

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2009)  
**Heft:** 22

## 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>**



**Baumwolle**

Max Havelaar  
zertifiziert neu  
auch Baumwolle.  
Ab Herbst gibt es  
Fairtrade-Wäsche  
für Hotels.  
**Seite 15**

**Session**

Zurzeit beraten National- und Ständeräte für die Hotelbranche relevante Geschäfte.  
**Seite 2**

**Ratgeber**

Ist es steuerlich interessanter, anstelle von Bonuszahlungen Dividenden zu beziehen?  
**Seite 12**

**Zürich**

«Ich finde den Slogan «Downtown Switzerland» völlig kontraproduktiv.»  
**Seite 5**

Elmar Ledergerber, Präsident Zürich Tourismus



**Hotelpreise**

**Mehrwert bieten anstelle von Dumpingpreisen**

Den Hoteliers wird empfohlen, statt die Preise generell zu senken zum gleichen Preis mehr Leistung anzubieten. Doch in der Realität setzen nur wenige Betriebe diese Ratschläge in die Tat um. Der Mehrwert, den einzelne Hotels ihren Gästen bieten, fällt unterschiedlich aus: Ein Sechsgang- statt ein Viergang-Menü bei der Halbpensionsbuchung, frühes Check-in und spätes Check-out oder ein Upgrading. Auch Seminarhotels haben die Möglichkeit, im Dienstleistungssektor «Added Value» zu offerieren. Etwa kostenlos einen Beamer oder einen Gruppenraum zur Verfügung zu stellen.  
dst/ag  
**Seite 3**

**Billigtickets**

**Die SBB will neue Kunden generieren. Die BLS auch.**

«Das Projekt kam etwas überraschend, aber ohne eine Testphase kann auch kein Urteil abgegeben werden», sagt Hans Martin Schaefer, Mediensprecher der BLS. Noch vor gut einer Woche machte die SBB mit ihrer Sparticket-Aktion von sich reden. Neben Zügen der SBB stehen auch Linien der BLS auf den Strecken Bern-Luzern via Entlebuch sowie Bern-Brig im Angebot. Die SBB hat die Zahl der verfügbaren Sparbillette nun noch erhöht. Die täglich bis zu 100 000 verfügbaren Angebote werden neu bei der Fahrplanabfrage angezeigt und sind hauptsächlich auf SBB Direktverbindungen

erhältlich, die ausserhalb der Stosszeiten verkehren. Dass das Marketing letzte Woche nicht auf Hochtouren lief, sei kein Versäumnis, sondern Strategie der SBB. «Wir wollten ganz sanft mit der Aktion beginnen», betont SBB Mediensprecher Roland Binz. SBB-CEO Andreas Meyer ergänzt: «Diese Sommeraktion ist ein Versuch, ob sich freie Plätze zu den Nebenverkehrszeiten durch preisliche Anreize besser auslasten lassen.» Die Tourismusorganisationen begrüssen die Aktion und hoffen auf neue Tagestouristen.  
sls  
**Seite 4**



Der Kluge und Preissensible reist im Zuge.

**Architektur zieht**



Die faszinierende Architektur der Therme Vals steht für ein internationales USP in der Schweizer Spa-Welt.

**Spa-Fachfrau Susie Ellis sagt, die Schweizer Spa-Architektur sei einmalig. Sie sollte als Marketingvorteil genutzt werden.**

SIMONE LEITNER

Die Spa-Industrie boomt weiterhin und habe ihren Zenit noch nicht überschritten, waren sich die Teilnehmer am Global Spa Summit in Interlaken einig. Vor allem Susie Ellis, Präsidentin von Spa Finder, einem der bedeutendsten Marketingunternehmen rund um Spa-Einrichtungen, mit Sitz in New York, stand im Mittelpunkt. Ihre Spa-Trends basieren

auf gross angelegten Studien und sind in den USA tonangebend. Die Architektur der Schweizer Spas sei einmalig und müsse als Marketingvorteil genutzt werden, sagte die Fachfrau. «Ich bin von der Bergoase in Arosa oder der Therme Vals begeistert.»

Doch die Trends kommen nach wie vor aus den USA. Laut Susie Ellis sind die jungen Generationen X und Y für die Spas ein grosser

Markt, Medical und Spa heute eine der besten Liaisons und Labels in der Spa-Welt immer wichtiger. «Die Kunden wollen sich mit einer Philosophie identifizieren. Sie dient als Kaufargument», betont Ellis. Zudem seien Dental-Spas für «die entspannte Pflege der Zähne» im Kommen. Und als Goldgrube werden in den USA die Spas in den grossen Casinos gepriesen.  
**Seite 13**

**Kommentar**

**Wo bleiben denn die Schweizer Wanderhotels?**



CHRISTINE KÜNZLER

Wandern ist im Trend. Und Wanderferien sind bei Gästen mit einem hohen Einkommen gefragt. Doch an klar positionierten und professionell vermarkteten Wanderhotels mangelt es in der Schweiz. Es braucht Qualitätskriterien wie bei der internationalen Hotelkooperation Europa Wanderhotels, die in der Schweiz (noch) nicht Fuss gefasst hat. Eine Marketingkooperation für Hotels, die sich klar auf den Wanderer ausrichten, schafft Transparenz für den Gast.

**«Hotels, die sich als Wanderhotels profilieren können, gibt es genug.»**

Die Schweiz ist ein Wanderland – ein wunderschönes. Hotels, die sich als Wanderhotels profilieren können, gibt es genug. Viele Hoteliers begleiten ihre Gäste auf Wanderungen, geben ihnen Lunchpakete mit auf den Weg und stellen die Ausrüstung zur Verfügung. Jetzt geht es darum, diese Hotels zusammenzufassen, sie zu vermarkten und zentral buchbar zu machen. Davon könnten Hoteliers und Gäste profitieren.

Bei «Wanderland Schweiz» findet der Gast zwar viele Hotels, doch nicht zwingend jene, die sich auf Wanderer ausrichten, sondern solche, die sich von ihrer Lage her anbieten. Bei MySwitzerland erscheint auf die Eingabe von «Wanderhotels» gerade mal ein Hotel. Einzige Wanderhotelgruppe in der Schweiz sind die Wanderhotels. Sie wirkt zurzeit wenig professionell. Die Marktlücke wäre noch zu füllen, die Chance zu packen.  
**Seite 7 bis 11**

**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 22

ANZEIGE

**Il caffè!**  
illycaffè AG  
8800 Thalwil  
www.illycaffè.ch

**PRIMO Minibar**  
www.minibar.ch

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.  
**rebagdata**  
hotel management solutions  
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

**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

**Glasklar.**  
Die Software für den totalen Überblick über Lager und Einkauf:  
www.fidehotel.ch  
fideHotel

2009: Revue  
Hauptkategorie  
Beitragkategorie  
Schlüsselwörter  
Tagesdatum

Aus der Region

**Zentralschweiz**  
**Schlankere  
Strukturen für  
den Tourismus**



Swiss-Image

In erster Lesung hat das Luzerner Parlament das neue Tourismusgesetz gutgeheissen, so die «Neue Luzerner Zeitung». Damit sollen Luzerns Tourismusstrukturen schlanker werden. Die heute sechs Tourismusorganisationen sollen auf zwei, wenn möglich auf nur noch eine einzige reduziert werden. Die kantonale Beherbergungsabgabe soll von 30 auf 50 Rappen erhöht werden. **dst**

**Zürich**

**AG Hallenstadion  
ist auch für 2009  
zuversichtlich**



ZVG

Im Geschäftsjahr 2008 konnte die AG Hallenstadion Zürich den Gewinn um 406% auf 805'000 Franken steigern. Der Umsatz blieb mit 20,7 Mio. Franken fast identisch wie im 2007. Trotz der aktuell wirtschaftlich schwierigen Zeit blickt die AG Hallenstadion zuversichtlich in die Zukunft. Bisher sei kein Rückgang der Hallenbuchungen feststellbar, verlautete an der GV. **dst**

**Im Frühjahr 2011  
erhält Zürich ein  
Ramada-Hotel**

Direkt gegenüber der Letzigrund-Arena soll im Frühjahr 2011 das neue Vier-Sterne-Ramada-Hotel Zürich City eröffnet werden. Vorgesehen sind 165 Zimmer, ein Restaurant, eine Bar, ein Sauna- und Fitnessbereich sowie drei verschiedene grosse Konferenzräume mit einer Kapazität von bis zu 65 Personen. Mit dem neuen Hotel weitet die Hospitality Alliance AG ihr Engagement in der Schweiz aus. Neben Basel, Engelberg, Genf, Locarno, Solothurn und Veysonnaz ist Zürich künftig der siebte Ramada-Standort. Ramada gehört zu der Wyndham Hotel Group. **dst**

**Korrigendum**

**Zweimal  
Milestone für  
Felix Frei**

Auf der Liste der Milestone-Gewinner seit 2000 ging in der letzten Hotelrevue leider ein wichtiger Name verloren: Felix Frei. Als damaliger Tourismusdirektor von Lenzerheide erhielt er 2007 (zusammen mit Hans-Kaspar Schwarzenbach) den Sonderpreis für die Handy-Safari Lenzerheide/Arosa. Und ebenfalls 2007 gehörte Felix Frei dem Gewinner-Team «Enjoy Switzerland» an, zusammen mit Urs Wohler/Scul, Serge Beslin/Villars und Daniel Luggen/Zermatt. Wir entschuldigen uns für dieses Versehen. **eho**

**Weniger Bürokratie**

**Am kommenden  
Dienstag wird der  
Ständerat über die  
Vereinfachung der  
Mehrwertsteuer be-  
raten. Der National-  
rat gab dazu bereits  
grünes Licht.**

DANIEL STAMPLFI

**M**it 50 Massnahmen soll die Mehrwertsteuer vereinfacht werden. Ebenso soll der Sondersatz für Beherbergungsleistungen bis Ende 2013 verlängert werden. Der Nationalrat hatte bereits in der Frühjahrsession einer Vereinfachung zugestimmt. Damit will man die administrativen Kosten für die Unternehmen senken. Im Rahmen der Steuer-

debatte hatte die grosse Kammer auch einer Verlängerung des Sondersatzes von 3,6 Prozent für die Hotellerie bis Ende 2013 zugestimmt.

**hotelleriesuisse für Annahme  
der Vorlage**

Im Vorfeld der Sommersession hat sich auch die ständerätliche Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK) für eine Vereinfachung der Mehrwertsteuer ausgesprochen. Allerdings kam es zu Differenzen zum Nationalrat. So hält die ständerätliche WAK beim Umgang mit nichtgewinnstreben Organisationen am Vorschlag des Bundesrats fest, wonach solche Organisationen, wie andere Unternehmen auch, ab einem Umsatz von 100'000 Franken steuerpflichtig sein sollen. Der Nationalrat will die Umsatzgrenze auf 300'000 Franken erhöhen.

Der Branchenverband hotelleriesuisse unterstützt grundsätzlich die Bestrebungen des Bundes für



Alan D. Bollet

**Sondersatz von 3,6% für  
die Hotellerie soll bis Ende 2013  
verlängert werden.**

eine radikale Vereinfachung des Mehrwertsteuersystems und hatte sich bereits im Rahmen der Vernehmlassung klar für eine umfassende Gesetzesrevision und die Einführung des Einheitssatzes ausgesprochen.

Bei der Vereinfachung der Mehrwertsteuer handelt es sich um den ersten Teil der beabsichtigten To-

talrevision des Mehrwertsteuergesetzes. Der zweite Teil – die Einführung eines Einheitssatzes von 6,1 Prozent – könnte frühestens in der Herbstsession debattiert werden.

**Erhöhung für Zusatzfinanzierung  
der Invalidenversicherung**

Am 27. September werden die Schweizer Stimmbürger über eine befristete Erhöhung der Mehrwertsteuersätze abstimmen müssen. Von 2010 bis 2016 soll damit den Defiziten und der enorm anwachsenden Verschuldung der Invalidenversicherung Einhalt geboten werden. Der Normalsatz würde von 7,6 auf 8,0 Prozent, der reduzierte Satz (für Waren des täglichen Bedarfs) von 2,4 auf 2,5 Prozent und der Sondersatz für Beherbergungsleistungen von 3,6 auf 3,8 Prozent angehoben werden.

**Aktuelle Entscheide aus der  
Session auf  
[www.htr.ch/dossier](http://www.htr.ch/dossier)**

**Sommersession  
Minarette und  
Zweitwohnungen**

**Initiative gegen den Bau von  
Minaretten:** hotelleriesuisse empfiehlt die Initiative zur Ablehnung. Ein Verbot für den Bau von Minaretten schade dem Image der Schweiz im Ausland massiv.  
**Ständerat, Fr. 5. Juni**

**Initiative gegen uferlosen Bau  
von Zweitwohnungen:** hotelleriesuisse empfiehlt die Ablehnung der Initiative. Bei einer starren Beschränkung des Anteils von Zweitwohnungen am Gesamtbestand der Wohneinheiten auf 20 Prozent bestehe die Gefahr, dass der Zweitwohnungsbau auf diejenigen Gemeinden verlagert werde, welche diesen Anteil noch nicht erreicht haben.  
**Nationalrat, Do. 4. Juni** **dst**

**Mehr Wellness im  
Parkhotel Bellevue**

**Das Parkhotel Bellevue &  
Spa in Adelboden baut  
derzeit seine Wellness-  
anlage um. Die Wieder-  
eröffnung nach der  
10-wöchigen Bauphase ist  
auf den 19. Juni geplant.**

DANIEL STAMPLFI

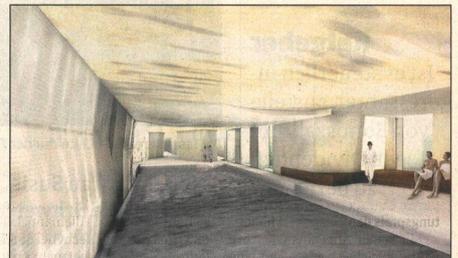
Das Hallenbad des Adelbodner Vier-Sterne-Superior-Hotels erhält zurzeit eine Komplettsanierung. Dazu gehört eine neue Aus-

kleidung (Glasmosaik), die Erneuerung von Decke, Wänden, Böden (gleiche Materialien wie im Bädertrakt) und Technik. Bergseitig entsteht auf 400 m<sup>2</sup> ein neuer Sauna- und Dampfbädertrakt.

Die architektonische Gestaltung obliegt den Basler Architekten Buchner Bründler, die schon am Restaurantumbau und den Renovationen der Zimmer in den Jahren 2006 und 2008 beteiligt waren und auch den Schweizer Pavillon für die Weltausstellung 2010 gestalten werden. Als Leitidee diente den Architekten eine kristalline Höhle,

die in ihrer «Grottigkei» ihre Badegäste aufnimmt und einen angenehmen Kontrast schafft zum weiten, hellen Hallenbad, wie das Parkhotel Bellevue & Spa mittel, welches rund 3 Millionen Franken in diese Ausbaustape investiert.

Der Raum, in welchem die Heissluftbäder zu stehen kommen, wurde dem Berg abgerungen. Zur Verfügung stehen werden den Gästen nach Abschluss der Arbeiten ab 19. Juni eine Himalaya-Salzsaua, eine Bio-Sauna, ein Eukalyptusdampfbad, ein Blütendampfbad und drei Wärmeliegen. Die Salz-



ZVG

**Das Hallenbad des Adelbodner Parkhotel Bellevue & Spa wird  
komplett saniert.**

ziegel der Himalaya-Salzsaua stammen aus dem Salzgebirge zwischen Indus und Himalaya und werden aus unterirdischen Salzstöcken aufgebaut.

Das neue Spa soll laut Hotel-  
direktor Andreas Richard bewusst

kein Monument werden, das zu bewundern ist und lediglich einen Architekturtourismus anzieht. Die Gäste sollen sich vielmehr zerstreuen können und in einer subtilen Form Anregung und Unterhaltung erleben.

**Entrée: Hotel Bella-Tola, St-Luc. Mehr auf: [www.htr.ch/hotelarchiv](http://www.htr.ch/hotelarchiv)**



Gedöbel Bellevue, Tola & St-Luc/ZVG

# Wider das Preisdumping

**Das Gebot der Stunde: Nicht dem Preisdumping verfallen, sondern mehr Leistung zum gleichen Preis bieten. Beispiele gibt es, doch es könnten mehr sein.**

ANDREAS GÜNTERT

Ein Sechsgang statt ein Viergang-Menü für die Halbpensionsgäste. Neu täglich ein Eierkoch am Frühstücksbuffet. Im «Schweizerhof» in der Lenzerheide hat man auf die Sommersaison kostenlosen Mehrwert für die Gäste eingeführt. «Wir senken unsere Übernachtungspreise nicht», sagt Gastgeberin Claudia Züllig, «dafür aber belohnen wir unsere Gäste.» Was diese auch bei Dienstleistungen spüren: Der hoteleigene Hamam des Vier-Sterne-Superior-Hauses wird früher geöffnet, die Zeiten des Kindergartens verlängert. Die Mehrkosten daraus, sagt Züllig, würden als Marketing-Ausgabe betrachtet, «denn so können wir Gäste halten».

**Durchschnittlicher Übernachtungspreis dank Mehrwert höher**  
Mit seiner Angebots-Offensive wird der «Schweizerhof» auf eine Art aktiv, wie es Chefkonditorien anregen: Nicht die Tarife senken, sondern zum gleichen Preis Mehrwert

bieten. Diese Devisen gilt auch im Zürcher Vier-Sterne-Superior-Haus Storch. Für Stammgäste gibt es kostenlosen Wireless-LAN-Zugang; frühes Check-in (ab 8 Uhr) und spätes Check-out (bis 17 Uhr) ist für alle Gäste neu inbegriffen. «Und wo immer möglich, gewähren wir Upgrades», sagt «Storch»-Direktor Jörg Arnold. Es sei auch auf diese Mehrwert-«Goodies» zurückzuführen, dass man den Durchschnitts-Übernachtungspreis von 477 auf derzeit 479 Franken habe anheben können. Ebenfalls Zeit-Mehrwert bietet das «Victoria-Jungfrau» in Interlaken. Seit Ende April läuft die Promotion «Ihr Tag hat 30 Stunden»: Bei Buchung der Rack-Rate verlängert sich das zeitliche Guthaben im Hotel mit jeder Nacht. Reist ein Gast etwa um 10 Uhr an, kann er sein Zimmer am Folgetag bis um 16 Uhr behalten. Nach einer weiteren Nacht verlängert sich die Zeit bis zum Check-out schon bis 22 Uhr.

Drei Beispiele dafür, wie man das Mehrwert-Thema auslegen kann – seltene Beispiele. «Ich sehe noch nicht allzu viel in dieser Hinsicht», sagt Thomas Allemann, Leiter Wirtschaft und Recht bei hotelieresuisse. «Es braucht mehr Kreativität und aktives Marketing, um attraktive Pakete zu schindeln, die keine preisliche Vergleichbarkeit

zulassen.» Der Vorteil: «Man verkauft nicht über den Preis, sondern über den Inhalt, also das attraktive Angebot. Man muss das allgemeine Preis-Rallye nicht mitmachen – und hat beim nächsten Aufschwung nicht die Mühe, die alten Preise wieder herzustellen.» Auch wenn die Sorgen vieler Hoteliers gross und die Cash-Bestände klein seien – «antizyklisches Handeln ist jetzt angesagt».

**Zusatzleistungen auch im Seminarbereich**

Wie man Mehrwert im Meeting-Bereich anbieten kann, zeigt das zur Victoria-Jungfrau Collection gehörende «Palace Luzern». Wer mindestens zehn Zimmer bucht, kann aus drei von sechs «Added Values» auswählen. So etwa ein Zimmer-Upgrade für den Referenten, eine kostenlose Kaffeepause oder bei privater Aufenthaltverlängerung eine kostenlose Übernachtung für eine zusätzliche Person.

**«Man verkauft nicht über den Preis, sondern über den Inhalt, also das attraktive Angebot.»**

Thomas Allemann  
Geschäftsleitung hotelieresuisse

Auch Peter H. Ernst, Direktor des 4-Sterne-Superior-Seminar- und Kongresshotels Seedamm Plaza in Pfäfers, senkt die Preise nicht: «Kunden, die nach tieferen Kosten fragen, rate ich zunächst, ihren Anlass zu redimensionieren.» Mehrwert-Offerten sieht Ernst am ehesten im Dienstleistungssektor; man könne etwa einen Beamer oder



Alain D. Bollat

**Frühes Check-in oder spätes Check-out sind Beispiele für Mehrwert.**

ein Gruppenraum kostenlos anbieten oder auf Wunsch den Pausenkaffee im Seminarraum servieren. Kostenlos eine Mahlzeit um einen oder zwei Gänge zu ergänzen, ginge Ernst zu weit: «Beginnt man einmal damit, wird das für den Gast zum Gewohnheitsrecht.» Gegen befristete Aktionen, die Ernst seit zehn Jahren praktiziert, spreche nichts. Was wohl für alle Hoteliers gilt: Wer Mehrwert bieten will, muss seine Rechnung gemacht haben. Dazu gehört, dass

man die Zusatzkosten der offerierten «Goodies» kalkuliert und sich Gedanken zu Art und Kosten der Kommunikation gemacht hat. Was, wenn Gäste in spe trotzdem versuchen, an der Reception die Preise zu drücken? «Storch»-Direktor Arnold kennt seine Pappenheimer. Und ein Rezept, das meistens wirkt: «Wir schlagen dann vor, parallel zum tieferen Preis die Dienstleistung zu kürzen. Die Erfahrung zeigt, dass Schnäppchenjäger aber genau das nicht wollen.»

Aus der Region

## Ostschweiz

### hotellerie Ostschweiz will DV 2011

«Wir werden uns für die Delegiertenversammlung von hotellerie-suisse 2011 bewerben», sagte Caspar Lips, Präsident von hotellerie Ostschweiz, anlässlich der ersten Hauptversammlung. Über das Wie, Wo und Wann sollen die Mitglieder später informiert werden. hotellerie Ostschweiz besteht aus den Sektionen Appenzel AI/AR, Glarus, Schaffhausen, St. Gallen und Thurgau, total 135 Mitgliederbetriebe. Die Glarner Hoteliers sind als Einzelmitglieder angeschlossen. dst

## Graubünden

### Engadin Scuol: Spitzenjahr vor Unsicherheit



Swiss-image

Im Jahr 2008 verzeichnete die Engadin Scuol Tourismus AG mit 2,4 Mio. Franken 43,7% mehr Reservierungssystem-Umsatz. Die direkt ausgelagerten Logiernächte konnten mit dem neuen System um 58% auf 38.474 gesteigert werden. Das Logiernächteplus betrug 5,5%. Die Aussichten für Sommer/Herbst 2009 zeigten laut Geschäftsbericht ein uneinheitliches Bild. Erwartet wird ein Rückgang um minus 5%. dst

## Berner Oberland

### Backpackers Villa: in Erweiterung investiert

Die Interlakner Herberge Backpackers Villa Sonnenhof eröffnet am Wochenende ihren Erweiterungsbau. Dieser bietet neben 90 zusätzlichen Betten auch einen neuen Eingangsbereich mit Lounge und Räumlichkeiten für Gruppen. Die Bettenkapazität wurde mit dem Ausbau auf 180 Betten verdoppelt. Insgesamt wurden 4,6 Mio. Franken investiert. Zielgruppen sind Backpacker-Gäste, unkomplizierte Familien sowie Gleitschirmflieger, welchen die Lage direkt am Landeplatz Höhenmatte wichtig ist. dst

### Rezession hat auch Gstaad erreicht



248

Die Destination Gstaad hat im letzten Winter 12.539 weniger Logiernächte (-5,9%) gezählt. Den deutlichsten Rückgang erlebte mit minus 15,5% die Fünf-Sterne-Hotellerie, wie Gstaad Saanenland Tourismus (GST) mitteilt. Für das Vier-Sterne-Segment wird das Minus mit 3,8%, für die übrigen Hotels mit 3,3 % beziffert. «Die ersten Indizien deuten auf ein Nachlassen gegenüber dem Vor Sommer hin», blickt GST-Direktor Roger Seifritz in die Zukunft. dst

# Sparten-Mix zahlt sich jetzt aus

**Nach dem guten Geschäftsjahr 2008 wollen die ZFV-Unternehmungen auch 2009 ein Umsatzplus ausweisen. Dank Expansion und vielen Standbeinen.**

GUIDRUN SCHLENZCEK

Die ZFV-Unternehmungen werden voraussichtlich zu den wenigen touristischen Unternehmungen gehören, die dieses Jahr sogar ein Umsatzwachstum ausweisen.

Regula Pfister, Vorsitzende der Geschäftsleitung rechnet mit einem Plus von 3 bis 4 Prozent nach einem Wachstum im letzten Jahr von 6,3 Prozent auf 156,7 Mio. Franken (Umsatz Gastgewerbe). Dazu beitragen werden vor allem vier Neueröffnungen ab Mitte Jahr: 10 Mio. Franken Umsatz will man mit der neu im Auftrag geführten Gastronomie der Uni Bern, jener im «Gehry Building» von Novartis, im World Trade Center in Zürich-Oerlikon und jener für Clariden Leu in Zürich erzielen. In den ersten vier Monaten legte der Umsatz

der Gruppe im Vergleich zur Vorjahresperiode um 1,2 Prozent zu.

Nach dem «besten Hoteljahr in der Geschichte der ZFV-Unternehmungen» rechnet Pfister für 2009, dass sowohl Hotels als auch gehobene Restaurants unter Vorjahr abschliessen. Dagegen «boomen die Personalrestaurants von Firmen ohne Kurzarbeit, freut sich Pfister.

Der Mix der Unternehmensgruppe aus eigenen Hotels (25% vom Umsatz), Restaurants (13%), eigener Bäckerei (9%) und im Auftrag betriebener Gemeinschaftsverpflegung (über 50%) zahlt sich in Krisenzeiten aus.

**«Die Personalrestaurants boomen. Hotels und gute Restaurants liegen unter Vorjahr.»**

Regula Pfister  
ZFV-Unternehmungen

Dieser Mix solle auch so bleiben, betont Pfister. Potenzial wittert Pfister noch an der Uni Bern: «An der Uni Zürich

liegt der Mensaumsatz pro Student und Jahr bei 800 Franken, in Bern erst bei 300.» In Zürich hat man in den letzten fünf Jahren den Umsatz um rund 50 Prozent steigern können. Investieren wird man in Bern im Sommer in den Ausbau der Hauptmensa und plant, die Aussonstungen auf Cook & Chill umzustellen. Die Investitionen werden, wie beim ZFV üblich, aus dem vorhandenen Cashflow finanziert. Bereits sicher ist dem ZFV auch der Verpflegungsauftrag für die Uni auf dem Von-Roll-Areal in Bern (Eröffnung 2012, 4000 Studierende).

### «Hassler Hotels & Resorts» neu als internationale Marke

Der legendäre Hotelier Roberto E. Wirth, Hotel Hassler, Roma, und der Hotellexperte Moreno Occhiolini haben die internationale Luxushotelmarke «Hassler Hotels & Resorts» gegründet. Unter dem neuen Brand sind so genannte Sister-Hotels in Geschäfts- und Feriendestinationen wie New York, Washington, Chicago, London, Zürich, Doha, Dschidda geplant. dst

### IFR steigert Umsatz und operatives Ergebnis

Die International Food Retail Capital (IFR) hat im Geschäftsjahr 2008 den Umsatz um 57,8% auf 759 Mio.

Euro gesteigert, wobei erstmalig die Hamker Lebensmittel Beteiligungen GmbH & Co. KG eingeflossen ist. Das operative EBITDA belief sich auf 58 Mio. Euro (+43,5%). Nordsee, der Anbieter von Fisch- und Meerespezialitäten mit Filialen auch in der Schweiz, trägt 331 Mio. Euro zum Umsatz bei. dst

### Tirol zieht eine relativ gute Winterbilanz

Zwischen dem 1. November 2008 und 30. April 2009 konnte der Tiroler Wintertourismus bei minimalen Rückgängen bei den Ankünften (-0,1%) und Nächtigungen (-0,3%) seine Umsätze um 3,7% auf fast 1,4 Mrd. Euro allein für Übernachtung und Frühstück steigern. Insgesamt wurden 25,5 Mio. Übernachtungen registriert. dst

## leserbrief

### ISO-zertifizierte Jungfraubahn – von wegen!

Samstag nach Auffahrt: Wir fahren auf Jungfraujoch. Mit dem Wissen, dass die Unternehmung ISO-zertifiziert ist und den zu erwartenden Massenansturm problemlos bewältigen wird. Aber weit gefehlt! Die Fahrt von der Kleinen Scheidegg aufs Joch verbringen wir stehend. Immerhin gibt es einen Getränke-Gutschein. Oben angekommen, geniessen wir die wundervolle Aussicht. Nachmittags treten wir die Rückreise an. Bereits wartet eine «riesige Schlange» – und diese wird immer länger. Fahrt endlich ein Zug ein, beginnt das grosse Drü-

cken. Einer Frau wird es übel, und man hört Hilferufe! Es dauert sehr, sehr lange bis ein Mitarbeiter erscheint. Scheinbar ist den Verantwortlichen die Situation nicht klar. Immer mehr Gäste zwingen sich seitlich in die Masse. Ist es wirklich möglich, dass es die Jungfraubahn nicht schafft, klare Wartelinien zu schaffen? Das Chaos nimmt seinen Lauf. Informationen gibt es keine! Nach einem halben Stunden Warten erreichen wir eine Bahn. Ich höre schon die Entschuldigungsworte – doch ich brauche sie nicht. Ich fahre nicht mehr auf Jungfraujoch und hoffe, dass diejenigen, die das Gleiche sagen, auch nicht mehr hingehen. So hätte das Manage-

ment wenigstens einen Spitzenzeit lang weniger mit Schwierigkeiten zu kämpfen!

Urs Raschle  
Geschäftsführer Zug Tourismus

Stellungnahme der Jungfraubahn: Mit 6500 Besuchern war dies der grösste Ansturm seit Jahren – die Jungfraubahn wurde richtiggehend überrollt. Wir haben nun beschlossen, die ursprünglich auf 1. Juli geplanten Kontingentierungsmassnahmen bereits am Pfingstwochenende einzuführen. Zur Qualitätssicherung wird die Besucherzahl auf maximal 5000 pro Tag beschränkt.

Hans Zurbuchen  
Mediensprecher der Jungfraubahnen

Schweiz

## Volksinitiative «Schutz vor Passivrauchen»

Eine Allianz von über 40 Organisationen lanciert die eidgenössische Volksinitiative «Schutz vor Passivrauchen». Sie verlangt, dass Gaste und Servicepersonal in Gastronomiebetrieben umfassend vor dem Passivrauchen geschützt werden. Die Sammelfrist dauert bis zum 19. November 2010. hotelleriesuisse spricht sich klar gegen die Volksinitiative zum Schutz vor Passivrauchen aus. Diese gefährde den hart erungen Kompromiss zwischen der Wahrung der persönlichen Freiheit und den Anliegen des Gesundheitsschutzes. Es sei völlig verfehlt, diesen politischen Konsens mit einer Volksinitiative zu zerstören, so hotelleriesuisse weiter. dst

## Nationale Kampagne für Berufsbildung

Am Montag startete die neue Plakatwelle der nationalen Kampagne Berufsbildungplus.ch. Sie ruft die Betriebe auf, in die Berufsbildung zu investieren und auch in Zukunft genügend Ausbildungsplätze bereitzustellen. Zudem wird die breite Öffentlichkeit für den Stellenwert und die Chancen der Berufsbildung sensibilisiert. Mit der Initiative Berufsbildungplus.ch fördern Bund, Kantone und Organisationen der Arbeitswelt gemeinsam die Berufsbildung in der Schweiz. dst

# Freie Fahrt: Billigtickets

**Die SBB lanciert täglich 100 000 Sparbillette. Und macht von sich reden. Nach anfänglicher Skepsis steht die BLS nun hinter dem Projekt.**

SIMONE LEITNER

Für spezielle Züge und zu bestimmten Zeiten bietet die SBB seit letzter Woche bis 12. August reduzierte Billette an. Das oberste Ziel: «Wir wollen neue Kunden generieren», sagt SBB Mediensprecher Roland Binz. Die Idee war schon seit längerem ein Thema. Nun wurde sie konkret umgesetzt. Für einige etwas überraschend: «Grundsätzlich ist diese Aktion nicht der Weisheit letzter Schluss, aber wir sind natürlich mit von der Partie», sagt Hans Martin Schaar, Mediensprecher der BLS. Die BLS bietet beispielsweise günstige Billette von Bern nach Luzern via Entlebuch an. «Ob sich diese Aktion lohnen wird, zeigt sich nach der Pilotphase», sagt Schaar von der BLS.

