Gastronomie-Markt. Seit 1918 fühlen wir uns dem Wohl unserer Kunden verpflichtet. Unser langjähriger Gebietsleiter geniesst in Kürze seinen wohlverdienten Ruhestand. Aus diesem Grund suchen wir auf **Anfang Oktober 2009** oder 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 verkäuferisches 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, initiative und unternehmerisch denkende Persönlichkeit und zeichnen sich durch Engagement, Durchsetzungsvermögen 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 erwartet 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 zeitgemässe Anstellungsbedingungen und eine den Anforderungen entsprechende Entlöhnung.

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@merkurkaffee.ch.

2452-1371

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:

Réception: **Réceptionist/in mit Erfahrung**
Service : **Servicefachangestellte/r** für unsere À-la-carte-Restaurants
Servicemitarbeiter/in für unsere Hausgäste
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.

JEUNES RESTAURATEURS D'EUROPE SCHWEIZ — 17 — GILDE

2441-1365

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-vals.ch
homepage: www.therme-vals.ch

2449-1369

Am Ufer des Zürichsees, angrenzend ans Naturschutzgebiet, liegt wunderschön unser «Schiff». Mit zwei traumhaften Terrassen, Speiserestaurant, Schifflistube, 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 herzlich, 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 schönsten 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

2452-1379

---

victor meyer

Wir sind ein gut eingeführtes, erfolgreiches Unternehmen der Gastronomieausstattungsbranche.

Zum Ersatz unseres vor der Pensionierung stehenden Stelleninhabers im Reisegebiet Zürich, Schaffhausen und Schwyz suchen wir eine zielstrebige 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 selbständig 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 | www.victor-meyer.ch

2438-1364

---

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 anfangs 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 Programmteilnehmenden

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 Kulturkreisen arbeiten und eine selbstständige, vielseitige Aufgabe in einem lebhaften Umfeld suchen, dann freuen wir uns auf Ihre vollständige, schriftliche Bewerbung an: AOZ, Personaldienst, Erika Müller, Zypressenstrasse 60, 8040 Zürich (www.aoz.ch)

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

2426-1358

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

people – wissen, welche Sessel frei werden

10 Wochen lang für CHF 25.00

Verfolgen Sie 10 Wochen lang das 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** den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.

Viel Erfolg bei der Suche!

Direktion/Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Restaurant Manager (m/w) 100%	Region Basel	J2372
F&B-Assistent / Betriebsassistent – Luzern	Region Zentralschweiz	J2376
Restaurant Manager (w/m) 100 %	Region Mittelland (SO, AG)	J2375
Geschäftsführer / Pächter	Region Bern	J2308
Restaurant Manager.	Region Zürich/Schaffhausen	J2326
Stv. Storemanager/-in	Region Zürich/Schaffhausen	J2217

Verkauf/Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Marketingassistent/in 80–100%	Region Basel	J2290
Sales Representative (m/w)	Region Basel	J2300
Leiter/in Reservation und Verkauf.	Region Ostschweiz	J2281
Sales Manager/in	Region Basel	J2295

Kaufmännisch/Finanzen/HR/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
HR-Leitung	Region Zürich/Schaffhausen	J2224

Réception/Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Front Office Manager	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
Réceptionist Saisonstelle– Gstaad	Region Bern	J2378
Stv. Chef de réception	Region Ostschweiz	J2284

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Director of Food & Beverage	Region Zürich/Schaffhausen	J2219
BetriebsassistentIn	Region Zürich/Schaffhausen	J2309
Leiter Einkauf (m/w) interims	Region Basel	J2291
Einkäufer/in	Region Basel	J2302

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Koch/ Chef de Partie – Saisonstelle	Region Graubünden	J2379
EXECUTIVE CHEF	International	J2323
Koch für temporäre Einsätze	Region Bern	J2327
Köchin/Koch 100%	Region Zürich/Schaffhausen	J2328
Küchenchef (m/w)	Region Basel	J2293
Küchenchef	Region Zürich/Schaffhausen	J2221
Souschef	Region Bern	J2233
Chef de partie (w/m)	Region Basel	J2298
Küchenchef (m/w)	Region Basel	J2299
Jungkoch gesucht (direkt am Paradeplatz)	Region Zürich/Schaffhausen	J2225
Chef de Partie	Region Bern	J2218
Pâtissier mit Gourmet-Erfarung	Region Basel	J2297
Küchenchef	Region Mittelland (SO, AG)	J2370
Koch / Heimkoch (m)	Region Ostschweiz	J2285
Souschef	Region Bern	J2230
Küchenchef w/m (100%)	Region Zürich/Schaffhausen	J2279
Diätkoch/köchin	Region Basel	J2292

