

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2009)
Heft: 32

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>

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 156 Stellenangeboten



Franc-Nostalgie

Im Provence-Dorf Collobrières sind Brot und Wurst noch für alte Franc-Noten zu haben. Aber nicht mehr allzu lange.
Seite 16

Abwarten

Noch ist das Luxusprojekt InterContinental in Davos auf der Warteposition. Die Bauherren verhandeln im Stillen.
Seite 2

Mobil

Das iPhone kann auf Reisen eine willkommene Hilfe sein. Experten sehen ein riesiges Potenzial in der mobilen Kommunikation.
Seite 4

Street Parade

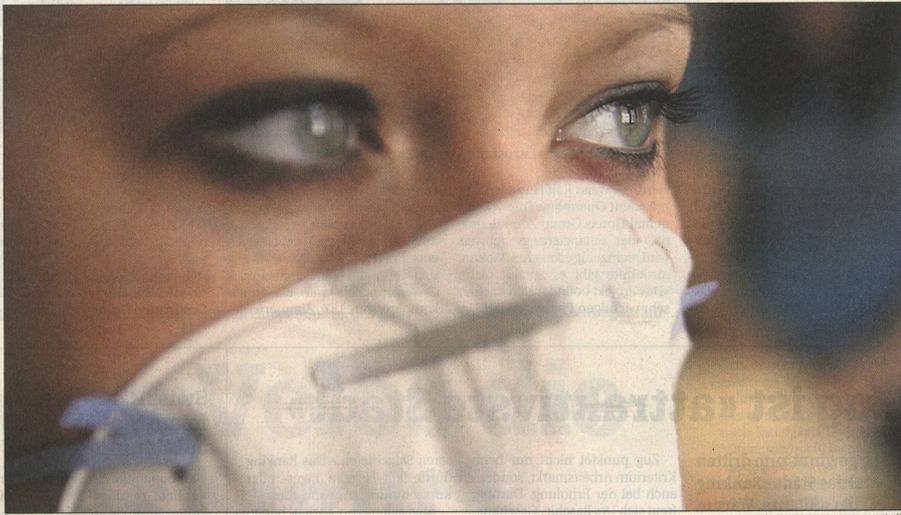
«Auch Petrus scheint in guter Raver-Laune zu sein, und die Nachfrage in den Hotels nimmt

täglich zu.»
Seite 5

Maurus Lauber,
Vizedirektor
Zürich
Tourismus.



Planen tut Not



Schutzmasken tragen ist eine wichtige Hygienemassnahme. Viele Hotels haben Masken bestellt, aber nicht überall sind sie schon angekommen.

Über 500 Schweinegrippe-Fälle sind in der Schweiz bekannt. Ein individueller Pandemieplan wird unabdingbar.

CHRISTINE KÜNZLER

SBB

Velo-Attraktivität der Schweiz wird zum Bahnproblem

«Es boomt der Velotourismus, und es sind Lösungen gefragt», stellt die Sprecherin von Pro Velo, Marianne Fässler fest. Eines ihrer Beispiele: «Für Velo-Ausflüge ins Berner Oberland fährt ausgerechnet der dafür interessanteste 9-Uhr-Zug ab Bern ohne Veloabteil.» SBB-Sprecher Reto Korman macht klar: «Was die SBB nicht will, sind Kundinnen und Kunden, die wegen zusätzlicher Velotransportplätze stehen müssen.» Fredi von Gunten, Geschäftsführer der Stiftung SchweizMobil, will mehr Angebote wie den Biker-Extrazug Zürich-Graubünden. kjv
Seite 3

Noch ist offen, wie schlimm die Pandemie tatsächlich sein wird. Laut Empfehlung des BAG soll ein Erkrankter zu Hause bleiben, wenn mehrmals zwei Symptome mit jenen der Schweinegrippe übereinstimmen. Was diese Vorsichtsmassnahme für einen Betrieb zur Folge hat, ist nicht abschätzbar. Würde sich die H1N1-Grippe wie prognostiziert verbreiten, dürfte der Ausfall an Manpower und Umsatz hoch sein.

Betriebsverantwortliche müssen sich auf zwei Szenarien vorbereiten: Einerseits bleiben die Gäste aus, und andererseits fallen die Mitarbeitenden der Grippe zum Opfer.

Die unsichere Lage wirft in der Branche viele Fragen auf. Vorbeugen ist zurzeit die einzige Massnahme. Das heisst, sich mit einem individuellen Pandemieplan vorzubereiten und die empfohlenen Hygienemassnahmen konsequent einzuhalten. Noch bewegt

sich alles im grünen Bereich. Die angefragten Hotels verzeichnen bisher noch keine Annullationen. Doch Schweiz Tourismus geht davon aus, dass die Pandemie das Buchungsverhalten für die Herbstferien beeinflussen wird. «Die durch die Wirtschaftskrise vermehrte Kurzfristigkeit bei den Buchungen wird sich durch die Schweinegrippe verstärken», vermutet die Kommunikationsverantwortliche, Daniela Bär.
Seite 7 bis 11

Outdoor-Lounges

Polyrattan-Möbel stehen im Mittelpunkt vieler Gärten

Schön gestaltete Lounges in Hotel- und Restaurantgärten liegen im Trend. Der bekannte Gartenarchitekt Enzo Enea sagt, dass die Raumgestaltung im Aussenbereich in



den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat. Vor allem Polyrattan-Möbel sind bei Gast und Gastgeber beliebt. Dennoch sollte sich der Gastronom oder Hotelier die Anschaffung dieser Outdoor-Sofas und -Sessel gut überlegen. Denn Qualität ist das oberste Gebot. «Die Möbel sind starken Witterungseinflüssen ausgesetzt und müssen daher einen hohen

Formschöne Lounge-Sessel sind gefragte Accessoires in Restaurantgärten.

Standard erfüllen», betont der Experte. Mit anderen Worten: Für die Anschaffung qualitativ guter Polyrattan-Möbel sollte etwas tiefer in die Tasche gegriffen werden, als es einige Hersteller suggerieren. Bei preisgünstigen Produkten kann es vorkommen, dass die Freude gerade mal eine Saison anhält.

Und für diejenigen, die schon heute mit einer Neugestaltung des Gartens in der nächsten Sommersaison liebäugeln, hat Enzo Enea Tipps und neue Trends. sls
Seite 13

Kommentar

Asterix und Obelix in der Welt der Handy-Applikationen



RENATE DUBACH

Ein bisschen tönt es ja wie bei Asterix und Obelix: Bloss geht es nicht um ein gallisches Dorf, das den expandierenden Römern trotzt, sondern um ein paar Provinzler in der Provence, die sich gegen die europäische Einheitswährung stellen.

Es gibt noch andere Nostalgiker, solche, die ihr Hotel für ein verlängertes Wochenende in einer schicken europäischen Stadt Wochen im Voraus buchen, die längerfristige Wetterprognosen lesen und Papier-Stadtpläne kaufen. Sie trotzen damit den expandierenden Handy-Anwendungen.

«Es gibt noch andere Nostalgiker, solche, die ihr Hotel Wochen im Voraus buchen.»

Smartphone-User wollen alle Stadtpläne der Welt sofort in der Hand halten, Flug-, Tram- und Theatertickets mit dem Ding bestellen, sich über Öffnungszeiten von Museen und Geschäften informieren, ganze Sätze müheelos in zehn Sprachen übersetzen und über Staus auf dem Weg zum Ziel informiert sein. Die GPS-Generati-on wandert mit digitalen Wanderkarten, die wohl bald den persönlichen Kalorienverbrauch auf der Route berechnen können.

Das Schöne daran ist, dass man die Wahl hat. Man muss nicht jeden Käse – das Weckprogramm mit Liedern von Lucio Dalla – runterladen. Über die Menschen, die sich Handy-Applikationen verweigern, gibt es bestimmt auch mal ein Comic. Und warum nicht? Auch Asterix und Obelix sind immer noch sehr beliebt.
Seite 4 und 16

www.htr.ch

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



ANZEIGE

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

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

Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Helme, Spitzhüter und Ausbildungsstätten

Stampfenbachstrasse 117, CH-8042 Zürich
Tel. 044 366 50 50
einkauf@horego.ch, www.horego.ch

VERTRAUEN IST UNSER GESCHÄFT

Hanspeter Kienberger, Partner

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

eco bar

Die beste Adresse für Minibars und Zimmersafes:

www.ecobar.ch

Da finden Sie alle Modelle und Preise

Ecobar AG
5621 Zufikon
Telefon 056 631 90 60
Fax 056 631 90 91
info@ecobar.ch

BRITA Professional

PURITY C – die flexible Lösung

http://professional.brita.ch

Aus der Region

Zürich

Passivrauchen:
Vernehmlassung
im Kanton Zürich

Das Vernehmlassungsverfahren zu den Ausführungsbestimmungen des Rauchverbots in Gastwirtschaftsbetrieben ist gestartet. Bei der Umsetzung der von den Zürcher Stimmberechtigten im September 2008 angenommenen Volksinitiative «Schutz vor Passivrauchen» orientiert sich der Kanton Zürich laut Mitteilung der Volkswirtschaftsdirektion zeitlich und inhaltlich am Bund. Die Kantone können strengere, nicht jedoch weniger weit gehende Regelungen treffen als der Bund – die vom Zürcher Stimmbereich billigte lediglich die Möglichkeit zur Schaffung von Fumoirs, nicht jedoch von Raucherbetrieben. kjv

Wallis

Zermatt in neuem
Portal: Orte ohne
Autos in Europa



AutofreieOrte.com und Carfree-Places.com: Europas erstes Portal für autofreie Ferienorte ist aufgeschaltet. Es geht mit 40 Destinationen an den Start: darunter Stromboli, Venedig, Zermatt, Helgoland und das pittoreske Clovelly an Englands Südküste. Es gibt in Europa nur gerade etwa 100 solcher Orte, die meisten völlig unbekannt. «Sie sind rar, aber wahr», so die Website-Initiatoren. Wenn Autos fehlen, werde alles völlig anders: Architektur, Natur, Düfte, Bewegungsfreiheit, Rhythmus, Sound, Licht und die Kommunikation der Menschen. kjv

Wallis im Web:
interaktiv und
doch fast real

Erstmals ist eine interaktive und fotorealistische Karte der Walliser Alpen in 3-D-Qualität erschienen. Die Aufnahmen sind 900-mal höher aufgelöst als jene von Google Earth, wie die RSS GmbH schreibt. Mit der interaktiven Karte können Bergtouren geplant oder das Alpenpanorama aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden. Den 3-D-Effekt macht eine Stereokamera möglich. Blickwinkel, Höhe und Fluggeschwindigkeit bestimmt der User selbst. se

www.realitymaps.de

Ostschweiz

Tilsit Schweiz und
Tilsit Russland
sind jetzt Partner

Das in der thurgauischen Gemeinde Amlikon-Bissegg gelegene Tilsit begründete am 1. August mit dem ursprünglichen Tilsit/Sovetsk eine Partnerschaft. Tilsit im Thurgau wurde am 1. August 2007 gegründet. Daraus ergaben sich zahlreiche herzliche Kontakte zu ehemaligen Bewohnern und den Behörden der Stadt Tilsit, die heute Sovetsk heisst und zu Russland gehört. Die Partnerschaft zwischen den beiden ungleichen Tilsit soll einem freundschaftlichen, kulturellen Austausch dienen. kjv

Resort in Warteschleife

Der Spatenstich für das 5-Sterne-Plus-Hotel in Davos war für April geplant. Bagger fahren aber noch nicht auf.

SULAMITH EHRENSPERGER

Auf dem Gelände der ehemaligen Basler Höhenklinik ist ein exklusives Luxushotel vorgesehen. Der Spatenstich für das InterContinental Davos Resort & Spa wäre an Ostern geplant gewesen. Doch die Bagger werden erst nächsten Frühling auffahren. Der Grund: Noch fehlt der Gemeinde Davos der Finanzierungsnachweis, wie Bauinspektor Luzi Probst bestätigt. Hinter den Kulissen laufen Verhandlungen auf Hochtouren: «Die Stilla Park AG arbeitet an der Finan-



Die Eröffnung dieses Luxushotels ist auf Ende 2012 geplant.

zierung», weiss Rolf Hübner, Vizepräsident Operations Inter Continental Hotels Group Zentraleuropa. «Der Finanzierungsnachweis wird rechtzeitig erbracht». Weitere Auskünfte gibt es zurzeit nicht. «Das Projekt befindet sich in einer sehr wichtigen Phase», erklärt Urs

Hoffmann von der Baulink AG, welche als Generalunternehmung den Bau umsetzt, «doch wir sind auf Kurs». Die nächsten Wochen seien entscheidend. Bis dahin Schweigt sich Hoffmann über Details aus. Ursprünglich war ein Hotelkomplex mit 187 Zimmern ge-

plant. «Vom aktuellen Planungsstand ausgehend, sind es nun 208 Zimmer und Suiten», sagt Rolf Hübner. Weiter sind drei Restaurants und zwei Bars in Planung. Vorgesehen sind ein grosser Wellnessbereich von über 1600 Quadratmetern sowie ein Konferenzzentrum für 500 Personen. Vor dem Luxushotel ist eine Terrassensiedlung mit 37 Residenzen geplant.

Verantwortlich für den Betrieb ist die Inter Continental Hotels Group (IHG). Die Hotelgruppe hat mit der Bauherrin einen Vertrag mit einer Laufzeit von 20 Jahren abgeschlossen. «Dieses Projekt setzt neue Massstäbe, auch architektonisch», erläutert Hübner, «der bestehenden Hotellerie wollen wir nichts wegnehmen, sondern der Destination Davos mehr bringen».

Dass neue Luxusprojekte in Davos willkommen sind, bestätigt Ernst Wyrsch, Direktor des Hotels Steigenberger Belvédère: «Davos braucht noch mehr Betten im oberen Segment – nicht zuletzt wegen der Erweiterung des Kongresshauses». Ähnlich tönt es bei Riet Frey, Besitzer Hotel Meierhof: «Jeder gute neue Hotelier bringt auch neuen Schwung in den eigenen Betrieb».

In den letzten Jahren sind in der Schweiz mehrere Hotelgrosso-Projekte aufgegleist und einige schon umgesetzt worden – trotz Wirtschaftskrise. «Gerade in der Krise ist die Schweiz als Hotelstandort attraktiv», so Roland Zegg, Inhaber der Beratungsunternehmung Grischconsulta. «Doch besonders bei alpinen Tourismusstandorten sind die Hürden hoch. Und sie können bremsen».

«Der bestehenden Hotellerie wollen wir nichts wegnehmen, sondern mehr bringen.»

Rolf Hübner
InterContinental Hotels & Resorts

Zug ist «attraktivste Stadt»

Zug gewinnt zum dritten Mal das Städte-Ranking der «Bilanz». Warum die Stadt auch beim Erholungswert top ist.

SULAMITH EHRENSPERGER

Zug bleibt laut der «Bilanz»-Studie die «attraktivste» Stadt der Schweiz. Zürich, Freienbach (SZ) und Luzern folgen auf den weiteren Plätzen. Insgesamt 129 Gemeinden mit mehr als 10 000 Einwohnern wurden berücksichtigt. Bewertet wurden neun Themenbereiche, wie Arbeitsmarkt, Erholungswert oder Erreichbarkeit.

Zug punktet nicht nur beim Kriterium Arbeitsmarkt, sondern auch bei der Erholung. Darüber freut sich Urs Raschle, Geschäftsführer Zug Tourismus, besonders: «Wir haben viel Lebensqualität und Erholung zu bieten – und nicht nur tiefe Steuern». Mit dem Projekt «Freizeit vor Ihrer Haustüre», einer digitalen Erlebniskarte, setzt Zug Tourismus seit zwei Monaten verstärkt auf Freizeittourismus. Raschle: «Die Karte wird täglich über 100 Mal angeklickt». Zugs Beliebtheit führt Matthias Hegglin, Besitzer Hotel Ochsen, auf die «angenehme Grösse» wie auch auf die gute Erreichbarkeit zurück. «Wir haben den See, den Zugerberg und sind nahe bei grösseren Skigebieten.» Das Ranking dürfte laut Hegglin Tages- und Kurzzeittouristen ansprechen. Abgesehen von Zürich, haben es die grossen Städte nicht unter die ersten 20 geschafft. Genf erreichte den 21. Platz, Basel den 40. und Bern den 43. «Ich bin enttäuscht», sagt Jost Troxler, Pächter Hotel Goldener Schlüssel in Bern, «seit 25 Jahren bin ich Hotelier. Bern hat eine hervorragende Lebensqualität». Unbesorgt gibt sich Daniela Zehr, Verantwortliche PR Bern Tourismus: «In der Studie ist nicht ausschliesslich nach touristischen Kriterien gefragt worden.» Das Schlusssicht des Rankings bildet – wie in früheren Jahren – die Stadt Le Locle.

Swiss Historic Hotels feiern fünfjähriges Jubiläum

Die Kooperation Swiss Historic Hotels hat Grund zu feiern: Seit fünf Jahren besteht der Zusammenschluss der geschichtsträchtigen Häuser. Inzwischen gehören der Organisation 43 Hotels an. Zum Jubiläum offerieren 19 dieser historischen Hotels ihren Gästen vom 23. bis 30. August Spezialangebote.

Casinos Austria (Swiss) verkauft Teil ihrer Anteile

Die Swiss Casinos Holding übernimmt Minderheitsanteile von Casinos Austria (Swiss) AG an den Casinos in St. Gallen, Pfäffikon und

Schaffhausen. Sie wird dann dort gegen 100 Prozent halten. kjv

Gewinneinbruch bei der Swiss, leere Sitze in der First Class

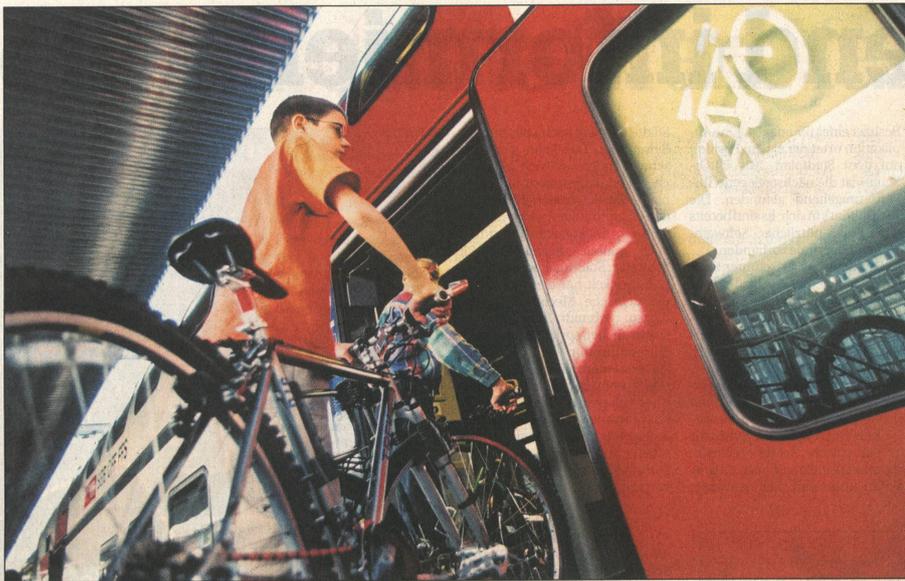
Die Swiss verzeichnet im ersten Halbjahr 2009 einen Gewinnein-



bruch um 74% auf 65 Mio. Franken. Kunden verzichteten zunehmend auf das Premium-Segment. se

Entrée: Wie hiess dieses Hotel? Wettbewerb auf www.htr.ch/hotelarchiv





Eigentlich gehört die Schweiz mit ihren Velo-Transportmöglichkeiten zu Europas Spitze. Das Touren-Angebot steigert die Nachfrage kräftig. SBB/2VG

Bringen Velos die SBB ans Limit?

Velo-Rauswürfe führten zu Kritik. Die SBB wehren sich. Schweiz Mobil und Pro Velo beziehen Stellung und machen Vorschläge.