«Skeptisch sind wir nur, ob wir mit den Billigangeboten nicht eine Wertschöpfungseinbusse erleiden. Nach der Pilotphase wissen wir mehr, daher ist das Projekt wichtig.» Auch die SBB definiert die Aktion als einen Test. «Wir werden im August sehen, wie erfolgreich das Ganze war», so Binz. Und SBB-CEO Andreas Meyer ergänzt: «Diese Sommeraktion ist ein Versuch, der uns zeigen wird, ob sich freie Plätze zu den Nebenverkehrszeiten durch preisliche Anreize besser auslasten lassen.»

### Bis zu 100 000 Sparangebote täglich verfügbar

Die SBB hat in den letzten Tagen die Zahl der verfügbaren Billigtickets laufend erhöht. Die täglich bis zu 100 000 verfügbaren Sparbillette werden neu schon bei der Fahrplanabfrage angezeigt. Dass in der ersten Woche das Marketing noch nicht auf Hochtouren lief, sei kein Versäumnis, sondern vielmehr die bewusste Strategie der SBB. «Wir wollten ganz bewusst leise mit der Aktion beginnen und sind vom Echo positiv überrascht», betont Roland Binz. Obwohl die Werbekampagne erst jetzt einsetzt, kam das Angebot bei den Kundinnen und Kunden bereits gut an.

Rund 2000 Sparbillette wurden bereits verkauft: «Tendenz stark steigend», so Roland Binz.

### Tickets sind nur online erhältlich und nicht flexibel

Die SBB gewährt bis zu 60 Prozent Rabatt. Diese Angebote sind hauptsächlich auf SBB-Direktverbindungen und Züge erhältlich, die ausserhalb der Stosszeiten verkehren. «Für eine Reise können auch einzelne Sparbillette kombiniert werden», ergänzt der SBB-Medienprecher. Die Sparbillette sind nur online erhältlich und werden nicht rückerstattet.



Jetzt will die SBB ihre Billigtickets mit einer offensiven Marketingstrategie an die Kunden bringen. zvg/SBB

## Tagestouristen Das Schweizer Streckennetz erkunden

Wenn Schweiz Tourismus (ST) ausländische Journalisten einlädt, «dann glänzen wir mit unseren öffentlichen Verkehrsmitteln», sagt Edith Zweifel, Pressesprecherin von ST. Die Dichte des Streckennetzes und die Pünktlichkeit seien eines der Themen, über welches die Medienschaffenden gerne und fasziniert berichten. Und da Schweiz Tourismus das eigene Land nicht nur im Ausland, sondern

auch im Inland verkaufen will, kommt die SBB-Aktion gut an. «Wir sind überzeugt, dass damit neue Tagestouristen generiert werden», sind sich auch die Verantwortlichen von Luzern Tourismus sicher.

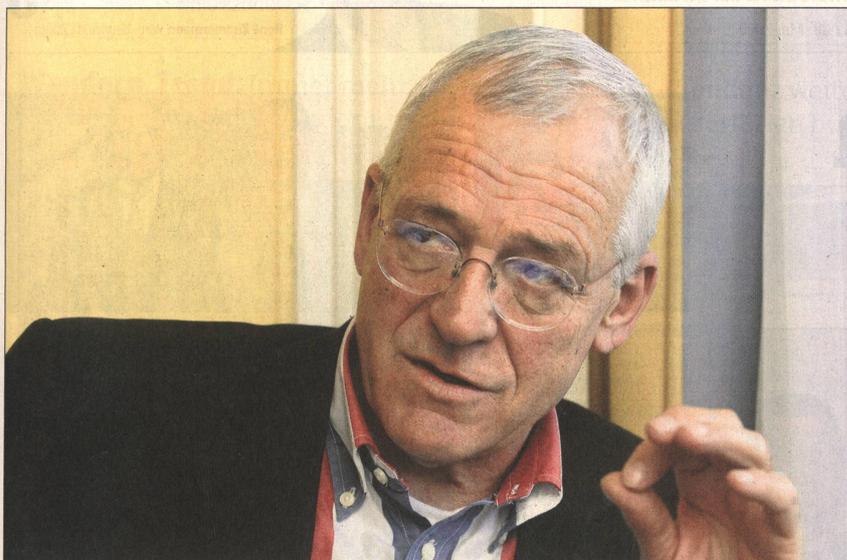
Cumuluspunkte, Superpunkte und andere Aktionen haben sich etabliert. Und die aktuelle Wirtschaftssituation beeinflusst die Preissensibilität der Konsumenten noch mehr. Thun Tourismus lancierte letzte Woche eine Ticketaktion von jedem SBB-Bahnhof im Wallis nach Thun für 30 Franken. Innerhalb weniger Tage wurden 500 Billette verkauft. Der administrative Mehraufwand sei zwar beachtlich, doch lohne sich die Aktion, so Beat Anneler, Direktor der Thun Tourismus Organisation. «Die Tickets werden von uns nicht subventioniert, sie sind eine SBB-Aktion im Rahmen des Lötschbergtunnels.» sls

# «Echte Bergfrische»



www.elmercitro.ch

Aktion gültig vom 1. bis 19. Juni 2009 bei Ihrem Getränke-Depositär.



Elmar Ledergerber wurde als Stadtpräsident oft scherzhaft als «König Elmar» betitelt. Jetzt ist er Präsident von Zürich Tourismus. Alain D. Bollat

## «Zürich bietet mehr als Heidi und Kühe»

Als Stadtpräsident war Elmar Ledergerber Zürichs grösster Fan. Jetzt verkauft er die Stadt touristisch.

ELSBETH HOBMEIER, ANDREAS GÜNTERT

**Elmar Ledergerber, als Stadtpräsident galten Sie als «Mister Zürich schlechthin». Wie werden Sie die Stadt als Tourismuspräsident verkaufen?**

Ich werde Zürich nicht verkaufen, sondern promoten. Denn Zürich ist ein wunderbares Produkt. Im Marketing, das etwa die Hälfte unseres Budgets ausmacht, möchte ich die Erfolgskontrolle verbessern, damit man Veränderungen nachweisen kann, wenn wir das Schwergewicht auf andere Märkte legen. Leider weiss man in der Stadt Zürich kaum, was Zürich Tourismus macht, obwohl das Geld von der öffentlichen Hand kommt. Da ist Aufklärung im Stadtrat und Parlament nötig.

**Wo wollen Sie zuerst aktiv werden, was ist Ihnen wichtig?**

Wichtig ist mir der Kongresstourismus, da müsste man Packages aufbauen. Wir sollten auch Kongresse mit 1000 Personen aufnehmen können, was heute noch riesige Probleme bietet. Und besser zusammenarbeiten möchte ich mit dem öffentlichen Verkehr. Zu jeder Hotelübernachtung soll der Gast automatisch ein ZVV-Ticket erhalten. Das wird harte Verhandlungen mit dem Verkehrsverbund bedeuten.

**Werden Sie die wichtigsten Märkte selber besuchen?**

Das werde ich vermehrt tun. Einige Gespräche führte ich schon letztes Jahr im Zusammenhang mit der Euro 2008, ich war in Milano, in Paris, um Kontakte aufzubauen.

**Wie sehen Sie die Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus?** Ich möchte das Heidi-Peter-Kuh-Schweiz-Image ändern. Der Städtetourismus, die moderne urbane Schweiz hat weit mehr zu bieten, nämlich spannende Kultur, Umgebung, Architektur.

**Sie denken also, Schweiz Tourismus vermarkte diese Urbanität zu wenig?**

Ja. Wenn ich am Flughafen ankomme und mich das Heidi begrüsst, dann habe ich ja nichts gegen Heidi oder das Matterhorn. Aber ich möchte Zürich anders positionieren. Ich finde auch den Slogan «Downtown Switzerland» völlig kontraproduktiv, den möchte ich gerne ändern.

**Ist die Bildung einer Dachmarke «Stadt-Region Zürich» Ihr Ziel?**

Ja, der erste Auftrag für ein integriertes Destinationmarketing ist bereits vergeben. Aber die Umsetzung wird relativ teuer, diese kann nur mit vereinten Kräften, mit Kanton und Stakeholdern realisiert werden. Die Stadt generiert einige Milliarden Umsatz, der Kanton zählt jährlich 270 000 Franken an Zürich Tourismus. Deren Bedeutung ist dem Kanton Zürich noch nicht sehr bewusst. Jeder Fischer weiss, dass man zuerst «anfütern» muss: Jeder Tourist, der hier übernachtet, bringt dem Kanton Steuereinnahmen. eho

### Zur Person Nahtlos vom Staji zum Tourismuspräsident

Elmar Ledergerber, geboren am 4.4.1944 in Engelberg, war von 2002 bis Ende April 2009 Stadtpräsident von Zürich. Der Sozialdemokrat sass elf Jahre im Nationalrat und wurde 1998 in den Zürcher Stadtrat gewählt. Seit dem 1. Mai 2009 amtiert er neu als Präsident von Zürich Tourismus. Seine Hobbys: Segeln, Tennis, Klavier, Lesen. eho

**Zürich nennt sich gern «Partystadt Europas». Braucht die Stadt mehr Partys?** Events sind auch für die Bevölkerung spannend. Man darf nur nicht zu viel machen, das jetzige Mass ist gerade richtig. Noch besser vermarkten könnte man jedoch das einzigartige Theaterspektakel und die Junifestwochen.

**Welches Zielpublikum sehen Sie?** Ein riesiges Potenzial bietet China, die Chinesen sind neugierig und reisefreudig, ihre Besuche gingen jedoch im letzten Jahr zurück. Hier wäre Zürich bestens positioniert dank der langen Partnerschaft mit Kunming. Dieser Markt könnte für uns weit ergiebiger sein – ich würde gern Zürich-Aktionswochen in Kunming durchführen.

**Nützt hier Ihr politisches Know-how?** Sicher, ich bringe viele Beziehungen und Kontakte mit, mein Netz und mein Verständnis dieser Stadt sind Vorteile.

**«Zu jeder Hotelübernachtung soll der Gast automatisch ein Ticket für den Zürcher Verkehrsverbund erhalten.»**

Elmar Ledergerber  
Präsident Tourismus Zürich

**Wie viel von Ihrer Zeit wird dieses Präsidium beanspruchen?**

Ich rechne mit einem bis eineinhalb Tagen pro Woche, anfänglich vielleicht etwas mehr. Aber ich will höchstens noch 50 Prozent arbeiten und freue mich auf freie Weekends. Und jetzt lege ich mir gar noch den lang ersehnten Trüffelhund zu, einen Lagoto Romaniolo – als Abschiedsgeschenk des Stadtrats.

**Nennen Sie uns Ihr Lieblingshotel in Zürich?**

Wir haben ein breitgefächertes Angebot, jeder findet das Passende. Ich persönlich liebe die Storch-Terrasse, das Baur au Lac, das kleine Bijou Rigiblick. In den letzten Jahren sind in Zürich unglaublich viele Hotels entstanden. Ich hoffe jetzt noch auf eine Wiederauferstehung des «Atlantis».

**Die Tourismusbranche erwartet einen massiven Rückgang. Ihre Prognose?** Für 09 rechnet man mit bis 14 Prozent, aber es könnten 20 Prozent werden. Das tut zwar weh, aber wir liegen immer noch auf einem sehr hohen Niveau. Wir werden zwei Jahre lang kürzer treten und uns darauf einstellen müssen.

**«König Elmar» als Präsident, Frank Bumann als Direktor bei Zürich Tourismus – geht das?**

Ich bin nicht der operative Chef und will es auch nicht sein, dies ist Frank Bumann mit seinem Team. Ich sehe mich in der Rolle eines VR-Präsidenten. Ich gebe Inputs, kommuniziere gegen ausen, werde sicher auch kontrollieren, aber will mich draussen halten. Auf den Tisch hauen ist nicht mein Stil.

**Und was wünschen Sie Zürich?**

Dass die Stadt ihre heute erreichte Positionierung halten kann. Und Wien mal den Rang Nummer 1 im Mercer-Städteranking wieder abnehmen wird.

### Standpunkt

## Schwächephase: Entschlossenes und rasches Handeln



RICHARD KÄMPF

**D**ie Aussichten für den Schweizer Tourismus sind eingetrübt. Das Staatssekretariat für Wirtschaft Seco erwartet für den Sommer 2009 einen Rückgang der Hotelübernachtungen von gut 7 Prozent. Erst für 2011 ist eine Erholung der touristischen Nachfrage zu erwarten.

Was können Unternehmen, Branchenorganisationen und die Politik unternehmen, um die Schwächephase zu überwinden und als Tourismusland Schweiz gestärkt hervorzugehen?

**«Wie stark kann sich mein Betrieb dem allgemeinen Abwärtstrend entziehen?»**

Wichtig erscheint ein realistischer Umgang mit dem schwierigen Umfeld. Unternehmen sollten sich die Frage stellen, wie stark ihre individuelle Betroffenheit ausfällt. Wie stark kann sich mein Betrieb dem allgemeinen Abwärtstrend entziehen, beispielsweise aufgrund einer überdurchschnittlich zahlreichen Stammkundschaft oder dank getätigten Investitionen in Mehrleistungen? Aufbauend auf einer detaillierten Beurteilung der eigenen Betroffenheit sind die Unternehmen gefordert, ihre Strategien und Businesspläne anzupassen.

Die Nachfrageschwäche verstärkt den Trend zum Nutzen elektronischer Vertriebs- und Buchungskanäle, da dies kurzfristiges Buchen erleichtert. Der sich im Gang befindende Strukturwandel wird dadurch verstärkt. Investitionen in die Online-Präsenz und Online-Buchbarkeit der Angebote werden noch wichtiger.

Wichtig ist eine zielgerichtete Zusammenarbeit zwischen Privatwirtschaft und öffentlicher Hand. Das Impulsprogramm von Schweiz Tourismus, wozu der Bund 12 Millionen Franken beisteuert, dämpft, ergänzt um private Mittel, den Nachfrageeinbruch dank intensiver Bearbeitung der Märkte ab. Bei entschlossenem und raschem Handeln von Privatwirtschaft und Politik wird das Tourismusland Schweiz gestärkt aus dem momentan nicht einfachen Umfeld hervorgehen.

Richard Kämpf ist Leiter des Ressorts Tourismus beim Staatssekretariat für Wirtschaft Seco.

## Tiefe Steuern kann sich nur leisten, wer haushaltet



GUDRUN SCHLENCKER  
REDAKTORIN

Zum Thema  
Deutschland

**I**ch bin gebürtige Deutsche. Spätestens mein Hochdeutsch, zunehmend vermisch mit Schweizer Dialekt-Brocken, verrät mich. Ich lebe bald 20 Jahre hier, meine Tochter ist waschechte Schweizerin, und Deutschland empfinde ich inzwischen als Ausland. Deswegen fühle ich mich mitgetroffen, wenn dieses Ausland die Schweiz angreift. Wie es in den letzten Monaten mit Steuerhinterziehungsvorwürfen, der Anklage als Steueroase und verbalen

Attacken, namentlich vom deutschen Finanzminister, passierte. Da kann ich nur eins sagen: Das ist Neid der «Besitzlosen», jener, die selbst gerne Schweizer Verhältnisse hätten. Mit weniger Arbeitslosigkeit, tieferen Steuern und trotzdem volleren Staatskassen. Denn tiefe Steuern kann sich ein Land mit sozialer Marktwirtschaft nur leisten, wenn es zu haushalten weiss. Und da hat unser nördliches Nachbarland definitiv Nachholbedarf, das weiss jeder deutsche Steuerzahler.

**«Das ist Neid der «Besitzlosen», jener, die selbst gerne Schweizer Verhältnisse hätten.»**

Werden in Deutschland soziale Pakete geschmürt, steht die Finanzierung erst an zweiter Stelle. Hierzulande überlegt man sich dagegen sofort die Auswirkungen aufs Budget. Das nennt man Haushalten. Genau genommen ist das Werben mit steuerlichen Vor-

teilen sowieso nichts anderes als Marktwirtschaft auf Stufe der öffentlichen Hand. Und das Ausland profitiert vom Schweizer System: Die Schweiz hat in den letzten Jahren nicht wenigen Deutschen einen Arbeitsplatz ermöglicht und kommt jetzt im Zuge von Stellenstreichungen fürs Arbeitslosengeld auf. Denn, dass ein deutscher Arbeitnehmer, der hier seinen Job verliert, das Land in Richtung Heimat verlässt, wo die Aussichten noch deutlich weniger rosig sind, scheint für

mich ein Wunsch-Märchen zu sein. Mein Wunsch dagegen ist, dass sich die Schweiz ihrer Vorteile besser bewusst wird und dem «grossen Bruder» politisch ruhig häufiger die Stirn bietet und ihre Werte in die Waagschale wirft. Im Juni fahre ich in meine Ursprungsheimat in die Ferien. Ich bin gespannt, wie die Stimmung ist, wie sich der Tourismus präsentiert. Sicher ist nur: Wenn ich mit meinem Berner Autokennzeichen aufkreuze, fällt mein Hochdeutsch wieder auf.

## Lifestyle im Baur au Lac



Claudia Wettstein und Fiorenzo Fässler (v. l.) beide Swiss Deluxe Hotels. Thomas Schmid, Direktor The Dolder Grand und Matthias Käseweber, Sales & Marketing The Dolder Grand.



Katerina Jacob, deutsche Schauspielerin in «Das Traumhotel».



Wolf Wagschal, General Manager der Five AG und Michel Rey, Direktor des Baur au Lac.

Die neue Terrasse des Zürcher Hotel Baur au Lac wurde am Dienstag eröffnet. Trotz Regen war das Fest sehr gut besucht.

SIMONE LEITNER

Der zeitgemässe Lifestyle und das legere Ambiente des Restaurant Rive Gauche trifft auf die legendäre und traditionelle Kulisse des Zürcher Hotels Baur au Lac. Die neue Terrasse des Luxus-hotels wurde am Dienstagabend eröffnet und soll ein lebendiger Ort sein, der verschiedene Generationen an einen Tisch oder auf ein Sofa bringt. Dieser spannende Gästemix war auch an der Party auszumachen. Obwohl es regnete und die Temperaturen nicht sommerlich



Peter und Jacqueline Sander mit Sohn Nicolas.

waren, kamen Zürichs Trendsetter und Geschäftsleute gut gelaunt in die Hallen des Baur au Lac.

Die Terrasse wurde vom Stararchitekten Pierre Yves Rochon gestaltet. Seine Handschrift trägt unter anderem das Four Seasons Hotel George V in Paris. Auf der neuen Terrasse werden leichte Gerichte, mittags und abends auch Menüs der «Grande Carte» serviert.



Enrico Principi und Jean-Luc Hadey, beide von der Gustoso AG.

## Historische Jubiläumsfahrt auf den Berg

«Die königliche Jubiläumsfahrt» vereint die Jubiläen von Verkehrshaus und RailAway. In historischen Zügen fahren Gäste auf die Rigi – die Königin der Berge.

BARBARA ROELLI

Das Verkehrshaus der Schweiz feiert Ende Juni 2009 sein 50-jähriges Bestehen. Aus diesem Anlass spannt das Luzerner Museum mit den Key-Partnern RailAway AG, SBB Historic und der Rigi Bahnen AG zusammen und bietet den Gästen ein spezielles Jubiläumsangebot: «Die königliche Jubiläumsfahrt». Nach einer Führung durchs

Verkehrshaus startet die Fahrt im «Roten Pfeil» von Luzern nach Arth-Goldau. Die Bahn von SBB Historic stammt aus dem Baujahr 1935.

Am Fusse der Rigi, nach der Fahrt im Nostalgiewagen der Rigi-Bahnen, erwartet die Reisenden die legendäre Dampflok Nr. 7, die 1873 gebaut wurde. Die Zahnradampflok kehrt nach 13 Jahren wieder auf die Rigi-Heimstrecke zurück und wird nun eine Saison lang an der Rigi dampfen.

Seit 10 Jahren im Freizeitmarkt tätig ist die RailAway AG: Im Mai 1999 verkaufte die Freizeitgestalterin der SBB ihre ersten Angebote. Mit den damals 39 Kombi-Angebotsgaltes, den Freizeitmarkt zu entdecken. Das Zwei-Mann-Team von einst ist auf heute 72 Mitarbeitende



Peter Pfenninger, Direktor Rigi Bahnen AG, René Kamer, Geschäftsführer RailAway AG, und Daniel Suter, Direktor Verkehrshaus Schweiz (v. l.).

angewachsen. So steht die Jubiläumsfahrt als Symbol für ganzheitliche Gästeangebote von RailAway

und enge Partnerschaften wichtiger touristischer Leistungsträger. «Seit 10 Jahren stellen wir Bahnfahr-



Beatrice Strüby, RailAway (l.), und Stéphanie von Erlach, SBB Historic.

ten mit Inhalt zusammen und sind so zur Inspirationsquelle für Tages- und Halbtagesausflüge avanciert»,

sagt René Kamer, Geschäftsführer RailAway. Ein bewährter Partner für gemeinsame Freizeitpakete ist das Verkehrshaus. Für Blandina Werren, Leiterin Unternehmenskommunikation ist klar: «Das Verkehrshaus findet auch draussen statt. «Die königliche Jubiläumsfahrt» ist eine Krönung». Peter Pfenninger, Direktor der Rigi Bahnen AG, pflichtet dem bei: «Unsere einmalige Partnerschaft mit der Eisenbahn und dem Museum macht die Bahntrouvaillen dynamisch erlebbar.» Die Jubiläumsfahrt findet vom 30. Mai bis 27. September 2009 jeweils Samstag und Sonntag statt; vom 2. Juli bis 13. August zusätzlich am Donnerstag.

[www.railaway.ch/erlebnisausfahrten](http://www.railaway.ch/erlebnisausfahrten)

### Aufsteigerin Susanne Pfenninger

Die Schweiz hat ihre erste Kantonschemikerin: Seit diesem Monat amtiert Susanne Pfenninger (50) als Zuger Kantonschemikerin und wird der Abteilung Lebensmittelkontrolle sowie dem neu geschaffenen Amt für Verbraucherschutz vorstehen. Damit dringt Pfenninger in eine bisher allein von Männern besetzte Domäne vor. «Ich wurde von den Kantonschemikern sehr positiv in ihrem Kreis aufgenommen und fühle mich vom ersten Tag an akzeptiert», meint die promovierte Naturwissenschaftlerin. Die diplomierte Lebensmittelchemikerin war zuvor am Kantonalen Labor Zürich als Abteilungsleiterin tätig. gsg

### Umsteiger Peter Rüeigger

Peter Rüeigger ist neu Geschäftsstellenleiter der frisch gegründeten KV Bildungsgruppe Schweiz. Er war 21 Jahre Leiter Marketing und Verkauf der Schiffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees. Seit April ist der 50-Jährige als Dozent für Managementfächer an KV Weiterbildungszentren tätig. Ab August wird er die Geschäftsstelle der Bildungsgruppe KV in Zürich aufbauen. «Ich hoffe, weiterhin mit Tourismusmitarbeitenden in Kontakt zu bleiben, die ja ebenso Kunden der KV Weiterbildungszentren sind», sagt Rüeigger, der sich parallel zum eidg. dipl. Marketingleiter weiterbildet. br

### Victoria-Jungfrau: Wechsel im Verwaltungsrat

Gérard Limat und Josef Felder sind in den Verwaltungsrat der Jungfrau-Victoria Collection gewählt worden. Die beiden neuen Mitglieder ersetzen Urs Rinderknecht und Peter Gujer, die letzten Herbst zurückgetreten sind. Wie die Hotelgruppe bekannt gab, wird Finanzchef Kurt Zwahlen das Unternehmen nächstes Jahr verlassen.

### Jetzt kocht ein Ehepaar im «Paradies»

Seit letzter Woche ist das Hotel «Paradies» in Ftan nach einem Umbau wiedereröffnet, wie der «Engadi-

ner Post» zu entnehmen war. Für das leibliche Wohl der Gäste ist neu das Ehepaar Martin und Meike Göschel verantwortlich. Sei dies im «La Cucagna» fürs Frühstück, im Arven-«Stübli» für Engadiner Spezialitäten und im Sterne-Restaurant «La Bellezza» für die gehobene Gourmetküche. Auf dem Programm stehen auch individuelle Themenabende mit ausgesuchten Weinen und Speisen.

### Neuer Leiter Marketing für Zermatt Tourismus

Mitte September wird Marc Scheurer neuer Marketingleiter von Zermatt Tourismus. Der 27-Jährige hat die Handelsschule absolviert und ist Eidgenössisch Diplomierter Tourismusfachmann, Schwerpunkt Marketing. Seit vier-

### Sesselrücken

einhalb Jahren ist er bei Montreux-Vevey Tourisme als Sales und Marketing Manager tätig.

### Frischer Wind im Hotel Olivella am Luganer See

Francesco Cirillo ist ab sofort General Manager des Swiss Diamond Hotel Olivella am Luganer



See. Der 45-jährige Italiener war bereits im 2002 bis 2004 für das Fünf-Sterne-Hotel tätig und an dessen Eröffnung beteiligt. Bevor

Cirillo ins Olivella zurückkehrte, leitete er das Byblos Art Hotel Villa Amista in Verona. Zu seinen beruflichen Stationen gehören das Hotel Vier Jahreszeiten in Hamburg und das Richemond in Genf.

### Zepterübergabe im Hotel Holiday in Thun

Ende Juni übernimmt Rudolf Hauri das «Holiday» in Thun von André Mangold, der das Hotel zwei Jahre geführt hat. Mangold wechselt ins Parkhotel in Langenthal. Hauri leitete seit 2000 das Arena Hotel Steinmattli in Adelsboden. Aufgrund der Finanzkrise wechselte der Besitzer, worauf Hauri das Unternehmen verlassen musste. Seit Mai führen das Hotelierpaar Erik Smeenk und Anita de Kruijff das Steinmattli. br/sda

**Wohl-fühlen**  
Taschentücher, Handtücher, Frotteebücher, Bettwäsche, Handtücher, Lüftung, Kältemaschine, Schrank, Fußboden, Wandheizung, Einbauten

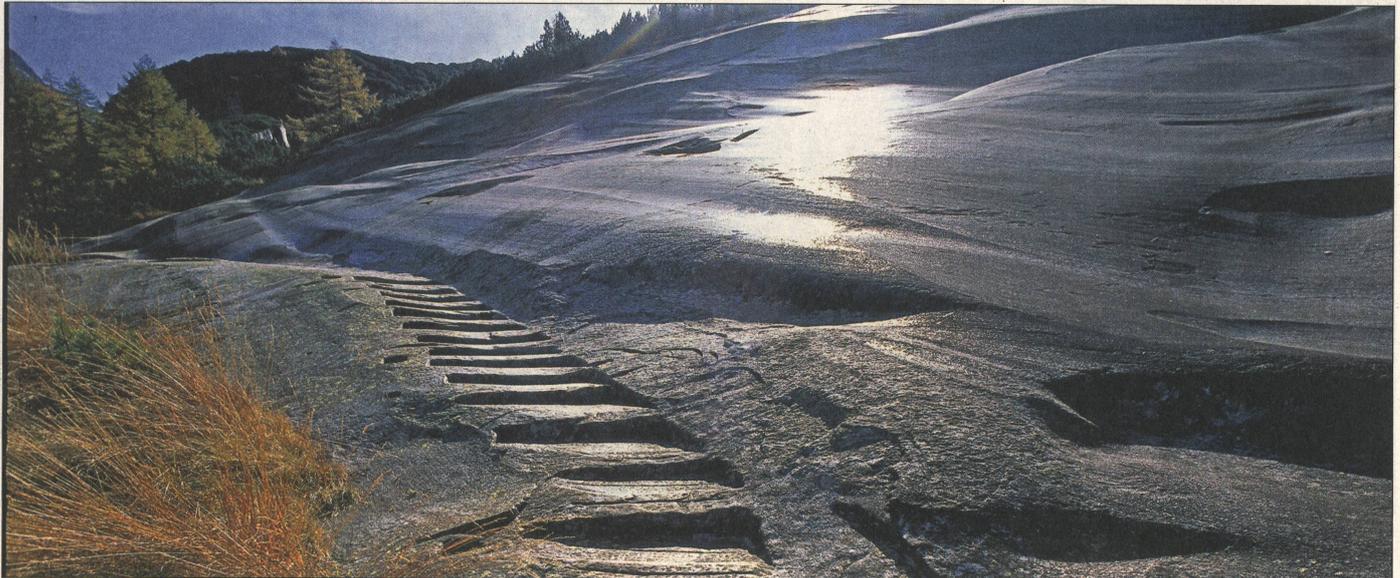


**Wäschekrone**

Fullservice Hotelwäschelösungen  
Vertrieb Axel Baas · Tel 091/794 20 22 · waeschekrone.ch



**Wandern. Trend.** Immer mehr Schweizer wandern – Tendenz weiterhin steigend. Eine Studie zeigt: In den Ferien ist es ihnen wichtig, wandern zu können. Und wer Wanderferien bucht, hat oft ein gutes Einkommen.



Grimselpass: Die eingehauenen Trittstufen der Hälenplatte (BE) zeugen vom einstigen Saumverkehr auf der Via Sbrinz.

Heinz Dieter Finck/Via Storia

## Ein Volk von Wanderern

**Attraktive Wander-  
routen sind für viele  
Gäste ausschlag-  
gebend für die Wahl  
ihres Ferienorts.  
Wer Wanderferien  
bucht, hat oft ein  
hohes Einkommen.**

CHRISTINE KÜNZLER

Das Schweizer Wanderwegnetz misst zusammengefasst rund 62000 Kilometer. Und es wird auch rege genutzt, denn Wandern und Bergwandern gehören zu den liebsten Freizeit- und Sportaktivitäten der Schweizerinnen und Schweizer. Etwa ein Drittel der Schweizer Bevölkerung wandert – unter ihnen sind jedoch signifikant weniger Junge und Personen mit einem tiefen Bildungsniveau zu finden.

Ende letzten Jahres waren 3,7 Prozent mehr Schweizer unterwegs als im Jahr 2000. Ein Blick in die Zukunft zeigt: Der Trend ist ungebrochen: Eine Studie geht von einem

Wachstumspotenzial von etwa 10 Prozent aus für die nächsten Jahre. Publiziert hat diese Studie die Geschäftsstelle der Schweizer Wanderwege in Bern zu ihrem 75-Jahr-Jubiläum. Sie basiert auf zwei Teilstudien: «Sport Schweiz 2008» vom Bundesamt für Sport sowie einer Befragung von 2200 Wanderinnen und Wanderern.

Gute Wandermöglichkeiten in der Region können die Wahl eines Ferienortes erheblich beeinflussen. Denn für 92 Prozent der Schweizer ist es wichtig oder eher wichtig, in ihren Ferien wandern zu können. Die ausländischen Schweiz-Gäste legen darauf noch etwas mehr Wert. Feriengäste, die Wanderferien buchen, interessieren sich nur bedingt für andere sportliche Aktivitäten wie Schwimmen, Radfahren oder Nordic Walking.

Der Wanderer ist ein guter Hotelgast: Er verdient oft gut und hat eine höhere Bildung. Laut der Studie haben 16 Prozent der monatlich mehr als 8000 Franken Verdienenden in den letzten fünf Jahren mindestens eine Woche Wanderferien gebucht –

mehrheitlich in der Schweiz. Insgesamt taten dies 11 Prozent der Schweizer zwischen 14 und 74. Die Deutschschweizer weit aus häufiger als die Romands und die Tessiner.

### Der Wanderer bringt 900 Fr.

Frauen zwischen 55 und 64 stellen das höchste Potenzial für Wanderferien. Männer buchen laut Studie etwas weniger Wanderferien, und wenn, dann sind sie etwas jünger (ab 45 bis 64).

Einzig Skifahren (22,6%) ist in den Sportferien noch beliebter als Wandern (20,1%). Radfahren und Mountainbike betreiben 11,7 Pro-

zent der Befragten in ihren Ferien, 6,1 Prozent möchten schwimmen können. Alle anderen Sportarten werden nur in einem minimalen Mass ausgeübt.

Gewandert wird nicht nur in den Ferien. Die Basis-Studie geht davon aus, dass der wandernde Schweizer im Jahr 20 Mal

Weg unter die Füße nimmt und sich das rund 900 Franken kosten lässt. Die meisten sind zwischen 3 und 5 Stunden unterwegs. Auf ihrer Wanderung geben sie durchschnittlich 43 Franken aus. Aufgeschlüsselt nach Art der Wanderung zeigt sich folgendes Bild: Durchschnittlich berappen die Wandernden ihren Tagesausflug mit 49 Franken, im Naherholungsgebiet mit 25 Franken, im Feriengbiet mit 45 Franken und auf der Route zu den Tessiner Hütten mit 93 Franken. Für die Bergbahnen wenden sie je nach Gebiet zwischen 15 und 23 Franken auf,

für die Übernachtung zwischen 22 und 75 Franken (anteilmässig). So kommt jährlich eine Summe von 1,5 bis 2 Milliarden Franken zusammen.