Service/Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Service (m/w).	Region Mittelland (SO, AG)	J2280
Servicemitarbeiter/-in gesucht	Region Bern	J2368
Servicemitarbeiterin	Region Bern	J2305
Servicefachangestellte	Region Zürich/Schaffhausen	J2310
Serviceangestellte / Servicefachangestellte	Region Ostschweiz	J2286
Servicefachangestellte w/m	Region Zürich/Schaffhausen	J2278
Tagungsbetreuer/in	Region Basel	J2301
Servicemitarbeiter (m/w) Wintersaision – Zermatt	Region Oberwallis	J2377
Chef de Service	Region Zürich/Schaffhausen	J2220

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|I|E
B290	Küchenchef	31	D	per sofort	ENGLISCH–GUT, FR
B109	Receptionistin	21	CH	per sofort	D|F|E
B273	Réceptionistin	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|I|E
B294	Service, Bankett	22	D	per sofort	D|E
B288	Service / Bar	37	CH	per sofort	D|F|E|SPANISCH

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

Stand per 18.05.09. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

Aurora

Café - Bäckerei - Konditorei - Confiserie

www.cafe-aurora.ch

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

Cafe Aurora
Voa Sporz 1
7078 Lenzerheide

Tel. 081 384 13 32
Fax 081 384 66 32
www.cafe-aurora.ch

2447-1368

RESTAURANT CHALET-HOTEL ALTE POST

3818 Grindelwald
im Zentrum direkt neben Bergbahn 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: altepost@grindelwald.ch
www.altepost-grindelwald.ch

2424-1367

Suisse romande

HOTEL GUARDA GOLF
CRANS MONTANA
SWITZERLAND

recherche:

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

Réceptionniste de nuit (h)

Esthéticienne (f)

De 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 répondu qu'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 – info@hotelguardagolf.com

2457-1375

Case Postale 65
2852 Courtételle
T 41 32 420 74 20
F 41 32 420 74 21
info@frij.ch
www.frij.ch

Fondation Rurale Interjurassienne
COURTEMELON LOVERESSE

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

Votre mission:
- Concevoir et dispenser des cours, conseiller divers publics dans le domaine de l'intendance et de l'économie familiale, suivre et encadrez les apprenti-e-s 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:
- 1er 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.

2427-1359

International

Mirihi as unique as you

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 USP's. 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 1st 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 BBQ's, excursions on our sailing yacht, 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 out-going, 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 most beautiful 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 you 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 (please file-size not more than 2MB). For more impressions about Mirihi, please visit our homepage, 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.

2444-1366

Svizzera italiana

HOTEL Sass da Grüm

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

Koch

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

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

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

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

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

Hotel Sass da Grüm «Unique»
Gabriella Mettler und Stefan Büschi
6575 San Nazzaro
Tel. 091 785 21 71
www.sassdagruem.ch
info@sassdagruem.ch

2208-1257

HOTEL INTERNATIONAL, LUGANO
80-Zimmer, renomiertes 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

2460-1377

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. 079 566 92 31.

2184-1240

Stellenvermittlungen

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

484-289

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

361-201

IMPRESSUM

htr hotel revue – **stellen revue / marché de l'emploi**
Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: hotelleriesuisse, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23
Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elsbeth Hobmeier
Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König
Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger
Anzeigen-Innendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo, Delia Piscopo, Patricia Nobs Wyss
E-Mail: inserate@htr.ch / www.hoteljob.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):
– Frontseite / Première page: Fr. 1.70 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Direktion / Direction Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Zuschlag Aufschaltung Internet: 1 Wo. Fr. 50.–, 2 Wo. Fr. 70.–, 1 Mt. Fr. 100.– (pro Anzeige)
– 1 GzD bis Freitag vor Erscheinen möglich – weitere GzD kosten pro Auszug Fr. 30.–

Termine:

– Ausgabe	Nr. 22/2009	Nr. 23/2009	Nr. 24/2009	Nr. 25/2009
– Erscheint	28. 5. 2009	4. 6. 2009	11. 6. 2009	18. 6. 2009
– Anzeigenschluss	**Mo. 12.00 Uhr** 25. 5. 2009	**Fr.** 29. 5. 2009 **8.00 Uhr**	8. 6. 2009	15. 6. 2009

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

WEMF-beglaubigt 2007/08 / contrôlés REMP 2007/08, verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 092, Gratisauflage / tirage gratuit: 1289
(Druckauflage / tirage imprimé: 18 000)

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoss gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.