KARL JOSEF VERDING

Kritischer Auslöser war ein Vorfall am letzten Samstag des Juli, als sich bei einem Zug Basel-Bern-Interlaken vor der Abfahrt in Bern insgesamt rund 50 Reisende die meisten ohne Reservierung für einen Veloplatz – mitsamt ihren

Velos in den bereits stark gefüllten Zug drängten. Das Zugpersonal fand die Fluchtwege verstellt und Velos für eine Notbremsung nicht gesichert. Es bat einen Teil der Velofahrer, den Zug zu verlassen. «Als diesem Aufruf keine Folge geleistet wurde», rekapituliert SBB-

Sprecher Reto Kormann, «verwies das Zugpersonal darauf, dass notfalls die Bahnpolizei verständigt würde. In der Folge verliessen rund 20 Velofahrer mit ihrem Gefährt den Zug.» Kormann macht deutlich: «Was die SBB nicht will, sind Kundinnen und Kunden, die wegen zusätzlicher Velotransportplätze stehen müssen.»

Schweiz Mobil: Individueller Velo-Tourist muss sein Recht behalten

«Der individuelle Tourist soll seine Touren machen können», fordert Fredi von Gunten, Geschäftsführer der Stiftung Schweiz Mobil: «Neue Angebote dürfen nicht zu Lasten derjenigen Velofahrer und Mountainbiker gehen, die individuelles Reisen den Extrazügen vorziehen.» Aber ein Angebot wie der Biker-Extrazug jeden Morgen um 7.07 h von Zürich HB ins Bündnerland, bis zum 18. Oktober sei durchaus beispielgebend.

Pro Velo ist für dänische Lösung: mehrfach disponible Wagen

In den Augen von Pro Velo Schweiz hat sich «das Thema Velotransport mit der Bahn in diesem Sommer akzentuiert», so die Sprecherin der Vereinigung, Marianne Fässler: «Immer mehr internationale Züge ohne Veloabteil aus Italien und Deutschland verkehren in der Schweiz. Zwischen 6 und 10 Uhr morgens verkehren IC-Züge zwischen Basel und Bern zwar halbstündlich, doch verfügen 6 dieser möglichen 12 Verbindungen nach Interlaken über keine Velomitnahmemöglichkeit. Für Velo-Ausflüge ins Berner Oberland fährt ausgerechnet der dafür interessanteste 9-Uhr-Zug ohne Veloabteil.»

Fässler betont: «Wir haben Verständnis dafür, dass die SBB nur Leistungen anbieten, die auch abgegolten werden. Auf der anderen Seite boomt der Velotourismus, und es sind Lösungen gefragt. Ein kreativer Ansatz kommt aus Dänemark, wo der Öresund-Express mehrfach disponible Wagen einsetzt, die mit Klappsitzen den Passagieren zur Verfügung stehen, aber auch für den Velo- oder Gepäcktransport geeignet sind.»

Graubünden

Solarpreis der Schweiz geht nach St. Moritz

Knapp 300 Quadratmeter machen sie zur grössten Hotel-Solaranlage der Schweiz. Nun wurde das Hotel Europa in St. Moritz dafür mit dem «Schweizer Solarpreis» ausgezeichnet. Direktor Armin Bützberger wird den Preis in der Kategorie «Energieanlagen für erneuerbare Energien» am 4. September während der Messe «Bauen und Modernisieren» in Zürich entgegennehmen. Das von der Elgger Soltop AG produzierte System agiert, indem es die Sonnenwärme in mehreren Stufen und je nach Anforderung an die einzelnen Hotelbereiche abgibt. kjv

Unterengadin: Neue Routen für Bikes & Walking



Die Angebots-Entwicklung der Destination Engadin Scuol beschränkt die Region zwei neue, signalisierte mehrtägige Mountainbike-Routen und sieben neue Nordic-Walking-Wege. Als regionale Umsetzung von «Schweiz Mobil» wurden so rund 260 km Bike- und 60 km Nordic-Walking-Routen geschaffen und ausgeschildert. Dank der Möglichkeit, Fahrräder per Zug und Postauto zu transportieren, eignen sich die Teilstrecken der Bike-Routen auch als Tagestouren. kjv

Albulatal: Fisch aus Zuchtfarm in den Bergen



Im Albulatal ist eine Fischfarm geplant, die von klarem Bergwasser gespeisen wird. Das Projekt wird vom Bundesamt für Landwirtschaft unterstützt. Tourismus- und Marketing-Experten Helen Cabalzar ist überzeugt: Voraussichtlich ab 2012 werden Grossverteiler und Restaurants der Ostschweiz mit Fischen, wahrscheinlich Forellen beliefert. Mindestens 100 Tonnen sollen pro Jahr produziert werden. kjv/sda

Pisten-Spiegel für eitle Boarder

In einem als «Livingroom» gestalteten Schneepark am salzburgischen Hochkönig können Boarder ihre Tricks in Riesen-Spiegeln sehen. Nachahmer sollten sich vorbereiten.

KARL JOSEF VERDING

Der Snowpark mit den Riesen-Spiegeln wurde letzten Winter eröffnet. Das Konzept «Livingroom» (Wohnzimmer) betrifft Innen- wie

Aussenräume. Der private Besitzer des Snowparks, Peter Radacher, betreibt dort auch Hotels. «Das Konzept ist gebietsübergreifend geplant», sagt er. «Der gesamte Hochkeil des Hochkönigs, mit Ski-gebiet, Unterkünften und Wandergebiet, soll sich Schritt für Schritt zum «Livingroom Hochkönig – Dein Wohnzimmer am Berg» vereinen. Im Mittelpunkt stehen Gemütlichkeit, Kommunikation und Bewegung in den Bergen.» Im Winter verbindet ein Gratis-Skibus das Gebiet mit der übrigen Destination Hochkönig, die auch Marketing

und Hotel-Buchungen mitträgt. Radacher: «Die Platzierung der Riesen-Spiegel ist das Kniffligste an der Sache. Sie sollen möglichst nahe am Skifahrer oder Boarder platziert sein, damit es ein gutes Spiegelbild ergibt, müssen jedoch ausreichend Sturzraum gewähren und dürfen das Pistengerät bei der Präparierung des Parks nicht stören.» Fränk Hofer, Leiter Sport der Schweizer Beratungsstelle für Unfallverhütung bfu, ist beeindruckt: «Man kennt die Spiegel aus anderen Sportarten, die hohe Ansprüche an Koordination und Eleganz



Spiegel für Snowboard-Action, kurz vor der fertigen Installation. 2VG

stellen, wie etwa Tanz und Rhythmische Sportgymnastik – dort bewahren sie sich fürs Training.»

Der bfu-Sportexperte rät zu Spiegeln mit reflektierender Folie oder Sicherheitsglas, die farblich auffällig gerahmt sind und in der Gelände-Übersicht sinnvoll aufgestellt werden. Und: «Auf der Website von «Livingroom» habe ich ein Foto einer sehr guten Hinweistafel gefunden – diese, sowie gut gebaute Elemente, Anfänger-Linien und -Hindernisse, genügend Sturzräume, klare Signalisationen und professionelle Betreuung sind wichtig für einen möglichst sicheren Betrieb.»

<http://livingroom-hochkoenig.at>

Deutsche Hotellerie kämpft mit deutlich sinkender Zimmerauslastung

Einen Konjunkturreinbruch wie lange nicht mehr zeichnet die deutsche Hotellerie im ersten Halbjahr.

«Die Zahlen des ersten Halbjahres sind dramatisch. Es ist daher höchste Zeit und wettbewerbspolitisch ohnehin geboten, auch der Hotellerie in Deutschland endlich den reduzierten Mehrwertsteuersatz zu gewähren.» Das sagte Fritz G. Dreesen, Präsident des Hotelverbandes Deutschland (IHA) bei der Vorstellung des IHA-Konjunkturbarometers Sommer 2009. Besonders hart traf es die oberen Marktsegmente, die Geschäftsreise- und Tagungshotels. Die ersten sechs Monate 2009 brachten der Hotellerie einen Konjunkturrein-

bruch wie lange nicht mehr: Die Zimmerauslastung ging um 7,3 Prozent auf 57,5 Prozent zurück. Besonders betroffen waren Flughafenhotels (-15,4 Prozent) und 5-Sterne-Hotels (-9,4 Prozent). Durchschnittsatz pro Zimmer: 47 Euro, ein Minus von 14,5 Prozent. Flughafenhotels mit minus 22,9 Prozent an der Spitze, gefolgt von den Hotels in den grösseren Städten (-16,5 Prozent) und im 5-Sterne-Bereich (-18,3 Prozent). Die Zahl der Übernachtungen sank um 3,6 Prozent auf 77,6 Mio. im ersten Halbjahr 2009. ds

Einbussen bei Logiernächten

Die Schweizer Hotels und Kurbetriebe verzeichneten weniger Logiernächte. Die Zahlen sind von Januar bis Juni im Vergleich zur Vorjahresperiode um 7,4 Prozent gesunken.

SULAMITH EHRENSPERGER

Die Logiernächte sind gegenüber dem Vorjahr auf 17,1 Millionen zurückgegangen. Im Vergleich ist die Nachfrage der ausländischen Gäste mit 9,4 Prozent deutlich stärker gesunken als diejenige der Schweizer (-4,6 Prozent).

Die Übernachtungszahlen von Gästen aus dem Vereinigten Königreich gingen im ersten Halbjahr 2009 um 20,7 Prozent zurück. Bei den USA sind Einbussen von insgesamt 14 Prozent zu verzeichnen. Der starke Rückgang bei den Gästen aus Japan (-13,4 Prozent) dürfte auf die zunehmende Ausbreitung der Schweinegrippe zurückzuführen sein.

Die Bilanz des ersten Halbjahres 2009 entspricht den Erwartungen von hotellerieuisse. «Den Rückgang führen wir primär auf die zeitliche Rezession in den wichtigen Quellmärkten und auf die ungünstige Währungssituation zurück», erklärt Susanne

Daxelhoffer, Projektleiterin Kommunikation hotellerieuisse. Die Veränderungen variieren je nach Sterne-kategorie: Die 5-Sterne-Betriebe verzeichnen mit einem Minus von 15,9 Prozent die stärksten Einbrüche gegenüber dem Vorjahr. Bei der 4-Sterne-Hotellerie sind es 8,8 Prozent.

Die gesamte Tourismusbranche ist von der weltweiten Wirtschaftskrise betroffen: Gemäss Prognosen von BAK Basel Economics dürften die Logiernächte im laufenden Tourismusjahr um 6,7 Prozent zurückgehen. Auch für das Tourismusjahr 2010 wird von einer negativen Entwicklung ausgegangen.

Aus der Region

Bern/Waadt

**Glacier 3000 Run:
Über 600 Läufer
werden erwartet**

Da die Premiere des Glacier 3000 Run im August 2008 als grosser Erfolg gewertet wurde, startet am Samstag, 8. August 2009 der zweite Run. Und dies mit zwei Streckenanpassungen: In Gsteig führt die Route neu entlang der Hauptstrasse durch das Dorf, und in Reusch wird die Wechselzone nun über einen bestehenden Wanderweg in der Talsohle angefahren. Optimierungen gibt es auch beim Verpflegungskonzept und der Shuttle-Bus-Kapazität für den Rücktransport nach Gstaad. kjv

**Gstaad: Neue
Infrastruktur für
Beschneigung**



Die Bergbahnen Destination Gstaad AG (BDG) nahm für den Ausbau der **Beschneigungsanlagen** im Gebiet Chalberhöni-La Videmanette den Spatenstich eines insgesamt 3,3 Kilometer langen Abschnitts vor. Das Gesamtprojekt kostet 3,9 Mio. Franken. «Die aktuellen Arbeiten sind ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Umsetzung unseres Gesamtausbau-Konzepts», so BDG-Direktor Armon Cantieni. kjv

**Aus dem
cahier français**

**Kempinski-
Hotelgruppe baut
massiv aus**

Zur Kempinski-Hotelgruppe, die im Besitz der thailändischen Königsfamilie ist, gehören über 60 Hotels auf der ganzen Welt – ausser in den USA. Demnächst werden Hotels in Amsterdam, Belgrad, London, Paris, Venedig und Wien eröffnet, weitere Ausbaupläne seien fortgeschritten, sagt Rupert Simoner, Regional Vice President für Westeuropa, der das Grand Hotel des Bains in St. Moritz führt. Erlegt Wert darauf, dass jedes Hotel Produkte der Region einbezieht, in der es gelegen ist. rd
Seite 21

**Milestone
Tourismuspreis
Schweiz: Eingabe
bis 31. August**



Der «Milestone-Tourismuspreis Schweiz» steht für Innovationen. Er ist mit insgesamt 33 000 Franken dotiert. Seine Kategorien: Herausragendes Projekt; Nachwuchspreis; Sonderpreis Nachhaltigkeit (Umwelt); Lebenswerk einer Persönlichkeit. Eingabeschluss ist der 31. August 2009.

Kontakt: info@htr-milestone.ch
www.htr-milestone.ch

Laufend informiert

Experten sind sich einig: Mobile Reiseführer sind stark im Kommen. Man darf gespannt sein, wie sich der Trend weiterentwickelt.

MELANIE ROTH

Während der Sightseeing-Tour in den verwinkelten Gassen verirrt oder Druck auf der Blase und kein stilles Örtchen in Sicht? Die üblichen Schwierigkeiten auf einer Reise sind halb so schlimm, wenn man

1. Schweiz Tourismus hat bisher drei iPhone-Applikationen im Angebot. Wie kommen diese an?
Überraschend gut! Wir haben schon über 100 000 Downloads aus über 50 Ländern. Die Entwicklung des Angebotes ist interessant, die Distribution läuft über den App Store quasi von selbst. Ein grosser Vorteil ist, dass die Applikationen selbsterklärend und intuitiv bedienbar sind.

2. Was will man mit diesen Applikationen überhaupt erreichen?
In erster Linie sind die Applikationen ein Marketingmittel. Dann haben wir den Grundauftrag, Reisende mit Informationen zu versorgen. Im Vordergrund steht immer der Servicegedanke. Die Bedürfnisse der Reisenden, wenn sie unterwegs sind, sollen befriedigt werden.

Besitzer eines iPhones ist. Eine Applikation ortet die eigene Position auf dem Stadtplan. Mit «SitOrSquat» ist die nächstgelegene Toilette umgehend gefunden. Die Technik hat's in sich: Es sind bereits eine Fülle nützlicher Software-Tools für Reisende vorhanden.

Der deutsche Reiseführer Polyglott hat vor einer Woche den mobilen Reiseführer auf den Markt gebracht. «Das Highlight ist die Individualisierung der Reise-Tipps nach persönlichen Bedürfnissen», erklärt Yvonne Maier, Pressereferentin von Polyglott. Der Download im App Store kostet 4,99 Euro, dazu kommen Verbindungsgebühren. Das Angebot ist vorerst für 12 europäische Städte erhältlich, darunter Barcelona, London, Paris, Berlin und Wien. Für Schweizer

Städte existiert noch kein mobiler Reiseführer. Das kann sich aber schnell ändern, ist sich Maier sicher: «Konkret ist zwar nichts geplant. Da das Material aber aus den Printprodukten vorhanden ist, wird es in naher Zukunft bestimmt auch mobile Reiseführer für Schweizer Städte geben.»

Entwickelt hat die Applikation die deutsche Mecomo AG. Sebastian Schmidt, Marketingverantwortlicher, spricht der mobilen Kommunikation im Tourismus grosses Potenzial zu: «Die Nachfrage scheint dazu zu sein. Sich unterwegs, während der Reise informieren zu können, ist ein wachsendes Bedürfnis.» Die Möglichkeiten scheinen unbegrenzt – was die Zukunft bringt, «drauf sind wir selbst gespannt», so Schmidt.



Nachgefragt

Thomas Winkler

Thomas Winkler ist **IT-Verantwortlicher** bei Schweiz Tourismus. Nach einem mobilen Veranstaltungskalender und einem Schneebericht fürs iPhone hat man dort vor kurzem die Badewetter-Applikation lanciert.

3. Mobile Reiseführer sind stark im Kommen: Plant Schweiz Tourismus selbst ein ähnliches Angebot?
Es macht keinen Sinn, einen eigenen Reiseführer zu entwickeln, wenn bereits Angebote bestehen. Deshalb sind wir natürlich bestrebt, Kooperationen einzugehen. Wir sind mit diversen erfolgreichen Anbietern von iPhone-Lösungen im Bereich Reisen im Gespräch.

4. Und wie geht es künftig weiter in der mobilen Kommunikation?
Bezüglich der mobilen Reiseführer sind wir momentan daran, eine Lösung für ausländische Gäste zu finden. Damit diese am Ende ihrer Reise nicht eine horrenden Handyrechnung erhalten, ist ein Angebot gefragt, welches man sich zu Hause downloaden kann, um die Roaming-Gebühren zu sparen. rom



Für Paris bereits erhältlich, in der Schweiz wohl auch bald eine willkommene Hilfe für Reisende: Der mobile Reiseführer.

Viele Hotels in Amden geschlossen

Die Amdener Hoteliers leiden unter den Hotel-Schliessungen und hoffen auf neue Initiativen.

ANTJE BARGMANN

Der Ferienort Amden am Walensee ist durch Hotel-Schliessungen in die Schlagzeilen geraten. Zwar sind fünf Hotels noch regulär geöffnet, davon drei auf dem Hochplateau, zwei am See. Drei andere sind «ferienhalber geschlossen, im Umbau oder mit neuer Ausrichtung

(Singleparentshouse). Die Gründe für die Entwicklung sind vielfältig, die Branche spricht von Generationenwechsel und fehlenden Investitionen. Die verbleibenden Hotelbetriebe leiden unter der negativen Berichterstattung und hoffen auf neue Unternehmer, die mit innovativen Ideen das vorhandene Potenzial der Region zu vermarkten verstehen.

«Regelmässig bekommen wir Anfragen, ob wir überhaupt noch geöffnet haben», erzählt André Rüedi vom Hotel Arvenbüel. Die negativen Nachrichten würden die Gäste verunsichern.

Der Gasthof der Familie Rüedi läuft nach wie vor gut, die Familie kann auf Stammkundschaft aus der Schweiz und den nördlichen Nachbarländern sowie guten Kontakten zu Bus-Reiseveranstaltern

zählen. Trotzdem spürt auch André Rüedi, wie es im Amdener Tourismus kriselt: «Die Gemeinde hat in der Vergangenheit zu wenig in den Tourismus investiert, die Initiativen gingen nur von den Hotels selber aus.» Generell sei vermehrt auf Tagestourismus im Winter gesetzt worden, was laut Rüedi ein Schritt in die falsche Richtung gewesen ist. «Wegen der kurzen Schnee-Saison kann der Winter hier nur ein Nebengeschäft bleiben, die Mehrheit der Gäste kommt zum Wandern.» Immerhin sei Bauland zu touristischen Zweck ausgeschrieben worden. Ein Bauantrag wurde bereits

genehmigt. «Es ist wichtig, dass neue Hotelbetriebe dem Ort zu neuem Aufschwung verhelfen.»

Dieser Meinung ist auch Björn Caviezel von Heildland Tourismus, der seit Beginn des Jahres für die Vermarktung der Region zuständig ist. «Da wir erst seit kurzer Zeit die Aufgabe der lokalen Tourismusverwaltung übernommen haben, sind wir noch dabei, die Situation zu analysieren.» Caviezel sieht aber gute Chancen, dass Amden durch diese sogenannte Strukturbereinigung, die sich abzeichnet, Zukunftschancen bekommt. Die Entwicklung öffne den Markt für neue Betriebe.