### Die unberührte Landschaft steht auf Platz eins

Frauen und Männer wandern etwa gleich gerne. Interessant jedoch: Getrennt nach Altersgruppen sind die 55- bis 64-Jährigen die aktivsten Wanderer. Am meisten motiviert die unberührte Landschaft, einen Wanderweg unter die Füße zu nehmen. Unmittelbar danach steht die Freude an der Bewegung und Fitness, gefolgt von den Bedürfnissen, in den Bergen und Alpen zu verweilen sowie Ruhe und Erholung zu finden. Am

meisten gefragt sind Tages-, Rund- und Streckenwanderungen. Nach fährt der grösste Teil mit dem Privatauto zum Ausgangspunkt der Wanderung. Dies obwohl die Erreichbarkeit der Wanderwege mittels dem ÖV einen hohen Stellenwert einnimmt. Fazit der Studie: Bestehende ÖV-Angebote sollten besser kommuniziert werden.

### Fakten Via Storia – ein erfolgreiches Wander-Produkt

Packages. Die buchbaren Angebote der 12 Via-Routen sollen in diesem Jahr 1,8 Mio. Franken Wertschöpfung bringen, im 2010 dann 2,9 Mio. Beliebteste Route ist die Via Spluga: Im 2008 wurden 470 Packages gebucht. Tendenz steigend, denn im letzten Monat sind die Zahlen von 2008 bereits erreicht worden. Die Via Valtellina steht mit 253 Packages auf Platz 2. Der Verkehrsverein Simplon Süd verkaufte letztes Jahr 80 Pauschalen für die Via Stockalper. Im ähnlichen Rahmen gebucht waren die Via Jura und Francigena. Diesjähriger Renner dürfte die Via Jacobi werden. ck



**«Mein Favorit ist eine Zweigtagestour im Nationalpark mit Übernachtung in der einzigen Hütte.»**

Jürg Schmid  
Direktor Schweiz Tourismus



**Wohin der Weg auch immer führt: Die Schweizer wandern gerne.**

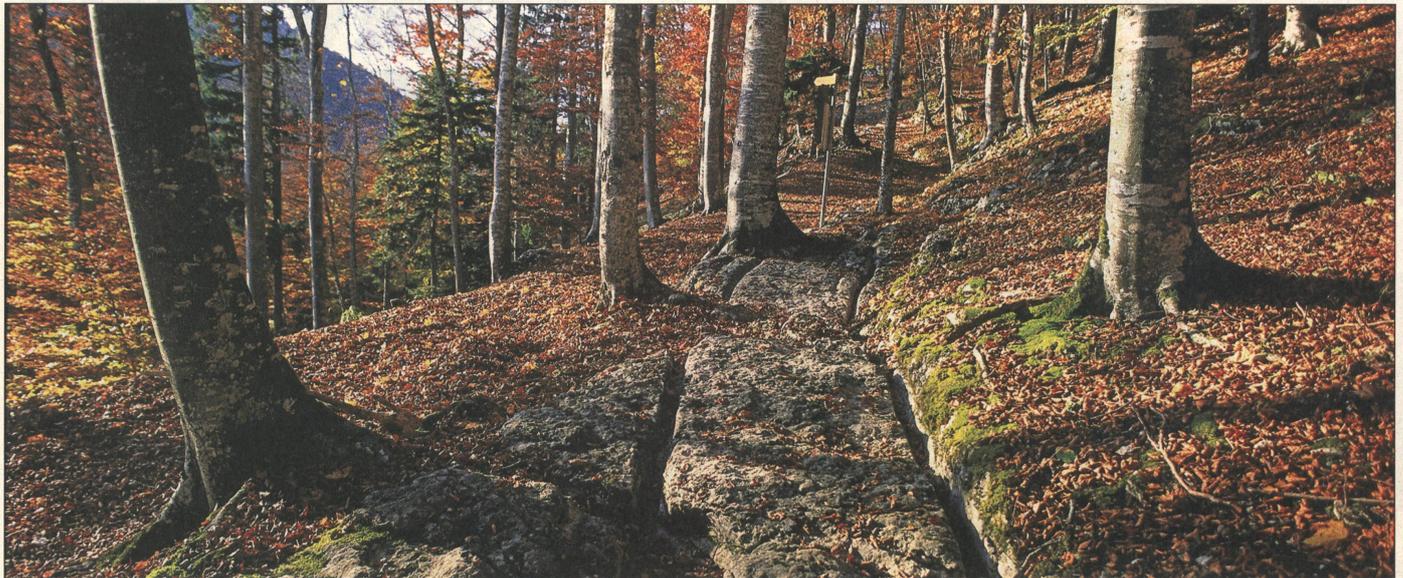
Alain D. Bollat

ERFAHRUNG,  
DIE SICH AUSZAHLT.



WWW.HOTELA.CH

**Wandern. Destinationen.** Regionen und Destinationen machen sich fit für die Wanderer. Neue Angebote – mit oder ohne Gepäcktransport – werden geschaffen. Graubünden hat eine Wander-Community lanciert.



Karrgeisse zwischen Vuiteboef und Sainte-Croix: Die Via Salina verbindet die UNESCO-Weltkulturstätten Bern und Arc-et-Senans.

Heinz Dieter Fink/Via Stora

## Alte Wege neu vermarktet

**Die Destinationen wollen von der steigenden Wanderlust profitieren. Mit immer neuen Aktionen will man die Gäste bei der Stange halten.**

GUDRUN SCHLENCEK

Viele Regionen setzen im Sommer zunehmend auf Wandern. Denn es scheint ein Markt mit Zukunft zu sein, der in den letzten Jahren stetig zulegen konnte. «Die Nachfrage nach Wandern und Wanderangeboten nimmt überdurchschnittlich zu», beobachtet Mirjam Santaguida von Ostschweiz Tourismus. Wandern sei momentan sogar stärker gefragt als Velofahren. Deshalb will Ostschweiz Tourismus ab Frühjahr 2010 selbst über buchbare Wanderangebote verfügen. Ähnlich tönt es aus Graubünden. «Das Langsamwerden ist im Trend», meint Myriam Keller von Graubünden Ferien. 80 Prozent der Logiernächte entfielen in Graubünden im Sommer auf Wanderlustige. In Adelsboden im Berner Oberland schätzt man den Anteil sogar auf 90 Prozent.



**«Die Route Niederhorn – Gemmenalp ist in Bezug auf die Aussicht etwas vom Schönsten.»**

René Urfer  
Geschäftsführer von Graubünden Ferien

Für Martina Häzli von Engadin Scuol Tourismus ist der in den letzten Jahren registrierte Logiernächtezunahme im Sommer ein klares Indiz für die steigende Beliebtheit dieses Breitensports. Dabei wird die Klientel zusehends jünger: Singles und junge Familien registriert man bei Graubünden Feriensaison vier Jahren als neue Zielgruppe, Familien- und Wellnesshotels stehen bei diesen Wanderern hoch im Kurs.

Um den Wanderer als Kunden langfristig zu binden, lassen sich die Marketingverantwortlichen einiges einfallen. Graubünden Ferien beispielsweise hat eine «Wander-Community» ins Leben gerufen. Seit diesem Jahr können sich Wanderer auf der Website der Destination in einem Wander-Blog untereinander austauschen.

Ebenfalls neu verschickt Graubünden Ferien einen Wander-Newsletter an Kunden: Mit Tipps rund um den Bergsport, vom richtigen Outfit bis zu Verhaltensregeln bei Gewitter. «Wir wollen die Nummer eins beim Wandern bleiben», meint Myriam Keller und verweist dabei auf die Konkurrenzmärkte Österreich und Südtirol.

**Wander-Packages sind ein gutes Verkaufsargument im Incoming**

Als besonders gutes Verkaufsargument empfindet Myriam Keller «das Wandern ohne Gepäck». Vor allem bei der ausländischen Kundschaft. «Dank dem gut ausgebauten öffentlichen Verkehr ist die Schweiz hier dem Ausland eine Nasenlänge voraus», ist die stellvertretende CEO von Graubünden Ferien überzeugt. Sie schätzt, dass das Segment in Graubünden schon bald einen Anteil von 10 Prozent der rund 2,5 Millionen Sommer-Logiernächte bestreitet.

Ein Klassiker unter den buchbaren Angeboten ist das «Via-Spluga»-Arrangement mit fünf Hotelübernachtungen, das von Viamaferien verkauft wird. Corinna Mengelt verzeichnet für diesen Sommer sogar einen «rekordverdächtigen Buchungsstand». Letztes Jahr habe man ungefähr 5000 Logiernächte generiert – rund 70 Prozent entfielen auf Schweizer, 25 Prozent auf Deutsche. Dieses Jahr sei dieses Nationalitätenverhältnis

aktuell 50 zu 50. Für Martina Häzli von Engadin Scuol Tourismus sind Pauschalen, wie die von ihnen verkaufte «Via Engiadina», vor allem ein gutes Kommunikationsmittel: «Damit geben wir dem Gast eine Anregung für seine Wanderferien.»

Denn den Hauptumsatz liefert weiterhin das Individual-Geschäft. Hanspeter Schneider, Geschäftsführer bei Via Stora, rechnet, dass die Wertschöpfung durch Gäste, welche die Routen der 12 Schweizer Kulturwege individuell nutzen,

fünfmal höher ist als jene durch buchbare Angebote. Für dieses Jahr erwartet er eine Verdoppelung auf 9 Mio. Franken. 2010 sollen es bereits 14,6 Mio. Franken touristische Wertschöpfung sein.

**Wanderwochen mit Hütten sind im Handling zu kompliziert**

Neue Wandergäste gewinnen will man in Adelsboden mit dem «Handy-Wandern». Mit dem Start der Sommersaison am 13. Juni können sich die Gäste das gesamte Wandergebiet direkt vom Internet aufs Handy laden. Die Karte mit 300 Kilometern Wanderwege hat Adelsboden Tourismus mit über 200 «points of interest», wie Hotels oder Arztpraxen, ergänzt. Wer kein GPS-taugliches Handy besitzt, kann gegen Pfand eines ausleihen – 20 Stück liegen im Tourismusbüro bereit.

Auch das gesamte Wandernetz gratis aufs Handy geladen werden kann ab Sommer 2009 beim Vierwaldstättersee Tourismus. Das Seg-

ment Wandern wolle man klar noch ausbauen und vor allem noch besser vermarkten. «Was im Winter das Skifahren ist, ist im Sommer das Wandern und Walken», so Esty von Holzen, Geschäftsführerin von Vierwaldstättersee Tourismus.

Neue Projekte lägen bereits in der Schublade, mehr kann Esty von Holzen jedoch noch nicht verraten. Direkt bei Vierwaldstättersee Tourismus buchbar ist die Sommer-Safari inklusive Transport und Hotel. Gebucht wird diese an die 130 Mal im Jahr. Bereits ausgebaut in diesem Jahr ist die Wanderwoche der Sbrinz-Route – 60 Personenlaufen mit. Nicht mehr als Package verkauft wird die Wanderung vom Vierwaldstättersee zum Melchsee. Diese wurde in der Vergangenheit meistens zu kurzfristig gebucht. Zudem wäre das Handling der Unterkunft aufwendig gewesen, so von Holzen, da die Berghütten oft nicht direkt über das Reservierungssystem buchbar sind.



Individuell wandern am Vierwaldstättersee – zum Beispiel mit dem fünf-tägigen «Sommer-Safari»-Arrangement.

## Gepäcktransport Die Zukunft gehört dem lastenfreien Alpin-Wanderer

Die Rundwanderung im Val d'Anniviers, mit dem Hotel Weisshorn als einem der exponierten Höhepunkte, ist kein Geheimtipp mehr, sondern wird jetzt offensiv vermarktet. Ein zentraler Angebotsvorteil ist gemäss Emilie Morard, Verantwortliche Marketing von Sierr-Anniviers Tourisme, der Gepäcktransport auf dieser sechstägigen Rundwanderung. Er wird in Zusammenarbeit mit Taxi Anniviers organisiert. Die Kunden der Hotels bringen ihre Gepäckstücke bis um 9.00 Uhr an die Reception des Hotels. Sodann kommt das Taxi. Es macht eine Gepäck-Tour zu den Hotels auf der Rundstrecke.

**«Unsere Kunden finden das sehr praktisch»**

Das Angebot ist von Mitte Juni bis Mitte Oktober gültig. Ein Gepäckstück mit einem Maximum

von 15 Kilogramm kann der Gast dem Taxi mitgeben. «Unsere Kunden haben diesen Gepäcktransport sehr gern», sagt Emilie Morard weiter: «Sie finden das sehr praktisch und können von den Wanderungen dann total profitieren.»

**«Individuelles Wander-Erlebnis ohne Gepäckorgen»**

«Geiss ist geil», überschrieb das deutsche Nachrichtenmagazin «Der Spiegel» einen Artikel über das «Heidiland». Zwischen dem westlichen Walensee und Bad Ragaz wird «das alpine Wandererlebnis – individuell und ohne Gepäckorgen» angeboten. Ziel ist es, für die Teilnehmer der drei, vier oder sieben Tagesetappen der Heidiland-Wander-Tour alles bequem zu organisieren. Die Hotels an den Etappenorten werden reserviert, und der tägliche Gepäcktransport wird organisiert – für ein

Gepäckstück pro Person von einem Etappenort zum nächsten. Für Familien, als Hauptzielgruppe des Heidilands, dürfen es mehrere Gepäckstücke sein. Und dank einem genauen Tagesplan für die mehrtägige Wanderung soll man sich nicht verirren.

Verblüfft vom Weiterleben eines gestrichenen Transportangebots im Internet ist Beat Anneler

von der Thun/Thunersee Tourismus-Organisation. Auf der Internetseite Wandersite.ch, die sich «spezialisiert auf Wanderungen und Trekking-Touren in der Schweiz», war bis zur Recherche der hotel revue von einer «bequemen Uferwanderung mit wenig Auf und Ab» am Thunersee die Rede, und mit Gepäcktransport. Und es hiess «Info und Gastroliste: thuntourismus.ch». Anneler dazu: «Wir haben dieses Angebot aufgrund der mangelhaften Nachfrage nicht mehr beworben – es ist praktisch nie gebucht worden.» kjv



folia

**Nur noch kleine Tagesrucksäcke sind nötig.**

**Wandern. Hotels.** In der Schweiz mangelt es an klar profilierten Wanderhotels. Wer über Internet eines sucht, muss sich durch verschiedene Plattformen kämpfen. Und er weiss nicht, wie wanderfreundlich das Hotel ist.



Am Grossen St. Bernhard erreicht die Via Francigena einen ihrer landschaftlich spektakulärsten Abschnitte.

Heinz Dieter Finck/Via Stora

# Suche nach dem Wanderhotel

**Eine professionelle Kooperation und eine klare Profilierung für Wanderhotels fehlen in der Schweiz. Eine verpasste Chance.**

CHRISTINE KÜNZLER

Wer Wanderhotel Schweiz oder Hike & Sleep.com eingibt, wird auf www.wanderscout.ch umgeleitet. Einige Hinweise lassen vermuten, die Site könnte nicht aktuell sein. So ist zum Beispiel die Telefonnummer der Betreiberin, der Chardon Communications AG in Zürich, noch mit der Vorwahl 01 angegeben.

Seit 1. März 2007 funktioniert sie definitiv nicht mehr. Unter «Pau-

schalen und Angebote» erscheint gähnende Leere. Die Hotelliste ist unübersichtlich, denn alle Länder sind wahllos durchmischt. Wer 3550 Gol in der Schweiz vermutet, irrt: Gol liegt in Norwegen. Dass 38038 Tesero nicht im Tessin liegen kann, ist zum Glück bereits an der Postleitzahl ersichtlich.

Das persönliche Engagement des Hoteliers für das Wandern ist die Hauptvoraussetzung für die Mitgliedschaft bei Wanderotel. Direktor Urs Brotschi von der «Alpenruh» in Mürren ist sich nicht sicher, ob ihm die Kooperation Logiernächte bringt. «Wir sind auf verschiedenen Plattformen präsent. So weiss ich nicht, über welchen Kanal der Gast zu uns gefunden hat.» Brotschi vermutet einfach, dass ihm die Mitgliedschaft Gäste bringt.

**Die Kooperation Wanderotels soll ausgebaut werden**  
«Wir werden mit STC zusammenarbeiten, dann werden alle Ho-

tels die dort buchbar sind, zentral gebucht werden können», erklärt Daniel Chardon von Chardon Communications. Er will die Kooperation europaweit ausbauen. So arbeitet er auch mit der Sportartikelindustrie, mit Fitnesspartnern und Reiseanbietern zusammen. «Die Hotels allein lassen sich nicht vermarkten», sagt er. «Wir müssen breiter kommunizieren.» Dafür hat er ein Magazin kreiert, das in einer Auflage von 87 500 Exemplaren zweimal jährlich erscheinen soll und in der Schweiz und Deutschland vertrieben wird. Alle 76 Wanderotels und

Hike & Sleep Hotels – es handelt sich um eine Kooperation mit zwei Namen – sind dort aufgeführt.

Schweizer Wanderhotels soll's laut Google auch bei allesklar.ch geben. Alles klar: «Im Katalog konnten keine Einträge gefunden werden.»

Auf switzerland-wandern.ch präsentiert die Swiss Panorama GmbH in Nendaz Wanderhotels in der Schweiz. Und auch unter swiss-hotelportal.ch wird fündig, wer ein Wanderhotel buchen will. Betrieben wird diese Site von Daniel Vetschin in Balzerswil. Unter anderem ist dort das Hotel National in Zer-

matt aufgelistet. «Der Eintrag bringt uns nicht viel, er kostet uns auch nichts», sagt Svenja Bürger, Direktionsassistentin im «National».

**Eine professionelle Plattform und eine klare Positionierung fehlen**

hotelleriesuisse hat unter swiss-hotels.com eine grosse Anzahl von Hotels aufgeführt, die sich unter anderem auch für Wanderer eignen. Myswitzerland.com bringt indes nur gerade ein Hotel auf die Suche nach Wanderhotels.

Fakt: In der Schweiz fehlt nicht nur eine klare Profilierung für Wanderhotels, sondern auch eine professionelle Hotelkooperation mit anspruchsvollen Qualitätskriterien. Das bieten zwar die Europa Wanderhotels unter wanderhotels.com (siehe Artikel links unten), doch dort sind nur zwei Schweizer Hotels angeschlossen. Wer mitmacht, muss unter anderem Wandermaterial und einen Wanderleiter stellen sowie Wandervorschläge



**«Eine Lieblingswanderung habe ich nicht, denn ich entdecke gerne neue Gebiete.»**

Christian Hadorn  
Geschäftsführer  
Schweizer Wanderwege



Hotel Alpenruh in Mürren.

unterbreiten. Ob die Kooperation Gäste bringt, kann die Direktorin des dort angeschlossenen Hotels Crestas in Brigels, Anita Knapinski-Cathomen nicht sagen: «Wir haben das Hotel gerade übernommen, und unser Vorgänger war erst ein Jahr bei der Kooperation.» Um eine aussagekräftige Bilanz zu ziehen, brauche es zwei, drei Jahre Zeit.

## Europa ist gut vernetzt

Die 1995 als Verein gegründete Kooperation Europa Wanderhotels mit Sitz in Irschen (Kärnten) zählt 74 Mitglieder in vier Ländern. Der Schwerpunkt liegt mit 39 Mitgliedern in Österreich, doch wird die namensgebende europaweite Zusammenarbeit durch Mitglieder in Deutschland, Südtirol und in der Schweiz (Hotel Crestas in Brigels und Hotel Ferienart in Saas-Fee) unterstrichen. Die Mitgliedsbetriebe verfügen über 4900 Gästebetten und erzielen bei rund 200 000 Übernachtungen 1,2 Millionen Übernachtungen pro Jahr.

Anfang 2009 erhielten die Europa Wanderhotels als erste Organisation das neugeschaffene österreichische Wandergütesiegel. Dieses garantiert einheitliche, geprüfte Standards in allen Teilbereichen des Wanderns, bis hin zur Berücksichtigung soziokultureller Aspekte.

«Es macht sich bezahlt, wenn gemeinsame Leistungen kontinuierlich angeboten und weiterent-

wickelt werden. Unsere Mitglieder sind im Vergleich zu anderen Betrieben in den jeweiligen Orten besser und länger ausgelastet. Wir können die Schwächen, die kleinere Strukturen mit sich bringen, durch gemeinsames Auftreten wettmachen. Viele Gäste lassen sich gerne von



Hotel Crestas in Brigels.

Haus zu Haus weiterempfehlen», so Initiator und Vereinsvorsitzender Eckhart Mandler. «Die Hoteliers selbst sind durchwegs Natur- und Bergfreunde. Das schätzen unsere Gäste». Die allesamt familiengeführten Häuser finden sich in der 3-

bis 5-Sterne-Kategorie. Die Durchschnittsgrösse der österreichischen Mitglieder liegt bei 60 Betten. Damit werden pro Jahr rund 750 000 Übernachtungen erzielt.

Vor der Wirtschaftskrise zeigen die Wanderhotels keine Angst. «Gerade in unsicheren Zeiten erden sich die Leute gerne. Die Menschen sind auf der Suche nach Entschleunigung und Naturerleben, setzen jedoch auf gehobene Qualität. Durch Profilierung in den Bereichen Wandern, Trekking und Naturgenuss gewinnen wir neue Gäste-schichten», so Mandler. Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit in den Bereichen Angebotsgestaltung und Marketing helfen den Hoteliers, ihr Gästepotenzial zusätzlich zu internationalisieren.

Eng kooperiert man mit der «Vereinigung zur Qualitätssicherung für Wandern», die auch das Wandergütesiegel entwickelt hat. «Damit wir in der Flut der Wanderurlaubsanbieter auch künftig mit Erfolg bestehen können.» hp

## Gastgeberin wandert mit

Simone Walt hat vor einigen Jahren das Wandern wiederentdeckt. Ihre Freude an der Bergwelt gibt die Gastgeberin des Hotels Hirschen in Wildhaus gerne weiter: Vom 8. Juli bis 12. August bietet sie jeden Mittwoch eine Tageswanderung an. Sie begleitet ihre Gäste persönlich durchs Churfürsten- und Alpstengebiet. Morgens um acht Uhr trifft sie die Gäste und bestimmt mit ihnen zusammen die Route. «Es ist wichtig, auf die Gäste einzugehen. Diese haben Bedürfnisse und Wünsche dazu, was sie sich anschauen möchten.» Damit der Wandertag für alle Beteiligten zum Erlebnis wird, müsse die Route angepasst werden. Walt hat jeweils auch eigene Tourenvorschläge parat.

Die Wandergruppe soll aus nicht mehr als zehn Personen bestehen, sagt Walt. Oftmals bilde sich beim Laufen eine schnellere und eine langsamere Gruppe. Damit die Sicherheit gewährleistet ist und man zusammen bleibt,

nimmt die Gastgeberin bei zehn Personen eine Begleitperson mit. «Das Wandern soll ein Erlebnis und gemütlich sein – kein Stress.» Das Hotel Hirschen liegt auf 1100 m ü. M., der höchste Berg im Alpstengebiet ist der Säntis auf

**«Ich biete das Wandern aus Freude an, um den Gästen zu zeigen, wie schön wir es hier haben.»**

Simone Walt  
Gastgeberin «Hirschen» Wildhaus

2502 Metern. Auf 1800 Meter ist die Waldgrenze, dann folgen Felsen. Deshalb seien die Wege teilweise auch anspruchsvoll. «Es ist wichtig, sich um die Gäste zu kümmern. Denn oftmals sind sie ein solches Gelände gar nicht gewohnt», sagt die Gastgeberin. Einen Rucksack

mit Picknick nimmt jeder selber mit. Etwas zum Anstossen – häufig einen Appenzeller Alpenbitter – hat Simone Walt mit dabei. Mit den Gästen auf dem «bestürmten Gipfel» das Ziel zu «besiegeln», sei Tradition. Um 17 Uhr endet die Wanderung wieder beim Hotel.

Für das Angebot interessieren sich Städter, die das Wandern entdecken wollen genauso wie Wanderfreudige, die das Gebiet noch nicht kennen. «Ich biete das Wandern aus Freude an, um den Gästen zu zeigen, wie schön wir es hier haben», sagt die Gastgeberin.

Auf das Angebot weist die Homepage des Hotels hin. Als Highlight gilt die 4. Schweizer Wandernacht vom 4. auf den 5. Juli. Dafür organisiert Simone Walt mit dem Bergrestaurant Gamplüt eine geführte Wanderung auf die Alp Tesel. Apéro und Nachtessen sind für Hotelgäste im Übernachtungspreis mit Halbpension inbegriffen. Der Wirt des «Gamplüt» bläst zum Anlass auch mal ins Alphorn. br

# Der Softfaktor in der Wellnessoase

## Hoch über dem Thunersee finden Ferien- und Semingäste wohlverdiente Entspannung für Körper und Geist

Mitten im Berner Oberland lockt im SolbadHotel Sigriswil eine neu errichtete Wellnessoase Privat- und Businessgäste aus der ganzen Schweiz. Für den Wohlfühlfaktor sorgt beste Schweizer Natursole aus den Tiefen der Erde.

**H**armonisch fügt sich das moderne Wellnesshotel in das malerische Dorfbild von Sigriswil ein, dessen Grenzen von überblickbaren 560 m Höhe bis atemberaubenden 2050 m auf dem prächtigen Sigriswiler Rothorn reichen. Inmitten dieser prachtvollen Berglandschaft und nur wenige Fahrminuten vom schönen Thunersee entfernt, empfangen Herbert und Luzia Wicki, Gastgeber im SolbadHotel, zahlreiche Gäste aus der ganzen Schweiz. Geschichte verbinden sie in ihrem Hotel Arbeit und Vergnügen: Das vielfältige Angebot im Hotel wird nämlich sowohl von Privatgästen als auch von Seminar-Teilnehmern und Firmen aus der ganzen Schweiz gerne und rege genutzt.

### Hier lässt es sich leben

70 modern eingerichtete und neu renovierte Zimmer sowie ein grosszügiger, kürzlich eröffneter Wellnessbereich bilden nur den Anfang einer Symphonie von Höhepunkten, die den Hotelgast im modernen Wellnesshotel erwarten. Für das körperliche Wohlbefinden sorgen eine finnische Sauna, die Kräuter-Bio-Sauna, eine Aromadampfbad-Grotte mit Lichtspiel, das neue Alpen-Hammambad, zahlreiche Erlebnisduschen, ein neuer Aussenbereich mit Heissluft-Sauna, Kaltwasser-Tauchbecken, Felsendusche und Frischluftbereich sowie eine moderne Ruheoase. Neue Massage- und Kosmetikstudios sowie der neue Fitnessraum mit modernsten Technogygeräten runden das Wellnessangebot ab. Einen passenden Rahmen dazu bilden die sorgfältig verbauten Holzelemente, die dem Haus eine



Sorgt für Wohlbehagen im Wellnessbereich: Frottierwäsche aus Burgdorf

urhing-gemütliche Atmosphäre verleihen. Man befindet sich hier in der Berner Oberländer Bergwelt, und man darf es sehen.

### Die Softfaktoren machen den Unterschied

Die Karriere von Herbert Wicki gleicht der klassischen Hotelierlaufbahn: Lehre als Koch, Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich, Abteilungsleiter im Mövenpick-Hotel Regensdorf, Unternehmerseminar/Nachdiplomstudium hotellerie suisse, schliesslich übernimmt er 2000 das SolbadHotel in Sigriswil. So ist es auch kein Zufall, dass Herbert Wickis Herz im Hotel für die Bereiche F&B, Restaurant, Küche und Technik schlägt. Seine Frau hat ihn auf seiner spannenden Berufslaufbahn begleitet und unterstützt ihn als gelernte Kauffrau und ausgebildete Hötelière SHL in den Bereichen Firmenkundenbetreuung, Administration, Mitarbeiterwesen und Sales.

Die umfangreiche Infrastruktur, die einzigartige Lage sowie die prächtige Naturkulisse, in die das SolbadHotel Sigriswil eingebettet ist, sind für das Haus ideale Standortvoraussetzungen; laut den Gastgebern jedoch nur die halbe Miete. «Die Hausaufgaben im Haus müssen schon gemacht werden.» Bei Hausaufgaben denkt Wicki an die Softfaktoren im Hotel, die Qualität der Dienstleistungen, welche den entscheidenden Unterschied ausmachen: guter Kontakt, herzlicher Umgang, professioneller Service, eine unkomplizierte Atmosphäre,

in der sich Privat- wie auch Businessgäste wohlfühlen, innovative Angebote, die dem Geist der Zeit entsprechen – eben das berühmte Tüpfelchen auf dem «i».

### Turbulente Geschichte mit Happy End

Das Hotel, obwohl erst 1981 erbaut, hat bereits eine bewegte Geschichte hinter sich. Geplant und errichtet wurde es von einem Sigriswiler Bauunternehmen sowie dem Gründer der Firma Jura – an der gleichen Stelle wie einst die Pension «Alpenruh», die nach

der Wiedereröffnung im Frühling 1998 mündete.

Mit den tief greifenden baulichen Neuerungen wurde auch die neugebaute Wäscherei in Betrieb genommen. Bald sollte sich jedoch herausstellen, dass diese dem Gästeansturm nicht gewachsen sein würde. Zwei weitere grössere Renovationen haben das SolbadHotel nämlich deutlich aufgewertet: So wurde 2003 die gesamte Saunalandschaft erneuert, mit dem Panoramahaus entstand 2008 ein komplett neues Gebäude mit zusätzlichen Zimmern und Seminarräumen. Die dadurch freigebliebenen Räume im Altbau wurden genutzt, um den Gästen eine neu kreierte Wellnesswelt zu bieten: ein Fitnessraum, Behandlungsräume, ein exklusives Private Spa, neue Bäder und erstmals auch ein Saunaaussenbereich sowie Ruheräume für Sauna- und Wellnessgäste. Zusätzlich wurden von Januar bis März 2009 sämtliche Zimmer im Haupthaus neu eingerichtet.

Lärm, Staub und die Bemühungen während der intensiven Umbauzeit haben sich schliesslich auszahlt: Das SolbadHotel Sigriswil konnte nach dem Umbau einen beein-



Die modern eingerichteten Zimmer wurden kürzlich komplett renoviert

vielen Jahren schliesslich dem lang ersehnten Neubau gewichen war. Nachdem das Haus Ende der Neunzigerjahre von einem Immobilienunternehmen erworben worden war, folgte eine umfassende Renovation des Hotels, die in

druckenden Anstieg von Besuchern im Wellnessbereich sowie bei den Hotelübernachtungen verzeichnen – im privaten wie auch im Seminar- und Businesssegment.

### Enormer Gästeansturm führte zu neuer Hotelwäschelösung

Dass die Investitionen in Wellness-, Seminar- und Hotelbereich so schnell und so intensiv fruchten würden und die eigene Hotelwäscherei schliesslich an den Grenzen ihrer Kapazitäten angelangt sein würde, war so nicht

### Natursolen – Balsam für Körper und Geist

Im SolbadHotel im malerischen Sigriswil am Thunersee kommt nur beste Natursole der baslerischen Rheinsalinen ins wohltemperierte Becken. Gewonnen wird das kostbare Salz-Wasser-Gemisch aus Tiefen von 140 bis 400 m und wird im flüssigen Zustand mit bestem Sigriswiler Quellwasser vermischt. Bei einer Wassertemperatur von 35°C wirkt das Salzwasser stressabbauend und entschlackend. Auch in den Phasen der Rekonvaleszenz und für die Rehabilitation bei Erkrankungen an Herz-, Atem- und Kreislauforganen wird der Besuch des Salzbad oft empfohlen.

abzusehen. Hoteldirektor Wicki war rasch auf eine verlässliche externe Lösung für die saubere und effiziente Abwicklung der Hotelwäschelogsik angewiesen. Diese fand er glücklicherweise auch schnell im Mietwäsche-Vollservice der Firma Schwob AG. Hand in Hand ergänzen sich die interne Wäscherei – deren Anlagen noch im nahezu neuen Zustand sind – und der praktische Schwob Service. Die Hotelwäsche wird nach wie vor intern verarbeitet, während die Restaurantschwäche sowie die Wäsche aus dem Wellnessbereich komplett vom Mietwäsche-Vollservice abgedeckt werden. Dreimal wöchentlich wird das SolbadHotel vom Emmentaler Wäscheexperten erstklassig, schnell und professionell bedient. Das vorzügliche Preis-Leistungs-

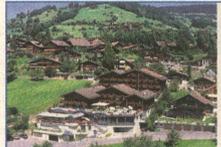
Verhältnis, die partnerschaftliche Zusammenarbeit sowie der Status von Schwob als führendem Schweizer Anbieter von Hoteltextilien gaben schliesslich den Ausschlag, den Auftrag nach Burgdorf, dem Hauptsitz der Firma Schwob, zu vergeben. «Schwab ist ein sicherer Wert im Markt», bringen Herbert und Luzia Wicki die Beweggründe für die Wahl auf den Punkt.

Eine hochwertige Optik und eine angenehme Haptik, die auf eine erstklassige Verarbeitung sowie hochwertige Rohstoffe schliessen lassen, sind jedoch nicht die einzigen «Softfaktoren», mit denen Schwob seinen Kunden überzeugen konnte. «Neben der Topqualität haben uns die Produkte der Firma Schwob auch punkto Wirtschaftlichkeit und Langlebigkeit überzeugt.»