**Hapimag mit mehr
Halbjahres-Umsatz
und -Gewinn**

Hapimag, Anbieter von Ferien im Wohnrechtssystem, hat ihren Umsatz im ersten Halbjahr um 2,4 Prozent auf knapp 82 Mio. Euro erhöht. Unter dem Strich verdiente die Gesellschaft 1,7 Mio. Euro nach 0,7 Mio. Euro in der Vorjahresperiode. Hingegen sank das operative Ergebnis (EBIT) leicht auf 1,8 Mio. Euro, nach 2 Mio. Euro im Vorjahr. Zur positiven Entwicklung der Gesamteinnahmen trugen laut Hapimag insbesondere die 56 Resorts in ganz Europa bei. Deren Umsätze stiegen trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Umfelds um 3,9 Prozent. Die Auslastung der Resorts bewegte sich

mit 71 Prozent auf Vorjahresniveau. rd/sda

Zum Formel-1-Final werden 7 Hotels auf Yas Island eröffnet

Auf einer der grössten natürlichen Inseln vor der Küste Abu Dhabis werden zum ersten Formula 1 Abu Dhabi Grand Prix am 1. November sieben neue Hotels eröffnet. Ein Teil der Strecke wird direkt durch das 5-Sterne-Haus The Yas Hotel führen, welches halb an Land und halb über dem Yachthafen gebaut ist. Yas Island umfasst ein Gebiet von 2500 Hektar und verfügt über einen 32 Kilometer langen Küstenabschnitt. Bis zur letzten Eröffnungssphase 2018 werden etwa zwei Drittel erschlossen. rd

Cricketstars auf der Jungfrau

In Indien und Grossbritannien sind sie die ganz Grossen des Cricketssports. Jetzt zeigen sie ihr Können auf dem Jungfraujoch.

SULAMITH EHRENSPERGER



Der Superstar Gautam Gambhir.

Am 15. August erhalten die Jungfrauabahnern sportlichen Besuch: «Das sind Jahrhundertspieler», freut sich Urs Kessler, CEO der Jungfrauabahnern, «etwa wie Maradona im Fussball einer ist». Die weltbesten Cricketspieler aus Indien und Grossbritannien treffen sich zum Freundschaftsspiel – im Schnee auf 3454 Metern über Meer.

art ebenfalls sehr populär ist: «Durch die grosse Publizität möchten wir die Wintersaison schmackhaft machen.»

Für das Jungfraujoch ist Indien der fünfthöchste Herkunftsmarkt. Diese Aktion werden sich die Jungfrauabahnern über 80 000 Franken kosten lassen. Denn die 54 Spieler und Journalisten aus Indien und Grossbritannien sind von den Jungfrauabahnern eingeladen.

Das Spielfeld auf dem Jungfraujoch wird so gross sein wie ein Fussballfeld. Für das Spiel erwartet Kessler den einen oder anderen Zuschauer: «Wer ein Ticket auf Jungfraujoch kauft, kann mitfeiern.» Bei schlechtem Wetter wird das Spiel auf Sonntag verschoben.

«Keiner dürfte Tram fahren»

Maurus Lauber von Zürich Tourismus sieht das Theaterspektakel oder die Street Parade durch die Schweinegrippe nicht in Gefahr. Er hält den Medienhype für übertrieben.

ROBERT WILDI

Maurus Lauber, die Schweinegrippe-Pandemie rollt auf Zürich zu. Welche Präventivmassnahmen trifft Zürich Tourismus intern und mit Partnern? Wir nehmen die Schweinegrippe ernst – wollen jedoch nicht dramatisieren, weil die gesundheitlichen Folgen verglichen mit anderen Krankheiten eher harmlos sind. Wirtschaftlich sehen wir Herausforderungen, vor allem wenn mehrere Mitarbeitende gleichzeitig erkranken und damit den reibungslosen Ablauf der Arbeitsprozesse behindern würden. Wir haben unsere Mitarbeitenden informiert, Zürich Tourismus hat eine Taskforce gegründet, welche die weitere Entwicklung der Schweinegrippe verfolgt und wenn nötig Massnahmen vorbereitet. Wir stehen mit anderen Betrieben aus Tourismus und Hotellerie in Kontakt und stimmen Massnahmen ab. Die Zürcher Hotels sind informiert, wie sie sich bei einem Krankheitsfall verhalten sollten.

Übermorgen steht die Street Parade mit einer massiven Menschenansammlung auf engstem Raum bevor. Fürchten Sie nicht, dass es zu einer Ansteckungswelle kommt?

Nein, ich kann mir das nicht vorstellen. Der Anlass findet im Freien statt – da sehe ich weit mehr Ansteckungsgefahren bei der Fahrt in Tram, Bus und Bahn, bei einem Besuch von Kino und Theater oder im Supermarkt.

Zur Street Parade werden Touristen aus England erwartet. Dort hat die Zahl der Schweinegrippefälle dramatisch zugenommen. Erfahrungsgemäss haben wir nur wenige Gäste aus England an

der Street-Parade. Ich glaube kaum, dass jemand, der wegen der Grippe krank und müde ist, die Reise nach Zürich auf sich nimmt.

Besteht das Risiko, dass die Veranstaltung kurzfristig abgesagt wird?
Das kann ich mir nicht vorstellen. Dann müssten auch alle anderen Anlässe mit Menschenansammlungen abgesagt werden. Auch die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln wäre verboten, Bahnhöfe sowie Flughäfen müssten geschlossen werden. Man müsste konsequenterweise eine generelle Ausgangssperre verhängen.

Also keine Gefahr für weitere Zürcher Grossveranstaltungen wie Theaterspektakel und Kongresse?

Es gibt im Moment keinen Grund, an eine Absage solcher Events zu denken. Vielmehr muss verneint an die Eigenverantwortung jedes einzelnen Teilnehmers appelliert werden. Das heisst: Vermehrt auf die Hygiene achten und bei Krankheitsanzeichen zu Hause bleiben.

Haben Sie mit den Street-Parade-Organisatoren und den Stadtbehörden die Situation besprochen?

Das OK der Street Parade ist in Kontakt mit dem Bundesamt für Gesundheit, und wir pflegen einen engen Austausch mit den Organisatoren. Gegenseitig halten wir uns auf dem aktuellsten Stand.

Wie ist die Stimmung?

Sie ist gut. Alle freuen sich auf den Samstag. Auch Petrus scheint in

guter Raver-Laune zu sein, und die Nachfrage in den Hotels nimmt täglich zu. Auf mediale Panikmache reagiert man heute gelassener als noch vor einigen Wochen.

Die Street Parade war ein touristischer Werbeträger. Könnte dies aufgrund der Schweinegrippe nicht ins Gegenteil kehren?

«Ich persönlich habe jedoch keine Angst vor einer Ansteckung.»

Maurus Lauber
Vizedirektor Zürich Tourismus

Zur Person Von den SBB zu Zürich Tourismus

Maurus Lauber, 49, absolvierte eine Lehre bei den SBB und blieb den Bundesbahnen in verschiedenen Funktionen treu. Parallel dazu bildete er sich weiter, unter anderem zum Verkaufskoordinator und Marketingleiter. Seit 2000 ist Lauber bei Zürich Tourismus angestellt, wo er heute als Vizedirektor die Bereiche Marketing und Business Development leitet. Er lebt in Gränigen ZH, ist verheiratet, hat zwei Söhne und spielt gerne Golf.

row

Nein, davor habe ich keine Angst. Die Bilder, die unzählige Medien vom Anlass in die Welt hinaustragen, haben bestimmt auch heuer das fröhliche Partyvolk im Fokus.

Wie schätzen Sie persönlich die Gefahr der Schweinegrippe ein?

Aus meiner Sicht wird dieses Thema sehr dramatisiert. Gesundheitlich stufe ich diese Grippe ein wie jede andere – da sie jedoch sehr ansteckend ist, kann

das für verschiedene Betriebe sehr negative Folgen haben. Nämlich dann, wenn mehrere Mitarbeitende gleichzeitig plötzlich eine Woche ausfallen.

Wie schützen Sie sich und Ihre Angehörigen?

Wir haben die Schweinegrippe thematisiert und halten uns an die allgemeinen Hygiene-Tipps. Ich persönlich habe jedoch keine Angst vor einer Ansteckung.

Welches Ereignis wird dem Zürcher Tourismus 2009 mehr Schaden zufügen: Wirtschaftskrise oder Schweinegrippe?

Die Wirtschaftskrise hat in Zürich zurzeit klar den stärkeren Einfluss auf den globalen Tourismus als die Schweinegrippe. Diese Krankheit ist für die meisten Menschen relativ harmlos und nach ein, zwei Wochen vorbei. Dass die Wirtschaft jedoch auf allen Ebenen spart, hat auf touristische Anbieter und Gäste den grösseren Negativ-Einfluss. Im Gegensatz zur Wirtschaftskrise, die jeder real mehr oder weniger direkt erlebt, handelt es sich bei der Schweinegrippe um ein subjektives Angstgefühl.

Standpunkt

Auch in moralisierten Märkten ist Genuss wichtig



NICOLE LÜDI

Mehr Schutzzeirichtungen, mehr Verbote, mehr Kontrollen – die Nulltoleranzgesellschaft kommt. Bei den Konsumenten gewinnen Gesundheit, Nachhaltigkeit und Ethik an Bedeutung. Sie fordern verantwortungsvolles Handeln und tolerieren Abweichungen immer weniger. Diese neue Strenge ist eine Reaktion auf die vielen Herausforderungen unserer Zeit, von der Umwelt- über die Wirtschaftskrise bis hin zur Explosion der Gesundheitskosten. Dennoch wird die Moralisierung der Gesellschaft nicht das Ende der

«Der Konsument will nicht Moral oder Genuss, sondern je nach Situation beides.»

«Genussmärkte» bedeuten. Psychologen haben nämlich drei Faktoren für ein gutes und glückliches Leben gemacht: Lebenssinn, Engagement – und Hedonismus. Dabei seien die ersten beiden Elemente zwar wichtiger, doch brauche es als dritte Stütze auch die Lebenslust.

Bei Anbietern sind Vergnügen und Spass heute Unthemen, nachdem sie in den vergangenen Jahrzehnten die grössten Verkaufsargumente darstellten. Doch Lustfeindlichkeit zielt an den Konsumenten vorbei. Eine noch unveröffentlichte Studie des Gottlieb Duttweiler Instituts GDI zeigt, dass etwa beim Essen mehr als nur Moral und Gesundheit den «guten» Konsum ausmachen. Ebenso wichtig sind Genuss, das Besondere, die Ästhetik und das Zelebrieren der Mahlzeiten in Gemeinschaft – heute und sicher auch in Zukunft. Der Konsument will nicht entweder Moral oder Genuss, sondern je nach Situation beides – und manchmal sogar gleichzeitig.

Die komplexere Kundschaft fordert auch die Ferienanbieter, die einerseits den besonderen Moment verkaufen, es andererseits aber mit einer moralisierten Gesellschaft zu tun haben. Hier gilt es, sich auf die eigene Identität zu besinnen und so das perfekte Angebot für spezifische Situationen zu machen, statt für «Zielgruppen» oder «Kundentypen».

Nicole Lüdi ist Researcher am GDI Gottlieb Duttweiler Institut in Rüschlikon/Zürich.

Wer Käse sucht, findet ihn auch im Glas



REGULA WOLF
CREATIVE DIRECTOR

**Zum Thema
Mogelpackung**

Der Grill ist ganz neu. Natürlich wollen wir ihn gehend und möglichst vielen Freunden vorführen. Diese bringen, wie sich das gehört, etwas Leckeres mit, das zum Grillgut passt. «Fuego» steht auf dem Glas mit dem grünen Inhalt, den wir noch nicht kennen. Sicher was Feuriges, denken wir uns. Und benutzen es als Dip, zusammen mit anderen Glasinhalten gibt das eine schöne rot-grüne Mischung auf dem Teller.

Draussen im richtigen Leben raucht gerade die Geschichte vom Käse, der keiner ist, und vom Schinken, der nur in kleinen Teilen aus echtem Fleisch besteht, durch den Blätterwald. Ha, so blöd, uns derart hinter Licht führen zu lassen, geschweige denn, so etwas arglos zu essen, sind wir Feinschmeckerchen natürlich nicht. Noch legen wir echten Mozzarella auf unsere selber gemachte Pizza! Und Schinken! Schliesslich steht dies auf der jeweiligen Packung. Und diese wiederum lesen

«Winzig klein gedruckt auf der Rückseite steht, was drin ist. Ich brauche eine Lesebrille»

wir immer ganz gründlich, ist doch klar. Tage später. Ein Rest «Fuego» ist noch da. Thront auf dem obersten Regal im Kühlschrank. Und Knäckebrot hat's auch. Also raus damit, aufs Knäcke geschmiert und als kaltes Abendessen genos-

sen. Zugegeben, feurig fand ich die etwas glibbrige Paste schon zum Fleisch nicht. Auf Knäcke änderte sich daran nicht viel. Jetzt werde ich doch neugierig. Auf der sorgfältig gestalteten Etikette sind drei grosse, reife und saftige Avocados abgebildet, eine davon halbiert, damit mir das Wasser im Mund auch ordentlich zusammenläuft. Unter «Fuego» steht da noch «Guacamole-Dip». Winzig klein gedruckt auf der anderen Seite des Avocado-Bildes finde ich die Zutaten-

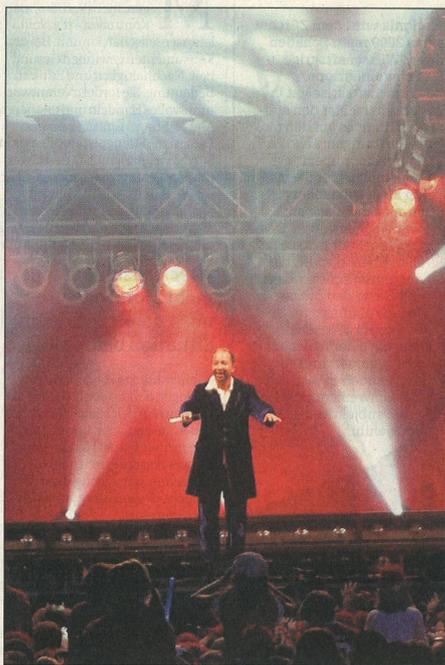
liste (ich brauche dringend eine Lesebrille!). Und was ist da jetzt drin in dem Glas, waseliwas? Schmelzkäse mit Schmelzmittel Nummer E-sowieso- bis sowiesoviel, Wasser, Tomate, Zwiebel, Zucker, Salz, Gewürzzubereitung, Geschmacksverstärker ... Hä? Ach ja, ganz zuletzt hat der phantasieliebende Hersteller sein Versprechen von der Vorderseite doch noch eingelöst: Avocadoöl, 0,7%. Wer will jetzt wissen, was im roten Glas alles drinsteckt?



«Die Schweiz ist ein Sonderfall, sie repräsentiert Werte und Ideen, die weltweit Beachtung finden – und Kritik.»

Thomas Borer-Fielding, Ex-Botschafter

Feuerwerk mit DJ Bobo



DJ Bobo: Der Schweizer Weltstar zeigte eine mitreissende Show und genoss den Kontakt zu seinem Heimatpublikum.

Mit **DJ Bobo & Friends** feierten 7000 Gäste in Engelberg unter freiem Himmel den Schweizer Nationalfeiertag – Rot war die dominante Farbe.

ELS BETH HOBMEIER

Die Titlisbahnen lancierten am Geburtstag der Schweiz den ganz grossen Coup und luden zur landesweit grössten 1.-August-Party. 7000 Menschen reisten an, viele davon kamen von weit her: DJ Bobo, der Star des Abends, der mit seiner Gesangs- und Tanzshow alle verzauberte, zählte 17 Nationen auf, deren Landsleute mit Winken und Rufen



Sandra von der Verband erholte sich in der Cave-Bar.



Engelberg avancierte am 1. August zu einer einzigen Musikhochburg. Den Auftakt zur Feier bestritten die **Alphornbläser**.



Hans Bühlmann, Direktor Hotel- und Gastronomiebetriebe Titlis Rotair Bergbahnen; **Martin Stöckli**, Direktor Group Logistics Swiss Re; **André Küttel**, Marketing Director Titlis Rotair (v.l.).

ihre Anwesenheit bekundeten. Die Hotels waren allesamt ausgebucht, allein 1500 Deutsche hatten sich in Engelberg einquartiert. Ob Schweizer oder nicht: Praktisch alle waren der Aufforderung nach einem roten Kleidungsstück gefolgt, es war ein Meer von roten T-Shirts und Caps mit dem Schweizerkreuz. Nach einer Reihe von Vorbands trat dann um 21 Uhr DJ Bobo auf die Bühne und legte

mit «Celebrations» los. Der internationale Star zeigte sich als grosser Entertainer und bot eine facettenreiche, mitreissende Show. Den stimmungsvollen Abschluss der Hauptfeier bildete das fulminante Feuerwerk der Titlisbahnen. Anschliessend ging das Fest im kleineren Rahmen bei der Aftershow-Party in der Dancing-Bar des Hotels Terrace bis in den frühen Morgen weiter.

Sesselrücken

Geschäftsführerin wird auch zur Besitzerin

Primus Communications GmbH hat eine neue Besitzerin. Geschäftsführerin **Vanessa Bay** ist ab jetzt auch die alleinige Gesellschafterin



der Agentur. Sie hat die Firma von den vormaligen Gesellschaftern Muriel Bassin und Travel Media AG erworben. Die erfolgreich am Markt agierende Kommunikationsagentur bietet seit rund vier Jahren ein Full Service-Angebot auf den Gebieten der internen und externen Kommunikation mit Fokus Reiseindustrie. Die Agentur behält ihre Büroräumlichkeiten an der bisherigen Adresse im Zürcher Seefeld bei.

Neue Leiterin für Jungfrau Region Marketing

Nach 5-jähriger Tätigkeit für Grindelwald Tourismus respektive Jungfrau Region Marketing AG gibt **Marina Tonn** auf Ende November die Leitung der Medienstelle ab, um sich den Traum einer Weltreise zu erfüllen. Ihre Nachfolgerin ist bereits bekannt: Neue Medienverantwortliche wird die diplomierte Tourismusfachfrau **Andrea Hess** (Bild). Nach ihrer Ausbildung an der Höheren Fachschule für Tourismus Graubünden übernahm die 26-jährige St. Gallerin 2007 die Leitung von Lauterbrunnen Touris-



mus. Dort führt sie fünf Mitarbeiter und erledigt neben ihrer operativen Führung auch die Medien- und Marketingarbeit.

Rezidor Hotel Group: Einer für alle Hotelmarken

Der geborene Kanadier **Jacques Dubois** (Bild) wird ab 1. September dieses Jahres zum neuen Acting Chief Operating Officer (COO) für alle Hotelmarken. Dubois ist bereits als COO zuständig für Park Inn und Country Inn & Suites. Nun übernimmt er noch zusätzlich die Verantwortung für die Hotelmarken Radisson Blu und Regent von



Thorsten Kirsche, der zum Chief Operating Officer von Carlson Hotels Americas ernannt wurde. Dubois stiess 1995 zu Rezidor und übernahm führende Positionen in den Bereichen Operations, Sales und Revenue Management. Er ist einer der treibenden Kräfte hinter dem Erfolg der Hotelmarke Park Inn.

Schweizer Gruyère ist Spitze

Der «Gruyère Premier Cru» aus dem Hause von Mühlen wurde in England an einem der traditionsreichsten Käse-Events gekürt – zum zweitbesten Käse des gesamten Wettbewerbs.

MATHIAS ZAUGG

Walo von Mühlen, der mehrfache Käse-Weltmeister, brillierte mit seinen Produkten am internationalen Käsewettbewerb von letzter Woche in Nantwich. Auszeichnungen erhielt der Freiburger für seinen «Gruyère Premier Cru», die

«Alpenglocke» und den «Swiss Premium Mozzarella», wobei der Greizer aus der Käseerei Chantonay gleich in mehreren Kategorien abräumte: Bester ausländischer Schnittkäse, bester ausländischer Käse und zweitbestes Käse der gesamten Show.

Der «Stilton» setzte sich gegen 2761 Käsesorten durch

Die Auszeichnung zum besten Käse verlieh die Jury dem einheimischen «Stilton», der sich gegen 2761 Käsesorten aus 24 Ländern durchsetzte. Mit diesem Resultat an dem seit 1897 durchgeführten Wettbewerb schliesst Walo von Mühlen an die Weltmeistertitel

am World Cheese Award (1992, 2002, 2005, 2006) an und verschafft dem Schweizer Käse erneut einen grossen internationalen Erfolg.

Seit 1861 steht von Mühlen für feinsten Rohmilchkäse

Das Familienunternehmen von Mühlen mit Sitz in Didingen ist seit über 140 Jahren ein beständiger Akteur in der Geschichte der Schweizer Käseproduktion. Seit der Firmengründung 1861 steht der Name für feinsten Rohmilchkäse und traditionelle Reifungsmethoden. Der Käse wird in über 50 Käseereien der Schweiz produziert und in einem eigenen Vertriebsnetz weltweit abgesetzt.



Walo von Mühlen mit seinem preisgekrönten «Gruyère Premier Cru».

Polanski holt Preis in Zürich

Der Regisseur und Oscar-Preisträger Roman Polanski holt sich am 27. September die Trophäe «Goldenes Auge» des Zürich Film Festivals ab.

RENATE DUBACH



Ende September spricht **Roman Polanski** in Zürich über seine Filme.

werde persönlich in Zürich anwesend sein und in einer Master Class über seine Filme sprechen, teilt das Festival mit.

Der 75-jährige Regisseur wurde 2003 für sein Holocaust-Drama «The Pianist» mit dem Regie-Oscar ausgezeichnet. Den Award musste ihm sein Freund Harrison Ford nach Paris bringen. Seit Polanski sich nach einem Prozess wegen sexuellen Missbrauchs einer Minderjährigen nach Frankreich absetzte, ist ihm die Rückreise in die USA verwehrt. Er lebt seit 1978 in seiner Geburtsstadt Paris.

Das Zürcher Filmfestival ehrt den polnisch-stämmigen Regisseur mit einem Preis und einer Retrospektive seiner Werke. Polanski

Obwalden verliert das Kantonsduell in «Uri, Schwyz und Untergang»

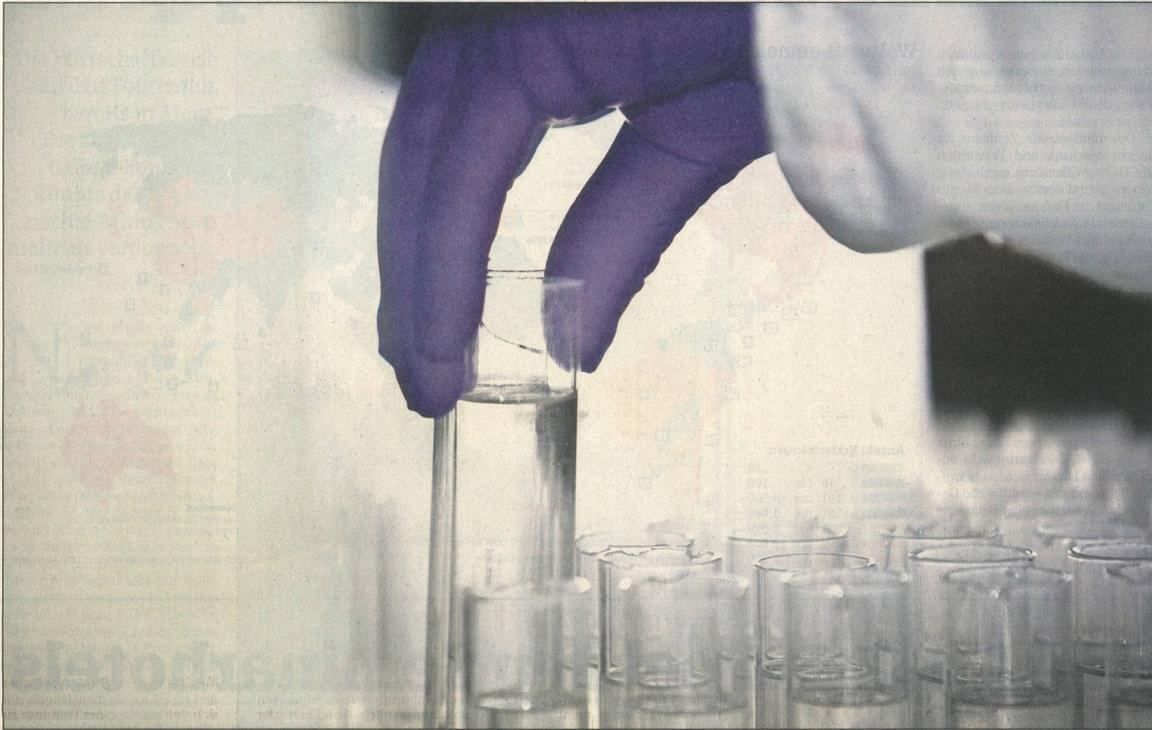
Am 1. August feierte die Gemeinde Kerns (OW) die fast gescheiterten Schweizerinnen und Schweizer.

Sechs Mal hintereinander hatte Obwalden das Spiel «Uri, Schwyz und Untergang» auf Radio DRS 3 bereits gewonnen, als die Jodlerin Nadia Räss für Schwyz die Kohlen aus dem Feuer holte. Sie sicherte ihrem Heimatkanton den Sieg. Bis jetzt haben lediglich Bern und Wallis die akustische Unterstützung, die per Live-Schaltung in die Schweizer Haushalte gelangte, nicht ausgereicht. Die Jagd auf Bern und Wallis scheiterte. Obwalden verlor gegen Schwyz mit einem Punktestand von 14:16.

So war die Sendung auf dem Festareal zu hören, wo Markus Durrer, Obwaldner Kandidat beim fünften Sieg, mit allen Anwesenden für eine gute Stimmung sorgte.

Leider hatte die akustische Unterstützung, die per Live-Schaltung in die Schweizer Haushalte gelangte, nicht ausgereicht. Die Jagd auf Bern und Wallis scheiterte. Obwalden verlor gegen Schwyz mit einem Punktestand von 14:16.

H1N1-Virus. Pandemieplan. Die Branche nimmt die Schweinegrippe ernst. Einen vollständigen Pandemieplan, der auch beinhaltet, wie der Betrieb bei grossen Ausfällen funktionieren soll, gibt es aber kaum.



im Haus. «Sie sind unterwegs», sagt Kai Simon, Kommunikations-Verantwortlicher der Gruppe. Der Pandemieplan sei für das Berner «Bellevue Palace» ausgearbeitet worden, eigne sich aber auch für die drei anderen Häuser der Gruppe. «Falls erforderlich wird er den Besonderheiten jedes Hauses angepasst», so Simon. Der Pandemieplan beinhaltet die hygienischen Massnahmen für die Mitarbeitenden und ihr Verhalten gegenüber Gästen. Wie genau vorzugehen ist, wenn ein Gast krank wäre, sei jedoch nicht Teil des Pandemieplans. Auch nicht festgehalten ist, was zu tun wäre, falls ein grosser Teil der Belegschaft ausfallen würde. «Wir müssten mit einer Notbesetzung den operativen Betrieb aufrecht erhalten», sagt Simon. «Einige können von zuhause aus arbeiten.»

Die Empfehlungen des BAG für Mitarbeiter aufgehängt

Robert Schuler, Gastgeber im Drehrestaurant Stanserhorn, hat bis jetzt einfach die Empfehlungen des BAG ausgedruckt und intern für die Mitarbeitenden sichtbar aufgehängt. «Auf eine externe Platzierung der Merkblätter verzichten wir noch», so Schuler. Er achtet jedoch darauf, dass die Hygienemassnahmen eingehalten werden. Und die Schutzmasken seien bestellt. «Auf den Worst Case sind wir aber noch nicht vorbereitet.»

Das Bundesamt für Gesundheit hat in Zusammenarbeit mit der AG Influenza und dem SECO ein Handbuch «für die betriebliche Vorbereitung» auf die Pandemie erarbeitet. Das Buch kann hier heruntergeladen werden:
www.hotelleriesuisse.ch/pandemie
www.pandemia.ch

Eine Hauptprobe für den Ernstfall rund um die Schweinegrippe gibt es nicht. Aber gute und individuelle Pandemiepläne sind wichtig und könnten einiges vereinfachen.

Pandemiepläne sind rar

Die Schutzmasken sind bestellt und die Hygienevorschriften werden befolgt. Doch individuelle Pandemiepläne sind in der Branche eher selten.

CHRISTINE KÜNZLER/SIMONE LEITNER

Das H1N1-Virus breitet sich aus und kein Ende ist in Sicht. Ob und wann der Peak erreicht ist, darüber kann nur spekuliert werden. Vorbeugen lautet das Motto rund um die Schweinegrippe. Doch wie gut sind die Schweizer Hoteliers, Gastronomen und Touristiker vorbereitet? Eine Umfrage zeigt, dass die Branche zwar gut informiert ist und grundsätzlich die

Pandemie-Vorkehrungen befolgt. Doch ausgefeilte Pandemiepläne mit Worst-Case-Szenarien sind eher eine Seltenheit. Was passiert, wenn beispielsweise zu viele Mitarbeitende krank werden? Lösungen auf diese Option muss jeder Betrieb individuell erarbeiten.

Spital will Kader informieren

Ariane Ehrat, Chefin von Engadin-St. Moritz Tourismus, hat bereits vor zwei Wochen die Präsidenten ihrer Hotellervereine angeschrieben, um mit ihnen Pandemiepläne zu besprechen. Das Spital Oberengadin in Samedan erarbeitet Merkblätter für die ganze Destination. Der Massnahmenplan beinhaltet unter anderem ein Informationsblatt, das Gästen bei

«Auf den Worst Case sind wir aber noch nicht vorbereitet.»

Robert Schuler
Drehrestaurant Stanserhorn

Fragen rund um die Schweinegrippe ausgehängt werden kann. Vorsichtsmassnahmen sowie Informationen über die Vorgehensweise im Verdachtsfall sind ebenfalls Teil des Massnahmenplans. Das Informationsblatt für Gäste ist auf Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch, dasjenige für Mitarbeiter zusätzlich auf Portugiesisch erhältlich. Die Merkblätter werden, sobald das Spital Oberengadin dies veranlasst, allen Leistungsträgern

durch die Tourismusorganisation zur Verfügung gestellt. Zudem will das Spital noch diesen Monat Kadermitarbeiter der Hotels in Sachen Hygiene und Infektoprvention schulen. Für Jürg Mettler, Chef des 3-Sterne-Superior-Hotels Missani

in Celerina, erübrigt sich somit die Erstellung eines eigenen Pandemieplans. «Ich halte mich an diese Merkblätter», sagt Mettler. Auch

Schutzmasken hat er noch keine geordert. «Wir sind Gewehr bei Fuss.» Auch die Victoria-Jungfrau Collection hat noch keine Schutzmasken

SBB Wenn viele Lokführer krank werden, kann der Fahrplan kippen

Die SBB können die drohende Grippewelle nicht auf die leichte Schulter nehmen. Zu viele Menschen sind im Ernstfall von möglichen Einschränkungen betroffen. «Natürlich haben wir ausgefeilte Pandemiepläne, und zwar für die Mitarbeitenden wie für die Passagiere», sagt Reto Kormann, Mediensprecher der SBB. Dennoch, eine Hauptprobe gibt es für keinen Betrieb. Das Spezielle bei den SBB ist, dass Lokführer nicht beliebig ausgetauscht werden können. Das heisst, wenn nun im Tessin Not am

Mann oder der Frau ist, kann ein Lokführer von Genf nicht einspringen. «Diese Fachleute brauchen Fahrzeug- und Streckenkompetenz und sind daher nicht austauschbar», so Kormann. Mit anderen Worten: Keine Pensionierten, keine temporären Mitarbeitenden – die SBB muss anders reagieren: Im Notfall wird der Fahrplan reduziert, beispielsweise von einem halbstündigen Taktfahrplan auf einen stündigen. «Wir gehen davon aus, dass die Passagierzahlen dann auch zurückgehen werden.» sfs

Das H1N1-Virus und die Folgen

Haben die Betriebe einen Pandemieplan?

Seite 7

Welche Länder sind vom Virus betroffen?

Seite 8

Wie wirkt sich die Pandemie auf die Branche aus?

Seite 9

Werden frische Lebensmittel knapp?

Seite 10

Wie kann sich ein Betrieb schützen?

Seite 11

htr-online
www.htr.ch/fokus

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

happy Qualität
Fachwissen und Erfahrung von über 100 Jahren.

happy systems™
I wett I hett es happy-Bett.

www.domatic.ch

Das Domatic Hotel-Komplettprogramm

- Minibars
- Särfen
- Komfortausstattung
- Weiterempfehlungen
- Tür-Sicherheits-Schliesssysteme

Jetzt kostenloses Katalog anfordern!
info@domatic.ch

Domatic Switzerland AG
Riedackerstrasse 7a | 8153 Rümlang
Tel: 0 44 81 87171 | Fax: 0 44 81 87191

Neue Gäste? Finden Sie bei uns!

CHF 99.00 für 4 Wochen
Onlinepräsenz

Ihre «hotel specials» auf www.swisshotels.com

hotelleriesuisse
Telefon 031 370 42 26
hotelspecials@hotelleriesuisse.ch

Gemeinsam
ÜBER FÜHRUNG
diskutieren

Nachdiplomstudium HF
Hotelmanagement

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

hotelfachschule thuri
Hotels, Gastronomie & Events

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

H1N1-Virus. Verbreitung. Das Virus hat alle Länder erreicht. Und es gibt täglich neue Fälle. In der Schweiz und Liechtenstein sind es über 500 laborgetestete H1N1-Infizierte.

Alle Länder sind betroffen

Das H1N1-Virus verbreitet sich in Windeseile. Die WHO publiziert nicht mehr täglich Updates mit aktuellen Zahlen. Sie tut dies nur noch in grösseren Abständen.

CHRISTINE KÜNZLER

Die epidemiologischen Lagedaten der WHO (World Health Organization) erlauben es nicht mehr, mit genügender Präzision diejenigen Länder zu bezeichnen, in denen im Vergleich zur Schweiz ein erhöhtes Ansteckungsrisiko besteht, schreibt das Bundesamt für Gesundheit (BAG) auf seiner Homepage. Deshalb verzichtet das BAG darauf, eine Liste mit Ländern und Gebieten mit erhöhtem Aufkommen des H1N1-Virus zu publizieren. Personen, die

sich im Ausland aufhalten, müssten damit rechnen, einem im Vergleich zur Schweiz erhöhten Ansteckungsrisiko ausgesetzt zu sein, heisst es weiter.

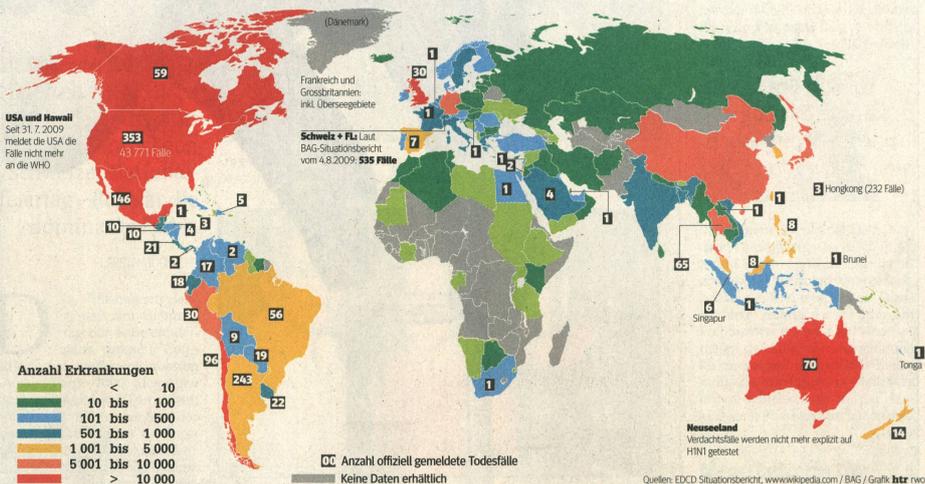
Das Europäische Zentrum für Infektionsschutz und Prävention (ECDC) veröffentlicht regelmässig einen aktualisierten Bericht zur Situation in Europa (siehe angegebene Link). Wie schwierig es ist, sich einen Überblick zu verschaffen, zeigt die Tatsache, dass auf der Homepage des ECDC die Anzahl der H1N1-Erkrankten in Europa und den EFTA-Ländern am letzten Montag bereits mit 26513 angegeben ist – dies sind rund 10000 Erkrankte mehr als die WHO am 27. Juli (16556 Grippefälle).

«Die Pandemie verbreitet sich in ganz Europa. Die Situation ist eine Herausforderung, aber wir können sie bewältigen», sagt Zsuzsanna Jakab, ECDC-Direktorin. «Alle europäischen Länder werden betroffen sein und das wird für die Gesundheitssysteme eine Belastung darstellen.»

www.ecdc.europa.eu

Weltweit gemeldete Erkrankungen mit dem A/H1N1-Virus

Stand: 4. August 2009, 17 Uhr / offiziell gemeldete Erkrankungs- und Todesfälle



Noch keine Absagen bei den Seminarhotels



Seminarhotels haben vorgesorgt.

Im Seminarhotel versammeln sich viele Gäste auf kleinem Raum. Die Gefahr, sich anzustecken, ist hier besonders gross. Noch sind deswegen keine Absagen eingetroffen.

CHRISTINE KÜNZLER

Abmeldungen hat das 3-Sterne-Superior-Seminarhotel Sempachersee in Nottwil bis zu diesem Zeitpunkt noch keine erhalten, wie Di-

rektor Remo Fehlmann auf Anfrage sagt. «Im Gegenteil, für uns läuft es im Moment gut, weil viele Organisatoren vom 4-Sterne-Hotel in ein 3-Sterne-Hotel wechseln.»

Fehlmann geht nicht davon aus, dass sein Haus bei einer möglichen Epidemie stark betroffen wäre. «90 Prozent unserer Gäste kommen aus der Schweiz. Damit ist das Risiko geringer als in Businesshotels in der Stadt, deren Gäste aus verschiedenen Ländern anreisen», gibt der Hoteldirektor zu bedenken.

Vorgesorgt hat er aber trotzdem: Mit einem Pandemieplan, mit

Schutzmasken und einer Epidemievorsicherung, die er vor Jahren abgeschlossen hatte. «Oft hinterfragten wir den Sinn dieser Versicherung. Doch möglicherweise wird sie sich jetzt als unternehmerische Weitsicht erweisen.» Die Versicherung bezahlt aber nur den Betriebsausfall während einer Epidemie und nicht wenn Hotelgäste annullieren.

Auch Fritz Wüthrich, Direktor des Mövenpick-Hotels in Egerkingen, hat bis zu diesem Zeitpunkt noch keine Annullierungen von Seminaren und Meetings erhalten.

«Doch wir rechnen damit», erklärt Wüthrich gegenüber der htr hotelrevue. «Wie viele das sein werden, ist schwer abzuschätzen. Noch wissen wir nicht, was Hysterie und was wirklich Sache ist», führt der Hoteldirektor aus.

Die Annullationskosten für Seminare berechnet Wüthrich von Fall zu Fall. Normalerweise bezahlt der Gast 50 Prozent bei einer Kündigung 60 Tage vor dem Termin, 80 Prozent bei 30 Tagen und 100 Prozent bei sieben Tagen. «Wenn wir die Seminarräume weiterverkaufen können, rechnen wir dem Orga-

nisator die Annullationskosten an, wenn er später bei uns bucht», erklärt Wüthrich. Anders ist die Situation bei den Zimmerpreisen: Annulliert der Hotelgast 48 Stunden im Voraus, bezahlt er noch 50 Prozent des Preises.

Einen Pandemieplan, habe das «Mövenpick» bereit gestellt. «Wir beginnen jetzt, unsere Mitarbeitenden auf die Schweinegrippe zu sensibilisieren.» Bei der Information seines Teams halte er sich, sagt Wüthrich, vor allem an die die Merkblätter, die hotelleriesuisse ausgearbeitet habe.

ANZEIGE

Der Schweizer 
Snackspezialist
vereint Tradition und Innovation.

Unser Sortiment an ausgewählten, frisch produzierten Snacks ist perfekt abgestimmt auf die Bedürfnisse der heutigen Zeit. Der Produzent der Toast Master Spezialitäten, Romer's Hausbäckerei AG, ist Garant für konstante Qualität, eine lückenlose Servicekette sowie ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis.

Verlangen Sie unsere Produktdokumentation:
Telefon 055 293 36 55, info@toastmaster.ch, www.toastmaster.ch

Toast · Master

swiss  snacks



Focaccia mit Trutenfleisch, Basilikum und Käse gefüllt

TMC/CP

H1N1-Virus. Tourismus. Von allen Branchen dürfte der Tourismus von einer möglichen Pandemie am stärksten betroffen sein, sagt die KOF. Imageschäden für das Ferienland Schweiz könnten die Folge sein.