### Hoteltextilien sind zum Wohlfühlen da

Speziell im Wellnessbereich, der dem SolbadHotel Sigriswil eine weitgehend stabile Belegung über das ganze Jahr sichert, ist der Einsatz qualitativ hochwertiger Textilien ein zentraler Erfolgsfaktor. Zum einen hängt dies natürlich eng mit den höheren Belastungen zusammen, denen das Material ausgesetzt ist, zum anderen bildet die hochwertige Frottierwäsche im Wellnessbereich einen Höhepunkt in der Erlebniskette im Bäder- und Saunaparadies: Vom angenehmen, auf 35°C geheizten Solebad soll der erholungssuchende Gast direkt, aber sanft in die wohnliche Geborgenheit des edlen Frotté-Stoffs überwechseln.

Keine Frage, dass hier nur beste Produkte in die Sauna- und Bäderregale kommen. Zum Beispiel von der Firma Schwob, die Hoteltextilien aus dem malerischen Emmental in die ganze Welt liefert. Egal, ob die Wäsche auf den Tisch, aufs Bett oder in den Wellnessbereich kommt – der Wohlfühlfaktor ist in jedem Fall garantiert.



### \*\*\*\*SolbadHotel Sigriswil

Sigriswilstrasse 117  
3655 Sigriswil  
Telefon +41(0)33 252 25 25  
info@solbadhotel.ch  
www.solbadhotel.ch



### Schwob AG Textiles of Switzerland

#### Textilherstellung und -pflege

Die Hightech-Leinenweberei stellt seit über 135 Jahren exklusive Stoffe für Hotellerie und Gastronomie her und gilt als eine der modernsten Jacquardwebereien Europas. In der hauseigenen Designabteilung gestalten Profis Designs und Logoeinwebungen für Kunden. Mit drei eigenen Wäschereien bietet Schwob AG zudem die komplette Textilpflege in eigener Kompetenz an.

#### Erstklassiges Sortiment

Schwob AG produziert Textilien für Bett, Tisch und Bad. Bei der Tischwäsche stehen Qualitäten in Leinen, Halbleinen und Baumwolle zur

Auswahl. Schlafkomfort der Extraklasse bereitet die Bettwäsche aus Baumwollmohair. Alles ist auf Wunsch mit eingewebtem Schriftzug beziehungsweise Logo des Hotels erhältlich.

#### Feines aus dem Herzen der Schweiz

Tradition, Fachwissen, Spitzentechnologie und ein klares Bekenntnis zum Produktionsstandort Schweiz machen Schwob AG zum erfolgreichen Textilunternehmen, welches seine Wurzeln nicht vergisst: Auf dem Fundament der guten alten Handwerkskunst ist ein Betrieb entstanden, der modernste Technologie für kundenorientierte Lösungen und ausgezeichnete Produkte für Hotellerie und Gastronomie einsetzt.

Schwob AG  
Leinenweberei  
und Textilpflege  
Kirchbergstrasse 19  
3401 Burgdorf  
Tel. 034 428 11 11  
www.schwob.ch



**Wandern. Ausrüstung.** Heute sind Bekleidung und Schuhe multifunktional und wesentlich leichter und bunter als in früheren Jahren. Sicher ist: Für die Wanderer gibt es mehr als rote Socken.



Andres Bertsch / Via Storia

Die traditionelle Säumeroute über das Schlappiner Joch, den Scaletta- und den Berninapass lebt heute als Via Valtellina wieder auf.

## Leicht, schnell und gemietet

«Die Trends dieser Wandersaison gehen klar hin zu Komfort, Leichtigkeit, Mode», sagt ein namhafter Wander-Ausrüster. Ein neues Geschäftsmodell widmet sich der Miete des Materials vor Ort.

KARL JOSEF VERDING

Durch das geringe Gewicht, den weichen Schaft, die Dämpfung und die griffige Gummi-Profilsohle eignen sie sich sowohl für leichte Wanderungen als auch für Spaziergänge, Familienausflüge und zum Biken.»

Lowa ist auch Generalimporteur der neuen Wanderschuh-Einlagen «Formthotics». Sie sollen zusätzlichen Komfort und Dämpfung bieten. Auch werde der Halt im Schuh durch die zusätzliche Stützung optimiert. «Die Vorzüge von «Formthotics» können dem Namen entnommen werden», sagt Ursi Wolf: ««Form» steht für Formen oder Modellieren, «ortho» steht für korrekt.»

### Vom Rucksack bis zur Navigation ist alles mietbar

«Swiss Fun Rent» heisst die Geschäftsidee: Vermietung, Wartung und Verkauf von Freizeit- und Sportartikeln sowie von Zubehör in der Schweiz. Gemäss Christine Lauper, die mit ihrem Partner Martin Bühler das Unternehmen Swiss Fun Rent GmbH in Oppligen BE gegründet hat, ist es ein erklärtes Ziel, bald Partnerschaften mit Hotels aufzunehmen, damit diese durch

Ausrüstungsoptionen so einen Mehrwert für ihre Gäste schaffen können.

Ein Renner bei der Vermittlung der Ausrüstung – im buchstäblichen und im übertragenen Sinne – dürfte zum Beispiel die von Swiss Fun vermietete, für Wanderer überarbeitete Version des Velo-Anhängers «Chariot» werden: Die wandernden Eltern legen dann ein «Gstättli», ähnlich dem Gurtsystem der Kletterer, an und ziehen damit ihre noch nicht wandernden Kinder im «Chariot» Wanderset zum Spass der Kleinen durch die Alpen. Mehr zur Weiterentwicklung dieses Wander-Transportmittels, das mit der Silbermedaille der Internationalen Erfindermesse in Genf ausgezeichnet

wurde, gibt es auf der Website [www.carrix.ch](http://www.carrix.ch).

«Wir machen es aus Leidenschaft, und weil wir das Know-how haben», sagt Christine Lauper. «Wir sind unter anderem zwei Jahre lang mit dem Velo um die Welt gefahren und haben mit Outdoor-Material wirklich gelebt.»



«Mein liebster Wanderweg geht vom San Salvatore via Carona, Vico Morcote nach Morcote.»

Rolf Schmid  
CEO Mammut Sports Group AG

### Miet-Rucksäcke überall möglich

Das junge Unternehmen hat sich die Errichtung von Vermietungs- und Wartungstützpunkten – als Filial- und/oder Franchisingbetriebe –

auf dem gesamten Gebiet der Schweiz vorgenommen. Damit soll die Entgegennahme und auch die Rückgabe der Artikel an einem beliebigen Stützpunkt sichergestellt werden.

Auch das Anbieten oder Vermitteln von Touren im Freizeitbereich ist bei Swiss Fun Rent geplant. Vermietet werden: Bergsport-Ausrüstung, Rucksäcke, Wassersport-Equipment, Zelte, Fahrräder, Bekleidung, alles für die Outdoor-Küche, Schlafsäcke und Isomatten, GPS-Geräte, Fahrradanhänger und Fahrradtaschen.

### Adidas: Outdoor neben Fussball und Running als Fokuskategorie

Im Rahmen einer eigens lancierten Outdoor-Kampagne präsentiert sich in diesem Jahr Adidas, bisher bei den Ball- und Laufsportarten einer der ganz grossen Ausrüster, mit neuem Schwergewicht im Wander- und Bergsport-Segment. «Wir beliefern ausschliesslich Sportfachgeschäfte», sagt Ursula Bayer, Brand Communication Manager Switzerland von Adidas. Sie antwortet damit auf die Frage, ob es auch Partnerschaften mit Tourismus-Destinationen oder Hotel-Betrieben für die Ausleihe von Wander-Ausrüstung geben werde. Aber gleichwohl wird bei Adidas der neue Schwerpunkt gesetzt: «Outdoor ist neben Fussball und Running eine unserer Fokuskategorien. Daher wird auch ein entsprechendes Marketingbudget investiert.»

höherem Schaff für noch mehr Stabilität, und «Terrex Leather FM» der Schuh für das unwegsame Gelände mit sicherem Tritt.»

Neues gibt es auch im Bereich Navigationstechnik für Wanderer: «Sogar ein Idiot kann es benutzen, und ich habe es getan», schreibt ein britischer Outdoor-Journalist. Er hat das neue, handflächengrosse «Satmap Active 10» getestet: erstes GPS-Gerät für die Eingabe von Rasterkarten – den Garmin Map-Source-Karten –, das ein «Routing» für Wander- und Biketouren auf virtuellen Karten in der Art der Schweizer Landeskarten ermöglicht.

Ähnlich wie bei einem Auto-Navigationsgerät, gibt man Start und Ziel ins GPS-Gerät ein, das automatisch eine Route berechnet. Die Routing-Funktion gilt für über 8000 Kilometer Wander- und über 60000 Kilometer Radwege – in Deutschland. An der Schweiz wird noch gearbeitet. Das Gerät erhielt bereits den Editor's Choice Award des deutschen «Outdoor-Magazins», als bestes und innovativstes Produkt 2009.



Sicher ausgerüstet im Gelände.

ANZEIGE

**Valentine**  
Fritzen Tellerwärmer Teigwarenkoher Was hält länger?  
[www.berthi-valentine.ch](http://www.berthi-valentine.ch)

## Genussvoll wandern von Tisch zu Tisch

Wandern macht Appetit. Und öffnet die Augen für die Landschaft, die man gemächlich und hautnah erlebt. Deshalb ist ein Wanderer wie sonst kaum ein Gast eingestimmt auf die regionalen Genüsse: Er will das Brot, den Käse, die Wurst aus der Gegend kosten, er möchte die Fische aus dem nahen See und den Wein von den umliegenden Rebhängen geniessen. Immer mehr innovative Gastgeber und Touristiker haben dieses Bedürfnis erkannt und bieten in ihrer Regi-

on verschiedenste Wanderungen, verbunden mit kulinarischen Genüssen, an.

Einige Beispiele gefällig? Im Rahmen der Genuss '09, eine dreiwöchige Veranstaltungsreihe, über der sich das Berner Oberland, Emmental, Seeland mit Solothurn und Aargau zusammengeschlossen haben, gibt es einen Genuss-Wandererabend am 6. September stellt Daniel Lehmann vom

Gasthof Moosegg fünf «Posten» auf, wo die Gäste entlang einer Stre-

**Brot, Wurst und Käse aus der Region: Wandern macht hungrig.**

cke von knapp 7 Kilometern ein Viereck-Gourmetmenü aus regionalen Produkten erwandern (Infos: [hotel@moosegg.ch](mailto:hotel@moosegg.ch)). Drei Wochen lang, vom 14. August bis 6. September, laden die Bergrestaurants auf dem Wasserngrat, der Wispile (beide Gstaad), dem Niesen und dem Schilthorn zu regionalen Genüssen – sie alle liegen in schönen Wandergebieten.

Bereits zum 5. Mal findet am 19. September die Thurgauer Gourmet-Wanderung statt. Der Slogan «Schlemmen Sie durchs Schlaraffenland Thurgau» tönt verlockend: 5 Gourmetstationen, eine Zehn-Kilometer-Wanderung ab Strandbad Arbon, ein Gourmetmarkt mit regionalen Produkten zum Einkaufen am Ziel, das Ganze samt Essen und Getränken für 85 Franken ([www.thurgau-tourismus.ch](http://www.thurgau-tourismus.ch)).

Ein ähnliches Angebot gab es in früheren Jahren mehrfach im Oberaargau: Spitzenkoch Nik Gyax vom Löwen Thörigen scharte jeweils ebenso hochdotierte Kochkollegen um sich und bot eine Gourmetwanderung an. Es kamen jeweils über 1500 Leute – «eine Riesenorganisation, vor allem bei schlechtem Wetter», stöhnt Gyax. Für 2009 hat er nichts Derartiges mehr geplant.

Wahre Völkerwanderungen zieht jeweils das Walliser Safranfäscht mit Gourmetwanderung in Mund an ([www.mund.ch](http://www.mund.ch)). Und gut etabliert hat sich die Appenzeller Genuss-Safari: Zu den 7 Etappen, von Bereweg über Südwocht bis Biberfladehalbgrores mit Alpebitter «wandern» man teilweise per Appenzeller Bahn ([www.appenzeller-gnoss-safari.ch](http://www.appenzeller-gnoss-safari.ch)). eho



## Neue Bücher

### Naturnaher Tourismus in Pärken

Naturnaher Tourismus ist eine Tourismusform, welche schonend die Vielfalt der natürlichen und kulturellen Landschaftswerte einer Re-



gion erlebbar macht und dabei den Menschen vor Ort Arbeitsplätze und Wertschöpfung bringt. Naturnaher Tourismus ist damit auch ein wirkungsvoller Beitrag zum Klimaschutz. Die im vorliegenden Sammelband vereinten Beiträge ausgewiesener Fachleute geben einen Überblick über Spektrum, Chancen und Herausforderungen des naturnahen Tourismus in der Schweiz. Darüber hinaus werden Handlungsmöglichkeiten für engagierte Akteurinnen und Akteure, welche den naturnahen Tourismus stärken und fördern, aufgezeigt.

dst  
Dominik Siegrist, Matthias StremLOW: **Landchaft Erlebnis Reisen**. 280 Seiten, Fr. 38.-, ISBN 978-3-85869-393-8

### Lehrbuch zeigt Grundlagen und Probleme auf

Das Lehrbuch bietet die Möglichkeit einer aktiven Auseinandersetzung mit den Grundlagen und Problemen der Tourismuswirt-



schaft. Es werden volks- und betriebswirtschaftliche Inhalte in ihren gegenseitigen Abhängigkeiten dargestellt, gleichzeitig die funktionalen Zusammenhänge aufgezeigt. Dabei spielt das moderne Informationsmanagement eine wichtige Rolle. Das Buch eignet sich als studienbegleitende Literatur, zum Selbststudium sowie zur selbstkritischen Lernkontrolle und Prüfungsvorbereitung, da sich an jedes Kapitel themenbezogene Aufgaben anschliessen.

dst  
Harald Dettmer, Thomas Hausmann, Julia Maria Schulz: **Tourismus-Management**. 297 Seiten, Fr. 49.90, ISBN 978-3-486-58539-1

# Gehalt oder Dividende?



**HUGO SCHMID**  
DIPL. STEUEREXPERTE  
TREUHANDGESELLSCHAFT  
BOMMER&PARTNER

**Frage:** Dank einer hervorragenden Belegung weist meine Hotel-AG mit Sitz im Kanton Bern einen beträchtlichen Jahresgewinn aus. Ich bin verunsichert, ob ich nach Inkraftsetzung der Unternehmenssteuerreform II nun anstelle von Bonuszahlungen Dividenden beziehen sollte. Was raten Sie mir?  
**W. G. aus E.**

**Antwort:** Neben steuerlichen Entlastungen für Personenunternehmen und dem Abbau von substanzzehrenden Abgaben bei Kapitalgesellschaften mildert die Reform die wirtschaftliche Doppelbelastung bei Gewinnausschüttungen von Kapitalgesellschaften. Vor der Reform wurden Dividenden einmal als Gewinn von den Unternehmen und ein zweites Mal bei der Ausschüttung als Einkommen von den Anteilseignern versteuert. Mit der Reform wird die Einkommenssteuer beim Anteilseigner ermässigt und die so genannte wirtschaftliche Doppelbesteuerung damit beseitigt.

Im Berechnungsbeispiel (siehe Tabelle) ist aus der fiskalischen Sicht dem Szenario Dividendenbezug in allen drei Varianten den Vorzug zu geben. Die Dividende führt zur geringsten Steuerbelastung. Beachten wir die zusätzlichen steuerlichen Abzugsmöglichkeiten der beruflichen Vorsorge, so könnte sich aber ein anderes Bild ergeben. Generell können deshalb folgende Empfehlungen abgegeben werden:

**Gehalt auf ein Niveau festlegen**, welches ausreichende Sozialversicherungen garantiert und einen Spielraum für die Steuerplanung im Bereich der beruflichen Vorsorge schafft (je nach finanziellen Möglichkeiten zwischen 70 000 und 300 000 Franken). Dieses Niveau wird beeinflusst durch Mindestsalärvorschriften der AHV, Steuersätze für Ihre Gesellschaft und persönliche Steuersituation.

Sofern nicht wirtschaftliche Rahmenbedingungen es erfordern, sollte dieses **Salärniveau nicht jährlich geändert**, sondern jeweils lediglich korrigiert und optimiert werden.

Der Bezug der darüber hinausgehenden Dividende kann mit **Ihrer persönlichen Steuersituation terminiert werden**. Sie können beispielsweise die Dividende in jenem Steuerjahr beziehen, in welchem Sie hohe abzugsfähige Unterhaltskosten

### Haben Sie Fragen?

**Adresse:** redaktion@htr.ch, Stichwort Ratgeber, oder htr hotelrevue, Redaktion Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.



Alan D. Bollat

Wer steuerlich das Maximum herausholen will, muss exakt rechnen.

an Ihrer Privatliegendenschaft oder einer relativ hohen Einkauf in Ihre Pensionskasse geplant haben. Damit lassen sich die ansonsten anfallenden höheren Einkommenssteuern verhindern. Die Bezugsstrategie sollte

**Thema der jährlichen Abschlussbesprechung** mit Ihrem Treuhänder oder Steuerberater sein.

## Auswirkungen der neuen Dividendenbesteuerung

Szenario Dividende	in Tausend Schweizer Franken		
	Variante 1	Variante 2	Variante 3
<b>Bei der Gesellschaft</b>			
Gewinn vor Steuern	30	100	300
Steuern Gesellschaft	-5	-19	-62
Dividende	-20	-76	-233
<b>Verfügbar nach Steuern und Dividenden</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>Beim Anteilseigner</b>			
Dividende	20	76	233
Mehrbelastung Vermögenssteuer	-1	-3	-8
Einkommenssteuer auf Dividende	-2	-10	-41
<b>Verfügbar aus Dividende</b>	<b>17</b>	<b>63</b>	<b>184</b>
<b>Total verfügbar Variante Dividendenbezug</b>	<b>22</b>	<b>68</b>	<b>189</b>
<b>Szenario Bonus (Gehalt)</b>			
<b>Bei der Gesellschaft</b>			
Gewinn vor Steuern	30	100	300
Bonus (Gehalt)	-22	-85	-267
Sozialleistungen Arbeitgeber	-2	-9	-27
Steuern Gesellschaft	-1	-1	-1
<b>Verfügbar nach Gehalt</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>Beim Anteilseigner</b>			
Bonus (Gehalt)	22	85	267
Mehrbelastung Einkommenssteuer	-6	-27	-97
Sozialkosten Arbeitnehmer	-2	-7	-21
<b>Verfügbar aus Bonus</b>	<b>14</b>	<b>51</b>	<b>148</b>
<b>Total verfügbar Variante Bonus (Gehalt)</b>	<b>19</b>	<b>56</b>	<b>154</b>

Im Berechnungsbeispiel erwirtschaftet eine Aktiengesellschaft nach Entrichtung des grüentlichen Gehalts des Anteilseigners einen Gewinn von:  
- Fr. 30 000.- (Variante 1)  
- Fr. 100 000.- (Variante 2)  
- Fr. 300 000.- (Variante 3)

**Rahmenbedingungen**  
Sitz Ihrer Aktiengesellschaft und Ihr persönlicher Wohnsitz im Kanton Bern, verheiratet, reformiert, steuerbares Einkommen vor Dividende und Gehalt Fr. 80 000.-

Mit Spezialisten das Erfolgspotential ausschöpfen:

## Beraternetzwerk hotellerieuisse

Mehrwert – durch umfassende Erstauskünfte von hotellerieuisse Nachhaltigkeit – durch ausgewählte Partnerschaften

Detailinformationen über die Firmen: [www.hotellerieuisse.ch](http://www.hotellerieuisse.ch) unter Beratung, Beraternetzwerk

Kontakt und Erstinformation: [daniel.beerli@hotellerieuisse.ch](mailto:daniel.beerli@hotellerieuisse.ch), Telefon 031 370 43 35  
[marionna.schnidrig@hotellerieuisse.ch](mailto:marionna.schnidrig@hotellerieuisse.ch), Telefon 031 370 43 14

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association



## WeltWeinFestival

7500 Flaschen Wein stehen für das Weinfestival vom 3. bis 6. Juni in Bad Ragaz bereit.

Seite 17



Authentizität wird in der Spa-Industrie immer zentraler. Obwohl die Spa-Trends global sind, liegen auch Produkte und Treatments, die einen Bezug zur Region haben, im Trend.



Asiatische Treatments sind weltweit populär.

## Zur Person Seit über 25 Jahren in der Spa-Industrie tätig

**Susie Ellis** ist Präsidentin der Firma Spa Finder mit Sitz in New York. Sie ist seit über 25 Jahren in der Spa-Industrie tätig und gilt als Koryphäe. Susie Ellis startete ihre Karriere als Direktorin des «The Greenhouse Spa at Donald Trump's Mar-a-Lago Club» in Palm Beach. Sie arbeitete damals mit Donald Trump und entwickelte das Konzept des Spas. Mit dem Unternehmen Spa Finder macht Susie Ellis mit ihrem Ehemann und CEO Pete Ellis Furore: In der «New York Times» wurde die Gründung von Spa Finder als Meilenstein im Wachstum der weltweiten Spa-Industrie gepriesen, Spafinder.com wurde sowohl von Forbes.com und «USA Today» als beste Website für Spa-Urlauber benannt. sls

# «Spas brauchen Labels»

**Spa-Koryphäe Susie Ellis ist von der Architektur der Schweizer Spas fasziniert. Die Trends werden aber in den USA lanciert.**

SIMONE LEITNER

**Und wo werden die Spa-Trends heute lanciert?**  
Ich denke, dass die USA nach wie vor Trendsetter sind. Doch nicht in allen Bereichen. Zum Beispiel die Treatments mit Wasser haben den Ursprung in Europa. Daher bin ich immer so fasziniert, wenn ich in Europa bin und dieses grosse Angebot sehe. Da hat die USA durchaus noch Aufholbedarf.

**Wie global ist heute die Spa-Industrie?**

Sehr global. Asiatische Treatments sind auf der ganzen Welt populär. Dennoch ist auch ein Gegentrend zu beobachten: nämlich Anwendungen, die einen Bezug zur Region haben. Die Gäste mögen heute ein vielseitiges Spa-Programm, schätzen aber auch den lokalen

**Susie Ellis, Sie kennen einige Spas in der Schweiz. Was fasziniert Sie am meisten?**  
Vor allem die Architektur. Da bin ich jedes Mal wieder sehr überrascht. Sei es die Bergoase in Arosa, die Therme Vals oder das Spa im Dolder Grand, diese Bauten sind umwerfend und beeindruckend. Sie sind ein grosses Plus für die Schweiz.

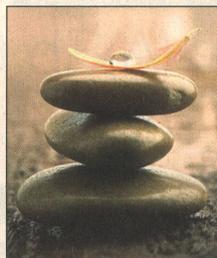


Die Spezialistin Susie Ellis ist von den Schweizer Spas begeistert.

Charakter einer Therapie mit den passenden Produkten.

**Also Terroir im Spa-Menü?**  
Ja, die Gäste möchten beim Entspannen spüren, wo sie sich

aufhalten. Mit den Bergen assoziiert man ein anderes Gefühl als mit einer pulsierende Metropole. Auch und gerade hier heisst das Zauberwort Authentizität.



Die Spa-Philosophie ist wichtig.

**Wie wichtig ist eine Spa-Philosophie?**  
Die erkennbare Einheit wird immer wichtiger. Daher sind Labels wie Espa oder Shangri-La's Chi Spa so erfolgreich.

**Ihr Geschäftssitz ist in New York. Welche Therapien sind für den Big Apple typisch?**

Oh, das ist eine gute Frage, in New York ist eigentlich alles typisch. Das macht den Big Apple aus. Diese Stadt ist ein Schmelztiegel, auch bezüglich Spa-Angebot. Die Vielfalt ist so gross, dass es Spezialisierungen und Experimente gibt. Und genau das macht New York zum Trendsetter in Sachen Spa.

**Wie hat sich die boomende Wellness-Küche in der allgemeinen Gastronomie etabliert?**

Diese leichten und gesunden Gerichte sind heute ganz und gäbe in guten Restaurants. Sie sind aber nicht mehr als spezielle Menüs deklariert, die Connaisseurs erkennen diese Speisen natürlich sofort.

## Trends Spas setzen auf Jugendliche

Die Hotellerie wird sich mit der Ausrichtung ihrer Wellnessanlagen neu orientieren müssen. Eine zum Hotel passende Wellness & Spa-Einrichtung gehört heute zur Grundausstattung eines Vier- und Fünf-Sterne-Hotels und kann nicht mehr uneingeschränkt als Marketinginstrument genutzt werden. «Ein Hotel das nicht profitabel ist, wird allein mit der Anschaffung einer Wellnessanlage keinen strategischen Vorteil mehr generieren und langfristig die Ziele nicht erreichen», sagt Heinz Schletterer, österreichischer Spa-Pionier und Unternehmer. Auch die Änderung des Wortes «Wellness» in den Begriff «Spa» funktioniert nicht.

Die Spa-Trends, die in den USA von Bedeutung sind, beeinflussen heute weltweit die Branche. Das bestätigten die internationalen

Entscheidungsträger der Spa-Industrie am Global Spa Summit in Interlaken letzte Woche. Der Markt wachse enorm, sagt Heinz Schletterer. Er baut renommierte Wellness-Anlagen und ist vom Mega-

Trend «Spa & Medizin» überzeugt. Dieser Bereich müsse nicht zwingend mit einem chirurgischen Eingriff verbunden werden, sondern vielmehr mit einem medizinischen Check-up. «Die klassische

Medizin ist für die Diagnose gut», sagt Schletterer. Ob ein Leiden klassisch behandelt wird, bleibt offen. «Heute setzen Spa-Verantwortliche und Kunden vermehrt auf alternative Heilmethoden.»

Ein grosses Augenmerk wird auf die neue Generation gerichtet. Seien es Akne-Behandlungen oder andere altersgerechte Treatments, die Kids sind ein riesiger Markt, sehr gut informiert und mit der Entwicklung der Spa-Geschichte aufgewachsen, sagen die amerikanischen Trendforscher der Marketingfirma Spa Finder. Und als der echte Jackpot im Casino werden heute die eigenen Spa-Einrichtungen bezeichnet. Obwohl schon seit Jahren Massagen in amerikanischen Casinos boomten, seien heute umfangreiche Einrichtungen die wahren Goldgruben mit grossen Gewinnchancen. sls



Die junge Generation wird in den USA als grosser Markt fokussiert.

## Fakten Zum ersten Mal: Kennzahlen der Luxus-Spas

**Treatments unter Druck.** Seit Anfang 2007 sind die Umsätze in Treatment-Rooms und Salon-Stationen (Haarpflege, Maniküre usw.) krass zurückgegangen. Am schlimmsten im 1. Quartal 2009: um 24,4% bei den Treatments und 15,5% beim Salon-Service. Das zeigen die ersten «Luxury Spa Performance Statistics» von STR Global für die Gruppen Fairmont, Jumeirah, Luxury Collection, Mandarin Oriental, Ritz-Carlton, Sheraton, St. Regis, W Hotels, Westin und ausgewählte Einzelhotels. Kriterien sind: Treatment-Umsatz, Treatment-Room-Öffnungszeit im Verhältnis zur Nutzzeit; Salon-Umsatz, Salon-Öffnungszeit im Verhältnis zur Nutzzeit; Verkauf von Pflegeprodukten und Merchandise-Artikeln. kjv

**Und wie verbreitet sind die Rohkost-Restaurants?**

Diese Richtung hat sich in den USA nicht wirklich etabliert. Es gibt Rohkost-Restaurants, aber das sind nur wenige und zeigen keinen eindeutigen Trend.

**Wo, glauben Sie, liegt das Potenzial der Spas in Zukunft?**  
Vor allem in der Betreuung der Gäste. Es sind die Softfaktoren, die noch ausgefeilt werden können. Und natürlich die ganzheitlichen Therapien. Nur so machen Anwendungen wirklich Sinn.

**Wird die Preisgestaltung neue Wege gehen?**

Spa-Arrangements werden neu auch online gebucht. Dadurch können die Preise flexibel gestaltet werden. Zudem sollte die Branche ihre Preisstruktur den Spa-Gästen transparenter erklären. Wer den Inhalt versteht, bezahlt auch gerne mehr.

**Textilien. Bambusfasern.** Wäsche mit einem Anteil an Bambusfasern ist atmungsaktiv, temperaturausgleichend und besonders saugfähig.

## Öko-Faser für die Zukunft

**Die Bambusfaser verbindet hautfreundliche Eigenschaften mit ökologischen Aspekten. Und sie eignet sich besonders für die Herstellung von Frotteewäsche.**

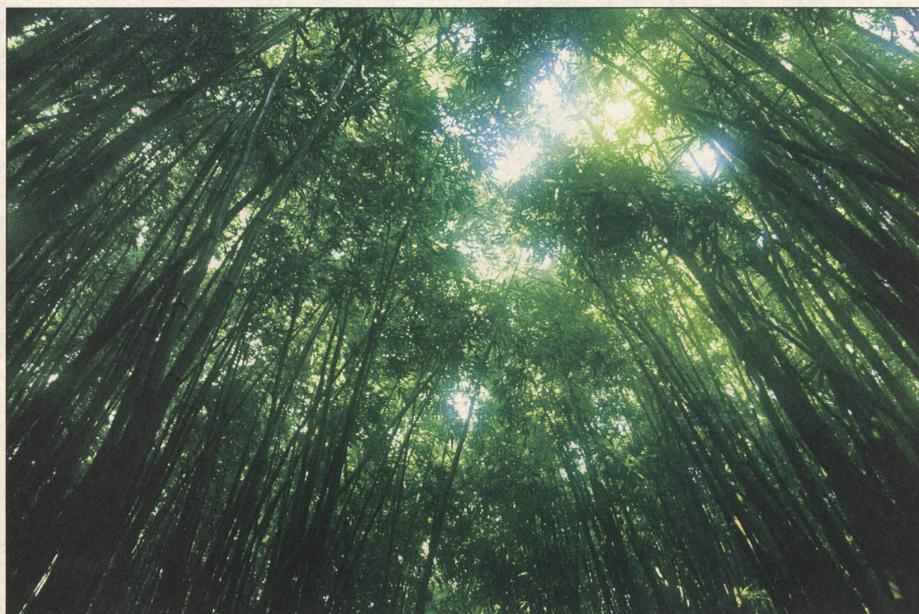
SUSANNE WAGNER

**E**in Bademantel aus Bambus – das klingt erst einmal gewöhnungsbedürftig, Mandelkernfaserig Splitter oder an klappernde Rindstücke. Umso überraschender ist das Wohlgefühl, wenn man in einen Bambusbademantel hinein-

schlüpft: Er ist anschiessam und samtig im Griff. Nach einem Bad kann man sich wunderbar darin einhüllen, denn Bambus ist ausgesprochen saugfähig; das Material saugt viermal mehr Feuchtigkeit auf als Baumwolle.

Überdies eignet sich die Wäsche für Allergiker, denn die Faser verfügt über einen natürlichen antibakteriellen Wirkstoff. Das Material besteht aus Viskosefasern, die aus dem Rohstoff Bambus, aus der Bambusfaser, gewonnen werden. Viskose-Bambus ist eine Hohlfaser und daher, ähnlich wie Seide, atmungsaktiv, temperaturausgleichend und saugfähig.

In der Hotel- und Gastrobranche trifft der Gast erst selten auf Bambuswäsche. Im Hotel Waldhaus Flims Mountain Resort und Spa finden die Gäste keine Bambustextilien im Zimmer, wie die Medienstelle



Bambus liefert umweltfreundliche Textilien, unter anderem auch deshalb, weil die Pflanze mehr Sauerstoff erzeugt als andere Bäume.

auf Anfrage mitteilt. Im Hotel Bürgerstock will man das neue Material prüfen. «Auf jeden Fall ziehen wir Bambustextilien bei einer Neuan-

schaffung in Erwägung. Wir müssen uns jedoch noch genau über diese neuen Fasern erkundigen», sagt Maja Engeler, Geschäftsführerin des Bürgerstock Hotels & Resort.

Weiterhin auf Baumwolltextilien setzen die Verantwortlichen im Radisson SAS Hotel Basel. «Wir haben keine Textilien mit Bambusfasern, da wir nach wie vor der Überzeugung sind, dass Baumwolle ein hervorragendes Produkt ist», sagt Executive Housekeeper Nicole Mürner. In Bezug auf die Umwelt mache

es keinen Sinn, Produkte von der anderen Seite der Welt einfliegen zu lassen.

### Bambustextilien mit zahlreichen ökologischen Pluspunkten

Wider Erwarten sprechen aus ökologischer Sicht jedoch viele Gründe für Bambus. Weil die Pflanze nicht mit Pestiziden behandelt werden muss, gilt sie unter den natürlichen Textilfasern als sehr umweltfreundlich. Einzig der Transport nach Europa wirkt sich in der Ökobilanz negativ aus.

Dafür begünstigt Bambus das natürliche Ökosystem, weil die Pflanze mehr Sauerstoff erzeugt als andere Bäume. «Es ist schwierig, mit solchen Argumenten Bio-Produkte an Hotel- und Gastrobetriebe zu verkaufen. Das Angebot wird kaum wahrgenommen», erklärt Vitus Baumann, Inhaber der Spinnerei & Weberei Rüderswil AG in Zollbrück. Der Betrieb bietet seit zwei Jahren Seifentücher, Handtücher, Dusch- und Badetücher in einer Qualität aus 50 Prozent Baumwoll- und 50 Prozent Bambusfasern an. Die Bambuspflanze,

**Sehr angenehm im Griff: der Bademantel aus Bambusfasern.**

die dafür verwendet wird, wird in China nach ökologischen Gesichtspunkten angebaut und nach zertifizierten Ökotex-Richtlinien verarbeitet.

«Frotteewäsche aus Bambusfasern sind nicht nur flauschig weich, sondern auch viermal saugfähiger als herkömmliche Wäsche», so Vi-



Frottee aus Bambus.

tes Baumann. Darüber hinaus sei sie robust, formbeständig, knitterarm und verfüge über einen edlen Glanz.

### Höhere Kosten als Erklärung für das Zögern bei den Hoteliers

Als Grund, weshalb die Hotels zurückhaltend auf den Trend reagieren, sieht Vitus Baumann zum einen die etwas höheren Kosten des ökologisch produzierten Produkts. Zum anderen das höhere Gewicht des Materials, was in der Handhabung und beim Waschen mehr Aufwand bedeutet. Zurzeit verkauft die Spinnerei & Weberei Rüderswil die Bambusprodukte zum grössten Teil an Privatkunde und kleinere Wellnessbetriebe. Diese schätzen besonders die Hautfreundlichkeit des Materials.

## Bambus: Rohstofflieferant und Glückssymbol

**I**n China ist Bambus ein Symbol für ein langes Leben. Und in Indien steht das Gewächs als Zeichen der Freundschaft. In Japan gilt frischer grüner Bambus als Symbol der Reinheit, weil er sehr gerade wächst. Am Jahresende stellen die Japaner traditionell auf jeder Seite der Eingangstüre ein Gebinde aus Bambusröhren und Kiefernzweigen, das Glück bringen soll.

Auch wenn in einheimischen Gärten und auf Terrassen immer häufiger Bambus gepflanzt wird:

Ursprünglich ist es eine tropische bis subtropische Pflanze. Allein in China kommen 500 Sorten von Bambus vor.

Die Pflanze gehört zu denjenigen Gewächsen, welche von den Menschen weltweit am meisten genutzt werden. Und zwar auf ganz unterschiedliche Weise: Aus den Bambusröhren entstehen beispielsweise Rahmen für Fahrräder, Musikinstrumente, Blasrohre, Pinsel, Regenschirmstöße, Möbel oder auch Baugerüste. Und auch in der Küche

kommt Bambus zur Anwendung: Frisch geerntete Bambuspflanzen werden gerne als Gemüse gegessen.

Bambus ist ausserdem eine besondere Pflanze, weil sie ausserordentlich schnell wächst: In 45 bis 60 Tagen kann sie bis zu 25 Meter hoch werden. Ahnungslose Hobbygärtner unterschätzen die ungeheure Wachstumskraft mancher Bambusarten oft. Mit einer Sperre im Boden kann man die wachstumsfreundliche Pflanze an der Ausbreitung hindern.

ANZEIGE

**MÖVENPICK®**  
THE ART OF SWISS ICE CREAM

**VERWÖHNEN SIE IHRE GÄSTE MIT MÖVENPICK ICE CREAM, KREIERT AUS DEM BESTEN DER NATUR!**

WWW.MOEVENPICK-ICECREAM.CH/GASTRONOMY

**Textilien. Max-Havelaar-Baumwolle.** Fairtrade auch bei Hotelwäsche? Ab kommenden Herbst bietet die Burgdorfer Schwob & Co. AG eine zertifizierte Linie an.

# Schlafen mit gutem Gewissen

**Die Schwob & Co. AG ergänzt ihr Sortiment mit Fairtrade-Wäsche. Die Leinenweberei will sich so für die Zukunft rüsten und neue Exportmärkte erschliessen.**

GU DRUN SCHLENCZEK

**S**chlafen mit ruhigem Gewissen soll man bald auch im Hotelzimmer können. Der neue Werbeslogan der Schwob & Co. AG entspricht den Tatsachen. Die Leinenweberei aus Burgdorf hat sich nämlich von Max Havelaar zertifizieren lassen und bietet ab Herbst eine Fair-Trade-Linie an. An der Gastgewerbe-Messe Igeho im November erfolgt die offizielle Lancierung der neuen Bett- und Tischwäsche. Wäsche aus Bio-Baumwolle führt man schon seit bald zwei Jahren.

Fair hergestellt – das bedeutet für Schwob nicht nur, Garn aus fairem Anbau zu kaufen. Die ganze Kette, vom Anbau bis zur Verarbeitung, muss faire Arbeitsbedingungen garantieren. Die Leinenweberei hat sich deshalb auch selbst einer eingehenden Zertifizierung durch die Fairtrade-Organisation unterzogen, um das begehrte Logo zu erhalten. «Wir wurden von den Auditoren auf Herz und Nieren geprüft», erzählt Peter Hilpert, Vorsitzender der Geschäftsleitung.

## Baumwolle von einer Kooperative in Indien – wegen der Qualität

Vor allem die Produktion: Personalakten wurden gesichtet, Stichproben zwecks Ahndung etwaiger Lohndiskriminierung erhoben. Geschlechtergleichstellung kontrolliert, Überstundenplan durchgesehen, Rahmenbedingungen – wie das Vorhandensein von Fenstern am Arbeitsplatz – unter die Lupe genommen. Ein halbes Jahr dauerte der Prozess und kostete



Die übliche Baumwolle ist ökologisch bedenklich: Der Anbau auf nur 4% der weltweiten Agrarfläche schluckt 25% aller Pestizide.



Umstellungsberatung gehört bei Fairtrade in den ersten Jahren dazu: Ein Agronom gibt einem indischen Baumwoll-Bauern Tipps.



Neu ab Herbst 2009 von der Schwob & Co. AG: Max-Havelaar-zertifizierte Tisch- und Bettwäsche für das Gastgewerbe, hergestellt in Burgdorf.

das Unternehmen rund 20000 Franken. Für die neue Fairtrade-Linie sind Schwob mögliche Lieferanten vorgegeben. Die Burgdorfer Leinenweberei bezieht ihr Garn von einer süddeutschen Spinnerei, welche die Baumwolle von der jungen indische Kleinbauernkooperative Mahima erhält. «Wir verwenden nur beste Baumwollqualität», erläutert Peter Hilpert. «Langstapelig» müsse deshalb die Baumwolle sein, das sei ein wesentliches Qualitätsmerkmal beim Garn. Und solche bekomme man aus Indien. In Afrika, wo Max Havelaar ebenfalls mit Bauern zusammenarbeitet, erntet

man nur «kurzstapelige» Baumwolle, welche zu den unerwünschten «Fuseln» auf der Wäsche führe. «Die Zusammenarbeit mit Schwob bringt der Kooperative viel», meint Vesna Stimac, Mediensprecherin von der Max-Havelaar-Stiftung Schweiz – dank Abnahmegarantie und festen Mindestpreisen. Der aktuelle Fairtrade-Mindestpreis für Baumwolle aus Indien beträgt 0,46 Eurocent pro Kilo. Dazu kommt eine Fairtrade-Prämie von 0,05 Eurocent und für die nach ökologischen Anbauregeln produzierende Mahima-Kooperative noch eine Bio-Prämie von 0,08 Eurocent pro Kilo. Die Prämie wird auf ein separates Konto eingezahlt. An der

Generalversammlung entscheiden die Bauern gemeinsam deren Verwendung, zum Beispiel für den Bau einer Schule, Lagerhütten oder den Ausbau von Transportwegen. Frauen haben das gleiche Stimmrecht wie Männer. Sie sind zudem gleichermassen Landbesitzerinnen.

## Das Garn ist im Einkauf 40 Prozent teurer als übliches

Schwob hat bereits ein Los Fairtrade-Baumwolle in Burgdorf am Lager. Im Einkauf kostet das Garn die Weberei 40 Prozent mehr, der Endpreis des Tuchs liegt 5 Prozent höher. Dazu kommt die Lizenzgebühr für

«Fairtrade wird mittel- bis langfristig ein absolutes Thema in der Hotellerie.»

Peter Hilpert  
Schwob & Co AG Burgdorf

Max Havelaar: 3,5 Prozent vom Fairtrade-Umsatz. Für die Leinenweberei ist Fairtrade ein strategischer Entscheid. «Das ist der Zukunftsmarkt», ist Peter Hilpert überzeugt. «Die Lohas sind eine stark wachsende Konsumentengruppe.» Vor allem im Export hofft man, mit dem neuen Wäsche-Sortiment an Boden zu gewinnen und den heutigen Exportanteil von 20 Prozent so mittelfristig zu erhöhen. Im Hotelzimmer will man mit entsprechenden Sternen für die neue Bettwäsche werben. Peter Hilpert: «Fairtrade wird mittel- bis langfristig ein absolutes Thema in der Hotellerie.»

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



Baumwolle gehört botanisch zur Familie der Malvengewächse.

## Wie man mit nur 59 dB(A) saugt und trotzdem aufhorchen lässt.



Der neue Sauger T 15/1 ist der leiseste seiner Klasse. Dadurch eignet er sich ideal für alle geräuschempfindlichen Bereiche wie Hotels, Büros oder Krankenhäuser. Viele ergonomische Vorteile wie z. B. die übersichtliche Zubehöraufbewahrung oder die praktische Saugschlauchführung erleichtern den Transport enorm. Die optionale Elektroaugbürste ESB 28 sorgt für faserfreie Reinigung und eine optimale Aufbürstung der textilen Oberfläche. Der T 15/1 ist serienmässig

mit einer Vliesfiltertüte ausgestattet, die eine mindestens doppelte Staubaufnahmemöglichkeit im Vergleich zu herkömmlichen Papierfiltertüten gewährleistet und so die Unterhaltskosten deutlich senkt. Mit Hilfe des Comfort-Krümmers kann die Saugleistung – je nach Bodenbelag – mit nur einem Drehstufenlos angepasst werden. Dabei bleibt der T 15/1 flüsterleise. Schade, dass ihn viele verschlafen werden.

Kärcher AG • Industriestrasse 16 • 8108 Dällikon  
InfoLine 0844 850 863 • Fax 0844 850 865  
[www.kaercher.ch](http://www.kaercher.ch) • [info.verkauf@kaercher.ch](mailto:info.verkauf@kaercher.ch)



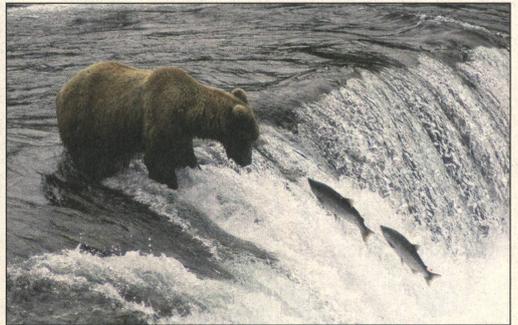
**KÄRCHER**

# Hochseefischerei ohne Schiff



## Arne's

**Arne van Grondel** (54) leitete fast 30 Jahre lang die Michel Comestibles AG in Interlaken. Vor 3 Jahren wanderte er aus nach Sardinien. Der Fischfachmann schreibt für die htr einmal pro Monat eine Kolumne.



Auch der Bär fischt ohne Schiffe frische Fische.

Foto: A. K.

Neben einer der unvergesslichen Kolumnen des legendären Gault-Millau-Papstes und gefürchteten Gastrokritikers Silvio Rizzi, berichtete die Schweizer Illustrierte am 19. Juli 1993 über meinen allerersten Wildlachs-Import aus Island. Stolz präsentiere ich einen Prachtskerl von einem frisch gefangenen Wildlachs von schlanker Statur, mit einem wunderschön silberglänzenden Schuppenkleid und kräftigen, ausgeprägten Flossen. Der Fisch brachte gut und gerne zehn Kilogramm auf die Waage.

In einem tiefen, verschlungenen, dunkelblauen Fjord mit kristallklarem Wasser, weitab von jeder Zivilisation, an einem der entlegensten Küstenstriche Islands, machen sich die «Salmon Ranchers» den Rückkehrtrieb der Lachse zunutze. Sein biologisch hochinteressanter Lebenszyklus macht den Lachs zum idealen Fisch für ein solches Unternehmen. Mehrmals eine regulierbare Schleuse, an dessen Mündung sich eine reusenartige Netzkonstruktion befindet, ist nicht nötig, um eine der modernsten, wirtschaftlichsten und nachhaltigsten Fischereiflotten zur See zu schicken.

Diese visionären Fischereiwirtschaftler beschäftigen sich mit einer neuen Form der Fischzucht. Die, in Anlehnung an die räumlich ausgedehnten Viehzuchten in den riesigen Weiten des Nordwestens von Amerika, «Ocean Ranching» genannt wird; Das «Ocean Ranching» von Lachsen.

Nach zweijähriger, in den Flüssen verbrachter Kindheit, wandern die Lächlein – in der Fischerei spricht man von Sömmerlingen – in Richtung Meer. Bevor die Sömmerlinge, von denen keiner grösser als ein Maderlieschen ist, von den «Ocean Ranchers» in grossen Gehegen intensiv aufgezogen wurden, haben sie sich in den reichen Jagdgründen um Island vollgefressen.

Nicht selten schwimmen sie sogar um die Färöer-Inseln bis hinauf nach Grönland. Auf ihrer Speisekarte stehen vor allem Sandaal und Lodde, von de-

nen sie in wenigen Monaten so viele fressen, dass sie als drei bis vier Kilogramm schwere Junglachs in den Fluss ihrer Jugend zurückkehren. Darin sind sie durchaus zu vergleichen mit den Jakobssalmen, wie sie genannt wurden, als sie noch den Rhein bis nach Schaffhausen bevölkerten, um ihrem Laichgeschäft nachzugehen.

Andere mästen sich weitere ein oder zwei Jahre, bis der unwiderstehliche Trieb in den Geburtsfluss zu stark wird. Diese können dann zehn oder gar fünfzehn Kilogramm schwer werden. Der von den Menschen noch nicht ganz verstandene Rückkehrtrieb führt die geschlechtsreifen Silberfische unfehlbar zur Stätte ihres ersten Kontaktes mit der See zurück, also an die Mündung des heimatlichen Flusses ins Meer. Die vollgefressenen Lachse kehren genau dorthin zurück, woher sie kamen. Am Einlass zum Fluss ihrer Kindheit können sie auf die einfachste Weise in einer der reusenartigen Netzkonstruktion und ohne Schiff gefangen werden.

Die wirtschaftlichen und ökologischen Argumente für die Entwicklung des «Salmon Ranching» sind überzeugend. Hier wird ein natürliches System geschickt genutzt. Beim «Ocean Ranching» wird der Fisch selber dazu benutzt, natürliche Nährstoffe im offenen Meer zu sammeln. Somit wird das Gleichgewicht der lebenswichtigen Ressourcen nachhaltig geschont. Denn im Gegensatz dazu müssen in der konventionellen Lachszucht die Futtermittel mit grossem Energieaufwand, ohne Rücksicht auf die Umwelt, aus dem Meer gefischt und in Fabriken zu Fischmehl verarbeitet werden.

Lassen Sie Ihre Gäste auf den feinen Geschmack des Wildlachs aus Island kommen! Besonders lecker schmeckt ein im Ofen auf der Haut sanft gegartes dickes Wildlachssteak, das nur mit einem Hauch von Fleur de Sel aus der Mühle gewürzt wurde. Zartes Sommergemüse und neue Kartoffeln passen ausgezeichnet dazu, und eine sämige «Beurre blanc» setzt dem Gericht die Krone auf.

## DIE WACHAU KOSTBARE KULTUR



Wie kaum ein anderes Weinbaugebiet in Österreich verbindet man die Wachau mit romantischer Landschaft und einzigartigen Weinen. Auf den 1400 Hektaren, die grösstenteils in Terrassen angelegt sind, fühlen sich besonders Grüne Veltliner und Rieslinge wohl. Sie kommen meist als leichte Steinfeder-Weine, klassische Federspiele oder kräftige Smaragd-Weine auf den Markt. Die Anerkennung der Wachau als Unesco-Weltkulturerbe spiegelt zudem die Naturbelassenheit der Landschaft und auch der Weine wider.

### Der Sternen und die Wachau

„Besonders gerne empfehlen wir einen Riesling Smaragd aus der Wachau zu einem Spargelflan mit Passionsfrucht-Vinaigrette.“



Christine und René Weder führen seit 1996 das Restaurant Sternen in Walchwil.  
[www.sternen-walchwil.ch](http://www.sternen-walchwil.ch)

Mehr über österreichischen Wein unter [www.österreichwein.at](http://www.österreichwein.at)

# ÖSTERREICH WEIN



## Impressum

### htr hotelrevue

Die Schweizer Pächzeitung für Tourismusse  
L'hebdomadaire pour le tourisme  
Gegründet/Fondé 1892

**Herausgeber/Editeur:** hotelleriesuisse  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

#### Redaktion

**Chefredaktion:** Elisabeth Hobmeier/eho.  
**Stellvertreter:** Mirosław Halaba/mh.  
**Redaktion:** Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell), Christine Künzler/jck (Ressortleitung fokus), Renate Dubach/rd (Ressortleitung dolce vita), Mirosław Halaba/mh (Ressortleitung cahier français), Franziska Egli/fee, Héléne Koch/hk.

Theres Lagler Berger/ll, Simone Leitner Fischer/sls, Laurent Missbauer/lm, Gudrun Schlienzek/jsgg, Karl Josef Verdung/kjw  
**Bildredaktion/Fotograf:** Alain D. Boilat/adb  
**Layout:** Roland Gerber/rg, Regula Wolff/rwo

**Korrektorat:** Paul Le Grand

**Volontärin:** Barbara Roelli/br

**Online Redaktion:** Melanie Roth

**Sekretariat:** Sabrina Jörg Patokou (Leitung), Natalie Allesch, Beatrice Gertschen.

**Verlag Leitung:** Barbara König

**Assistentin:** Delia Piscopo, **Stelleninserate:**

Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss.

**Geschäftsanzeigen:** Michael Müller,

Béla-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](mailto:redaktion@htr.ch)

**Abonnemente:** Tel. 031 370 97 93,

Fax 031 370 97 76, E-Mail: [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch)

**Inserate:** Tel. 031 370 42 23,

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

**Internet:** [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

# Luzern statt Bermudas

**Das besondere Paar**  
Er wollte auf die Bermuda-Inseln oder zurück nach Italien. Dann traf er sie. Zusammen führen Claudia und Giorgio Montella das «Padrino» in Luzern.

FRANZISKA EGLI

Die Geschichte einer klassischen Einwandererkarriere – zu einer Zeit, als Pizzeria noch ein Fremdwort und in der Schweizer Gastronomie Gastarbeiter aus dem Süden charakteristisch waren. Wie viele seiner Landsleute auch, kam Giorgio Montella Ende der 1960er-Jahre und nach der italienischen Hotelfachschule in die Schweiz. Nur versuchsweise ist der 17-jährige Jüngling aus dem



Glücklich zuhause am Vierwaldstättersee: Claudia und Giorgio Montella.

Bilder zvg



Edel, aber familiär: «Padrino».

neapolitanischen Dorf Pozzuoli – wo er bereits als Knirps in Mutter's Cafe-Bar Gastroluft schnupperte und Espresso servierte – nicht in irgendeine Beiz, sondern dank verwandtschaftlichen Beziehungen direkt ins edle Hotel Victoria-Jungfrau.

Das Interlakner 5-Sterne-Hotel mag glücklicher Zufall gewesen sein, aber es passte hervorragend zu Montellas Plänen, denn er hatte, wie der distinktive und mittlerweile ergraute Südtaliener erklärt, «viel vor». Ganz sicher wollte er keine folkloristisch angehauchte Italo-beizen, wie sie damals gang und gäbe waren. Die Schweiz mit ihrer Sprachenvielfalt und bekannt für ihren tadellosen Service war perfekt: Bereits im ungestümen Alter,

in dem Jungs meist anderes im Kopf haben als Arbeit, schwebte Montella etwas Edles vor, am liebsten «ein 5-Sterne-Restaurant in Napoli, an der Küste».

Napoli ist es nicht geworden. Auch nicht die Bermudas, ergänzt die Dame des Hauses, seine Frau Claudia Montella, die auch der Grund dafür war, warum er trotz Vertrag in der Tasche nicht auf die Inseln im Atlantik ging. Es wurde Luzern.

## Sie ging zu dieser Schule mit all den «hübschen Mädchen»

Wie das? Nun, nach Interlaken und Aufthalten in Deutschland und England kletterte er nach und nach vom Commis de Rang die gastronomische Hierarchieleiter hoch. 1970 schliesslich, kam er nach Luzern, ins damalige Hotel Tivoli. Es war auch die Zeit, erzählt Claudia Montella, als die Krienserin die Ausbildung zur Arztgehilfin absolvierte und man sich regelmässig im Café Cecile traf. Oder in Giorgio Montellas Sprache gesprochen: «Oberhalb des Cafés war die Schule mit all diesen hübschen Mäd-

chen.» Claudia Montella lacht. Und sie, erzählt er weiter, sie war der Grund, warum er die Bermudas fallen liess, da seine zukünftige Frau noch in der Ausbildung war.

Damals, erinnern sie sich, war in Luzern im Winter nicht viel los. Entsprechend wenig Stellen gab es. Siewar bei einer Versicherung tätig. Er, «der geborene Gastgeber», wie seine Frau meint, arbeitete sommers in Luzern, im «Château Gütsch», später im «Palace», und winters in den Bergen, in Davos, in Films und unter anderem im Parkhotel Waldhaus. «Wann immer ich frei hatte», erklärt sie, die jeweilige Trennung auf Zeit, «reiste ich ins Graubünden».

Fast wehmütig erinnert sich Giorgio Montella an diese vergangenen Zeiten. Als der Arbeitsablauf noch streng zeremoniell und die Arbeitsteilung noch viel hierarchischer war. Als die Gäste noch wochenlang in den Hotels logierten. Die Zeiten haben sich geändert,

bedauert er. Trotzdem, ohne das hier, ist der Grandseigneur überzeugt und klopf sich mit der Hand aufs Herz, geht es auch heute nicht.

## Als er in die Schweiz kam, erlitt er zuerst einen Kulturschock

Ob er nie zurück nach Italien wollte, wie so viele Landsmänner? Nie, sagt Montella. Klar hätte er zu Beginn, als er in die Schweiz kam, einen Mentalitätsschock erlitten: «Das Klima, das Essen», er lacht, «die Kultur, die Atmosphäre». Aber nach so vielen Jahren sei auch klar, dass er dort, wo er herkomme, nicht

mehr leben könnte, auch wenn er die italienische Luft zum Regenerieren braucht und so oft wie möglich nach Pozzuoli fährt. Aber: «Zu vieles ärgert mich heute», erklärt er, oder anders gesagt: Zu vieles habe er an hiesiger Kultur und Lebenseinstellung angenommen.

Irgendwann wagte auch Claudia Montella den Sprung in die Gastronomie. Sie machten das

Wirtepatent, das Weinpatent und langsam, langsam keimte gar die Idee von etwas Eigenem, etwas Gemeinsamen, in Luzern. Aber wie gesagt: Es sollte etwas wirklich Schönes sein, so ihr Traum. Und so zogen sich die Jahre nochmals hin.

1992 ergab sich die Möglichkeit, im Grandhotel National das Restaurant Padrino zu übernehmen. Der Fall war klar: Das ist es! Seither begeistert das «Padrino» nicht nur mit seinen 15 Gault-Millau-Punkten, sondern auch mit seinem Ambiente: Das Art-Deco-Restaurant, das fast so hoch wie breit und mit riesigem Kronleuchter und Spiegeln an der Wand ausgestattet ist, verströmt eine mediterrane Noblesse.

Kein Wunder, zieht das edle, aber familiäre Restaurant auch viele bekannte Persönlichkeiten an. 50 Plätze sind es im Innern. Draussen, auf der Terrasse mit direktem Seeschluss und – natürlich – tollem Ausblick, gibt es weitere 70. Hier gehen sie nicht mehr weg, sagen die Montellas. Das «Padrino», sagen sie, das ist ihr Kind.

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

**«Hier gehen wir nicht mehr weg. Das «Padrino» ist unser gemeinsames Kind.»**

Claudia und Giorgio Montella  
Restaurant Padrino, Luzern

## Wettbewerb der Schweizer Regionalprodukte

Am Wochenende vom 26. und 27. September findet in Delsberg, der «Schweizer Genussstadt 2009», der Markt der Schweizer Regionalprodukte statt. Er gehört zum dritten Wettbewerb dieser Produkte und soll einer breiten Öffentlichkeit die grosse Auswahl und das hohe Qualitätsniveau von wenig bekannten regionalen Köstlichkeiten zeigen. Hersteller können ihre Produkte bis 31. Juli anmelden.

[www.concours-terroir.ch](http://www.concours-terroir.ch)

## Franke meldet leichten Umsatzrückgang

Der Umsatz der Franke Gruppe mit Sitz in Aarburg ging letztes Jahr um knapp 3 Prozent auf 2,9 Mrd. Franken zurück. Der Reingewinn sank von 200 Mio. Franken im Vorjahr auf 141 Mio. Das Geschäftsjahr sei von schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen geprägt gewesen, meldet Franke. Immerhin legte der Bereich Coffee Systems um fast 30 Prozent beim Umsatz zu. Im ersten Quartal 2009 ergab sich ein Umsatzrückgang von 17,6 Prozent im Vergleich zum 1. Quartal 2008.

## Jetzt kommen die Schweizer Erdbeeren

In diesen Tagen beginnt in der Schweiz die **Erdbeeren-Haupternte**. Die grössten Mengen werden in den ersten drei Juniwochen erwartet. Gutes Wetter vorausgesetzt, werden die Schweizer Produzenten etwa rund 5500 Tonnen Erdbeeren ernten. Dank günstigem Wetter im April und Mai hat die Vegetation den Rückstand nach dem langen Winter aufgeholt. Ein Drittel der hierzulande konsumierten Erdbeeren stammt aus der inländischen Anbaufläche von 421 Hektaren. Die Erdbeere enthält viele Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente, aber nur etwa 35 kcal pro 100 Gramm. Der Pro-Kopf-Konsum beträgt 2,2 Kilogramm in der Schweiz.



## Aqui, ein Mineralwasser aus Winterthur

Aqui erlebt derzeit einen Relaunch: Das Wasser wurde von der Brauerei Hürlimann bis 1996 abgefüllt. Die Effretiker Eurodrink AG hat nun die Markenrechte übernommen. Das Wasser kommt jetzt aber aus dem Grundwasser der Töss bei Winterthur, die Originalquelle wird das geplante Thermalbad beliefern. Das neue Aqui wird vorerst in Knutwil abgefüllt, dank der guten Qualität ist keine teure Aufbereitung nötig. Eurodrink zahlt für jede verkaufte Flasche einen Rappen an das Helvetas-Projekt «Wasser für alle!».

## Fein vegetarisch essen auf Swiss-Flügen

Swiss und das Haus Hiltl gehen eine längerfristige Zusammenarbeit ein: Seit gestern werden die Swiss-Fluggäste in allen drei Reiseklassen mit vegetarischen Menükreationen von Rolf Hiltl und seinem Team verwöhnt. Den Rahmen bildet das kulinarische Konzept «Swiss Taste of Switzerland». Die Hiltl-Kreationen werden von Menüs des jeweiligen Gastkuchs von «Swiss Taste of Switzerland» ergänzt. rd

# Weine aus aller Welt in Bad Ragaz

**Nächste Woche lockt das 7. «WeltWein-Festival» nach Bad Ragaz. 56 Winzer stellen ihre besten Weine vor.**

RENATE DUBACH

Jetzt schon stehen etwa 7500 Flaschen Wein bereit, um vom 3. bis am 6. Juni am Welt-Wein-Festival in Bad Ragaz degustiert, serviert oder kommentiert zu werden.

Austragungsorte sind neben diversen Räumen des Grand Resorts auch die Bad Ragaz Restaurants Löwen und Rössli, sowie der Torgel von Martha und Daniel Gantenbein in Fläsch.

Um die 7. Ausgabe des Weinfestes rankt sich ein hochkarätiges Programm: 56 Weinproduzenten aus aller Welt werden am Degustationsforum rund 250 ihrer besten Tropfen vorzustellen und mit dem Publikum darüber diskutieren. Darunter sind Ernie Loosen von der Mosel und Jay Somers aus Oregon, die erstmals in Europa ihr Gemeinschaftsprodukt, den Pinot Noir «Appassionata» vorstellen. Auch Catherine Papon-Nouvel aus St-Emilion wird da sein, ebenso wie Vertreter des libanesischen Château Musar.

Zum Auftakt startet der Direktor des Château Cos d'Estournel, Jean-Guillaume Prats, mit einer Vergleichsdegustation seiner Weine seit 2000. Weitere Programmpunkte sind: «Österreich in Bad Ragaz», «Bordeaux trifft Mosel», «Eine Entdeckungsreise zum deutschen

Riesling-Jahrgang 2008», «Erinnerungen an Luis Kracher», «Portweine – Kennerweine». Sie werden abgerundet durch ein «Festival der Sterne – Walking Dinner» mit Sterneköchen und Starwinzern und einer Auktion der Weinbörse.

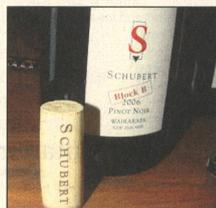
Zum Abschluss gibt es ein Fest mit innovativen Winzern und kreativen Köchen. Darunter sind Tobias Buholzer vom «Sankt Meinrad», Zürich, Antonio Colaianni von «Il Casale», Wetzikon und Christian Redois, Pâtissier vom Hotel «Walserhof», Kloster, die je einen Menügang kreieren. Die Weine dazu stammen von den Weingütern Wittmann, Rheinhessen, Hofstätter, Südtirol, Christian Hermann, Fläsch, Kai Schubert, Neuseeland, Château Beauregard, Pomerol und Château Angelus, St-Emilion.

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



Ein Glöckchen, das die Herzen vieler Weinfans zum Klingen bringt: Auch Weine von Château Angelus gibt es in Bad Ragaz.

Bilder zvg



Kai Schubert stellt seinen Pinot Noir aus Neuseeland vor.



Jean-Guillaume Prats bringt eher Wein als Tee aus dem Bordeaux.

## liegenschaften

### HESSER

Unternehmensberatung  
für Hotellerie & Restauration  
seit 35 Jahren

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

Wir sind die Drehscheibe  
für interessante Betriebe

Wir sind auch die Spezialisten für:

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

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

189-96

**TESS – LOCARNO-BRISAGO**  
zu verkaufen **GARNI**  
mit wunderschöner  
See und Panoramasisch  
3 Gehminuten zu Seepromenade  
Bootshafen und Lido-Strandbad  
4 Etagen mit 15 Zimmer, 1 Wohnung  
1 Attikawohnung, Restaurant  
grosser Saal, Parkplätze  
VP Fr. 3'950'000.–  
Info: 091.752.25.67  
www.domusdea.ch

2451-1370

### 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

### Commune de Courgevaux

À louer de suite:

#### Auberge communale

Restaurant de 60 places, salle à manger  
de 24 places, grande salle de 100  
places, terrasse ombragée, apparte-  
ment de 5 pièces, grand parking.

#### Renseignements et visite:

Michel Jacquet  
Conseiller communal  
Tél. 026 684 82 36

### Le Conseil communal

### Gemeinde Courgevaux

Zu vermieten ab sofort:

#### Dorfwirtschaft

Restaurant mit 60 Plätzen, Speisesaal  
mit 24 Plätzen, grosser Saal mit 100  
Plätzen, Gartenrestaurant, 5-Zimmer-  
Wohnung, grosser Parkplatz.