Grippevirus verstärkt Krise

Die Wirtschaftskrise hält den Tourismus bereits in Atem. Die angekündigte Grippe-Epidemie könnte das Logiernächte-Minus noch mehr als verdoppeln.

GU DRUN SCHLENCZEK

N och merkt man im Tourismus kaum etwas von der Schweinegrippe. «Beim Buchungsverhalten spüren wir im Moment nichts», kommentiert Hans Koch, Hoteldirektor des «Palace» in Luzern. Sogar wieder besser als im Frühsommer geht es den stark von internationaler Kundschaft abhängigen Jungfernbahnen. Im Mai hagelte es noch Annullierungen seitens der für gesundheitliche Risiken besonders sensiblen japanischen Gästen. «Seit Anfang Juni registrieren wir keine Annullierungen mehr», so Mediensprecher Simon Bickel. Gemäss Schweiz Tourismus haben dieses Jahr bislang an die 15 Prozent der japanischen Gäste ihre Reise in die Schweiz annulliert.

«So hat das der Schweizer Tourismus noch nicht erlebt»

Doch es ist wohl eher die Ruhe vor dem Sturm. Denn gemäss dem Bundesamt für Gesundheit ist im Herbst definitiv mit einer Schweinegrippe-Pandemie zu rechnen. «In dieser Form hat das der Schweizer Tourismus noch nicht erlebt», mutmasselt Daniela Bär von Schweiz Tourismus. Deshalb schätzt Bär, dass die Gäste mit Buchungen für ihre Herbstferien tendenziell zuwarten werden. «Die bereits durch die Wirtschaftskrise verstärkte Kurzfristigkeit bei den Buchungen wird sich durch die zu erwartende Grippe noch verstärken», meint die ST-Mediensprecherin. «Wahrscheinlich wird der Tourismus von der Schweinegrippe am stärksten betroffen sein», schätzt Richard Eter von der KOF Konjunkturforschungsstelle.



Die Grippe-Epidemie soll im Herbst kommen. Es ist damit zu rechnen, dass viele ihre Herbstferien deshalb noch kurzfristiger als sonst buchen oder gleich zu Hause bleiben.

turforschungsstelle der ETH Zürich. Aufgrund der Abhängigkeit vom ausländischen Markt und der Termingebundenheit bei Ferien, Veranstaltungen und Co.

Matchentscheidend für den Tourismus wird also unter anderem sein, wann genau die Grippewelle über das Land rollt. Trifft diese genau die Schul-Herbstferien im September und Oktober? Dann würden vor allem Anbieter von Familienferien leiden. Denn die Schulferien sind nicht verschiebbar. Marcel Perren von Luzern Tourismus wiederum bangt um die Monate August und September: «Die Auswirkungen der Grippe im Oktober oder November wären für uns weniger schlimm.»

«Imageschäden, die sich bis Mitte nächsten Jahres auswirken»

Vor allem den psychologischen Effekt aufgrund der vielen Negativmeldungen in den Medien stuft man bei hotelleriestuisse als folgenreicher ein. «Eine solche Grippewelle könnte dem Schweizer Tourismus Imageschäden bescheren, die sich bis Mitte nächsten Jahres auswirken», prognostiziert Thomas Allemann, Mitglied der Geschäftsleitung. «Verheerend» würde die Situation, wenn die ersten Betriebe aufgrund von Personalmangel oder ähnlichem

Fachleute des Bundesamtes für Gesundheit gehen von einer Zeitdauer der Schweinegrippe-Pandemie von rund 12 Wochen aus, wobei die Spitze so 4 bis 6 Wochen dauern dürfte. Ebenfalls schätzt man heute, dass rund ein Viertel der Bevölkerung betroffen sein wird. Bei den Buchungen könnte es jedoch jede zweite treffen, da die meisten Gäste ja nicht allein anreisen: Rechnet man das auf den Mittelwert der Monate September und Oktober hoch und geht davon aus, dass der deutsche Markt ähnlich betroffen ist, könnte das die Schweizer Hotellerie rund 30 000 Logiernächte oder an die 8 Prozent der Gesamtlogiernächte (berechnet auf Basis der Zahlen des Bundesamtes für Statistik 2008) kosten. Das ist mehr als die Wirtschaftskrise: dies bezüglich erwartet Schweiz Tourismus ein Minus von 5 bis 7 Prozent.

Für die Gesamtwirtschaft der Schweiz errechnete die KOF einen Wertschöpfungsausfall von 2,6 Mrd. Franken – allein durch den Personal- und damit bedingten Angebotsausfall. «Nicht die medizinischen sondern die personellen Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt werden bei dieser Grippe im Vordergrund stehen», ist Hans Gerber, Kantonsarzt in Bern, überzeugt. Noch nicht kalkuliert ist bei der KOF-Hochrechnung der Nachfrageausfall zum Beispiel in der Hotellerie und Restauration.



«Der Tourismus wird von der Schweinegrippe am stärksten betroffen sein.»

Richard Eter
KOF Konjunkturforschungsstelle

abschreckende Wirkung auf dem Gästemarkt. Thomas Allemann: «Spätestens dann wäre für den Kunden klar: Die Schweinegrippe ist in der Schweiz angekommen.»

Der Betrieb selbst kann in solchen Fällen zwar Kurzarbeit anmelden und wird vom Bund entsprechend entschädigt. Doch die Fixkosten bleiben: Ein Betriebsausfall von vielleicht zwei bis drei Wochen reist nicht nur beim Umsatz ein Loch in die Kasse, auch der Gewinn würde deutlich geschmälert. Die

Ein zeitliches Zusammenfallen von Personalausfall mit möglicher Kurzarbeitsentschädigung und das Fernbleiben der Gäste könnte die Situation für den einzelnen Betrieb entschärfen. Hans Gerber empfiehlt, kranke Mitarbeiter auf jeden Fall nach Hause zu schicken, auch wenn sie «unter normalen Umständen nicht mal zum Arzt gehen würden». Denn: «Kranke Mitarbeiter sind in dieser Situation schlecht fürs Image eines Betriebes.»

Wenn höhere Gewalt im Spiel ist

Pandemische Grippe führen zu Annullationen. Eine Versicherung dagegen gibt es nicht. Das Risiko trägt der Hotelier. Nur bei längeren Aufenthalten könnte der Gast schadenersatzpflichtig werden.

GU DRUN SCHLENCZEK

Im Pandemiefall gibt es für den Betrieb grundsätzlich zwei Extremszenarien: Entweder der Gast kommt nicht und die Leistung wird somit nicht nachgefragt, oder das Personal fällt so weit aus, dass die Leistung nicht sichergestellt werden kann. Im ersten Fall ist der Gast nicht schadenersatzpflichtig, wenn die Pandemie selbst dem Gast die Anreise verunmöglichte. Das ist rechtlich gesehen dann ein Akt «höherer Gewalt», der nicht nur den Gast von seinem Buchungsvertrag



Der Arbeitnehmer darf nicht einfach zu Hause bleiben, aus Angst sich anzustecken. Zumindest solange keine offizielle behördliche Anweisung vorliegt. Er braucht nach wie vor ein Attest eines Arztes.

befreit, sondern auch eine etwaige Annullationsversicherung von der Zahlung entbindet, da bei fast allen Reiseversicherungen der Pandemiefall ausgeschlossen ist. Zu Hause bleiben darf der Gast nicht nur

dann, wenn er selbst erkrankt ist, sondern auch, wenn er in ein mit Grippe «verseuchtes» Hotel nicht möchte. Wurde eine Anzahlung geleistet, muss der Hotelier diese zurückerstatten. Hat der Gast jedoch

einen längeren Aufenthalt gebucht, sieht die Rechtslage anders aus: Ist die Anreise beispielsweise bei einem zweiwöchigen Aufenthalt später möglich, so muss der Gast das auch wahrnehmen. Reist er nicht

Fakten Informationen und Versicherungen

Die Rechtsberatung von hotelleriestuisse hat rund um die Annullationsmodalitäten und die Pflichten des Arbeitgebers im Zuge einer Grippe-Pandemie Merkblätter und Informationen zusammengestellt. Man kann sich auch gegen die betrieblichen Ausfälle versichern lassen: Epidemievericherungen bieten zum Beispiel AXA Winterthur oder die Basler Versicherungen. gsg

www.hotelleriestuisse.ch/pandemie

an, obwohl er könnte, wird er schadenersatzpflichtig.

Wird der Hotelgast während des Aufenthalts krank, muss der Hotelier ihn beherbergen und könnte gar verpflichtet werden, dem Kran-

ken Gast noch über den gebuchten Zeitraum hinaus ein Zimmer zu offerieren. Zahlen muss der kranke Kunde seinen Aufenthalt selbst.

Gut beraten ist der Hotelier, der die behördlichen Anweisungen, wie jene des Bundesamtes für Gesundheit, befolgt: Falls sich der Gast im Hotel ansteckt, weil der Hotelier zum Beispiel versäumt hat, das Personal mit Schutzmasken auszurüsten, wird er schadenersatzpflichtig. Muss der Hotelier seinen Betrieb ganz schliessen, weil ein Grossteil seiner Mitarbeiter erkrankt ist oder die Versorgung aufgrund von Lieferengpässen nicht sichergestellt ist, ist der Hotelier bei einer Pandemie nicht schadenersatzpflichtig.

ANZEIGE

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

H1N1-Virus. Nahrungsmittel. Im Falle einer Pandemie könnte es einen Engpass bei Gemüse und Obst geben. Ob tiefe Lagertemperaturen die Viren abtöten könnten, wird noch abgeklärt.



Das Schweinegrippevirus überlebt vier Tage auf der Frischware. Unter normalen Bedingungen. Wie es im Kühlraum aussieht, wird zurzeit abgeklärt.

Verpackung der Frischware habe aber klare Grenzen, gibt Nicolas Fellay zu bedenken. Einerseits auf der Kostenseite: «Verpackte Ware ist teurer, der Restaurateur ist kaum bereit, das zu zahlen.» Andererseits produktionstechnisch. Fellay: «Die Lieferanten wären maschinell gar nicht gerüstet, um alles einzeln zu verpacken.» Ein etwaiges Verbot des Offenverkaufs läge im Epidemiefall in der Kompetenz der Kantone. Auf Bundesebene sind zurzeit verschärfte Vorschriften im Lebensmittelbereich nicht angedacht.

Eng werden könnte es aber auch bei anderen Produkten. Deshalb versuchen Firmen, sich mit speziellen Liefervereinbarungen abzusichern. Zum Beispiel SV Schweiz. Der Caterer hat für eine Woche einen Pandemie-Mentiplan ausgearbeitet. «Die entsprechenden Lebensmittel sind bei unseren Lieferanten reserviert», so Mediensprecherin Stephanie Steinmann. Bei Le Patron in Böcken, Lieferant für Detailhandel, Gemeinschafts- und Systemgastronomie, steht bereits



Heinrich Bucher von Proviande erwartet keinen Notstand.

Bei Frischem wird's eng

Im Pandemiefall ist der Offenverkauf besonders betroffen. Könnten tiefere Lagertemperaturen das Risiko senken?

GUDRUN SCHLENZKE

Im Pandemiefall könnte es eng werden bei der Beschaffung von Lebensmitteln. Dann wenn Produktions- oder Verarbeitungsbetriebe auf

grund von Personalausfällen oder fehlender Rohware nicht mehr in der Lage wären, ihre Lieferungen zu garantieren. «Bei einer explosionsartigen Ausbreitung der Grippe könnte es beim Gemüse Engpässe geben – aber nicht schlimmer als bei Milch oder anderen Produkten», schätzt Nicolas Fellay, Direktor des Verbands Schweizerischer Gemüseproduzenten. Keinen direkten Notstand erwartet Heinrich Bucher, Direktor Proviande, allerdings beim Fleisch: «Zurzeit übersteigt das Angebot die Nachfrage.» Besonders betroffen sind Produkte im Offenverkauf, wie Obst und Gemüse, die laufend einer

möglichen Kontamination durch das Schweinegrippevirus ausgesetzt sind. Denn die Virengattung Influenza A kann bis zu vier Tage auf der Ware überleben. Das ist lange für Frischprodukte wie Salat oder Beeren.

Die vier Tage gelten aber unter «normalen» Bedingungen. Wie es unter Kühlbedingungen aussieht, unter denen Obst und Gemüse bei Produzent und Grossist oder Grossverbraucher gelagert werden, das versucht Fellay zurzeit abzuklären. Falls sich die Überlebensdauer des Virus bei den im Gewerbe üblichen Lagertemperaturen zwischen vier und zehn Grad merklich verringert,



Nicolas Fellay, Verband Schweizerischer Gemüseproduzenten.

könnte sich Fellay durchaus vorstellen, eine Empfehlung an die Einkäufer abzugeben, die Ware noch die nötige Zeit bei diesen Kühltemperaturen liegen zu lassen und erst dann zu verarbeiten.

Schon heute sind bei Prodega Cash & Carry in Moosseedorf die meisten Plastikharren für Gemüse und Obst mit einer durchsichtigen Folie als Spuckschutz abgedeckt. In rund zwei Wochen soll diese Vorsichtsmaßnahmen durchgängig eingeführt werden. Auch bei Cash & Carry in Gossau schätzt man, dass sich das Angebot im Pandemiefall von offener zu verpackter Ware verschieben wird. Die

ein 2-Wochen-Mentiplan für die Schweinegrippe mit eingeschränkter Auswahl. «Wir konzentrieren uns auf die Leaderprodukte», erklärt Giulio Guadagnin, Mitglied der Geschäftsleitung. «Wir könnten portioniert bis an den Arbeitsplatz liefern.» Für Aurelio Wertstein von Bischofszell sind solche Szenarien noch etwas verfrüht: «Wir wissen ja heute noch gar nicht, bei welchen Produkten die Engpässe entstehen.»

Bereits knapp ist das Angebot an Schutzmasken. «Der vom BAG empfohlene Mundschutz ist im Moment weltweit nicht verfügbar», weiss Bruno Horisberger von Prodega. Der Anbieter will demnächst Sortimentsblätter mit spezifischen Hygieneartikeln im Internet aufschalten. Präventiv.

In Aktion bei Ihrem Getränkehändler vom 10. bis 28. August 2009
En action chez votre grossiste en boissons du 10 au 28 août 2009

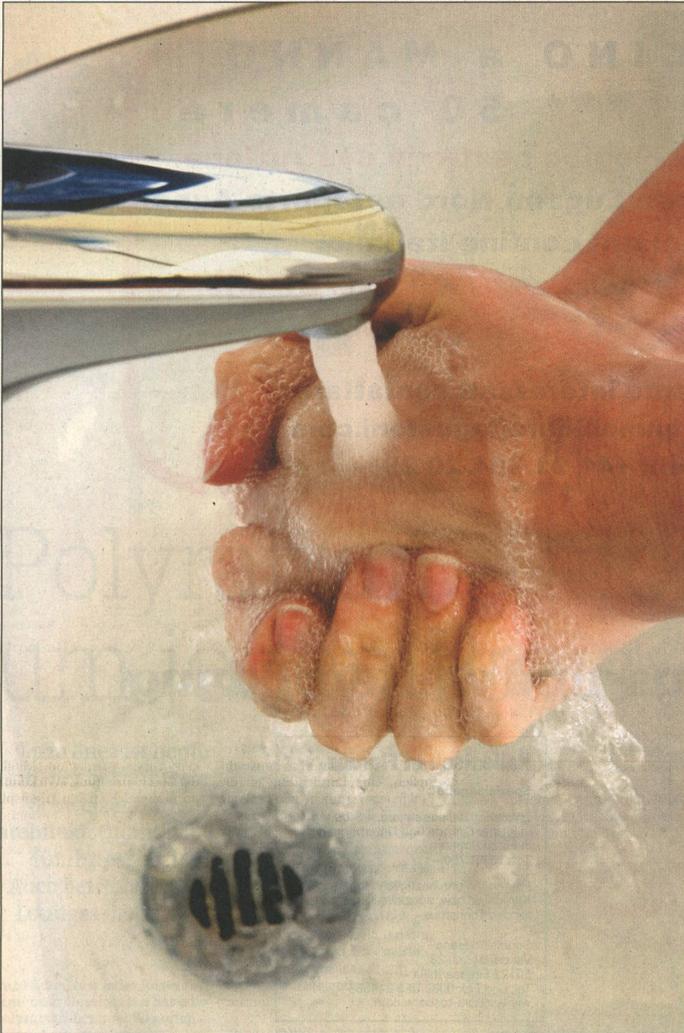
Coca-Cola

NEU NOUVEAU

Nestlé Lemon & Peach 0,25 Glasflasche CHF 0.10 Discount pro Flasche/par bouteille	Nestlé Lemon, Peach, Red Fruit Nestlé Berry, Orange 0,25 PET CHF 0.33 Discount pro Flasche/par bouteille	Fanta Orange & Sprite 0,25 Glasflasche CHF 0.10 Discount pro Flasche/par bouteille	Fanta Orange, Mango, Zero Sprite, Zero Kinley Berry Lemon 0,25 PET CHF 0.10 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Classic, Naturale 0,33 PET CHF 0.10 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Classic, Naturale 0,33, 0,5, 0,75 Glasflasche Diamond Naturale CHF 0.15 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Classic, Naturale 1,5 PET CHF 0.20 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Vito 0,25 PET CHF 0.20 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Vito 1,5 PET CHF 0.23 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Vito 0,25 PET CHF 0.10 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Vito 1,5 PET CHF 0.23 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Vito 0,25 PET CHF 0.10 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Vito 1,5 PET CHF 0.25 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Vito 0,25 PET CHF 0.10 Discount pro Flasche/par bouteille	Valser Vito 1,5 PET CHF 0.25 Discount pro Flasche/par bouteille
---	---	--	--	---	--	--	--	---	--	---	--	---	--	---

Bestellungen direkt bei Ihrem Getränkehändler oder bei Coca-Cola Beverages AG / Commandez directement chez votre grossiste en boissons ou chez Coca-Cola Beverages SA
www.cokeonline.ch Customerline: 0848 26 22 26

H1N1-Virus. Vorbeugen. Mit gewissen Verhaltensregeln und Hygienemassnahmen kann man sich gegen eine Ansteckung schützen. Wenn ein Gast erkrankt, gelten besondere Vorsichtsmassnahmen.



Regelmässig und gründlich mit Seife die Hände waschen, das macht Grippeviren den Garaus.

Vorbeugen mit Hygieneknigge

Wie ein paar zusätzliche Hygieneregeln im Hotelbetrieb schützen und nützen.

SULAMITH EHRENSPERGER

Welches Ausmass die Schweinegrippe annimmt, bleibt Spekulation. «Wie an der Börse gilt: Was heute ist, gilt nicht für morgen», sagt Andreas Widmer, Infektiologe Universitätsspital Basel. Dennoch: Wer eine Reihe Verhaltensregeln einhält, kann das Ansteckungsrisiko verkleinern.

Die Ansteckungssituationen im Hotelbetrieb kennen

Das H1N1-Virus überträgt sich durch Niesen, Husten und Sprechen, wie über direkten Körperkontakt. «Ein Concierge im Kundenkontakt ist ansteckungsgefährdeter als eine Raumpflegerin», erklärt Widmer, «zur Begrüssung den Hut ziehen, wie in alten Zeiten, ist sicherer als ein Händedruck.»

Eine weitere Übertragungssituation: Menschenansammlungen auf engem Raum, wie eine Liftfahrt mit niesenden Personen. «Einen Meter Abstand nehmen wäre das beste Rezept. Leider geht das nicht in jeder Situation», so Widmer.

Auch indirekt kann das Virus weitergegeben werden: über Oberflächen, Treppengeländer oder Rezeptionstheke. «Wenn es zugleich

feucht ist, kann das Virus ein paar Stunden überleben», erklärt Beda Stadler, Professor für Immunologie der Universität Bern. Das Virus überträgt sich durch Mund, Nase und Augen. Stadler empfiehlt: «Das eigene Gesicht so wenig wie möglich berühren und sich selbst im Alltag beobachten.»

Verhaltensregeln und Hygiene

Die wichtigste Regel: «Wer Grippe-symptome hat, bleibt zu Hause», so Stadler, «einen Gast mit rotem Kopf, glasigen Augen, Schweißperlen auf der Stirne schickt man schon an der Réception direkt zum Arzt.»

Eine weitere Verhaltensregel: häufiges Händewaschen, bestenfalls mit Flüssigseife. Handflächen, Fingerzwischenräume und Fingerkuppen gründlich einreiben und abspülen. Fürs Abtrocknen besser ein Papiertuch benutzen, nicht an einem Handtuch abreiben. Mittels Flyer können Hotelgäste dezent auf Handhygiene hingewiesen werden.

Eine mustergültige Handhygiene ist auch in der Küche wichtig: Durch die Zubereitung von Speisen kann das Virus weitergegeben werden. Concierges, Buffetmitarbeitenden und weitere Mitarbeitern in engem Kundenkontakt empfehlen

Hygieneexperten, eine kleine Flasche Desinfektionsmittel auf sich zu tragen. Wer auf Nummer sicher gehen will, wäscht sich auch nach dem Kontakt mit Geld die Hände. Mit unsauberen Händen kann ein Barkeeper das Virus beim Mixen übertragen – über das Glas, nicht über den Drink: «Alkohol tötet das Virus», so Stadler.



«Zur Begrüssung den Hut ziehen, wie in alten Zeiten, ist sicherer als ein Händedruck.»

Andreas Widmer
Infektiologe Universitätsspital Basel

Information nutzen und schützt

Auch Wissen schützt. Deshalb: Mitarbeiter über die Entwicklung der Pandemie informieren – und Hotelgäste mittels Information an der Réception auf dem Laufenden halten. Zudem gibt Infektiologe Widmer zu bedenken: «Ich würde Eltern darauf hinweisen, dass

Orte wie die Spielecke nicht täglich desinfiziert werden können.»

Um im Ernstfall angemessen zu handeln: wichtige Telefonnummern wie auch die medizinische Versorgung organisieren. «Im Pandemiefall sind alle Ärzte überlastet, deshalb würde ich schon jetzt mit einem Hausarzt eine Lösung suchen.» Ebenfalls zur Vorbereitung gehört die Anschaffung von Hygienemasken: 50 Stück pro Person.

www.who.int/gpsc/5may/How_To_HandWash_Poster.pdf

Grippegäste im Zimmer? Maske auf!

Ein Gast zeigt Symptome von Schweinegrippe. Was tun? Wenige Verhaltensregeln helfen, im Ernstfall angemessen zu handeln.

SULAMITH EHRENSPERGER

Wenn sich ein Hotelgast über Unwohlsein beklagt, stellt sich zurzeit eine Frage: Hat ihn das Schweinegrippevirus erwischt? Fiebermessen ist der erste Schritt, erklärt Andreas Widmer, Leiter Task Force Schweinegrippe am Universitätsspital Basel: «Fieber von mindestens 38 Grad ist das wichtigste Symptom.» Widmer schlägt deshalb vor, an der Réception einen Fieberthermometer bereit zu halten. Besonders gefährdet sind Schwangere: «In solchen Fällen empfehle ich dringend einen Arztbesuch, da Schwangere ohne Therapie innert Stunden Atemnot bekommen können», gibt Widmer zu bedenken.

Weitere Symptome der Grippe: Halsschmerzen, Schnupfen, Husten, sowie Schüttelfrost, Kopf- oder Gelenkschmerzen. Doch nicht jeder Gast, der sich krank fühlt, kann

an der Réception auf Grippe hin untersucht werden. Experten raten deshalb, Informationsblätter mit wichtigen Kontaktadressen und Telefonnummern aufzulegen.

In einem zweiten Schritt soll man den kranken Gast auffordern, die restliche Aufenthaltszeit im Zimmer zu bleiben. «Grippekranke muss man so rasch wie möglich isolieren», bestätigt Widmer. Im Klartext: Zimmerstunde bis auf Weiteres. Widmer: «Solange Symptome vorhanden sind, besteht die Gefahr einer Ansteckung». Hotelmitarbeitende sollten unverzüglich über den Schweinegrippefall informiert werden – insbesondere Mitarbeitende, die für Zimmerreinigung und Roomservice zuständig sind. Dem Schweinegrippevirus wurde eine Inkubationszeit von sieben Tagen nachgewiesen. Das bedeutet: Auch an Grippe erkrankte Mitarbeiter sollten während mindestens einer Woche zu Hause bleiben.

Wie umgehen mit einem erkrankten Gast im Hotelzimmer? Personen, die in direktem Kontakt zu ihm stehen, wird empfohlen, sich mit Einweghandschuhen und einem Mundschutz zu schützen. Doch selbst ein Schutz vor dem Mund ist noch keine Garantie: «Das



Wird ein kranker Hotelgast versorgt, sollten danach alle Berührungsflächen desinfiziert werden.

Virus kann auch über die Augen aufgenommen werden», führt Marco dalla Valle, Hygieneberater am Kantonsspital Winterthur aus.

Wird ein erkrankter Gast mittels Roomservice versorgt, empfiehlt der Hygienespezialist, einen Ser-

vierboy einzusetzen. «Dieser kann ins Zimmer geschoben oder vor der Türe platziert werden», erläutert der Hygieneberater, «wichtig ist, dass nach dem Einsatz alle Berührungsflächen mit Hilfe von Desinfektionsmitteln gereinigt werden.»

Nach der Reinigung müssen die verwendeten Einweghandschuhe entsorgt werden. Das Geschirrl sollte auf direktem Weg in die Küche gebracht – und in die Spülmaschine gelegt werden. Eine Wäsche bei 60 Grad überlebt das Virus nicht.

Auch bei der Zimmerreinigung gelten die Hygieneregeln: Reinigen nur mit Schutzmaske und Handschuhen. Flächen wie Nachttisch oder Türgriffe, aber auch diejenige in Nasszellen, mit Desinfektionsmittel säubern. Dalla Valle: «Diese wirken innerhalb von zwei Minuten». Das Hotelzimmer gut durchlüften. Für die Reinigung von Wäsche und Textilien reicht ein Routineverfahren.

Zu zusätzlichem Handdesinfektionsmittel rät das Bundesamt für Gesundheit (BAG) zurzeit nicht generell. «Für die betriebliche Vorbereitung auf eine Pandemie haben wir aber Empfehlungen ausgearbeitet, die jeder Hoteller selber so umsetzen sollte, wie dies für seinen Betrieb nötig ist», sagt Valentin Lager vom Staatssekretariat für Wirtschaft. Für die Verwendung von Desinfektionsmittel wird ein alkoholhaltiges Produkt empfohlen.

Keine speziellen Massnahmen – ausser den generellen Hygieneregeln – braucht es derzeit in Saunen, Schwimmbädern und Wellnessbereichen. «Wir geben keine allgemeinen Empfehlungen heraus», sagt BAG-Sprecher Jean Louis Zürcher, «ausser: Wer krank ist, soll unbedingt zu Hause bleiben.»

liegenschaften

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
seit 35 Jahren

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

Wir sind die Drehscheibe
für interessante Betriebe

Wir sind auch die Spezialisten für:

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

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

189-96

IN TICINO a MANNO HOTEL * * * * 50 camere

Moderno ed ecologico centro in costruzione.
**Uscita autostrada Lugano Nord aeroporto Agno,
15 Km dal confine italiano.**
Zona intensa di Business, Congressi e Turismo.
In vendita o affitto o gestione.

Seramente interessati contattare:
e-mail: immobiliare@agustoni.com
tel.: +41 91 604 20 29

3395-1176

Stadt Zürich
Liegenchaftsverwaltung

Restaurant Ziegelhütte

Die traditionelle Wirtschaft



oberhalb von Zürich – Schwamendingen
zu vermieten, per 1. Januar 2010

RESTAURANT «Ziegelhütte» an der Hüttenkopfstrasse 70, 8051 Zürich

Die «Ziegelhütte» nimmt als traditionelle Gastwirtschaft einen wichtigen Stellenwert im Schwamendinger Quartierleben ein und ist ein bekanntes Ausflugsziel für die Bevölkerung der Innenstadt und des Glattals. Der Gasthof liegt oberhalb des Ortskerns von Schwamendingen und ist zu Fuss oder mit dem Auto schnell erreichbar.

Das beliebte Ausflugsrestaurant wird von einer breiten Bevölkerungsschicht und den ansässigen Vereinen für ihre Veranstaltungen rege benutzt. Für die Quartierbevölkerung ist die «Ziegelhütte» ein beliebter Treffpunkt, wo man gutbürgerlich essen und Bankette sowie Familien- und Firmenanlässe durchführen kann.

Den neuen Wirtsleuten wird die Gelegenheit geboten, ein eigenes Gastronomie- und Betriebskonzept, welches an die Tradition des Betriebes anknüpft und dessen einmalige Lage berücksichtigt, zu verwirklichen.

Der Betrieb wird in den nächsten zwei Jahren vollumfänglich renoviert, wobei auf eine Schliessung während der Sanierungszeit verzichtet werden soll.

Die Liegenschaft umfasst folgende Räumlichkeiten:

- Quartierrestaurant ca. 70 Sitzplätze
- Bauernstube ca. 30 Sitzplätze
- Saal im 1. OG. ca. 90 Sitzplätze
- Gartenterrasse ca. 120 Sitzplätze
- Trinkhalle mit Sommerbuffet und 3 Kegelbahnen
- 4 Zi-WG. und 3 Personalzimmer (separater Mietvertrag)
- Gästeparkplätze

Weitere Information sowie eine ausführliche Dokumentation erhalten Sie bei:

Stadt Zürich Tel. 044 412 53 66
Liegenchaftsverwaltung martin.baumann.lvz@zuerich.ch Fax 044 412 53 59

3437-1791

aus- und weiterbildung

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

1532-589

KOMPAKTES WISSEN
FÜR GASTROPROFIS

**DAS
INTENSIV-
SEMINAR
VON GASTROSUISSE**

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

WEITERE
INFORMATIONEN?
GastroSuisse
Berufsbildung
9046 Zürich
T 0848 377 111
F 0848 377 112
weiterbildung@
gastrouisse.ch
www.gastrouisse.ch

Mit International anerkanntem
Zertifikat WSET® Level 3
10 Seminare, 112 Prüfungstag,
berufsbegleitend, CHF 2'950.–

GASTRO_SUISSE

24731

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

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

hoteljob.ch



Bio-Obst

Im Hotel Theiner's Garten in Gargazon im Südtirol ist alles biologisch, nicht nur das Obst.
Seite 17



Polyrattan – nicht um jeden Preis

Enzo Enea ist heute wohl der bekannteste Schweizer Gartenarchitekt. Qualität ist für ihn essenziell. Auch bei Polyrattan-Lounges im Garten.

SIMONE LEITNER

Enzo Enea, fast jeder Restaurant- oder Hotelgarten hat eine Polyrattan-Lounge. Wie wichtig ist deren Qualität? Möbel im Aussenraum eines Restaurants oder einer Hotelanlage müssen vielfältige Anforderungen erfüllen. Es werden Feste gefeiert, es finden Apéros statt oder ein Paar möchte gemütlich chillen. Dabei sollen sich die Gartenmöbel in einem tadellosen Zustand präsentieren. Für jeden Hersteller von Outdoor-Möbeln ist dies eine Herausforderung. Heutzutage steht die Ästhetik sehr im Vordergrund, jedoch möchten wir nicht auf die Bequemlichkeit verzichten. Gleichzeitig muss der Hersteller die Umwelteinflüsse mit einkalkulieren. Die Möbel stehen bei Tag und Nacht zu jeder Jahreszeit draussen.

Auch lohnt es sich, in die Outdoor-Möbel zu investieren? Wir empfehlen den Restaurant- und Hotelbesitzern, auf Qualität zu achten. Kurzfristig gesehen ist die Investition höher, doch längerfristig zahlt sich diese aus.

Enzo Enea kennt die Gartenmöbel-Trends für Sommer 2010.



«Kurzfristig gesehen ist die Investition höher, doch längerfristig zahlt sich diese aus.»

Enzo Enea
Gartenarchitekt

Also genügt ein bescheidenes Budget dafür nicht? Es gibt ja nicht nur die Variante teure Polyrattanmöbel – oder keine. Oft müssen wir einen Schritt zurücktreten, um die Gesamtsituation des Aussenraumes zu analysieren. Was will der Restaurant- oder Hotelbesitzer in diesem Raum machen? Welche Stimmung soll dieser Raum kreieren? Die schönsten und teuersten Outdoormöbel kommen nicht zur Geltung, wenn das Gesamtkonzept nicht stimmt.

Haben Gartenmöbel in den letzten Jahren allgemein einen grösseren Stellenwert eingenommen?

Ja, weil der Garten einen grösseren Stellenwert eingenommen hat. Die Überflutung von Informationen, sowie der Anspruch, immer und überall erreichbar zu sein, erwecken bei den meisten Menschen das grosse Bedürfnis, eine Oase für sich alleine zu haben. Wo man sich zurückziehen kann, um die eigene «Batterie» wieder aufzuladen zu können. Sei es, dass man in Ruhe lesen will, die Wolken in einer bequemen Lounge beobachten möchte oder mit guten Freunden das gemeinsame Grillieren geniesst.

Auch in öffentlichen Räumen? Dieser Wunsch nach Erholung und ungestörtem Zusammensein soll auch von den Restaurants und Hotels erfüllt werden. Deshalb stellen wir fest, dass die Anfragen für die Gestaltung der Aussenbereiche, und diese be-

inhaltet auch die Möblierung, in dieser Branche gestiegen sind.

Die kubischen Loungemöbel brauchen viel Platz. Liegt diese Grandezza noch im Trend?



Immer mehr Aussenräume werden von Experten gestaltet.

Natürlich ist die Raumausnutzung eine wichtige Frage im Restaurant- und Hotelbereich. Die Lounges sind in der Zwischenzeit so konstruiert, dass man sie auf verschiedene Art



Kubische Formen sind in der Gastronomie gefragt.

und Weise zusammensetzen kann. Somit kommt man einer sinnvollen Raumausnutzung entgegen.

Wird den Outdoor-Lounges im Zuge des Rauchverbots noch mehr Aufmerksamkeit geschenkt?

Wenn das Resultat des Rauchverbotes ist, dass die Menschen mehr Zeit unter freiem Himmel verbringen, ist es schade, dass man dieses Verbot nicht schon früher eingeführt hat.

Wenn ein Hotel einen Umbau plant – wie viel Prozent des Budgets sollte für die Gartengestaltung und die Möbel eingesetzt werden?

Es gibt diese generellen Berechnungen. Wir haben jedoch fest-

gestellt, dass jede Gestaltung und jeder Bau für den Aussenraum eines Kunden individuell angegangen werden muss. Die Wünsche unserer Kundschaft sind so unterschiedlich wie die Gärten, die wir für sie bauen. Aus diesem Grund variiert der Preis.

Und welche Gartenmöbel liegen nächstes Jahr im Trend? Es gibt neue Verfahren, welche es erlauben, Materialien, die bisher vor allem im Innenbereich Anwendung fanden, neu auch im Aussenbereich einzusetzen. Im Trend liegen Gartenmöbel, welche aus Gurtmaterial geflochten oder aus Leder verarbeitet werden.

Aber auch Holz, vor allem Teakholz, kombiniert mit Stoffkissen bleibt aktuell, wobei gewollt ist, dass sich das Holz mit der Zeit verändert und eine silbrige Patina bekommt. Helle Farben, weisse und graue Farbtöne herrschen vor. Beim Design ist Leichtigkeit und Zeitlosigkeit angesagt. Weniger ist mehr.



Outdoor-Möbel müssen vielen Ansprüchen genügen.

Qualität Outdoor-Möbel sind Sonne, Regen und Schnee ausgesetzt

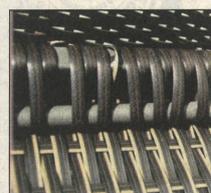
Wer sich entscheidet, den öffentlichen Aussenbereich mit Polyrattanmöbel zu bestücken, sollte die Qualität der Produkte gut überprüfen. «Wir hören immer wieder von Kunden aus der Gastronomie und Hotellerie, dass günstige Polyrattan-Lounges gerade mal eine Saison in Betrieb waren», sagt Tonino Mulas, Geschäftsführer

von Mutoni Möbel in Kirchberg. Und das lohne sich natürlich auf keinen Fall. Wer also bei den Outdoor-Möbeln an Geld spart, muss damit rechnen, dass der Anblick der schönen Chill-Zone nur von kurzer Dauer ist.

Auch Adrian von Meiss, Geschäftsführer des Rattanshop in Uster, plädiert für Qualität: «Wir haben die City-Beaches in Luzern,



Die Möbel der City-Beach Luzern wurden auf die Bedürfnisse und Belastungen design und entwickelt.



Nur ein rostfreies Aluminium-Gestell garantiert Langlebigkeit.

Basel und Zürich eingerichtet und achteten neben dem Design vor allem auch auf die Beständigkeit der Möbel.» Schliesslich sind die Sofas, Sessel, Liegen oder auch Tische nicht nur jeder Witterung, sondern auch grossen Gewichtslastungen ausgesetzt.

Folgende Punkte sollten beachtet werden:

Die Polyrattan-Faser muss eine UV-Beschichtung haben. Diese vermeidet, dass die Faser an der Sonne vergilbt, und gewährleistet eine einwandfreie Oberfläche.

Auch die **Witterungsbeständigkeit** ist ein zentrales Thema. Hier sollte vom Verkäufer eine Garantie gegeben werden, dass die Möbel während des ganzen Jahres der Witterung ausgesetzt werden können. Manche Hersteller versprechen sogar eine Garantie auf -70 bis +80 Grad, für zwei Jahre.

Das **rostfreie Aluminium-Gestell** sichert den langfristigen Sitzkomfort. Mit einer guten Aluminiumverstärkung halten die Möbel auch wilderen Partys stand. Diese stabilen Verstreibungen verhindern das schnelle Durchsitzen der Möbel.

Bei Stahlgestellen ist eine **Pulverbeschichtung** wichtig, welche das Rosten verhindert. sls

www.mutoni.ch, www.rattanshop.ch

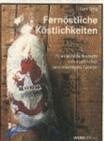
Neue Kochbücher

Scheibe für Scheibe ein Genuss – auch für das Auge



Thuri Maag kocht im Restaurant Neue Blumenau in Lömmenschwil mit Leidenschaft und folgt bei der Kreation seiner Gerichte dem saisonalen Kreislauf der Natur. In seinem neuesten Werk präsentiert er hauchdünne Kombinationen für Vorspeise, Hauptgang und Dessert. Das Buch wurde vom Deutschen Institut für Koch- und Lebenskunst zum Kochbuch des Monats gewählt. Thuri Maag: **Maagische Carpaccios**, 176 Seiten, 45 Franken. Werd Verlag, Zürich

Köstliche Produkte und Rezepte aus dem Fernen Osten



Reiswein ist nicht gleich Reiswein – bei asiatischen Rezepten ist es gut, wenn man mehr über die verwendeten Produkte weiss. Lian Tang stellt die wichtigsten 60 Produkte der asiatischen Küche vor und zeigt, wie sie in 70 Rezepten von Apéritif bis Dessert verwendet werden. Lian Tang: **Fermöstliche Kostlichkeiten**, 176 Seiten, 35 Franken. Werd Verlag, Zürich.

Ist Thon tabu?



Arne's

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

Weltweit haben gigantische, industrielle Fischfangflotten mit modernster Technik und zerstörerischen Fangmethoden das Meeresleben stark dezimiert. Drei Viertel der kommerziell genutzten Fischbestände rund um den Globus sind bereits überfischt. Die obere Grenze ist erreicht. Der Glaube, der Fischereichtum der Meere sei unerschöpflich, erweist sich als folgenschwerer Irrtum: Viele Speisefische stehen vor dem Aus.

Eines der am stärksten betroffenen Opfer aus dem Raubzug der unverantwortlichen Fischerei ist der Thunfisch. Der delikate Fisch erzielt aufgrund der riesigen Nachfrage Höchstpreise auf dem globalen Weltmarkt. Denn der Thunfisch ist eine sehr begehrte Zutat für das ausgesprochen beliebte Sushi. Entsprechend gross ist demzufolge die Versuchung, Ware aus illegaler Fischerei anzugehen.