#### Auskünfte und Besichtigung:

Michel Jacquet  
Gemeinderat  
Tél. 026 684 82 36

### Der Gemeinderat

2493-1387

### Gelegenheiten im Gastgewerbe gibt es viele; jedoch wenige sind lohnenswert!

Die derzeitigen Mieter (Er Küche; Sie Front), führten mit ihrem Team seit 10 Jahren mit grossem Erfolg mehrheitlich ein auf **Frischfisch-Spezialitäten** ausgerichtetes Verkaufsangebot. Für uns als private Objekteigentümer haben sie, leider, die Möglichkeit wahrgenommen, in einem anderen Kanton sich einer neuen beruflichen Herausforderung zu stellen. Daher suchen wir per 1. August 2009 oder nach Vereinbarung in der Nachfolgeregelung ein praxiserprobtes, innovatives

### Mieter/in-(Ehe-)Paar oder eine Käuferschaft.

Weit über die Kantonsgrenze hinaus ist das renommierte Gasthaus bestens bekannt und befindet sich im regionalen Umkreis von Neuhausen am Rheinfall (Kt. ZH). Das räumlich unterteilbare Platzangebot beläuft sich auf ca. 70 Personen. Zudem sind im Sommer als Alternativgeschäft in der Gartenwirtschaft 20, auf der lauschigen Terrasse ca. 60 Plätze gegeben. Im Hause steht eine geräumige Wirtswohnung zur Verfügung. Momentan bestehen pro Woche 2 Wirtsonntage sowie Betriebsferien. Ausreichende Pkw-Parkplätze sind vorhanden.

Konkret werden umfassende Renovationen in den Bereichen Front & Terrasse, Küche neuer Herd und ..., Lagerräumlichkeiten, Wirtswohnung, WC's u.a.m., ausgeführt.

Die Mietbedingungen sind sehr fair. Grösseres Eigenkapital zur Übernahme des Kleininventars u. l.w.m. ist erforderlich. Geboten wird engagierten Gastgebern ein optimaler Einstieg in ein ausgezeichnetes, bewährtes Wirkungsfeld. **Absolute Selbständigkeit** wird Ihnen zugesichert.

Kommen wir ins Gespräch? Es würde uns freuen. Wir nehmen uns gerne Zeit für Sie. Überreichen Sie uns mit Ihrer aussagekräftigen Bewerbung mit Foto zuhänden. Chiffre 2508-1392 an htr hotel revue, Postfach, 3001 Bern. ... A bientôt.

2508-1392

### G & P Immobilien GmbH

Ein Unternehmen von Gsell & Partner

Lokal verankert, europaweit vernetzt –  
Ihre diskreten, professionellen Hotel-Immobilienpartner für:

- HOTELVERMITTLUNG für Kaufsinteressierte
- INVESTORENVERMITTLUNG für Verkaufsinteressierte
- NACHFOLGEPLANUNGEN ohne Verkauf des Hotels
- NACHFOLGEPLANUNGEN mit Verkauf des Hotels
- UNTERNEHMENSBEWERTUNGEN

Brüggstrasse 20 – CH-6005 Luzern  
Tel. +41 (0)41 220 2000 · Fax +41 (0)41 220 2001  
www.gsellundpartner.ch · immobilien@gsellundpartner.ch

521-313

### 3 HOTELS A VENDRE SUR LA FRENCH RIVIERA:

- Hôtel 4 étoiles avec 30 suites rénovées (possibilité 10 suites supplémentaires) proche NICE
- Hôtel 2 étoiles avec 38 chambres rénovées dans une ville touristique proche CANNES
- Résidence hôtelière de luxe 9 suites proche CANNES

Chaque hôtel peut être vendu séparément.  
Merci d'écrire au journal.  
Chiffre: 2555-1408

2555-1408

## aus- und weiterbildung

ERSTE BAUSTEINE FÜR DEN  
START AM "FRONT-OFFICE"

**DAS  
INTENSIV-  
SEMINAR  
VON GASTROSUISSE**

**DER  
RECEPTIONS  
KURS**

**DATEN**  
10 Semintage  
in Form eines Blockkurses  
KURS 1 04. bis 15.05.09 Zürich  
KURS 2 05. bis 16.10.09 Bern

**WEITERE  
INFORMATIONEN?**  
Gastrosuisse  
Berufsbildung  
8046 Zürich  
T 0849 377 111  
F 0849 377 112  
weiterbildung@  
gastrosuisse.ch  
www.gastrosuisse.ch

GASTRO SUISSE  
140-61

# Gelesen von Entscheidungs- trägern!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

**htr** hotel revue

# cahier français

htr hotel revue No 22 / 28 mai 2009



**Alpes vaudoises**  
La station de Leysin, stimulée par Enjoy Switzerland, travaille sur son identité.  
**Page 21**



**Sommellerie**  
D'ici 2011, Changins devrait proposer une formation de sommelier avec brevet fédéral.  
**Page 23**

Plusieurs projets de musées sont à l'ordre du jour dans le canton de Vaud qui compte plus de 100 musées.

HÉLÈNE KOCH

Il y a une pléthore de projets de musées dans le canton de Vaud. Encore en construction, le musée de la magie devrait être inauguré cette année encore à Aigle. A cela s'ajoute un projet de musée d'art contemporain à Apples. Reste la question de savoir comment un nouveau lieu d'exposition peut se faire sa place au soleil, alors que le canton de Vaud compte déjà plus d'une centaine de musées en tout genre, qui vont des institutions au rayonnement inter-

**«Sur notre nouveau site, nous présenterons le maximum d'informations sur tous les musées.»**

Cindy Queloz  
Cheffe de presse de l'OTV

national aux petits musées ciblés sur un thème très précis comme les orgues. Les divers lieux d'exposition du canton sont d'ailleurs en train d'être recensés par l'Office du Tourisme vaudois (OTV).

**Promouvoir les musées à différentes échelles touristiques**

«Nous mettons en place un nouveau site internet et nous cherchons le maximum d'informations sur tous les musées pour être le plus exhaustif possible», explique Cindy Queloz, cheffe de presse de l'OTV. Et qu'en est-il concernant la promotion de ces musées? «Nous nous concentrons principalement sur la promotion du canton vis-à-vis de l'extérieur, donc plutôt sur les musées qui ont le plus grand potentiel, comme celui de l'Art Brut, le Château de Chillon ou le Musée olympique», répond Cindy Queloz. Pour les autres musées, ce sont plutôt les offices du tourisme locaux qui s'en chargent.

Parfois aussi, la promotion se fait en fonction de la thématique de certaines campagnes de Suisse Tourisme. Et bien sûr, l'OTV travaille aussi avec les médias étrangers. Avec un travail très variable au niveau des informations à donner: «Ceux des marchés voisins comme



Le canton de Vaud compte plus de 100 musées. Tous ne bénéficient cependant pas de l'aura de celui de la Collection de l'Art brut à Lausanne, ici un tableau d'Olivier Laffely représentant Saint-Nicolas, le Père Fouettard et le Père Noël.

Collection de l'Art brut, Lausanne.

## Vaud: les projets de musées se multiplient

la France sont plus pointus et connaissent souvent bien la région», constate Cindy Queloz. En revanche, plus il vient de pays lointains, plus l'OTV peut les orienter.

Parmi la centaine de musées vaudois, certains, de petite taille, fonctionnent avec des horaires d'ouverture restreints: un après-midi par semaine, par exemple. Plus encore que la thématique proposée, un des facteurs détermi-

nants du succès réside dans la politique suivie.

**Attirer davantage de monde grâce aux expositions temporaires**

Les musées qui vivent sur leurs collections permanentes tendent à stagner alors que ceux qui proposent de nombreuses expositions temporaires attirent davantage de monde. Encore faut-il avoir des moyens. «Pour monter une expo temporaire de façon profession-

nelle, il faut 60 000 à 80 000 francs», estime Pierre-Alain Bertola qui s'est occupé de la scénographie de Hors Jeu au Musée d'Ethnographie de Genève, une exposition consacrée au football en tant que phénomène de société lors de l'Euro 2008.

«On ne boxe pas dans la même catégorie», réagit Philippe Muller à l'évocation de tels budgets. Conservateur du Musée du feret du chemin de fer à Vallorbe, il en est le seul salarié, à temps partiel. Autant dire que

son musée, tout comme de nombreux autres, tourne en grande partie grâce aux bénévoles. Reste que ni l'intérêt de la thématique proposée, ni l'organisation régulière d'expositions temporaires ne suffisent à garantir la survie d'un musée. Alors qu'elle était un des rares endroits en Europe à être spécialisée dans l'Art Nouveau, la Fondation Neumann, à Gingins, a dû fermer ses portes en 2004, après dix ans d'activité. En cause, un mécénat

devenu trop lourd à assumer pour Vera Neumann qui avait créé la fondation. En début d'année, l'Audiorama de Montreux a aussi fermé ses portes. Il attirait 4000 visiteurs par an, ce qui était nettement insuffisant. Conscient qu'il n'aurait pas assez de monde, l'Audiorama projetait d'ailleurs une transformation complète, avec comme but d'attirer 35 000 visiteurs par an. Mais la recherche des 5 millions nécessaires à cette transformation a échoué.

## Un groupe montreuusien complémentaire

**Fidélisation et complémentarité, tel est le leitmotiv du Montreux Suisse Hôtels Group qui lance une série de facilités et d'avantages pour ses hôtes fidèles.**

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Former un groupe ne saurait constituer un but en soi; encore faut-il que ses membres puissent, selon leurs attentes, en tirer profit. C'est le principe mis en œuvre depuis la semaine dernière au sein du Mon-

treux Suisse Hôtels Group, par son directeur général Hansueli Egli. Un concept «win-win» en quelque sorte puisque, d'une part, les établissements du groupe et leurs partenaires bénéficient des nouvelles synergies offertes en terme de fidélisation alors que, d'un autre côté, les hôtes profitent aussi des avantages proposés.

Ainsi, dès le check-in, chaque client de l'un des établissements (le Royal Plaza, l'Eden Palace au Lac, la Villa Toscane, l'Excelsior et la Clinique Bon Port) reçoit un livret lui accordant quelques privilèges au sein du groupe, cocktail, fête de cham-

pagne, entrée gratuite à la piscine du Casino jouxtant l'Eden Palace au Lac ou encore des facilités pour la location de voitures chez une compagnie spécialisée dans le haut de gamme, pour des soins au spa du Royal Plaza ou pour la pratique de sports nautiques, l'excursion le long des rives ou le transfert vers une destination à choix sur le lac Léman avec accès à

des pontons d'accostage privés. «De quoi redonner à Montreux un peu de son ancien statut de capitale

**«Ces nouvelles offres doivent nous permettre de progresser dans chaque segment.»**

Hansueli Egli  
Directeur de Montreux Suisse Hôtels

lémentaire de façon professionnelle, il faut 60 000 à 80 000 francs», estime Pierre-Alain Bertola qui s'est occupé de la scénographie de Hors Jeu au Musée d'Ethnographie de Genève, une exposition consacrée au football en tant que phénomène de société lors de l'Euro 2008.

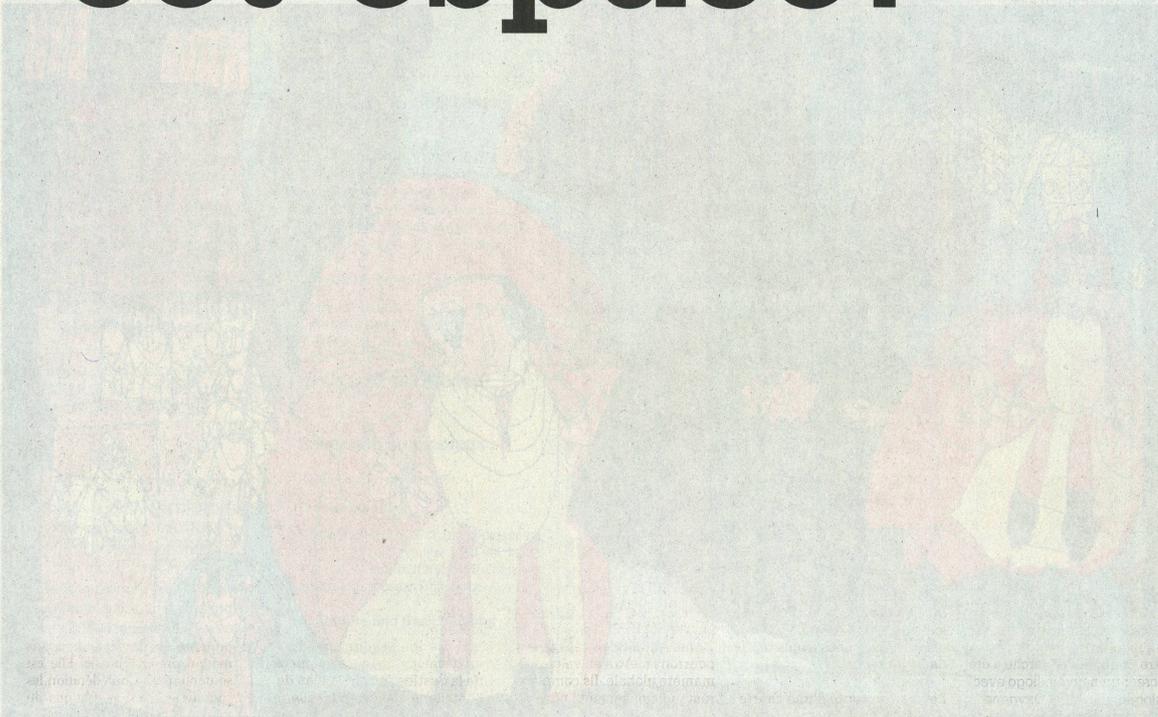
en l'occurrence le petit train touristique.

Autant de moyens de fidélisation pour les hôtes en hébergement ne vont cependant pas sans équivalence pour une clientèle tout aussi fidèle: celle des restaurants et des partenaires du Montreux Suisse Hôtels Group. Ce sont les maîtres d'hôtels et les responsables de réception qui interviendront en remettant aux fidèles une carte VIP. Bien loin de l'habituel système des cartes privilégiées, le plus souvent sous-traitées à des sociétés spécialisées, celles-ci seront gratuites. Elles permettront à leurs détenteurs de

bénéficier des avantages du livret déjà mentionné, mais également de réductions dans tous les restaurants des établissements du groupe, de l'accès libre à un club branché montreuusien (l'Imperial), idéalement situé à proximité du centre des congrès (2M2C), dans les bâtiments du Montreux-Palace.

«Ces actions de fidélisation doivent nous permettre de progresser dans tous les segments du marché montreuusien», conclut Hansueli Egli. Le groupe qu'il dirige s'apprête ainsi à devenir un acteur toujours plus incontournable du tourisme montreuusien.

# A vous de remplir cet espace!



Rendez-vous sur le site [www.htr.ch](http://www.htr.ch).

Vous y trouverez toutes les informations nécessaires.

Contactez-nous:

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

**htr** hotel revue



Le projet d'association touristique avec Aigle et Les Mosses permettra à Leysin de relier la montagne et la plaine visible ici au fond.

Swiss-Image

# Leysin renforce son identité

Stimulée par le projet Enjoy Switzerland, la station de Leysin travaille sur son identité. Pierre-Alain Morard, le directeur de l'office du tourisme, fait le point.

MIROSLAW HALABA

L'an passé, Leysin s'est fixé pour objectif de renforcer son identité. Qu'est-ce qui a été fait jusqu'ici?

Notre première démarche a été de créer un nouveau logo avec le slogan «Leysin - Oxygène des Alpes». Ceci fait, nous avons pu donner une nouvelle identité visuelle à tous nos vecteurs de communication: brochures, site internet, panneaux d'accueil.

Quel message ce slogan veut-il faire passer?

Il faut y voir une référence au passé médical de Leysin avec ses sanatoriums. Ceux-ci ont cessé leur activité il y a une cinquantaine d'années, mais notre

Pierre-Alain Morard et le nouveau slogan de la station.

station bénéficie toujours d'une qualité de l'air et d'un ensoleillement assez exceptionnels, éléments que nous avons repris dans le slogan.

Leysin s'est doté d'une charte d'accueil. Les clients ont-ils remarqué des efforts en matière d'accueil et de qualité?

Au cours des deux dernières années, des progrès sensibles ont été enregistrés à Leysin dans ces deux domaines. Ils ont été attestés par les nombreux signes d'encouragement que nous avons reçus de la clientèle. Que ce soit sur les parkings, dans les bus navettes facilitant l'accès au domaine skiable, sur les remontées mécaniques ou dans les restaurants.

Vous venez de lancer le projet d'Association touristique Aigle-Leysin-Col des Mosses. Qu'apportera ce regroupement à Leysin?

Ce groupement permettra de relier la plaine à la montagne. Chef-lieu du district, Aigle offre les services d'une ville de 8000

habitants et diverses attractions touristiques comme le château et son musée de la vigne. Autant de sites que nous pourrions mettre en valeur de manière globale. Ils compléteront judicieusement l'offre de Leysin. Les Mosses, pour leur

**«Nous devons opter pour un développement qui est en harmonie avec la destination.»**

Pierre-Alain Morard  
Directeur de Leysin Tourisme

part, proposent un domaine skiable attrayant pour les familles, ainsi qu'un espace nordique qui devrait prendre de l'envergure.

Quand verra-t-on les premiers résultats de ce regroupement?

Nous mettrons un comité en place pour le 1er juillet. Il se chargera d'intégrer peu à peu ces nouveaux partenaires. Nous pourrions alors communi-

## Pierre-Alain Morard D'«Enjoy» à Leysin Tourisme

Agé de 43 ans, Pierre-Alain Morard est détenteur d'un diplôme de «manager du sport», décerné par Swiss Olympic, et d'un diplôme de l'Institut de management de l'Université de Fribourg. En septembre 2008, il a été nommé directeur de Leysin Tourisme, après avoir assumé, pour Leysin, la responsabilité du projet de qualité, Enjoy Switzerland. mh

quer de manière plus globale à partir de la saison 2009/2010.

Quelles sont les grandes tendances de l'industrie touristique que Leysin ne peut se permettre d'ignorer? Nous devons surtout opter pour un développement qui soit en harmonie avec la destination. Leysin n'est pas une destination de luxe, de grande hôtellerie ou de wellness, même si certains établissements souhaitent adopter cette spécialisation. Nous devons veiller à ne pas implanter des constructions de vacances dans un environnement qui n'est pas adapté. En revanche, nous devons favoriser, par exemple, l'excursionnisme qui offre un grand potentiel de développement à Leysin.

Depuis l'automne, vous êtes le directeur de Leysin Tourisme. Quels sont vos grands défis?

Il y en a trois. La mise en place du regroupement Aigle-Leysin-Les Mosses. C'est un gros travail administratif et d'organisation. Il s'agit ensuite d'assurer un développement harmonieux de la destination sur le plan de l'hôtellerie, de la parahôtellerie et des infrastructures touristiques. Enfin, il faut convaincre les politiciens, avec l'aide des autres destinations des Alpes vaudoises, qu'ils doivent accorder aux remontées mécaniques du canton les moyens financiers permettant de poursuivre leur développement.

La station souhaite prolonger l'effet «Enjoy Switzerland».

Quel est le projet qui correspond le mieux à l'esprit de ce programme de qualité?

C'est le projet de mise en place d'une signalétique d'accueil. Il y a aussi le projet d'enrichissement de l'offre culturelle et sportive. Il est question d'étendre à tous les hôtes, d'ici 2010, l'usage de la carte de réduction dont ne bénéficient, pour l'instant, que les clients de la mutualité belge Intersoc.

## Suisse

### Tabagisme passif: une initiative déjà critiquée

Une quarantaine d'organisations ont lancé une initiative populaire fédérale intitulée «protection contre le tabagisme passif». Cette initiative, dont le délai pour la récolte des signatures expirera le 19 novembre 2010, demande que tous les espaces accessibles au public et tous les espaces fermés qui servent de lieu de travail soient sans fumée et, cela dans toute la Suisse. Cette démarche a déjà suscité des critiques. GastroSuisse estime que cette initiative est «inutile». L'Union suisse des arts et métiers, pour sa part, la considère comme «exagérée et contraignante». mh

### Promotion pour la formation professionnelle



Ces prochaines semaines, la formation professionnelle fera l'objet d'une campagne de promotion dans les médias suisses. Cette campagne, dont une deuxième vague est prévue cet automne, veut sensibiliser le public à l'importance économique de la formation professionnelle. Elle est soutenue par la Confédération, les cantons et les organisations du monde du travail, telle qu'hôtellerie-suisse. Sous le titre «Différentes voies mènent au succès», une des affiches présente les formations proposées dans l'hôtellerie et la restauration. mh

## Vaud

### Nyon Région Tourisme: un site internet distinct

Nyon Région Tourisme (NRT) possède désormais un site internet revisité, mais aussi distinct de celui de la ville de Nyon avec laquelle l'organisation touristique travaille. www.nyon-tourisme.ch met en évidence les «quatre univers» (Léman, villes et culture, campagne et vignoble, Jura) qui figurent au cœur du message promotionnel de la destination. Un «usage de tags» permet, par ailleurs, d'accéder aux principales offres touristiques. L'internaute découvre aussi les visuels de bienvenue qui se trouvent aux portes d'entrée de la destination. mh

## Valais

### Le tourisme invite le public

Les responsables touristiques valaisans invitent le public à participer le 4 juin à Crans-Montana à la 5e Journée valaisanne du tourisme. Organisée, dans le cadre de l'assemblée générale de Valais Tourisme, cette journée – en fait, un après-midi – sera animée par deux ateliers. Le premier portera le titre: «Nous ne pouvons pas changer le climat, mais notre succès». Quant au second, il traitera, avec l'aide de quelques bons exemples, de l'urbanisation et de la mobilité dans les stations. mh

# Un vrai casse-tête gymnique

Lausanne accueillera plus de 20 000 participants de la Gymnastrada durant l'été 2011. Un casse-tête en matière d'hébergement.

JEAN-JACQUES ETHENOX

présent pour les organisateurs et, plus particulièrement, en ce qui concerne les structures d'hébergement. «Il l'est d'autant plus», souligne Marc Jankovic, chargé du dossier au sein de Lausanne Tourisme, «que, pour l'instant, rien n'est arrêté définitivement car les 39 fédérations préinscrites ont jusqu'à fin juin 2010 pour s'inscrire provisoirement et jusqu'à décembre pour confirmer leur participation et surtout le nombre de leurs participants.»

Les formules d'hébergement? Du sac de couchage au cinq-étoiles!

Seule certitude pour les organisateurs: 25 000 places sont d'ores et déjà assurées dans des salles de classe. Reste que la gymnastique draine large et que, diversité des âges, des notions de confort et des

statuts sociaux obligent, tous les participants ne voudront pas se contenter d'un sac de couchage et d'une salle de douches à l'étage d'un collège. Entre camping, bungalows, auberges de jeunesse et cinq-étoiles, combien seront-ils à privilégier la formule individuelle?

C'est là que commence le travail de Marc Jankovic: «A Dornbirn, en 2007, ils étaient près de 6000 à l'avoir fait, sur 21 000 participants.» Rien moins que la capacité en lits hôteliers de Lausanne. Or, impossible pour l'heure d'imaginer demander des contingents aux hôteliers, «difficile pour eux de prévoir des prix, et un plan de réservation.»

A cela s'ajoute une autre difficulté: en fonction du nombre de personnes que comptera chaque délégation, «entre Genève et Aigle ou Bex, avec toujours le souci de

l'accessibilité par les transports publics, nous devons trouver des nids», poursuit celui qui est également responsable de l'information de Lausanne Tourisme.

Des délégations nationales avec plusieurs milliers de participants

Il faudra éviter le plus possible le morcellement de ces délégations. Simple lorsqu'il s'agit de recevoir la dizaine de personnes qui constitueront la délégation irakienne, beaucoup moins évident pour accueillir Allemands, Hollandais ou Scandinaves, traditionnellement très présents et dont les délégations dépassent régulièrement le millier de personnes.

Cela pour ne parler que des athlètes. Car il faudra compter encoresur les spectateurs qu'une telle manifestation attire immanqua-



La Gymnastrada remplira de nombreux hôtels en 2011.

blement, pour une nuit ou plus. Combien seront-ils? Personne ne peut le prévoir. Mais Lausanne Tourisme a déjà enregistré des demandes de réservation. «Nous les enregistrons et demandons de la patience à leurs auteurs», termine Marc Jankovic, fort d'une certitude: «Tout le monde sera servi et bien accueilli dans la région.»



La remise à flots du bateau à vapeur «Neuchâtel» dépend, entre autres, du feu vert de l'Office fédéral des transports. Une réponse est attendue d'ici cet automne.

bateaux à vapeur», souligne le président de l'association Trivapor, Willy Schaer. Pour lui, bénéficier d'une société dotée d'une telle expérience permettra d'éviter de gros soucis lors de la rénovation.

**Offrir des courses gratuites aux clients de l'hôtel**

Beaucoup d'arguments parlent ainsi en faveur d'une remise à flot du «Neuchâtel». «Même si le défi reste important à relever, le projet a été jusqu'ici accompagné de petits miracles», sourit le secrétaire de l'association. En effet, jusqu'ici, chaque étape a pu être franchie sans grandes difficultés. Yann Engel, directeur de Tourisme neuchâtois, est aussi convaincu que la restauration du «Neuchâtel» revêt une importance particulière. «Les voyageurs pourront découvrir un bateau plus ludique et plus romantique que les bateaux qui sont en service actuellement», déclare-t-il. Ariane Boesch, gérante de l'Hôtel des Arts à Neuchâtel, est également favorable à une telle initiative. «Nous travaillons déjà en partenariat avec la Société de Navigation et nous offrons très régulièrement des courses gratuites à nos clients. Si le bateau à vapeur peut un jour naviguer, je pense qu'on pourra s'organiser pour offrir comme d'habitude des billets à notre clientèle qui devrait être très favorable à un tel mode de transport», précise-t-elle.

Même écho positif dans d'autres établissements du bord du lac, dont notamment l'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel. «Nous travaillons déjà avec la Société de Navigation. Un bateau à vapeur représenterait un plus pour notre clientèle. Il faudrait cependant effectuer quelques campagnes marketing pour le faire connaître», considère-t-il. En attendant de voir le bateau naviguer, les partenaires touristiques se montrent toutefois prudents et ne préparent pour l'instant aucun projet concret.

# Trivapor y croit toujours

**Soutenu par l'association Trivapor, le «Neuchâtel», un bateau à vapeur de 1912, pourrait être remis à flot en 2011. Dix millions de francs doivent être trouvés.**

VALÉRIE MARCHAND

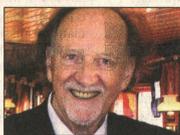
Dernier bateau suisse du type «demi-salon» et dernier bateau à vapeur des lacs jurassiens, le «Neuchâtel» pourrait être remis à flot d'ici 2011, voire 2012.

Transformé en restaurant depuis 1969 et ancré dans le port de Neuchâtel, il n'en reste pas moins un bateau à vapeur lacustre et fluvial comme il n'en existe plus ailleurs. Et même si sa rénovation s'avère très coûteuse, environ dix millions de francs, l'association Trivapor qui soutient le projet a déjà franchi de nombreuses étapes et n'attend plus que des accords définitifs. «Les grands sponsors potentiels sont nombreux, mais ils ne se manifesteront que lorsque le plan détaillé et le feu vert de l'Office fédéral des transports leur seront transmis, à savoir d'ici cet automne», déclare Sébastien Jacobi, secrétaire de l'association.

**Refaire fonctionner le «Neuchâtel» pour des courses publiques**

Un autre préavis positif rend le projet crédible. Selon le professeur

Jürg Meister de l'Université de Saint-Gall, qui a été mandaté par Trivapor pour réaliser deux études importantes, le «Neuchâtel» pourrait être exploité avec un excédent de recettes de 30 000 à 50 000 francs par an. Enfin, la Société de navigation du Lac de Bière, ainsi que la Société de navigation sur les Lacs de Neuchâtel et Morat ont déjà signé une lettre d'intention pour l'exploitation du bateau. L'association Trivapor en resterait par contre propriétaire. Le but serait de faire



**«Les sponsors potentiels attendent le feu vert de l'Office fédéral des transports.»**

Sébastien Jacobi  
Secrétaire de l'association Trivapor

fonctionner le bateau à vapeur pour des courses publiques à l'horaire. Il pourrait aussi, occasionnellement, proposer des courses spéciales.

Le «Neuchâtel», construit en 1912, pouvait transporter jusqu'à 550 passagers. Aujourd'hui, on espère qu'il pourra accueillir 300. Sa construction basse lui permet de passer aisément sous tous les ponts des canaux de la Thielle et de la Broye. Sa cheminée télescopique peut être en effet abaissée. «La Société de Navigation

du Lac des Quatre-Cantons a été mandatée pour les travaux. Elle est spécialisée dans la rénovation de

**Un témoin de la «Belle Epoque»**

Le «Neuchâtel», quasi centenaire, n'a plus navigué depuis 1969. En effet, les responsables d'alors n'ont pas voulu investir d'argent pour réparer un vieux bateau dont la chaudière était abîmée. Il est donc resté à quai et a été utilisé comme restaurant. Plusieurs personnalités de la région, dont quelques passionnés de bateaux à vapeur, ont ensuite décidé de créer en 1999 l'association Trivapor. Le but de celle-ci était d'acquiescer le bateau à vapeur et de le restaurer complètement afin de le remettre

en service. Une première étape a été franchie en 2004 avec l'acquisition d'une machine à vapeur allemande Maffei de 360 CV. Datant de 1926, elle est destinée pour une construction telle que le «Neuchâtel». En 2007, l'association est ensuite devenue propriétaire du bateau. Dès lors, la recherche de fonds est lancée. Le but étant non seulement de terminer les travaux du bateau d'ici à 2011, année du millénaire de la ville de Neuchâtel, mais aussi de le voir naviguer sur les lacs de Neuchâtel, Bière et Morat. vm

# Récompenser l'expérience et les acquis avec un diplôme

**Jusqu'à 70% des compétences d'un adulte seraient acquises hors formation, durant la vie professionnelle. Un CFC permettra de valider ces connaissances.**

ALEXANDRE NICOLUIN

«Beaucoup d'employés et de collaborateurs arrivent dans notre branche par défaut. Il est donc important que les plus motivés aient la possibilité de voir leurs compétences acquises sur le tas sanctionnées par un diplôme», déclare Marc-Antoine Nissille, vice-président de la Société des hôteliers de Genève. Ce n'est qu'en 2002 que Berne libère les forces vives et autorise les procédures de validation des

acquis et de l'expérience (VAE). Depuis, des projets-pilotes fleurissent dans certains cantons.

**La filière de «spécialiste en restauration» débute cet automne**

La méthode est simple. Le postulant dépose son dossier pour évaluation. Un tandem d'experts en fait l'analyse puis propose au candidat des modules de formation qui lui permettront de compléter ses connaissances et de les amener au niveau d'un CFC. En théorie, toutes les professions, de tous les domaines, sont concernées par les VAE. Dans la réalité, les offices cantonaux les mettent sur pied profession après profession. Ainsi, en Valais, la première filière mise sur pieds a été celle des assistantes en soins, puis celle des vendeurs, etc. Actuellement, dans la restauration,

seule la filière de «spécialiste en restauration» existe et débutera cet automne.

Lionel Clavien, en charge du projet Val-Form en Valais, explique la difficulté de mettre en place une nouvelle filière: «Il faut beaucoup de persuasion afin d'obtenir l'adhésion des syndicats, des associations professionnelles, des écoles professionnelles...» Le processus peut facilement durer plus d'une année. Lionel Clavien travaille ainsi déjà activement pour la mise en place des futures filières de cuisinier et de spécialiste en hôtellerie. Les offices cantonaux sont souvent confrontés à des inquiétudes irrationnelles. Deux craintes sont particulièrement répandues. Cette nouvelle méthode d'obtention d'un CFC ferait concurrence à la filière standard de l'apprentissage. Le CFC

ainsi obtenu serait un CFC au rabais. «Ces méfiances sont infondées», note Lionel Clavien. «D'une part, il s'agit d'une démarche vraiment exigeante pour le candidat. D'autre part, avec un âge moyen de 38 ans, on ne peut pas dire que cette validation des acquis et de l'expérience se fasse au détriment de l'apprentissage stricto sensu.»