Doch zum Glück naht Hoffnung für die bedrohte Meereswelt: Der WWF engagiert sich für eine nachhaltige Fischerei und für ein globales Netzwerk von Meeresschutzgebieten. Der WWF kämpft für strenge, wissenschaftlich abgestützte Fangquoten und für schonende Fangmethoden zum Schutz der natürlichen Ressourcen.

1997 gründeten der WWF und der Fischereikonkern Unilever gemeinsam den «Marine Stewardship Council» (MSC). Heute ist der MSC eine unabhängige Organisation, die für eine schonende, bestandserhaltende Fischerei steht. Zusammen mit Wissenschaftlern, Fischereirexperten und Umweltschutzorganisationen hat MSC einen Umweltstandard für die Beurteilung und Auszeichnung von Fischereien entwickelt.

In Anbetracht der prekären Situation auf den Weltmeeren gewinnt das Zertifikationsprogramm von MSC für Fische und Seafood-Produkte aus der verantwortungsvollen Fischerei zunehmend an Bedeutung. Daher haben sich innovative Unternehmen aus dem Fischhandel, die einen Beitrag zum Schutz der Meere leisten wollen, in der «WWF Seafood Group» zusammengeschlossen, mit dem Ziel, das Fisch



Fotolia

angebot schrittweise auf Tiere aus nachhaltig bewirtschafteten Beständen umzustellen, um den Verbraucherwünschen nach mehr Transparenz beim Thema Nachhaltigkeit und Ressourcenschutz entgegenzukommen.

Dem Grundsatz verpflichtet, dass gute Qualität wirklich sinnvoll ist, bietet nun «Animare» in ihrer neuen Premium-Linie für Fisch und Seafood aus garantiert nachhaltiger Produktion den ersten «Albacore Tuna», den Weissen Thunfisch in hochwertiger Sashimi-Qualität aus Kalifornien für die Schweizer Gastronomie an.

Der Thunfisch ist einer der schnellsten Fische; er gilt als der «Ferrari» unter den Meerestieren. Sein Bewegungsdrang ist überlebenswichtig, denn seine Kiemen funktionieren nur, wenn er in Aktion ist. Deshalb ist er ununterbrochen unterwegs, selbst im Schlaf. Viele Sagen ranken sich um den kraftvollen Meeresbewohner. Wahrscheinlich liegt dies an seiner enormen Kraft, die den Fang dieser Fischart früher zum gefährlichen Abenteuer werden liess.

Der Weisse Thunfisch ist ein opportunistischer Jäger und ernährt sich als eleganter Schwimmer von einem grossen Spektrum kleiner Schwarmfische. Vom gewöhnlichen Thunfisch unterscheidet sich der Weisse Thunfisch besonders durch die Länge der Brustflossen, die deutlich über die Körpermitte herausragen. Die Körperfärbung ist am Rücken und an den oberen Flanken blauschwarz, wobei sich ein breites, irisierendes Band über die Körperseiten zieht. Die Färbung der Rückenflossen wechselt von hell bis dunklem Gelb.

Kulinarisch gesehen, ist der Weisse Thunfisch seinen grösseren Verwandten weitaus überlegen. Berühmt ist sein feines, helles Fleisch. Der «Albacore Tuna» ist nicht der grösste, sicher aber der feinste Thunfisch. Das äusserst schmackhafte Fleisch macht den Weissen Thunfisch zu einem der begehrtesten Speisefische überhaupt. Durch den höheren Fettgehalt eignet er sich bestens zum Grillieren und Braten.

Als eine Delikatesse der besonderen Art gilt auch heute noch die Thunfisch-Konserve vom Weissen Thunfisch: Je heller das Fleisch in der Dose, desto wertvoller und teurer ist er. Der Thunfisch in der Dose bleibt ein Klassiker. Auf jeden Fall auf der Insel San Pietro südlich von Sardinien im schmucken, farbenfrohen Städtchen Carloforte, wo die ehemalige Thunfisch-Konservenindustrie eine grosse Tradition mit turbulenten Zeiten durchlebt hat. In Carloforte gibt es ein aussergewöhnliches Restaurant namens «Da Nicolo», wo die alte Tradition der «Cucina tabarkina» in der Zubereitung von authentischen Thunfischgerichten gepflegt wird. Das «Da Nicolo» entpuppt sich als wahrer Botschafter des herrlichen Thunfisches und beginnt die Vorstellung seiner kulinarischen Qualitäten mit der Präsentation einer Dose selbstgelegten Thunfisches, die vor den Augen der Gäste mit dem Büchsenöffner geöffnet wird. Einst sicherte die Thunfisch-Konserve den Fischerfamilien das Überleben des nächsten Winters.

Umso mehr genoss ich mit meiner Frau auf unserer Biketour genüsslich den bissfesten und einmaligen Geschmack des selbstgelegten Thunfisches. Wahrlich ein Genuss!

Impressum

htr hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus

L'hebdomadaire pour le tourisme

Gegründet/Fondé 1892

Herausgeber/Editeur hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elisabeth Holmeier/Ieho.

Stellvertreter: Miroslaw Halabaj/mh.

Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Renate Dubachy/d (Ressortleitung dolce vita); Miroslaw Halabaj/mh (Ressortleitung cahier

français); Franziska Egli/fee; Sulamith Ehrensperger/se; Theres Lager Berger/l (abwesend bis 30.9.09); Simone Leitner Fischer/sls; Laurent Missbauer/lm; Gudrun Schlenkerz/sg; Karl Josef Verding/kjv.

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.

Layout: Roland Gerber/rg; Regula Wollf/rwo.

Korrektorat: Paul Le Grand.

Volontär: Mathias Zaugg.

Online-Redaktion: Melanie Roth

Verlag Leitung: Barbara König.

Assistentin: Della Piscopo.

Stellensuche: Angela Di Renzo, Patricia Nobis Wyss.

Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Bèda-Urs Schönenberger.

Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-begulaukt 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

Abonnement: Tel. 031 740 97 93,

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

Inserate: Tel. 031 370 42 42,

Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch

Internet: www.htr.ch

Für unverfängte eingensandte Manuskripte und

Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous declinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

MILESTONE 2009: Bewerben Sie sich jetzt!

Der «MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz» würdigt herausragende Leistungen und innovative Projekte im Schweizer Tourismus und ist mit insgesamt 33 000 Franken dotiert. Er wird in vier Preiskategorien verliehen: Herausragendes Projekt, Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeit (Umwelt) und Lebenswerk einer Persönlichkeit.

Online-Anmeldung: www.htr-milestone.ch

Eingabeschluss für den MILESTONE 2009 ist der 31. August 2009.

Die Preisverleihung findet am 17. November 2009 im Kultur-Casino Bern statt.



Eventpartner: HOTELA

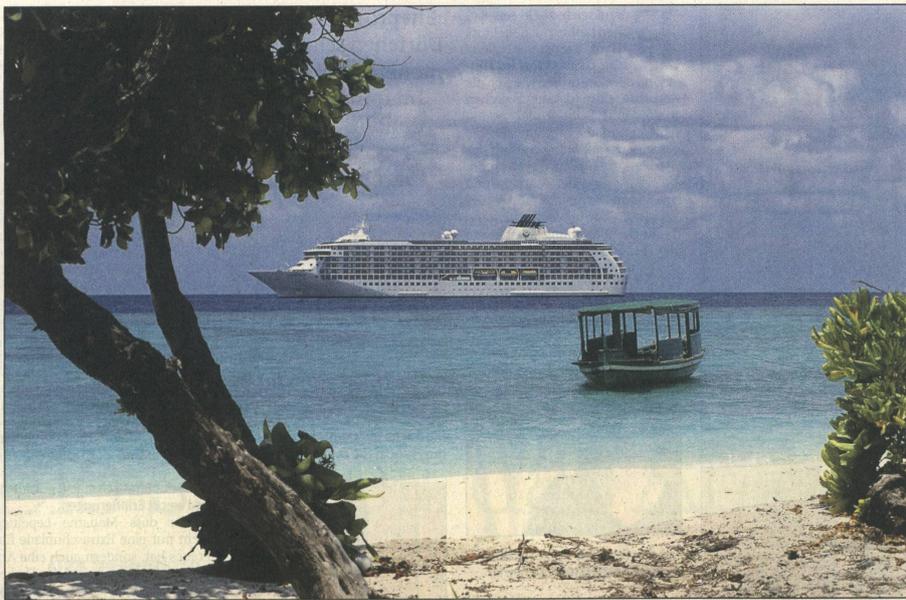
htr hotelrevue

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

STV FST

Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione Svizzera del Turismo
Federaziun svizra dal turissem

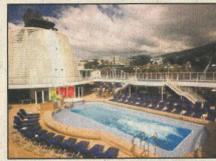


Das 196 Meter lange Schiff hat nicht weniger als zwölf Decks, vier Restaurants, Krankenhaus, Kapelle. Ein Apartment kostet zwischen einer und sieben Millionen Dollar, und wer es nicht gerade als Wohnsitz benützt, vermietet es. Für 1000 Dollar aufwärts – die Nacht.

The World Resort und Residenz auf hoher See

Seit 2002 ist die in Norwegen gebaute «The World» unterwegs, in mehr als 100 Ländern war sie schon. Die 165 Studios und Apartments kosten zwischen 1,3 und 7,3 Millionen US-Dollar, erhältlich sind Interieurs verschiedener Designer. Wenn die Besitzer nicht an Bord sind, werden sie vermietet, ab 1000 Dollar pro Nacht. Auf «The World» gibt's Restaurants, Pools, Boutiquen, Bibliothek, Tennisplätze, Golf simulator, Krankenhaus, Spa und «Harmony», nebst einer Kapelle mit 36 Sitzplätzen.

www.world-cruising.net



Freizeit- und Sportmöglichkeiten halten die Bewohner bei Laune.

Restaurant Punkt hilft kranken Kindern



Das Berner Restaurant Punkt hat seit seiner Eröffnung vor fünf Jahren mit jeder Rechnung 50 Rappen pro Gast in die Arche-Ferienkasse für krebserkrankte Kinder gelegt. Der Arche-Fonds organisiert einmal im Jahr eine Ferienwoche für kranke Kinder, ihre Eltern und Geschwister. Der letzte Scheck, den Geschäftsführer Ibrahim Ben überbrachte, betrug Fr. 32'648.05, seit der Eröffnung wurden Fr. 90'486.05 überwiesen.

www.restaurant-punkt.ch
www.archefonds.ch

Schnell und gesund essen – ein Widerspruch?

Dieser Frage ging die von Coop in Auftrag gegebene Studie «Ess-Trend im Fokus» nach. Die Ergebnisse zeigen, dass rasch zubereitetes und gleichzeitig gesundes Essen für die Schweizer Bevölkerung wichtig ist. Rasch bezieht sich dabei vor allem auf die Zubereitungszeit und weniger auf die Zeit, die für das Essen benötigt wird (76 Prozent der Befragten), dies gilt insbesondere für das Nachtessen. Unter «schnell und gesund» wurde spontan am häufigsten «Salat» genannt, und 66 Prozent befanden, dass ein Essen durchaus schnell und gleichzeitig gesund sein kann.

www.coop.ch/essrends

Kaua'i hat den schönsten Strand der USA

Auch in diesem Jahr veröffentlicht Dr. Beach Stephen Leatherman, der Strandexperte mit Kultstatus und Direktor des Florida International University's Laboratory for Coastal Research, seine Liste der Top-10-Strände der USA. Hanaleia Bay auf Kaua'i gewann diesmal das Rennen um den Titel und darf sich nun «Schönster Strand Amerikas 2009» nennen. Rang zwei belegt Siesta Beach in Florida, auf dem dritten Platz landete Cooper Beach in New York. Bewertet werden jeweils 650 Strände nach 50 Kriterien.

www.drbeach.org

Im eigenen Wohnzimmer rund um die Welt

Wer das nötige Kleingeld hat, dem fehlt es hier an nichts: «The World» ist das einzige Residenz-Schiff auf dem Globus und bietet eine Welt der Superlative.

SIMONE LEITNER/FRANZISKA EGLI

Das Apartment 801 soll eines der teuersten an Bord sein: Es kostete über sieben Millionen US-Dollar, hat 302 Quadratmeter und gleich mehrere Balkone. Nun, das Apartment 801 ist eine von 165 Luxuswohnungen, die sich an Bord des Luxusschiffes The World befinden. Wer in solch einer glücklichen um nicht zu sagen wohlhabenden

Situation ist, der gondelt quasi im eigenen Wohnzimmer rund um die Welt: Denn die Bewohner von «The World», der einzigen Residenz auf hoher See, haben sich für den Kauf einer der erlesenen Wohnungen entschieden. Ihre Wahlheimat ist nun die Welt, oder besser «The World», ein schwimmender Apartmentblock, auf dem wohlhabende Weltbummler eine zweite Heimat gefunden haben.

Bis zu sechs Länder steuert der Kapitän pro Monat an, ganz beliebt sind Spitzbergen und die Antarktis. Die Ziele wählen die wohlhabenden Apartmentbesitzer selbst aus, allerdings mit 18 Monaten Vorlauf, schliesslich müssen Hafenaufenthalte und Landgänge im Voraus organisiert werden. Rund 150 bis 200 Bewo-

ner befinden sich durchschnittlich an Bord, das Personal besteht aus 250 Menschen aus diversen Ländern. Für Verpflegung sind mindestens 33'000 Dollar im Jahr fällig, dazu kommen Instandsetzungskosten im fünf- bis sechsstelligen Bereich.

Das tägliche Leben ist geprägt von Aktivitäten und Einladungen – ganz wie zu Hause eben.

Das sind jedoch Peanuts für ihre Bewohner, die im Schnitt 50 Jahre alt sind und zwei bis vier Monate pro Jahr an Bord bleiben: Auf dem 196 Meter langen Schiff wird eine elegante und intime Reiseatmosphäre mit einzigartigem Service geboten. Viele der Bewohner betrachten «The World»-Privatwohnungen als ihre ständige Heimat, andere wiederum öffnen ihre Türen kurzfristig zur Vermietung, so dass auch Ausenstehende diese Ferienerlebnisse



Zur Auswahl standen 165 Apartments und Studios mit Interieurs von vier verschiedenen Designern.

genossen können, die ihresgleichen suchen. Zwischen den Häfen ähnelt das Leben an Bord dem Leben im exklusiven Wohngebiet: Golf- und Tennisstunden, Wellness, Geschäftsaktivitäten, Bücher und Filme. Die Tagesaktivitäten

sind geprägt von Nachbarschaftskontakten, Einladungen zum Cocktail oder zum Abendessen, oder auch nur dem Rückzug in einen gemütlichen Sessel. Dazwischen gibt es Vorträge, Kochkurse, Ausflüge – ganz wie zu Hause eben.

Neue Kaffeekompetenz im Niederdorf

Das besondere Konzept Ganz auf Kaffeespezialitäten ausgerichtet ist das neue Restaurant Henrici in Zürich.

RENATE DUBACH

Seit kurzem gibt es für Kaffeeliebhaber Grund für einen Abstecher ins Zürcher Niederdorf: das «Henrici» im Hotel Franziskaner. Der erfolgreiche Vorgänger an diesem Ort, das «Rote Kamel», hat sich nach rund zwei Jahren aus dem Staub gemacht. «Der Standort ist ein Glücksfall für uns. Wir haben einen so zentralen Ort gesucht», sagt



Kaffeefans: (v.l.) Micha Schranz, Olivia und Christoph Huber.

Christoph Huber, mit 24 Jahren der jüngste des Geschwistertrios, das mit Vater Georges Huber Inhaber des «Henrici» ist. Christoph und Olivia Huber sind auch operativ tätig, Stefan Huber ist für die Produktelepate verantwortlich.

Geführt wird das Restaurant von Micha Schranz, einem Kaffeexperten, der keine Laien an die



Natürliche Materialien wurden für die gemütliche Inneneinrichtung gewählt, Malerei vom Zürcher Künstler Tika beherrscht die Wand.

Mahlkönig-Mühlen und die Dalla-Corte-Kaffeemaschinen lässt: Ein Team von vorerst fünf ausgebildeten Baristas ist für die Kaffeespezialitäten verantwortlich. In Mühlen und Maschinen kommen keine x-beliebigen Bohnen, Hubers haben eigene Mischungen zusammenge-

stellt, die von der Rast AG in Ebikon sortenrein geröstet werden. Dennoch liegt der Preis für einen Kaffee creme mit Fr. 3.90 unter dem durchschnittlichen Zürcher Preis, trotz überdurchschnittlicher Qualität. Dafür sind die Spezialitätenkaffees aus seltenen Sorten, die für eine bestimmte Zeit im Angebot sind, etwas teurer. Jetzt sehr gefragt sind die geistigen Macchiatos und Cappuccinos, für die Betriebsleiter Schranz einen kalten Milchschaum herausgetüftelt hat, dessen Rezept er aber nicht preisgibt. Für hungrige Gäste gibt es Sandwiches, Salate und Süßigkeiten aus der Biobäckerei Vier Linden.

Und übrigens: der Restaurant-Namensgeber war wohl auch ein Kaffee fan: Christian Friedrich Henrici verfasste den Text zu Bachs berühmter Kaffee-Kantate.

Markt- und Gourmettag in Wengen



Am nächsten Sonntag findet in Wengen der diesjährige Markt- und Gourmettag statt. Von 10 bis 18 Uhr vermischt sich Kunst und Kultur mit urchigem Markttreiben und kulinarischen Darbietungen. Aus der Alpkäserei kommen Anke und Mutschli, vom Metzger Wurst- und Trockenfleisch-Spezialitäten, dazu gesellen sich hausgemachte Kompotte und Konfitüren. Weniger Küchenchefs bereiten Gerichte daraus zu, die man gleich vor Ort degustieren kann.

rd



In rund drei Dutzend Restaurants und Läden in Collobrières kann man noch mit der alten Währung bezahlen. Bilder: Claudia Diemar

«Euros? Mais non, francs!»

Franchreich zahlt seit sieben Jahren mit dem Euro. Ganz Frankreich? Nein! Ein kleines Dorf im Hinterland der Côte du Var, wie sich die westliche Côte d'Azur zwischen Toulon und Saint-Tropez nennt, schwört auf eine Zweitwährung, den guten alten Franc. Stimmt das wirklich?, fragt man die Bäckerin. «Bien sûr», versichert Madame und zieht eine Schublade unter der Kasse auf. «Vorhin erst hat jemand die Kuchenbestellung mit diesem 100-Francis-Schein abgeholt!» Collobrières ist ein 1600-Seelen-Idyll, das sich an den Bach Réal Collobrier kuschelt. Grellgrüne Algen treiben wie Nixenhaar im kühlen Flüsschen. Zwei Restaurants haben ihre Terrassen direkt über dem Wasser, das auch im Hochsommer

Ein provenzalisches Dörfchen schwelgt in monetärer Nostalgie: Im französischen Collobrières lässt sich auch mit Francs bezahlen. Noch.

CLAUDIA DIEMAR



Die Sache mit dem wiederbelebten Franc zieht Touristen an ...



Hat den Franc ins Rollen gebracht: die Bäckerin Nathalie Lepeltier.



Auch er akzeptiert Francs: der Metzger Meni Gérard.

Frische atmet. Rundum sitzt man unter uralten Platanen beim Pastis.

Auslöser waren ein 50-Francis-Schein und eine zündende Idee

Früher galt Collobrières allenfalls als Eldorado der Esskastanien-Liebhaber. In hübschen Läden gibt es Kastanien in allerlei Varianten: Als köstliche Glace mit Stückchen, als süß-vanilleduftende «Crème de marrons» sowie als sündhaft teure kandierte «Marrons glacés». Und natürlich gibt es Brot und Kuchen aus Kastanienmehl. Zum Beispiel in der Bäckerei «Le Pain de Jadis», was so viel wie «Das Brot von damals» bedeutet. Hinter der Theke steht Nathalie Lepeltier, Präsidentin des örtlichen Einzelhandels.

Dank ihrer Initiative kann man nämlich in Collobrières seit dem



... und alle, die in einer monetären Nostalgie schwelgen wollen.