**Permettre aux migrants d'acquiescer un diplôme suisse**

Il se dit également que le paramètre financier jouerait un rôle de blocage, les employeurs craignant de devoir payer davantage une personne diplômée. Mais la quasi-totalité des employeurs réfute cet argument à l'instar de Marc-Antoine Nissille qui affirme que «la formation est au cœur de nos professions. Un restaurateur sera tou-



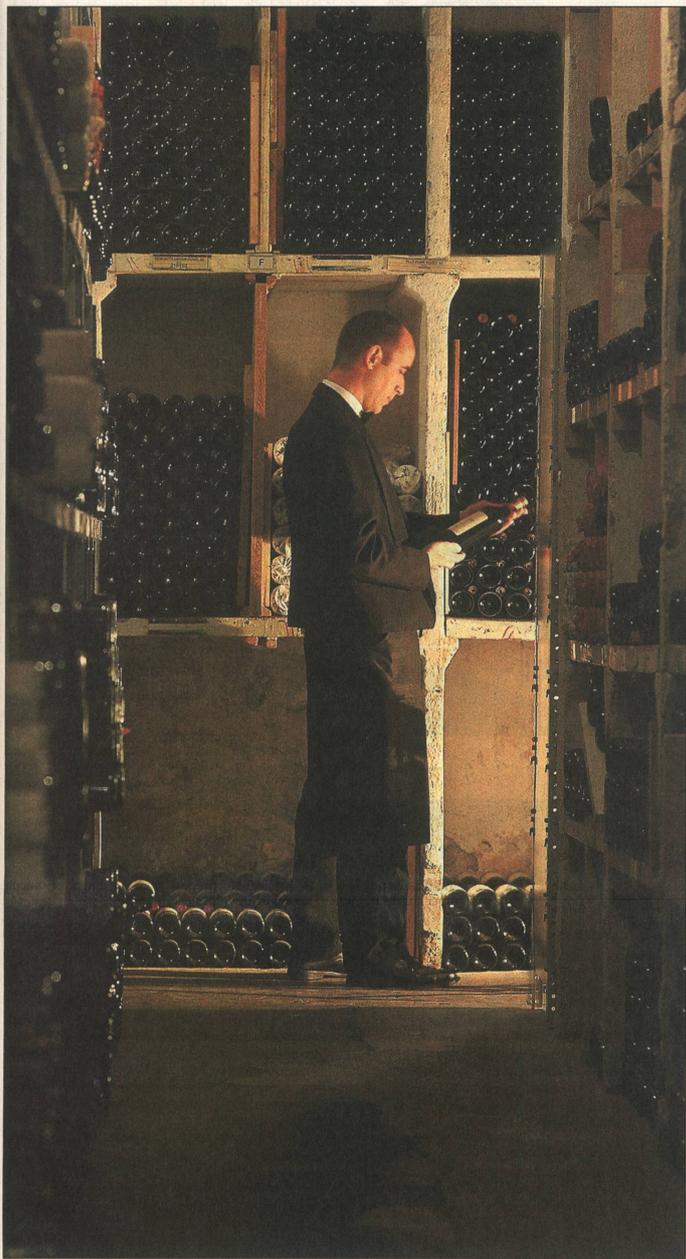
La validation des acquis peut par exemple permettre aux migrants d'obtenir un diplôme suisse.

Alain D. Bollat

jours disposé à payer un peu mieux un employé formé.»

Ces nouvelles procédures, qui permettent aux migrants étrangers n'ayant pas suivi les filières de formation helvétiques d'acquiescer un diplôme suisse, sont susceptibles de toucher un grand public. Il s'agit là d'un élément important pour des cantons comme le Valais ou Genève, où la main d'œuvre provient essentiellement de l'étranger. Le service genevois de la formation

continue fait aussi remarquer que les demandeurs d'emploi détenteurs de ce type de CFC verront peut-être leurs chances augmenter sur le marché du travail. Néanmoins, ce bon plan tarde à rencontrer son public. «Pour notre CFC de spécialiste en restauration, nous avons organisé une douzaine de séances d'information dans tout le Valais. Aujourd'hui, nous avons déjà trois inscriptions fermes», conclut Lionel Clavien.



La profession de sommelier est encore insuffisamment reconnue en Suisse.

# Le brevet de sommelier sur les rails

**Enfin! Dix ans après sa fondation, l'Ecole du vin de Changins prend le leadership pour la reconnaissance d'un brevet fédéral de sommelier.**

PIERRE THOMAS

Actuellement, aucune formation du service des vins n'est reconnue au niveau suisse. Seule exception, un brevet cantonal tessinois délivré par l'Ecole supérieure d'hôtellerie et de tourisme de Bellinzona. L'Association suisse de la sommellerie professionnelle (ASSP) avait organisé, ces dernières années, en Suisse romande, une formation ad hoc, conduite par Myriam Broggi.

Cinquante-six personnes ont obtenu ce diplôme de «sommelier ASSP». Mais cette année, le cours n'a pas eu lieu, faute de la douzaine d'inscriptions minimum. L'Association suisse de la sommellerie professionnelle s'est donc approchée de l'Ecole du vin de Changins, la filière non-professionnelle de la haute école fédérale. Celle-ci dispense, depuis dix ans exactement, 42 modules de cours. En dix ans, un peu moins de 2000 personnes les ont suivis. Et elles ont dégusté de façon analytique quelque 10 000 vins. Un tiers des participants sont des professionnels, certains en reconversion entre deux emplois, et les autres des amateurs qui sont curieux d'apprendre à connaître les vins par la dégustation.

**La nouvelle formation pourrait être sous toit d'ici deux ans**

En 2008, sur 213 participants, trente-trois ont obtenu un diplôme sans reconnaissance officielle. Ces «papiers» sanctionnent cinq formations, de la dégustation de base



Alain D. Bollat

**Une formation ad hoc ne devrait pas débiter avant 2011.**

(160 heures de cours) au commerce des vins (324 heures), en passant par la sommellerie de base (416 heures) et un cours de perfectionnement en sommellerie. Ce dernier diplôme peut s'obtenir moyennant un important investissement en temps (520 heures de cours) et en argent (près de 20 000 francs), certes échelonné dans le temps...

**«Le dossier devrait être bouclé pour le mois de novembre de cette année.»**

Conrad Briguet  
Directeur de la HES de Changins

Selon Conrad Briguet, directeur de la Haute école spécialisée (HES) de Changins, la nouvelle formation pourrait être sous toit d'ici deux ans. «Le dossier devrait être bouclé pour novembre de cette année.» Outre l'Association suisse de la sommellerie professionnelle, Hôtel & Gastro Formation est impliquée. Il s'agira de définir si la nouvelle formation nécessite comme prérequis un certificat de formation (CFC) ou si, comme pour les paysans, le brevet fédéral peut être obtenu sans passer

par une filière préalable. Changins s'était du reste approché de la plateforme nationale (Agrialform) qui pilote toute la formation de la branche agricole, y compris les viticulteurs et les cavistes. Mais comme tout ce secteur est en pleine mutation pour le 1er septembre 2009, c'est Hôtel & Gastro Formation qui va travailler sur le règlement de base et le plan d'études, à soumettre à l'Office fédéral de la formation et de la technique (OFFT), cet automne.

**Permettre également aux Suisses d'accéder à un métier passionnant**

D'ici là, les étudiants de l'Ecole de vin de Changins devraient pouvoir être admis aux examens du brevet cantonal tessinois – des examens passés en français, s'il y a suffisamment de candidats. Le fait que le Tessinois Gianni Moresi soit président du conseil de fondation de l'Ecole de Changins et directeur adjoint de la formation professionnelle du canton du Tessin n'est pas étranger à la relance de ce dossier. Il reste à savoir si les titulaires du futur brevet fédéral pourront valoriser leurs connaissances dans un emploi, auquel cas le métier de «sommelier» devrait être couvert par la convention collective de travail (CCT).

On observera que la plupart des restaurants gastronomiques de Suisse, quand ils ont recours à un sommelier à part entière, engagent des ressortissants français, formés dans des écoles hôtelières, dont celle de Tain-l'Hermitage, reconnue en sommellerie. Il y a donc une tendance à inverser pour permettre à des Suisses ou à des personnes qui résident dans notre pays d'accéder à un métier exigeant et passionnant, enfin reconnu au niveau fédéral. Ce que, tout dit en passant, les journalistes professionnels n'ont pas encore obtenu...

## De nouveaux atours et un gâteau avec 130 bougies

**La Maison Zurcher, confiserie-salon de thé à Montreux, fête son 130e anniversaire. Pour célébrer dignement l'événement, l'établissement a été totalement rénové.**

MICHEL BLOCH

Les propriétaires de la Maison Zurcher, fondée en 1879, ont décidé de complètement relooker leur confiserie-salon de thé. «La clientèle et les besoins ont évolué», souligne Anne Rapin-Zurcher qui dirige l'entreprise familiale avec sa mère Antoinette. Après un apprentissage de pâtissière, elle a étudié à l'Ecole hôtelière de Genève. Elle a ensuite

travaillé pour un groupe hôtelier international et s'est également occupée d'événements.

**Une cuisine légère et des recettes traditionnelles**

«Notre clientèle a un haut niveau d'attente», explique Anne Rapin-Zurcher. «Des générations d'habitants de la Riviera et aussi de touristes de tous horizons viennent chez nous pour la qualité de nos pâtisseries et de nos chocolats, mais aussi de notre sélection de thés. Nos clients recherchent un endroit confortable, moderne, avec des tables suffisamment espacées. Il nous fallait créer un décor neuf, conserver la qualité et les recettes traditionnelles qui ont fait notre réputation et offrir quelque chose en plus.» «André Minder, bien

connu dans la région, nous a rejoint en qualité de chef de cuisine», poursuit Anne Rapin-Zurcher. «Il élabore une cuisine légère, qui connaît déjà un grand succès, et propose aussi deux plats du jour». Notons qu'une ouverture six jours sur sept, de 7h30 à 18h30, permet de toucher une clientèle diversifiée.

Les locaux ont été entièrement refaits et redimensionnés. Elargissement des couloirs, création de différentes zones dont un espace lounge avec canapés confortables. «Nous disposons aujourd'hui de 120 places, contre 300 auparavant, et la partie libérée nous a permis d'aménager deux appartements supplémentaires dans cet immeuble de famille», ajoute Anne Rapin-Zurcher. «Cela suffit largement par rapport au marché. Ren-

tabilité oblige. Nos clients désirent un lieu intime, plus exclusif, et attendent un service irréprochable, effectué par un personnel fidèle. Il en est de même pour ceux qui viennent pour acheter de la pâtisserie à emporter. A l'avenir nous aimerions augmenter nos relations avec l'Office du tourisme de Montreux et mettre en place des stratégies communes.»

**Valoriser les acquis et s'adapter à l'évolution des goûts**

Anne Rapin-Zurcher explique aussi qu'elle va développer une stratégie de communication dynamique afin de promouvoir l'image de la maison. «Nous avons déjà opté pour un nouveau logo», précise-t-elle. Et qu'en sera-t-il à l'avenir? «Il faudra conserver les anciens clients



Une nouvelle présentation pour les 130 ans de la Maison Zurcher.



Antoinette Zurcher et sa fille Anne Rapin-Zurcher.

tout en valorisant les acquis et en adaptant l'entreprise à l'évolution des goûts. Gagner de nouveaux clients attirés par notre concept. La Confiserie Zurcher doit être le lieu par excellence où se retrouve une clientèle à la recherche de qualité et de bien-être», répond Anne Rapin-Zurcher qui assure également le service. «Cela, avant tout afin d'être en contact permanent avec notre clientèle», conclut-elle.



«C'est dans le Parc national que j'effectue ma randonnée préférée. Elle dure deux jours avec une nuit en cabane.»

Jürg Schmid (Page 7)



Un char à pont a permis au public venu à la fête de visiter le domaine de la Cave des Lauriers située à proximité du château de Cressier.

Miroslaw Halaba

## D'une langue à l'autre

### La prolongation du taux de TVA à 3,6% débattue au Sénat



Alan D. Bollitt

La simplification de la TVA sera traitée la semaine prochaine au Conseil des Etats. Cette simplification a déjà été approuvée par le Conseil national. La prolongation jusqu'en 2013 du **taux préférentiel de TVA** accordé à l'hôtellerie (3,6%) sera également débattue au Sénat. Elle aussi a déjà été approuvée par le Conseil national. Im

Page 2

### Interview du nouveau président de Zurich Tourisme

Maire de la ville de Zurich de 2002 à avril 2009, Elmar Ledergerber est désormais président de Zurich Tourisme. Dans cette nouvelle fonction, il entend notamment inciter Suisse Tourisme à modifier l'image bucolique qu'il associe «encore trop souvent» à notre pays avec Heidi et ses vaches. «La Suisse a bien plus d'arguments à faire valoir avec ses villes, leur architecture et leurs événements culturels, mais Suisse Tourisme ne les met pas suffisamment en avant», estime celui que certains appellent «le roi Elmar». Im

Page 5

### La randonnée peut être un véritable aimant touristique



Heinz Dieter Finck/Via Storia

L'existence de sentiers pédestres attrayants, comme celui de la **Via Storia au col du Grimsel**, peut être déterminant dans le choix d'une destination de vacances. Cela est d'autant plus vrai que de nombreux offices du tourisme ont lancé de nouvelles offres afin de promouvoir des itinéraires pédestres empruntés depuis la nuit des temps. Le tour du Val d'Anniviers, par exemple, connaît beaucoup de succès. Im

Page 8 + tout le cahier fokus

### De Pozzuoli, près de Naples, jusqu'à Lucerne par amour

La série, qui présente tous les derniers jeudis du mois l'histoire d'un couple qui travaille dans l'hôtellerie, évoque cette semaine la carrière de Giorgio Montella. Arrivé à la fin des années soixante au Victoria-Jungfrau d'Interlaken en provenance de Pozzuoli, près de Naples, il a successivement gravi les échelons avant de reprendre le restaurant italien du Grandhotel National de Lucerne. S'il n'avait pas trouvé sur son chemin son épouse lucernoise, Giorgio Montella ne serait cependant pas resté en Suisse. Im

Page 17

# «Il faut rester à la page»

La **Cave des Lauriers à Cressier (NE)** a cent trente ans. Une occasion pour les propriétaires d'animer leur domaine.

MIROSLAW HALABA

La météo étant de la partie, c'est un nombreux public qui a participé, jeudi dernier, à la journée «portes ouvertes» organisée par la Cave des Lauriers à Cressier (NE) pour marquer les 130 ans du domaine. Un domaine qui appartient depuis

cinquante générations à la même famille: Ruedin à l'origine, Jungo-Fellmann aujourd'hui. D'une superficie de 7 ha, il produit quelque 80 000 bouteilles, dont 65% de vin rouge.

Animée notamment par des dégustations, des balades en char et des grillades, cette journée était une occasion en or pour la Cave des Lauriers de faire de la promotion. Car Christian Fellmann, l'un des propriétaires, ne cache pas: la lutte est rude pour être présent sur un marché exacerbé par la concurrence des grands détaillants.

«Le défi d'une entreprise comme la nôtre est de rester à la page, notamment au niveau des infrastructures», dit-il. Pour vendre ses produits, la cave doit redoubler

d'efforts en matière de marketing. «Comme partout, les gens zappent. Pour vendre les mêmes volumes qu'il y a vingt-cinq ans, il faut aujourd'hui tripler sa cartothèque», note Christian Fellmann.

L'entreprise, qui pratique la vente directe, n'hésite pas à aller outre-Sarine. «Deux tiers à trois-quarts de nos clients vivent en Suisse alémanique», dit Christian Fellmann. La plupart sont des privés, mais 6 à 7% du chiffre d'affaires sont réalisés dans la restauration. En guise d'action de marketing, la Cave des Lauriers est aussi connue pour organiser, chaque année depuis quinze ans, une exposition d'art dans ses caves: Arte & Vini.

www.75cl.ch



Les propriétaires: (de g. à dr.) Christian Fellmann, Jean-Marc et Arsène Jungo.



Les cors des Alpes étaient aussi de la fête, jeudi dernier.



Les caves d'une demeure construite en 1879.

## Un bateau au Chalet-à-Gobet

Un bateau a été inauguré sur le campus de l'Ecole hôtelière de Lausanne. Il permettra aux étudiants de participer aux régates du championnat lémanique.

MIROSLAW HALABA

Assister à l'inauguration d'un voilier sur les hauteurs de Lausanne n'est pas chose coutumière. Et pourtant, c'est ce qu'ont pu faire les participants à la Journée sportive de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) qui s'est déroulée, il y a quelques jours, sur le campus du Chalet-à-Gobet. Ce bateau, du type «Surprise» et baptisé «EHL Spirit», a été acquis par un comité

d'étudiants de l'école. Financé par le Fonds des étudiants – un fonds destiné à soutenir des projets étudiants –, ce bateau donnera la possibilité aux étudiants de l'école

de participer aux régates inscrites au championnat lémanique ou de découvrir les plaisirs de la navigation. Son exploitation a fait l'objet d'un «business plan».



Le groupe d'étudiants et leur «Surprise» sur le campus de l'école.

### Le président de GastroNeuchâtel a retiré son recours



Miroslaw Halaba

Les membres de GastroSuisse n'ont pas eu à se prononcer sur l'exclusion de Michel Vuillemin lors de leur assemblée des délégués à Stans. Le président de GastroNeuchâtel a en effet retiré le recours qu'il avait déposé contre cette décision de l'association faitière prise en raison de divergences d'opinions sur la

question des cours pour cafetiers. Michel Vuillemin, qui a été récemment réélu à tête de GastroNeuchâtel, devra désormais se faire représenter lors des contacts que sa section aura avec l'association faitière. mh

### Un sommelier genevois distingué en Italie

Fabio Masi, le chef sommelier du Four Seasons Hôtel des Bergues, à Genève, a remporté, pour la deuxième fois après 2006, le concours du «Meilleur sommelier d'Italie» organisé par l'Association de la sommellerie professionnelle italienne. Agé de 27 ans, originaire de Milan, le lauréat pourra ainsi participer au concours du «Meilleur sommelier du monde» qui aura lieu en avril 2010 à Santiago du Chili. mh

# stellenrevue htr

# marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Schweiz  
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. 22 / 28. Mai 2009

**Wir sorgen für  
Nachwuchs**  
htr stellenrevue

www.hoteljob.ch

htr hotel revue

**GASTRO SUISSE**  
**JOB SERVICE**

SUCHEN? VERMITTELN? FÖRDERN  
**WIR SUCHEN?**

Fachprofis für  
Service und Küche  
Führungspersönlichkeiten  
in Küche und Service

Bumentfeldstrasse 20, 8046 Zürich, Tel. 044 377 55 35  
Fax 044 377 55 90, E-Mail: jobservice@gastrouisse.ch  
www.gastrouisse-jobservice.ch

www.gastrojob.ch  
Topjobs und Gastroprofis – ganze Schweiz



**GastroJob**

Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

## Inhalt / Sommaire

Direktion/Kaderstellen .....	1-3
Deutsche Schweiz .....	2-5
Svizzera italiana .....	6
International .....	6
Stellengesuche .....	6
Suisse romande .....	6
Marché international .....	
Demands d'emploi .....	

## New Challenge

Hotel & Gastro Personalvermittlung

Planen Sie Ihre Karriere,  
suchen Sie eine neue Herausforderung  
oder ganz einfach einen Tapetenwechsel!

Bei meinen Kunden im Raum Zürich, Berner Oberland  
und im Wallis stehen Möglichkeiten offen:

### 1. Gouvernante

**Chief de Service**  
Betriebsassistentin 60-100%

**Empfangschefin**

**Réceptionistin**

**Küchenchef**

**Sous-chef's**

**Chef de Partie, Demi-Chef & Commis**

**Servicefachmann**

Detaillierte Informationen finden Sie unter  
www.newchallenge.ch

Interessiert? Dann rufen Sie mich an oder senden mir Ihre  
Bewerbungsunterlagen zu. Ich freue mich, Sie kennen zu  
lernen.

New Challenge, Gabriela Weber, Seestrasse 160, 8002  
Zürich, Tel. 044 201 24 66

Für unser am Zürichsee gelegenes  
Anwesen suchen WIR (und unsere  
7-jährige Tochter)

### ein Ehepaar

SIE sollte den Haushalt besorgen,  
insbesondere gut kochen und  
gewissenhaft reinigen/bügeln.

ER sollte den Garten und das Anwesen  
pflegen und SIE im Haus unterstützen.  
Geboten werden eine grosszügige,  
möblierte Einliegerwohnung und ein den  
Aufgaben entsprechendes attraktives  
Gehalt. Arbeitsantritt alsbald.

Zuschriften unter Chiffre 2481-1385 an  
htr hotel revue, Mombliustrasse 130,  
Postfach, 3001 Bern.

2481-1385



**SCHLOSS BÖTTSTEIN**  
TAFELN · TAGEN · SEIN

Zur Vervollständigung unseres Teams  
suchen wir für die kommende Sommer-  
saison noch eine/einen:

### Chef de rang m/w 100%

sowie **Bankettaushilfen** mit Erfahrung  
auf Abruf für unsere Hochzeiten.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre  
Bewerbungsunterlagen z. Hd. von Bri-  
gitte Bischofberger, Schloss Böttstein,  
Schlossweg 20, 5315 Böttstein.

www.schlossboettstein.ch

2917-1396

## Gestalten Sie unsere Zukunft aktiv mit!

TERTIANUM AG ist die schweizweit führende Anbieterin von residenziellen Alterswohnen und betreibt derzeit 19 Seniorenresidenzen. Unsere 20. Residenz in Luzern, in unmittelbarer Nähe zum Verkehrshaus, befindet sich derzeit im Bau und wird ca. am 1. April 2010 eröffnet. Das Wohnangebot besteht aus 72 grosszügigen 2½- und 3½-Zimmer-Appartements sowie einem Pflegewohnbereich mit 16 Pflege-Einzelzimmern.

Mit Eintrittsdatum 1. Dezember 2009 bietet sich Ihnen die einmalige Chance, als

## Direktorin/Direktor der Seniorenresidenz TERTIANUM Bellerive Luzern

den neuen Betrieb nachfragegerecht umfassend organisatorisch, personell und infrastrukturell auf- und auszubauen und sich so, eingebettet in den TERTIANUM Strukturen, Ihr eigenes Unternehmen zu entwickeln.

Unsere Residenzgäste aber auch die zu integrierenden neuen Mitarbeitenden verdienen nur die beste Führung und Dienstleistungsqualität:

- Sie mögen Menschen, verfügen über Führungserfahrung und fundierte Fach- und Sozialkompetenz im Heim- und/oder Hotelbereich sowie über mindestens 3 Jahre Leitungserfahrung.
- Sie denken und handeln unternehmerisch, haben gute Kenntnisse im Management und im Finanz- und Rechnungswesen.
- Sie sind kreativ, flexibel und organisatorisch versiert.
- Sie haben ein sicheres Auftreten, sind sprachlich gewandt und haben die Fähigkeit, Mitarbeiter zu motivieren und eine Hauskultur positiv zu entwickeln und zu prägen.
- Sie haben sich mit Krankheit, Sterben und Tod persönlich auseinander gesetzt und können damit natürlich umgehen.
- Sie setzen Qualität in allen Belangen durch und fördern die Mitarbeitenden aktiv.

### Wollen Sie diese unternehmerische Herausforderung annehmen?

Dann freuen wir uns sehr auf Ihre vollständigen schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Wir sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

TERTIANUM AG, Winfried Giesel, Leiter Personal Gruppe, Seminarstrasse 28, Postfach, 8042 Zürich, www.tertiarium.ch



TERTIANUM AG Seminarstrasse 28 Tel. 043 544 15 15 tertium@tertiarium.ch  
8042 Zürich Fax 043 544 15 00 www.tertiarium.ch

KOMPETENZ FÜR DAS ALTER

2915-1394

**ASTORIA**

**Willkommen im Mittelpunkt des Geschehens**  
Das Hotel Astoria designed by Herzog & de Meuron verfügt über 250 Hotelzimmer sowie 12 licht-durchflutete Tagungsräume. Unsere Restaurants der Extraklasse bieten Aussergewöhnliches: Im Thai Garden zelebrieren wir eine mit 15 Punkten Gault Millau ausgezeichnete königlich thailändische Küche. Eine frische, unkomplizierte Marktküche erwartet Sie im neuen Bistro Latino. Hausgemachte Pasta und Holzofen-Pizza servieren wir im Ristorante La Cucina. Die Penthouse Bar ist der In-Treffpunkt für die Happy Hour und die Ausgangs-Drehscheibe für lebenslustiges und tanzfreudiges Publikum über den Dächern Luzerns.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung:

**F&B-Assistent/Duty-Manager**  
Für diese herausfordernde Kaderfunktion suchen wir einen enthusiastischen Gastgeber. Sie sind 24-32 Jahre jung, eine F&B erfahrene, frontorientierte und kommunikative (D/E) Persönlichkeit mit Durchsetzungsstärke und Ausdauer. Sie überwachen unsere Outlets, arbeiten aktiv im Service mit, übernehmen den Dutydienst und vertreten die Direktion.

**Seminarfrontleiter**  
Als aktiver und umsichtiger Gastgeber (D/E) führen Sie unsere Seminarfront-Abteilung und sind verantwortlich für das Setup der Räume, die Betreuung der Konferenzgäste und die Überwachung aller Anlässe. Sie übernehmen bei Banketten die Chef de Service Funktion, überzeugen durch technisches Know-how und behalten in hektischen Momenten die Ruhe und Übersicht.

**Chef de Partie Ristorante La Cucina**  
Sie führen als junger, motivierter, ausgeleitet Koch mit Ihrer engagierten, voraus denkenden, speediven und kreativen Art Ihren Posten selbstständig, tragen durch Ihr fachtechnisches Können zur Qualitätsverbesserung unseres Angebotes bei und übertreffen die hohen Qualitätsansprüche unserer Gäste.

**Thai-Spezialitätenkoch**  
Sie überzeugen durch Ihre Thai Kochkünste und verwöhnen unsere anspruchsvolle Kundschaft im Thai Garden, dem mit 15 Punkten Gault Millau zum besten Restaurant seiner Art gekürten Lokal der Schweiz.

Wir bieten Ihnen ein spannendes Arbeitsumfeld und die Herausforderung in einem sich immer weiter entwickelnden Hotelunternehmen tätig zu sein. Neugierig? Gerne erwarten wir Ihre komplette, schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Arbeitszeugnissen und Foto.

Unser Personalchef, Herr Jan Biederbost, freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme!

Jan Biederbost, jbiderbost@astoria-luzern.ch  
Tel. +41 (0)41 25 88 22, Fax +41 (0)41 226 88 90  
Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, CH-6002 Luzern  
www.astoria-luzern.ch

2981-1411

## VG Valentino Gastronomie AG

Für unser Ristorante La Gioia im Herzen von Bern und unser  
Ristorante Primo in Wetzikon suchen wir per 1. Juli 2009 oder  
nach Vereinbarung je eine/n

### Geschäftsführer/-in

Ihre Aufgabe: Ihnen obliegt die Führung des Restaurants. Mit  
Ihrem Team gewährleisten Sie reibungslose Abläufe und einen  
grösstmöglichen Kundennutzen. Gästezufriedenheit ist unser  
oberstes Gebot.

Was Sie mitbringen: Sie sind eine dynamische Persönlichkeit  
mit Organisationstalent und Flair für die italienische Küche.

Dank Ihrer sympathischen und vertrauensvollen Art ist es leicht  
für Sie, auf allen Ebenen zu kommunizieren. Sie haben eine Ho-  
telfachschule abgeschlossen und/oder verfügen über Erfahrung  
in der Führung eines Restaurants. Italienisch ist keine Fremd-  
sprache für Sie.

Für die Führung des Ristorante La Gioia ist das Innehaben eines  
Wirtepatentes für den Kanton Bern von Vorteil.

Wir bieten Ihnen: Eine sehr herausfordernde Kaderstelle, wo Sie  
Ihre Ideen direkt einbringen und umsetzen können. Viel Füh-  
rungs- und Fachverantwortung sowie eine selbstständige Tätig-  
keit innerhalb von gegebenen Rahmenbedingungen, eine moti-  
vierte Crew und gute Entwicklungsmöglichkeiten. Alles in allem  
die Chance, Ihr Können unter Beweis zu stellen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns, Sie kennen  
zu lernen. Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewer-  
bungsunterlagen mit Foto.

Valentino Gastronomie AG, Margherita Bonaventura,  
Riedstrasse 3, 6330 Cham  
Telefon 041 725 29 00, E-Mail: m.bonaventura@vgag.ch

Ristoranti La Gioia und Primo – Betriebe der Valentino Gastronomie AG  
Weitere interessante Stellen unter www.vgag.ch

3114-1501

## schürmatt

sozialpädagogische Kompetenz

Die Schürmatt erbringt Dienstleistungen für Menschen mit besonderen Betreuungs-  
bedürfnissen. Im Zentrum der Leistungserbringung steht der professionelle Beitrag zu  
grösstmöglicher Lebenskompetenz. Leitbild 2005

Für die Leitung Hauswirtschaft suchen wir per 1. Oktober 2009 oder nach Verein-  
barung eine/einen

### Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin / Hauswirtschaftlichen Betriebsleiter Pensum 80 – 100%

Sie sind eine Persönlichkeit, die dank Ihrer Begabung in Organisation, Ihrer Flexibili-  
tät und Belastbarkeit die Verantwortung für die Hauswirtschaft (Wäscheversorgung,  
Reinigungsdienst und Werkgruppe Hauswirtschaft) übernehmen will.

Sie bringen eine Ausbildung als Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin / Hauswirtschaftli-  
cher Betriebsleiter FA oder verwandte Weiterbildung und erste Berufserfahrung mit.  
Eine sozialpädagogische Ausbildung oder entsprechende Weiterbildung rundet Ihr  
Profil optimal ab.

Es erwartet Sie eine anspruchsvolle und vielseitige Tätigkeit mit Handlungs- und  
Gestaltungsspielraum, fortschrittliche Anstellungsbedingungen und eine sorgfältige  
Einführung. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.schurmatt.ch](http://www.schurmatt.ch) oder von  
der Leiterin Hauswirtschaft, Anna-Regula Spillmann, (062 767 07 65).

Gerne lernen wir Sie im Rahmen eines Bewerbungsgesprächs und eines anschlies-  
senden Einblicks kennen.

Ihre Bewerbung senden Sie bitte an:  
Walter Dellenbach, Leiter Personalmanagement,  
Stiftung Schürmatt, Schürmattstrasse 589, 5732 Zetzwil

3550-1407



PARKHOTEL  
**SCHLOSS HÜNIGEN**  
KONOLFFINGEN BERN

Nur 20 Minuten von Bern entfernt, in Konolfingen, liegt das Parkhotel Schloss Hünigen, 4 Sterne Superior, in einem romantischen Park, mit über 3000 Rosen. Das 400 Jahre historische, im Innern mit modernstem Komfort ausgestattete, Hotel-Schlossgebäude, die hervorragende Infrastruktur mit allen Annehmlichkeiten der heutigen Zeit, die erste-klassige Dienstleistung (OO-Auszeichnung) und die geliebte Gastfreundschaft sind die besten Voraussetzungen für einen erfolgreichen, unvergesslichen Aufenthalt. Unser Anspruch ist es, unsere Gäste mit unseren Leistungen und unserer Gastfreundschaft zu überzeugen und zu begeistern.



54 Zimmer  
Restaurant & Bar  
Rosarium  
Bankettsäle  
Wellnessbereich

## Freude im Umgang mit unseren Gästen, Fachwissen & Engagement

### Ihre Herausforderung:

Sind Sie der engagierte Gastgeber der unseren Gästen ein Gefühl von Willkommen sein, Wohlbefinden und „zu Hause sein“ vermittelt?

Sie führen die Restauration mit den Bereichen Restaurant (13 Gault Millau), Bankett und Catering effizient, mit einer Brigade von bis zu 15 Mitarbeitern. Sie sind verantwortlich für das Erstellen der Dienstpläne und der Wahrung und Entwicklung der vorgegebenen Qualitäts- und Servicestandards sowie für die Warenbewirtschaftung insbesondere für den Wein- und Spirituosenkeller und die Einhaltung der Budgets.

### Ihr Fähigkeiten:

Als Basis für Ihre berufliche Karriere haben Sie eine Lehre als Servicefachangestellte/r oder eine Lehre in der Gastronomie mit anschliessendem Hotelfachschulabschluss abgeschlossen.

Sie sind 25-40 Jahre alt und haben in 4- oder 5-Sterne Betrieben Erfahrungen im Servicebereich gesammelt.

Ihr gutes Fachwissen im Service- und Weinbereich erlaubt es Ihnen, unsere Gäste umfassend zu beraten. Sie sind die gepflegte, ausgeglichene, initiative, selbständige Gastgeberpersönlichkeit mit Begeisterung für den Beruf, grosser Einsatzbereitschaft, hohen Qualitätsvorstellungen, guten Führungsqualitäten, ausgeprägtem unternehmerischem Denken und Teamfähigkeit, die Freude hat ein junges Team zu führen und zu Höchstleistungen zu motivieren.

### Was wir Ihnen bieten:

Es erwartet Sie eine vielseitige, verantwortungsvolle Aufgabe mit viel Selbständigkeit, Entfaltungsmöglichkeiten und Freiraum für Ihre Ideen. Vorteilhaft und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen sind bei uns selbstverständlich.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen welche Sie direkt an folgenden Adresse senden:

#### Parkhotel Schloss Hünigen

Claudia Zürcher-Künzi & Markus Deutsch, Direktion  
Freimettgenstrasse 9, 3510 Konolfingen  
Telefon: 031 791 26 11  
www.schlosshuenigen.com

## Restaurationsleiter/in

Die Chesa Randolina ist ein sehr persönlich geführtes \*\*\*Superior-Hotel an bester Lage am Silersee im ENGADIN. Infolge Erkrankung fällt unser Küchenchef kurzfristig aus und wir suchen deshalb ab Anfang Juni 2009 einen erfahrenen, selbständigen

### AUSHILFS-KÜCHENCHEF

zur vorübergehenden Leitung unserer Küche mit 5 Mitarbeitern. Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

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

Suchen Sie eine neue Herausforderung in einer einmaligen Umgebung? Wir sind ein exklusiver Wirtschaftsclub für Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Kultur in einer grünen Oase zwischen Aarau und Luzern.



Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir für unsere Servicebrigade einen

### Servicefachangestellten (w/m)

#### mit folgenden Voraussetzungen:

- abgeschlossene Berufselehre mit Berufserfahrung
- selbstständiges und verantwortungsbewusstes Arbeiten
- exakte Arbeitsweise, Flexibilität
- aufgeschlossene Persönlichkeit

#### Ihr Aufgabengebiet:

- à la carte Service
- Bankette bis zu 300 Personen
- Seminarwesen
- Verantwortung für einen reibungslosen Betriebsablauf übernehmen
- Eingehen auf die Gästebedürfnisse

#### Wir bieten:

- interessantes, vielseitiges Aufgabengebiet
- angenehmes Betriebsklima in einem jungen Team
- durchgehende Dienste, faire Bezahlung

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne erwarten wir Ihr Bewerbungsdossier. Für weitere Auskünfte setzen Sie sich mit Dani Bühler, Tel. +41(0)62 726 20 02, in Verbindung.  
Postfach TEL +41 (0) 62 726 20 02 reitnau@widenmoos.ch  
CH-5057 Reitnau FAX +41 (0) 62 726 20 06 www.widenmoos.ch

Die Gastronomiegruppe



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

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

### Restaurant "The Traders"

im World Trade Center Zürich, Leutschenbachstr. 95, 8050 Zürich suchen wir per 01. Juli 2009 einen

### Küchenchef

**Ihre Aufgabe:** Ihr Aufgabengebiet umfasst die Produktion und Angebotsplanung eines kontinuierlichen, qualitativ hochstehenden und zeitgemässen Angebotes. Zudem sind Sie für die wirtschaftliche und produktive Küchenführung gemäss Budgetvorgaben, die Überwachung des Hygienekonzeptes sowie der EKAS-Richtlinien, die Lehrlingsausbildung, die Mitarbeiterführung, -schulung und -einsatzplanung in Ihren Tätigkeitsbereichen, das Bestell- und Einkaufswesen, die Planung und Durchführung von Sonderanlässen sowie allgemeine administrative Aufgaben verantwortlich.

**Ihr Profil:** Wir suchen einen Fachmann mit entsprechender Ausbildung, Berufs- und Führungserfahrung sowie Qualitäts- und Kostenbewusstsein und einem Flair für ein neuzzeitliches, abwechslungsreiches Küchenangebot. Zudem bringen Sie gute PC-Kenntnisse mit, verfügen über fundierte betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie eine zielorientierte und organisierte Arbeitsweise. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag von 07.00 bis 16.30 Uhr, sind jedoch auch bei Spezialanlässen am Abend oder allenfalls an Wochenenden 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 Taurò, Leiterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch).

#### ZfV-Unternehmungen

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

## PisteSüd

Bern-Belp



### Geschäftsführer / Mieter Restaurant Take-off für junge Gastronomie-Unternehmer

Das moderne Businesscenter «Piste Süd» in Belp liegt im Zentrum einer sich entwickelnden Industriezone, an der Strasse zum Flughafen Belp und zum Naherholungsraum Belpmoos.

Bis im Frühling 2010 wird das Gebäude attraktive Meeting- und Seminarräumlichkeiten sowie ein neues, öffentlich zugängliches Restaurant erhalten. Dieses ist auf Geschäftsleute, aber auch auf ein vielseitiges Publikum ausgerichtet.

Einem kreativen, unternehmerisch denkenden Gastronomen bietet sich die einmalige Chance, den neu konzipierten Restaurantbetrieb zu attraktiven Bedingungen als Geschäftsführer und Mieter mit aufzubauen und langfristig zu betreiben. Dank zusätzlich bestehender Infrastruktur kann das Projekt weiterentwickelt werden, z.B. mit Catering.

Wir suchen eine frontorientierte Persönlichkeit mit Fachschulabschluss, kreativem Leistungsausweis und guten Kenntnissen im F&B-Bereich. Sie haben ästhetisches Flair und können sich in hohem Masse mit einer Idee identifizieren.

Senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:  
Herr Thomas Käser, sweetlemon-concepts ag, Tillerstrasse 36, 3005 Bern, info@sweetlemon-concepts.ch, Tel. 031 350 50 08.

Wir suchen ab Mitte Juni 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

### innovative/n Pächter/in

zur Weiterentwicklung eines aussergewöhnlichen und interessanten Gastronomieunternehmens.

Das Ausflugs- und Seminarrestaurant mit fantastischer Alpensicht ist sehr charmant am Rand eines Ortes in den Voralpen gelegen. Es umfasst ca. 100 Plätze und eine Sonnenterrasse. Die Eigentümer sind bereit, Entwicklungen auf der Basis innovativer Ideen zu ermöglichen und zu unterstützen.

Haben Sie den Kopf voller Ideen, möchten Sie diese verwirklichen und suchen Sie eine neue, spannende Herausforderung? Dann erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 2544-1405 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.



Wir suchen für unser Gipfel-Restaurant ab Herbst 2009 oder nach Vereinbarung ein

- GASTGEBERPAAR oder
- GASTGEBER(IN)

Als serviceorientierte Persönlichkeit übernehmen Sie die Verantwortung für die Gesamtleitung. Sie leiten ein motiviertes, junges und engagiertes Team von ca. 20 Mitarbeitern und werden in den Bereichen Personelles, Administration, Buchhaltung und Budgetierung von einer internen Stabsstelle unterstützt.

Sie sind Küchenchef(in) auf gutem Niveau und verfügen über eine fundierte Ausbildung. Sie sind kreativ, frontorientiert, belastbar und blicken auf einige Jahre Berufserfahrung als Chef de Cuisine.

Dann richten Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung an:

AROSA BERGBAHNEN AG  
Seeblickstrasse - CH-7050 Arosa  
Telefon +41 (0)81 378 84 22  
Mail: info@arosabergbahnen.ch  
www.arosabergbahnen.ch



## Aurora

Bäckerei Konditorei - Confiserie  
7078 Lenzerheide

In unseren modernen, lebhaften Betrieb suchen wir zur Ergänzung unseres Teams per sofort oder nach Vereinbarung in Saison- oder Jahresstelle

### Jungkoch (-köchin)

René und Andres Bergamin

Bäckerei-Konditorei  
Café Aurora  
7078 Lenzerheide

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



**Fasten Seat Belts, it's Check In Time**

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

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

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

**Réceptionist/in Front Office**  
(Vollzeit oder Teilzeit)

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

Senden Sie uns noch heute Ihre vollständigen Unterlagen.

**RUNWAY RESTAURANTS AG**

Rohrholzstrasse 67, 8152 Glattbrugg  
www.runway34.ch E-Mail: info@runway34.ch

Telefonische Auskünfte

Yvonne Weber/Tina Soltermann (Geschäftsleitung) 043 816 34 34



**SEEHOTEL WALDSTÄTTERHOF BRUNNEN**  
AVI DELLYLLEBHOE

Unser \*\*\*\*Haus, direkt am Vierwaldstättersee, gehört zu den führenden Seminarhotels in der Schweiz. Wir engagieren uns mit Herzlichkeit und Leidenschaft für das Wohl der Gäste und bieten einen hohen Standard betreffend Qualität des Angebotes und der Dienstleistungen.

In unser Team suchen wir nach Vereinbarung

**Réceptionist/in**

Mit jungem Charme begeistern Sie unsere Gäste. D/E/F, Front-Erfahrung, EDV- und Fidelio-Suite-8-Kenntnisse

**Seminar-/Bankett-Assistent/in**

Mit Freude am direkten Kundenkontakt. Exakte Arbeitsweise, Organisationstalent. D/E/F, kfm. Ausbildung oder Erfahrung im Seminar-/Réceptionsbereich

**Jungkoch/Commis de cuisine**

Sie setzen kreative Akzente für eine marktfrische Küche. Mit Kochlehre in der gehobenen Gastronomie

Unser operativer Direktor, Thomas Kistler, erteilt Ihnen gerne nähere Auskünfte.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Seehotel Waldstätterhof, Personalwesen

CH-6440 Brunnen  
Tel. 041 825 06 06 – www.waldstaetterhof.ch



**SV**  
catering & services

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

**Restaurant Manager (w/m) 100%**

Im ISO 9001:2000 wie auch OHSAS 18001 und ISO 14001 zertifizierten **Restaurant Empa in Dübendorf** verpflegen sich täglich rund 300-480 Gäste mit einem qualitativ hoch stehenden Angebot, bestehend aus einem Tagesmenu, einem Vegi-Menu, einem Menu Aktuell - im Sommer mit Grill-Angeboten -, einem Free-Choice-Buffer, einem umfangreichen Salatbuffet und zahlreichen Zwischenverpflegungen. Es werden an weitere Betriebe Mahelzeiten im eigenen Kühlfahrzeug ausgeliefert. Zudem werden diverse Sonderanlässe sowie ein Catering-Service ausser Haus durchgeführt.

In dieser anspruchsvollen Funktion sind Sie für ca. 20 Mitarbeitende zuständig und führen den Betrieb nach unseren geschäftspolitischen Grundsätzen und Richtlinien. Administrative Arbeiten in den Bereichen Einkauf, Verkauf und Personalwesen, die Organisation von internen und externen Anlässen sowie die Erstellung des Jahresbudgets gehören ebenfalls zu Ihrem umfangreichen und breit gefächerten Aufgabengebiet.

**Ihr Profil**

- Gastgewerbliche Grundausbildung (Hotelfachschulabschluss von Vorteil)
- Ausgewiesene Führungserfahrung
- Erfahrung in der Gemeinschafts- oder Markengastronomie
- Betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- Gepflegte Erscheinung und zuvorkommende Umgangsformen
- Hohe Sozialkompetenz sowie ein ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein
- Dienstleistungsorientiert, kommunikativ und kreativ
- Organisationstalent
- Verhandlungsstarke Gastgeberpersönlichkeit
- Französischkenntnisse von Vorteil

**Wir bieten**

- Eine spannende Herausforderung mit hoher Eigenständigkeit
- Entwicklungsmöglichkeiten
- Überdurchschnittliche Sozialleistungen

Peter Molnar, Human Resources Consultant, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte, Telefon +41 43 814 14 43, peter.molnar@sv-group.ch. Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto und Lohnvorstellungen an:

SV (Schweiz) AG  
Memphispark  
Wallisellenstrasse 57  
Postfach  
CH-8600 Dübendorf 1



**Stadt Zürich**  
Entsorgung + Recycling

ERZ Entsorgung + Recycling Zürich schafft Lebensqualität für die Bevölkerung in und um Zürich: Wir sammeln und verbrennen Kehrtrichter, klären das Abwasser und reinigen das Strassennetz. Wir kompostieren Grüngut, unterhalten die Sammelstellen, betreiben Recyclinghöfe und produzieren Heizenergie.

Mit über 800 Mitarbeitenden setzen wir uns täglich ein «Für die saubere Zukunft von Zürich»

Für das unternehmensinterne Tagungs- und Eventzentrum ara glatt suchen wir eine dynamische und engagierte Gastgeberpersönlichkeit als

**Seminar-Koordinator/in**

**Aufgaben:**

- Umsetzung einer vorbildlichen Gästebetreuung
- Kundenberatung und Verkauf sämtlicher Dienstleistungen der ara glatt
- Organisation, Betreuung und Kontrolle von Seminar-Anlässen
- Gestaltung und Organisation von Rahmenprogrammen und anderen Nebenleistungen
- Korrespondenz mit Kunden und Zulieferern
- Verwaltung der Konferenzräume und Kontrolle der Seminareinrichtungen
- Koordination zwischen Caterer, Hauswartung und externen Schnittstellen
- Mithilfe bei Salesmassnahmen und bei der Rechnungsstellung
- Dekoration und Pflege der Einrichtung

**Anforderungen:**

- Ausbildung als Hotel- und Gastfachfrau/-mann oder kaufmännische Berufslehre
- Einige Jahre Berufserfahrung im Bereich Seminarverwaltung
- Gute EDV-Kenntnisse und Sprachkenntnisse (D/E/F)
- Ertragsorientierte Denkweise und Verhandlungsstärke
- Organisationstalent und Teamplayer
- Ausgeprägtes Qualitätsdenken und hohe Eigenverantwortung
- Überzeugendes, gepflegtes Auftreten und einwandfreie Umgangsformen
- Bereitschaft zu unregelmässigen Arbeitszeiten

Wir bieten Ihnen fortschrittliche Anstellungsbedingungen mit guten Sozialleistungen.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an: Stadt Zürich, ERZ Entsorgung + Recycling Zürich, Frau Simone Schori, Leiterin Dienstleistungsbereich Personal + Dienste, Hagenholzstrasse 110, Postfach, 8050 Zürich; E-mail: simone.schori@zuerich.ch, Telefon direkt 044 645 77 06, www.erz.ch.

Eine Dienstabteilung des Tiefbau- und Entsorgungsdepartements

**PARKHOTEL**  
**SCHLOSS HÜNIGEN**  
KONOLFINGEN BERN

Suchen Sie einen Arbeitsplatz, der Ihnen nebst der täglichen Verantwortung auch Selbstständigkeit, Freiheiten und Kompetenzen bietet?

Ab 01. Juli oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

**Servicefach-**  
**mitarbeiter/in**  
für den gepflegten  
à la carte Service

In unserem Serviceteam verwöhnen Sie unsere Gäste mit ihrer natürlichen, charmanten Art und tragen Mitverantwortung zu Service. Im Anschluss an eine Servicelehre haben Sie einige Jahre im gepflegten à la carte Service gearbeitet und möchten Ihr Wissen nun in einem erstklassigen Haus anwenden und vertiefen.



Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an

Claudia Zürcher- Künzi  
& Markus Deutsch  
Gastgeber & Direktion  
Parkhotel Schloss Hünigen  
CH-3510 Konolfingen  
Telefon 031 791 26 11  
www.schlosshuenigen.com

**Psychiatrie heute**

**KPD**  
KANTONALE PSYCHIATRISCHE DIENSTE

In den Kantonalen Psychiatrischen Diensten Basel-Landschaft (KPD) sind sämtliche ambulanten und stationären Aufgabenbereiche der öffentlichen psychiatrischen Versorgung zusammengefasst. Insgesamt sind an verschiedenen Standorten rund 950 Mitarbeitende tätig.

Die Küche der Kantonalen Psychiatrischen Klinik geniesst einen ausgezeichneten Ruf bei Patientinnen und Patienten, Mitarbeitenden und Gästen. Nach 22 Dienstjahren tritt unser Küchenchef in den wohlverdienten Ruhestand. Wir suchen deshalb per 01. Oktober 2009 oder nach Vereinbarung eine/n innovative/n

**Küchenchefin / Küchenchef**

Sie führen die Abteilung Küche mit über 30 Mitarbeitenden fachlich und personell. Zusammen mit Ihrem Team sind Sie für die Angebotsgestaltung sowie die Produktion und Ausgabe von mehr als 1000 qualitativ hoch stehenden Mahlzeiten pro Tag verantwortlich. Sie zeichnen sich durch unternehmerisches Denken und Handeln, Qualitätsbewusstsein und eine hohe Sozialkompetenz aus. Mit Kreativität und Innovationskraft führen Sie die Küche der Kantonalen Psychiatrischen Klinik in eine weiterhin erfolgreiche Zukunft.

Sie sind eidgenössisch diplomierte/r Küchenchef/Produktionsleiter/in oder haben eine gleichwertige höhere Fachausbildung. Eine Zusatzausbildung zum Diätkoch ist von Vorteil. Idealerweise haben Sie sich im Bereich Personalführung weitergebildet. Ihren erfolgreichen Leistungsweis haben Sie sich in der gehobenen Gastronomie und speziell auch in der Spital- oder Gemeinschaftsgastronomie als Küchenchef oder Sous-Chef erworben.

Wir bieten Ihnen eine vielseitige, interessante Aufgabe in einem aktiven und zukunftsgerichteten Unternehmen mit Anstellungsbedingungen nach kantonalen Richtlinien.

Wenn Sie Interesse an dieser anspruchsvollen Aufgabe haben, dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen. Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Herr Markus Schwehr, Leiter Gastronomie KPD, Telefon 061 927 70 61 (Mo – Fr / 08.00 – 10.30 Uhr) oder E-Mail: markus.schwehr@kpd.ch. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an: Kantonale Psychiatrische Dienste Basel-Landschaft, Personaldienst, Biententalstrasse 7, 4410 Liestal, Telefon 061 927 70 11, www.kpd.ch.

Suchen Sie eine neue Herausforderung in einer einmaligen Umgebung? Wir sind ein exklusiver Wirtschaftsclub für Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Kultur in einer grünen Oase zwischen Aarau und Luzern.



Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir für unsere Servicebrigade einen

### Chef de Partie (100%)

mit folgenden Voraussetzungen:

- abgeschlossene Beruflehre
- einige Jahre Berufserfahrung
- selbstständiges und verantwortungsbewusstes Arbeiten
- exakte Arbeitsweise

Ihr Aufgabengebiet:

- à la carte und Bankette
- Verantwortung für einen reibungslosen Betriebsablauf übernehmen
- eingehen auf die Gästebedürfnisse
- vorstellen der Menüs vor dem Gast

Wir bieten:

- interessantes, vielseitiges Aufgabengebiet
- angenehmes Betriebsklima in einem jungen Team
- durchgehende Dienste

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne erwarten wir Ihr Bewerbungsdossier. Für weitere Auskünfte setzen Sie sich mit Dani Bühler, Tel. +41 (0)62 726 20 02, in Verbindung. Postfach TEL. +41 (0) 62 726 20 02 ratna@widenmoos.ch CH-5057 Reitnau FAX +41 (0) 62 726 20 06 www.widenmoos.ch

225-100

### hotel sedartis

for business, culture and fine food

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, die Gäste mit unseren Leistungen zu begeistern. Dafür suchen wir zur Ergänzung unseres Teams eine/n engagierte

### Chef de Service m/w

per 1. Juli 2009 oder nach Vereinbarung, mit Erfahrung oder auf dem Sprung dazu mit einem überzeugenden Leistungsausweis. Sie sind fachlich ausgebildet und erfahren, leiten und spüren den Puls der modernen Gastronomie. Sie lieben den Umgang mit Menschen, kennen den à la Carte- und Bankett-Service und die 4\* Hotellerie aus Erfahrung. Freude am Beruf und die Motivation, ein spannendes Gastrokonzept zu leben, spürt man Ihnen an.

### Chef de Partie m/w

per 1. Juli 2009 oder nach Vereinbarung

Sie verfügen über eine solide Ausbildung und einige Jahre Berufserfahrung, sind teamfähig und spüren den Puls der modernen Hotellerie. Sie lieben den Umgang mit Lebensmitteln, kennen die Arbeit auf allen Posten der Küche und haben Freude am Beruf. Sie verlieren auch in hektischen Zeiten nicht den Kopf und die Motivation in einem dynamischen Team zu arbeiten, spürt man Ihnen an.

Gerne würden wir Sie in unserem Hotel willkommen heissen und freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung per Post oder E-Mail.

Weitere Stelleninserate finden Sie auf: [www.sedartis.ch](http://www.sedartis.ch)

bahnhofstrasse 15/16  
3500 Thalwil  
fon 043 368 33 00  
info@sedartis.ch  
www.sedartis.ch



213-130



Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung für unser attraktives Wintersportgebiet mit 120 km Pisten und 17 Anlagen einen engagierten

### Betriebsleiter Bergbahnen

Zu Ihrem Aufgaben- und Verantwortungsbereich gehören insbesondere

- die operative Betriebsleitung der Bergbahnen Obersaxen und Mundaun
- der Betrieb und Unterhalt aller Anlagen und Einrichtungen
- die Personalführung und Einsatzplanung
- die Mitarbeit bei der Planung und Realisierung neuer Projekte

Sie haben eine abgeschlossene Berufslehre, vorzugsweise mit technischer Ausrichtung, und mehrjährige Praxis-Erfahrung in der Bergbahn- oder Transportbranche. Sie führen gerne Menschen, fühlen sich wohl in den Bergen und verfügen über ein Diplom als Seilbahnfachmann.

Richten Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen bis 13. Juni 2009 an:

Josef Brunner, VR-Delegierter  
Bergbahnen Obersaxen/Bergbahnen Piz Mundaun  
Postfach 156, 7130 Ilanz  
Tel. 081 925 63 00  
[www.ober saxen-mundaun.ch](http://www.ober saxen-mundaun.ch)

228-140



Vreni Giger  
Jägerhof St. Gallen  
Köchin des Jahres 2003

Ich suche per 10. August oder nach Vereinbarung

### 1. Frontmitarbeiter/in Sommelier/Anfangs-Chef de Service

Sind Sie zwischen 22 und 30 Jahre alt, m/w, haben Freude am Betreuen der Gäste an der Front. Sie haben gute Weinkenntnisse oder sind gar ein Weinfreak? Sie sind sprachgewandt und einfach ein gewinnendes Wesen?

Dann rufen Sie mich bitte an für einen ersten Kontakt:  
Tel. 071 245 50 23, Hotel-Restaurant Jägerhof, 9000 St. Gallen  
[www.jaegerhof.ch](http://www.jaegerhof.ch)

229-110



Lieben Sie Ihren Beruf? Sind Sie flexibel und einsetzbar und steht die Zufriedenheit der Gäste für Sie an erster Stelle?

Dann sind Sie bei uns richtig!

Ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine freundliche, aufgestellte und gepflegte

### Servicefachkraft m/w,

die mit kompetentem Fachwissen und Liebe zum Detail unsere Gäste begeistert. Ausserdem sucht unser Küchenteam Verstärkung von einem motivierten und einsetzbar.

### Jungkoch oder Chef de partie.

Gerne begrüßen wir Sie zu einem persönlichen Vorstellungsgespräch in unserem historischen Hotel-Restaurant im Herzen des Kantons Aargau.

Sabine und Daniel Goetschi, Gasthof zum Kreuz,  
Obere Dorfstrasse 1, 5034 Suhr

220-110



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](mailto:altepost@grindelwald.ch)  
[www.altepost-grindelwald.ch](http://www.altepost-grindelwald.ch)

240-110

## Für neue Perspektiven.



Coop hat den Anspruch, die beste und kundennächste Detailhändlerin der Schweiz zu sein. Deshalb orientieren wir uns an den langfristigen Konsumtrends Dynamik, Begeisterung und Innovation.

Für die Organisationseinheit Warentest Food in Basel suchen wir per 1. September 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

### Sachbearbeiter/-in Warentest Food

**Aufgaben** Sie organisieren und führen Degustationen mit Produkten aller Lebensmittelgruppen durch. Anschliessend protokollieren Sie die Ergebnisse und definieren Verbesserungsmaßnahmen. Das Führen und Bearbeiten von Kontrolllisten gehört ebenso zu Ihren Aufgaben wie das Zubereiten und Fertigstellen der Warenmuster für die Degustation. Zudem verfassen Sie Zubereitungstexte und Rezepte für Verpackungen und führen bei Bedarf Beliebtheits-tests durch. In dieser Funktion stehen Sie im mündlichen wie auch schriftlichen Informationsaustausch mit diversen Schnittstellen.

**Anforderungen** Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung als Koch/Köchin oder im Bereich Hauswirtschaft mit Kocherfahrung sowie einem Flair für Lebensmittelsensoren, Organisation und Administration. Wichtig sind uns Ihre Freude am täglichen Degustieren von grösseren Mengen an Lebensmitteln sowie das Arbeiten im Büro, am Degustationstisch und in der Küche. Zudem arbeiten Sie gerne im Team, sind flexibel, belastbar und beherrschen die MS-Office-Programme (Word/Excel/Outlook). Mündliche Französisch- und Englischkenntnisse sind von Vorteil.

Wir bieten Ihnen ein modernes, dynamisches Arbeitsumfeld, in dem Sie Ihre Fähigkeiten und Ihre Persönlichkeit tagtäglich einbringen und so etwas bewegen können. Für den gemeinsamen Erfolg. Für eine gemeinsame Zukunft.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen: Coop, Personal, Daniel Meier, Postfach 2550, 4002 Basel, Tel. 061/ 336 66 75. [daniel.meier@coop.ch](mailto:daniel.meier@coop.ch).

### Für Ihre Zukunft.

Coop Jobs + Karrieren

[www.coop.ch/jobs](http://www.coop.ch/jobs)

206-130



Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften

### Facility Management

Die ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ist eine der grössten Mehrsparten-Fachhochschulen der Schweiz mit rund 7'000 Studierenden. Das Department Life Sciences and Facility Management befindet sich an aussergewöhnlicher Lage in Wädenswil, hoch über dem Zürichsee.

Das Institut für Facility Management ist in der Schweiz der einzige Anbieter des Bachelorstudiengangs (BSc) Facility Management und plant ab Herbst 2010 auch einen Masterstudiengang (MSc). Das Weiterbildungsangebot umfasst einzelne Kurse bis hin zum Master of Advanced Studies (MAS). Als Unterstützung in unserer Forschungstätigkeit suchen wir per September 2009 oder nach Übereinkunft eine/n

## Wissenschaftliche/n Mitarbeiter/in Hospitality Management (60 - 100 %)

Diese abwechslungsreiche Tätigkeit beinhaltet vor allem:

- Mitarbeit in der Akquisition von Forschungsprojekten
- Konzipierung und Durchführung von Forschungsprojekten
- Selbständige Bearbeitung von Beratungs- und Dienstleistungsprojekten
- Konzipierung und Begleitung von einzelnen Lehrveranstaltungen

Für diese spannende Aufgabe erwarten wir von Ihnen ein abgeschlossenes Hochschulstudium in Facility Management, Hospitality Management oder Betriebswirtschaft mit mehreren Jahren Berufserfahrung in Gesundheitsinstitutionen. Auch verfügen Sie über fundiertes methodologisches Forschungswissen und bringen Erfahrung in der Entwicklung und Realisierung von Forschungsprojekten mit. Weiter fällt Ihnen das Verfassen von wissenschaftlichen Texten und das Präsentieren von Forschungsergebnissen in deutscher und in englischer Sprache leicht.

Erste Erfahrungen in der Lehre auf Tertiärstufe erleichtern Ihnen den Einstieg, sind jedoch nicht Bedingung. Neben einem hohen Mass an Flexibilität, Dienstleistungsbereitschaft und gelebtem Teambewusstsein erwarten wir Eigeninitiative, selbstständiges Arbeiten sowie ausgezeichnete analytische und konzeptionelle Fähigkeiten.

Die Anstellung ist vorerst auf ein Jahr befristet und wird bei weiterführenden Projekten verlängert.

Für Fragen steht Ihnen Frau Susanne Hofer, Kompetenzgruppenleiterin Hospitality Management des Instituts, unter 058 934 56 28 gerne zur Verfügung. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an: ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Mirjam Schäfer, Human Resources, Postfach, 8820 Wädenswil oder [mirjam.schaefer@zhaw.ch](mailto:mirjam.schaefer@zhaw.ch).

Weitere Informationen finden Sie unter [www.ifm.zhaw.ch](http://www.ifm.zhaw.ch)

Zürcher Fachhochschule

239-140

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

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

Viel Erfolg bei der Suche!

**Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.**

**Direktion/Geschäftsleitung**

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
stv. Geschäftsleiterin Cafeteria	Region Zürich/Schaffhausen	J2444
Restaurant Manager	Region Zürich/Schaffhausen	J2326
Geschäftsführer / Pächter	Region Bern	J2308

**Réception/Front Office**

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Mitarbeiterin Kundempfang Zürich (Teilzeit / Ablösung)	Region Zürich/Schaffhausen	J2373
Réceptionist/in	Region Basel	J2389
Junge Receptionistin oder Receptionisten	Region Graubünden	J2388
Betreuung Back Offices / ca. 60%	Region Zürich/Schaffhausen	J2329
Rezeptionist Zürich	Region Zürich/Schaffhausen	J2460
Rezeptionistin	Region Zentralschweiz	J2440

**Food & Beverage**

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Leiter/in Restaurant	Region Basel	J2390
BetriebsassistentIn	Region Zürich/Schaffhausen	J2309
F&B Assistent (m/w)	Region Basel	J2436

**Küche**

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de cuisine m/w Sommer 09 – Restaurant-Cafe (Davos)	Region Graubünden	J2458
Koch für temporäre Einsätze	Region Bern	J2327
Jungkoch für die Sommersaison 2009	Region Ostschweiz	J2387
Köchin/Koch 100%	Region Zürich/Schaffhausen	J2328
Executive Chef	International	J2323
Chef saucier (w/m)	Region Basel	J2391
Sous Chef (m/w)	Region Basel	J2437
Commis de cuisine 100%	Region Zürich/Schaffhausen	J2456
Commis de Cuisine m/w	Region Graubünden	J2443
Küchenchef (m/w)	Region Basel	J2453
Jungköchin / Jungkoch	Region Mittelland (SO, AG)	J2452
Küchenchef	Region Mittelland (SO, AG)	J2370

**Service/Restauration**

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de rang (Dauerstelle 100%)	Region Zürich/Schaffhausen	J2454
Chef de rang	Region Ostschweiz	J2385

Servicemitarbeiter m/w – Saisonstelle Samnaun	Region Graubünden	J2459
Chef de service (Dauerstelle 100%)	Region Zürich/Schaffhausen	J2455
Servicemitarbeiter m/w	Region Graubünden	J2442
Chef de Service & Servicefachangestellte	Region Mittelland (SOAG)	J2451
Servicemitarbeiter m/w	Region Zürich/Schaffhausen	J2446
Restaurantleiter m/w	Region Zürich/Schaffhausen	J2447
Chef de Service	Region Zürich/Schaffhausen	J2380
Servicefachangestellte	Region Zürich/Schaffhausen	J2310
Servicefachangestellte/n	Region Basel	J2438
Servicemitarbeiter/-in gesucht	Region Bern	J2368
Betriebsassistent m/w	Region Zürich/Schaffhausen	J2445

**Bar/Events/Bankett**

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Service Bankett	Region Zürich/Schaffhausen	J2457
Barmitarbeiter/in – Morschach	Region Zentralschweiz	J2461
Maitre d'hôtel	Region Bern	J2441
Barmitarbeiter & Logenkellner	Region Zürich/Schaffhausen	J2386

**Hauswirtschaft**

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Gruppenleiter/in Reinigungsdienst	Region Basel	J2439

**Express Stellengesuche**

1	2	3	4	5	6
B303	Catering/Service	29	BRD	per sofort	D
B302	Direktor/Vizedirektor	36	CH	per sofort	D F E SPANISCH
B286	Gouvernante	26	ch	per sofort	
B298	Hilfskoch	22	CH	per sofort	D
B290	Küchenchef	31	D	per sofort	ENGLISCH – GUT FR
B109	Rezeptionistin	21	CH	per sofort	D F E
B280	Reservation / Reception	46	CH	per sofort	D F 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 25.05.09. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

**Gelesen von  
Entscheidungsträgern!**

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

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

**htr hotel revue**

www.gastronet.ch

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

## Suisse romande

## Svizzera italiana



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

## Le Palais Oriental

cherche  
**1 cuisinier**  
(saveurs d'Iran, Liban,  
Maroc)

Qualifié/e, jeune, dynamique.  
Faire offre manuscrite:  
Le Palais Oriental  
Quai Ernest-Ansermet 6,  
1820 Montreux 2

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

## 7 unerlässliche Zutaten ...

für die Restaurants **Seven** und **Seven Easy** in Ascona.

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

Folgende Stellen sind per sofort oder nach Vereinbarung zu besetzen:

- Stellvertretender Geschäftsführer (m/w, D/I)
- Stationsleiter (m/w, D/I)
- Service Mitarbeiter (m/w, D/I)
- Koch (m/w)

Wir freuen uns auf Ihre vollständige schriftliche (auch Online-)  
Bewerbung mit Foto.

(Unvollständige Bewerbungen werden nicht berücksichtigt.)

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

SEVEN

ways to be different

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

# Karriereplanung beginnt hier htr stellenrevue

www.hoteljob.ch

htr hotel revue

# Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

## IMPRESSUM

## htr hotel revue – stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit  
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: hotellerieuisse, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elsbeth Hobmeier

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger

Anzeigen-Innenendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo, Delia Piscopo, Patricia Nobis Wynn

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. 1.50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengebote / Offres d'emploi: Fr. 1.50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellensuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Zuschlag Ausschaltung Internet: 1 Wo. Fr. 50.-, 2 Wo. Fr. 70.-, 1 Mt. Fr. 100.- (pro Anzeige)
- 1 GzD bis Freitag vor Erscheinen möglich – weitere GzD kosten pro Auszug Fr. 30.-

## Termine:

	Nr. 23/2009	Nr. 24/2009	Nr. 25/2009	Nr. 26/2009
- Ausgabe	4. 6. 2009	11. 6. 2009	18. 6. 2009	25. 6. 2009
- Erscheint	4. 6. 2009	11. 6. 2009	18. 6. 2009	25. 6. 2009
- Anzeigenschluss	Mo. 12.00 Uhr	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.