Fakten Vom stilvollen Hotel bis zum Camping

Anreise: Von Nizza oder Marseille aus ist Collobrières in gut eineinhalb Stunden auf schöner Strecke erreichbar.

Unterkunft: «Hôtel des Maures», einfach und familiär, DZ ab rund 30 Euro, Tel. +33 4 9448 0710. Demnächst soll das Hôtel de Notre Dame nach stilvoller Renovierung wiedereröffnet werden, DZ ab 86 Euro, Tel. +33 4 9448 0713. Ausserdem gibt's mehrere Privatvermieter mit Gästezimmern (chambres d'hôtes), Ferienwohnungen (gîtes) sowie einen sehr günstigen städtischen Campingplatz im Grünen.

Weitere Auskünfte: Im örtlichen Touristenbüro bei der historischen Brücke.

www.collobrieres-tourisme.com

1. April 2008 wieder mit Francs bezahlen. In knapp drei Dutzend Läden und Restaurants des Dorfes werden die alten Scheine gern genommen. Wie das kam? Beim Packen für den Urlaub griff sie in die Tasche einer Jacke und fand einen 50-Francis-Schein. Wäre doch schade, den einfach wegzuerwerfen, befand die Bäckerin. Sie wollte die Währung wiederbeleben. Zumindest in Collobrières.

Lepeltier wandte sich an die Industrie- und Handelskammer des Départements Var sowie an die Banque de France. Die erklärte sich bereit, das eingemommene Geld von einst zum Umtausch anzunehmen. Seither ist Madame Lepeltier berühmt. Das Fernsehen kam vorbei. Journalisten gaben sich die Klinke ihres Brotladens in die Hand. Und jede Menge Besucher kamen ins Provence-Dörfchen, vor allem Franzosen aus der Region, um die anderswo nicht mehr gültigen Scheine in Umlauf zu bringen.

Dieser Geldrausch macht glücklich und weckt Erinnerungen

Klar dass Madame Lepeltier nicht nur eine Extraschublade für Francs hat, sondern auch eine Art «Presseabteilung» unter der Theke. «Selbst Blätter wie die «New York Times» haben über uns geschrieben», sagt Madame Lepeltier und kramt die entsprechende Ausgabe hervor. Lebenspraktisch wie die Bäckersfrau ist, hat sie Aufkleber drucken lassen: «Ici on accepte les francs». So weiss jeder sofort, wo im Dorf man seine alten Scheine loswerden kann. Im Café am Cours Louis Blanc etwa. Oder beim gut gelaunten Metzger Meni Gérard, der im schmucken Strohhut bedient. Beim Friseur hängt sogar eine Umrechnungstabelle im Fenster.

Die Sache mit den Francs hat etwas Magisches. «Es ist, als ob man mit Spielgeld bezahlen würde», erklärt der Mann im Souvenirladen. «Eigentlich glaubte man, das Geld sei längst wertlos, und jetzt kann man sich hier mit alten Scheinen einen schönen Tag machen.» Die monetäre Nostalgie macht glücklich und weckt viele Erinnerungen.

Aber die Doppelwährung währt nicht ewig. Ab Februar 2012 nimmt die Banque de France keinerlei Francs mehr an. Auch nicht die aus Collobrières. Besser, man fährt vorher noch mal hin. «Guck mal, wie schön der 50-Francis-Schein mit dem kleinen Prinzen ist», erklärt ein Vater seinem Sohn und geht mit ihm ein Kastanieneis kaufen.

Jetzt mitmachen bei der schweizweiten Gastropromotion!

Kostenlose Promoboxen mit Tischsets, Menükarten und Fähnchen erhalten Sie vom 10. bis 21. August in diesen Prodega Märkten: Moosseedorf, Heimberg, Biel, Rapperswil, Dietikon, St. Gallen, Conthey und Givisiez. Oder Sie bestellen direkt unter www.suissegarantie.org

Nur solange Vorrat.

Kochen mit Zutaten aus der Schweiz. **SUISSE GARANTIE**



Rund 9 Millionen Euro wurden für das Hotelgebäude investiert, ein Drittel mehr als bei konventioneller Bauweise: «Theiner's Garten Bio Vitalhotel» in Gargazon.

Christine Guller/zvg

Bio so weit das Auge reicht

Das besondere Konzept Im Südtirol ist ein neues Hotel entstanden, in dem alles bio ist: In «Theiner's Garten» in Gargazon ist das Ambiente von Lebensfreude geprägt.

CHRISTINE KÜNZLER

Nichts von «Körnli-picker»-Atmosphäre, nichts von striktem Gesundheitsregime, obwohl in «Theiner's Garten Bio Vitalhotel» alles bio und vieles ökologisch ist. Vielmehr strahlen Haus und Umgebung Sinnlichkeit und Lebensfreude aus – dazu trägt die hochstehende Gourmet-Bioküche viel bei. «Für uns ist es wichtig, dass bio nicht Verzicht heisst, sondern gesteigerter Genuss», sagt Hotelbesitzer Walter Theiner.

Die Besitzerfamilie hat für das 4-Sterne-Superior-Hotel, das sie im März in Gargazon – zwischen Meran und Bozen – eröffnet hat, nur natürliche Rohstoffe gewählt. Allem voran Holz, heimisches und mondgeschulenes. Jedes Zimmer hat eine Lehmwand – für ein angenehmes Raumklima. Möbel und Wände sind ohne Leim und Nägel verarbeitet. Die Matratze ist aus Naturlatex, die Bett- und Frottierräsche aus Biobaumwolle gefertigt. Jedes der 57 Zimmer ist mit geradlinigen Möbeln und in warmen Farben eingerichtet. TV und Minibar sucht der Gast vergeblich – sie erzeugen Elektrosmog.

Rund 9 Millionen Euro haben Theiners für das Hotelgebäude investiert. «Das ist etwa ein Drittel mehr als für eine konventionelle Bauweise», sagt Theiner. Die Besitzer haben beim Bau nicht gespart:



Natürlich sind auch die Produkte der Gourmet-Küche allesamt bio.



Die naturnahe Konzeption nach strengen baubiologischen...

Um die Schalldurchlässigkeit – ein Nachteil der Holzbauweise – zu minimieren, sind alle Zimmer mit Vollholzwänden als einzelne «Boxen» in sich abgeschlossen.

Theiners sind Quereinsteiger aus dem Biosektor

Zimmer, Speisesäle und Spa sind gegen den Garten ausgerichtet. Genauer gesagt gegen verschiedene Gärten: mediterrane, solche mit Kräutern und solche mit einheimischen Pflanzen. Der Swimmingpool, das Kneipp-Bekken und die Schweliegen unter der noch nicht ganz überwachsenen Pergola laden zum Erholen ein. In zwei Jahren wird sich das Haus als terrassenförmiger Weinberg präsentieren, denn die Reben,



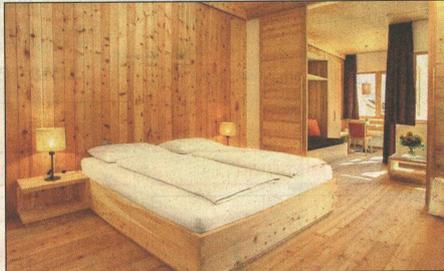
... Richtlinien widerspiegelt sich nicht nur im Bau, sondern...



... erstreckt sich über alle Bereiche des Hotels...

die in Töpfen auf den Balkonen stehen, werden bis dann die Pergoladächer überwuchert haben.

Walter und Myriam Theiners sind Quereinsteiger. Er ist von Haus aus Jurist, doch seit 30 Jahren im Bio-Sektortätig. Begonnen hat alles mit der Übernahme des väterlichen Hofes im Jahr 1980. «Ich wollte gerade meine Anwaltspraxis eröffnen,



Alles ist aus heimischem Holz, nicht verleimt und nicht vernagelt.



... bis hinaus in die hauseigenen Gärten und den Weinberg.

als mein Vater den Hof abgab.» Aus der ursprünglich geplanten einjährigen Auszeit sind viele Jahre geworden. Seine Anwaltspraxis hat er nie eröffnet.

Dass Theiner, anders als sein Vater, Bioäpfel und Biofirische zog, hat damit zu tun, dass sich seine Familie biologisch ernährt. Der Anfang war schwierig. «Unsere Produkte liessen sich nicht verkaufen, weil die Marktstrukturen fehlten.» Er konnte dann einen Säuglingsnahrungshersteller belieren, der das biologische Obst mit dem normalgezogenen vermischte, um die Rückstände in der Säuglingsnahrung zu vermindern.

Die Schweiz: Das zweitwichtigste Herkunftsland

«Demeter war damals die einzige Organisation mit einer guten Kontrolle. Also haben wir uns für

dieses Label entschieden.» Er versuchte also, die Demeter-Händler zu beliefern. Das klappte erst, als er die Händler persönlich besuchte. Von da an ging's aufwärts. Er gründete die Ecor SA mit, eine Organisation für Import, Marketing und Handel von Bioprodukten. Seine Anteile hat er nun verkauft und konzentriert sich auf sein Hotel.

Er ist für die Gästebetreuung zuständig und betreut als Kneipp-Fachmann auch den Wellnessbereich. Seine Frau Myriam ist für den Wareneinkauf und die Dekoration des Hauses zuständig. Sohn Ingo, der noch den Hof führt, ist der Weinkenner des Hauses und berät als ausgebildeter Sommelier die Gäste. Schwiegersohn Stefan Hüter, ein ehemaliger Banker, trägt die Verantwortung für die Verwaltung und die 30 Mitarbeitenden. Theiners rechnen mit 50 Prozent Auslastung im ersten Jahr, 65 Prozent im zweiten und dann über 70 Prozent. Wichtigster Herkunftsmarkt ist Deutschland, danach kommt gleich die Schweiz. «Wir holen die Gäste vorwiegend über die Bio-Schiene.» Auch ist er der Kooperation Biohotels angeschlossen. Schweizer Gäste erhofft er sich durch seine Mitgliedschaft bei der Hotelgruppe Private Selection. Das Hotel wird zudem von TUI und Dertours verkauft.

Wein und Wasser

Das Waadtland verteilt seine Weintrophäen

Jedes Jahr organisiert das Office des Vins Vaudois unter dem Patronat des Verbandes Schweizer Önologen eine Degustation, um die besten Waadtländer Weine in 6 Kategorien auszuwählen. Die besten Resultate erhielten: Domaine Au Point du Jour für seinen Mont-sur-Rolle (Chasselas), Cave Albiez-Meylan für seinen «Symphonie4» (Assemblage rot), Frères Dutruy für ihren Rosé de Pinot Noir, Domaine de la Treille (Rosé), Caves Cidis SA für seinen Sauvignon blanc (Trockener Weisswein), Domaine de la Brazère für seinen «Vendanges Tardives» (Süsswein) sowie Domaine Henri Cruchon für seinen Brut blanc millésimé 2005 (Sekt). fee

Vinaare: Zwei Tage rund um Wein und Genuss

Der 6. und 7. August steht ganz im Zeichen der Vinaare, der zweitägigen Veranstaltung rund um Wein, Genuss und Begegnung, die im Berner Schwellenmätteli stattfindet. Im Zentrum stehen renommierte Winzer mit ihren Erzeugnissen aus traditionellen Weinregionen der Alten Welt. Dazu gibt es einen Markt mit qualitativ hochstehenden Spezialitäten aus der Region, die Fotoausstellung «Terra e Forbici» von Yoshiko Kusano und Annette Bontellier, sowie das Zirkuszeit «Pollastrello e Vino» mit Weinen der Vinaare-Winzer, Risotto und knusprigen Pollastrelli vom Grill. fee

www.cultivino.ch/vinaare

Maserati geht unter die Getränke



Wer sich die Karre nicht leisten kann, darf sich wenigstens an Wasser laben: Unter diesem Motto hat der italienische Sportwagenhersteller Maserati zwei Sorten Mineralwasser – natürlich – edlen Designflaschen auf den Markt gebracht: eines mit und eines ohne Kohlensäure. Das kostbare Maserati-Wasser entspringt der Lurisia-Quelle in der Nähe von Roccaforte Mondovì in der italienischen Provinz Cuneo. 75 cl kosten Fr. 7.50. fee

www.cavedumontblanc.ch/maserati

Das Ding Ein legendäres Gewürz wird siebzig Jahre alt



Wer sie kennt, ist Fan davon oder zumindest von ihrer nostalgischen Dose: Die Rede ist von der Gewürzmischung «Old Bay», die heuer ihren 70. Geburtstag feiert. «Old Bay» wurde vor allem bekannt als Gewürz für die «Blue Crabs», die blauen Krabben aus den fischreichen Gewässern der Chesapeake Bay bei Baltimore. Die Würzmiscung wurde anno 1939 vom deutschen Einwanderer und Krabbenliebhaber Gustav Brunn kreiert. fee

www.oldbay.com

Ein unterirdischer See wird sechzig

Er gilt als grösster unterirdischer See Europas und als grosse Attraktion: der bei St-Léonard im Wallis gelegene 6000 Quadratmeter grosse «Lac souterrain».

FRANZISKA EGLI

1943 wurde von den beiden Höhlentauchern Jacques Pittard und Jacques Della Santa entdeckt, der See im Berg von St-Léonard. Als am 25. Januar 1946 im Wallis die Erde mit einer Stärke von 6,1 bebte, waren die Schächten rund um Sidlers gross. Doch öffneten sich in der Höhe von St-Léonard die Spalten in der Erde, so dass ein Teil des Wassers abfloss und ein See entstand. Drei Jahre später wurde er für die Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Der See kann mit Booten befahren werden.

Mittlerweile sind sechzig Jahre vergangen, und der Lac Souterrain, wie der 6000 Quadratmeter grosse, unterirdische See mit seiner geheimnisvollen Stimmung im Wallis genannt wird, zieht Sommer für Sommer Jung und Alt aus nah und fern an. Während einer halbstündigen Bootsfahrt erfahren die Besucher alles über diese Seegrötte, deren Wasser konstant blaugrün ist und eine Temperatur von rund 12 Grad Celsius aufweist.

Mit 300 Metern Länge, 20 Metern Breite und 10 Metern Tiefe ist



Geheimnisvoll: Eine Bootsfahrt auf dem unterirdischen See.

er übrigens der grösste natürliche und unterirdische befahrbare See Europas. Baden ist natürlich nicht erlaubt, Tauchen übrigens auch nicht. Die Saison dauert noch bis zum 1. November.

Dass nun das Schweizer Naturwunder, wie der See im Berg auch gerne genannt wird, seinen 60. Geburtstag feiert, kommt vor allem seinen Jahrgangsgenossen zugute: Alle Besucher mit Jahrgang 1949 haben im Jahr 2009 freien Eintritt.

www.lac-souterrain.com



MARKTPLATZ

Food

Non-Food

Gastro-Grosshandel

Cash-Carry
CCA Angehern
Frisch. Für Profis.

Das frische CCA-Getränk ab 10. Aug. in Luzern

CCA Gossau SG CCA Luzern
CCA Frauenfeld CCA Spreitenbach
CCA Sargans CCA Pratteln
CCA Rapperswil CCA Heimberg (in Planung)
CCA Brüttisellen CCA Bern

www.cca-angehern.ch
Gratis-Nummer ins nächste CCA: 0800-ANGEHRN

- CCA-Frischmarkt
- CCA-Lebensmittelmarkt
- CCA-Nonfoodmarkt

Kaffeemaschinen

cafina
Kaffeemaschinen für Gastronomie und Betriebsverpflegung

Cafina AG
Römerstrasse 2
5502 Hunzenschwil
Tel. 062 889 42 42
Fax 062 889 42 89
info@cafina.ch, www.cafina.ch

Berufsbekleidung

image wear
IT'S NOT A UNIFORM - IT'S YOU!

Image Wear AG, Binzstr. 7, 8045 Zürich
Tel. 043 268 68 68, Fax 043 268 68 88
www.imagewear.ch, info@imagewear.ch

Corporate Fashion und Teambekleidung (Design- und Katalogartikelkonzepte)

European Importer for www.cintas.com
Nr. 1 Uniformkatalog auf der Welt!

Gastro-Einrichtungen

FRIGONORM
Kühlmöbelbau
JUNG GASTROBAU

Bern: 031 951 23 73
Lausanne: 021 625 92 50
www.ladenbau-jung.ch

Hotelführer

roomguide.ch
...more than just hotels!

Kostenloser Eintrag in unserem Hotelführer

- keine Anmeldegebühren
- keine Vermittlungsgebühren

www.roomguide.ch

Kaffeerösterei

illy
CAFE

ILLYCAFE AG, 8800 Thalwil
Tel. 044 723 10 20, Fax 044 723 10 21
illycafe@illycafe.ch, www.illycafe.ch

Gastro-Einrichtungen

GROSSKÜCHEN SELF-SERVICE-ANLAGEN
schmocker AG

Ihr Spezialist für die Fabrikation und Einrichtung von **GROSSKÜCHEN UND SELF-SERVICE-ANLAGEN**

Dammweg 15 - 3800 Interlaken
Telefon 033 828 38 48 - Fax 033 828 38 38
www.schmocker-ag.ch - info@schmocker-ag.ch

Gastropapiere

WIDA Papiere AG
Servietten- und Papierwarenfabrik

3000 Bern 5
www.wida.ch
info@wida.ch
Tel: 031 381 83 33
Fax: 031 381 83 83

Hotelzimmer

beck design

Innenbau Gastrokonzepte Ladenbau

Beck Design AG
6018 Buttisholz
Tel. 041 929 60 30
Fax 041 929 60 31
www.beck-design.ch

Gastro-Grosshandel

Da 45 anni,
la differenza c'è
e si vede!

Weinhandel

winehouse - mehr als Wein

Das Weinkonzept für Gastronomie und Hotellerie

winehouse
mon choix

www.winehouse.ch

Gastrotexilien

Tisch Bett Küche Bad

«Gut beraten, gut bedient.»

ZETAG
gastrotexilien

ZETAG AG, Textilwerk Sonnat, Postfach 28, 9213 Hauptwil
Tel 077 424 62 50, Fax 077 424 62 51, www.zetag.ch

Hotelzimmer/Innenbau

Strasser

Gastro Innenbau Hotel Innenbau
Bar-Buffetanlagen Hotel Empfangsanlagen

3608 Thun info@strasserthun.ch
Telefon 033 334 24 24 www.strasserthun.ch

Sicherheit

365 Nächte im Jahr
Im Dienste der *** - **** & ***** Hotellerie

Die Besten Night-Managers -Auditors -Porters
(Incl. nächtliche On-Line Support: Fidelio, Hogatex, Pro-Tel etc.)

100% zuverlässig, versiert und sprachgewandt
... und Sie, sowie Ihre Gäste, schlafen sicherer.

SIZU AG Sicherheitsdienste im Auge der Zukunft
Tel.: 0848 60 6000 E-mail: info@sizu-ag.ch

A service you can afford - with an offer to fit your budget

Grossküchenmaschinen

ROTOR Lips

Rotor Lips AG • 3661 Uetendorf
Maschinenfabrik • 033 346 70 70
www.RotorLips.ch

Kassensysteme

SYCOPA

SYCOPA, Systems Consulting Pasche & Co
8157 Dielsdorf / ZH Tel: 044 / 845 08 02
www.sycopac.ch info@sycopac.ch

ADDIPOS micros FIDELIO

ORDERMAN®

KASSENSYSTEME & KREDITKARTENGERÄTE

Partner Per **ippergros** Professionisti www.ippergros.ch

Ippergros Noranco
091 986 49 60

Ippergros Losone
091 791 56 61

Namensschilder/Werbeartikel

HAENNI PROMOTION

Werbe- und Geschenkartikel
Namensschilder mit Stil und Qualität,
starke Magnete, weltweit millionenfach bewährt!

Generalvertretung Schweiz:
Haenni Promotion
Chnübächli 48, CH-8197 Rafz
☎ 044 869 41 00, E-Mail: info@haennipromotion.ch
www.haennipromotion.ch

Marktplatz – immer am ersten Donnerstag im Monat

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr hotel revue

cahier français

htr hotelrevue No 32 / 6 août 2009



Kempinski

Le groupe hôtelier Kempinski poursuit son développement malgré la crise économique.

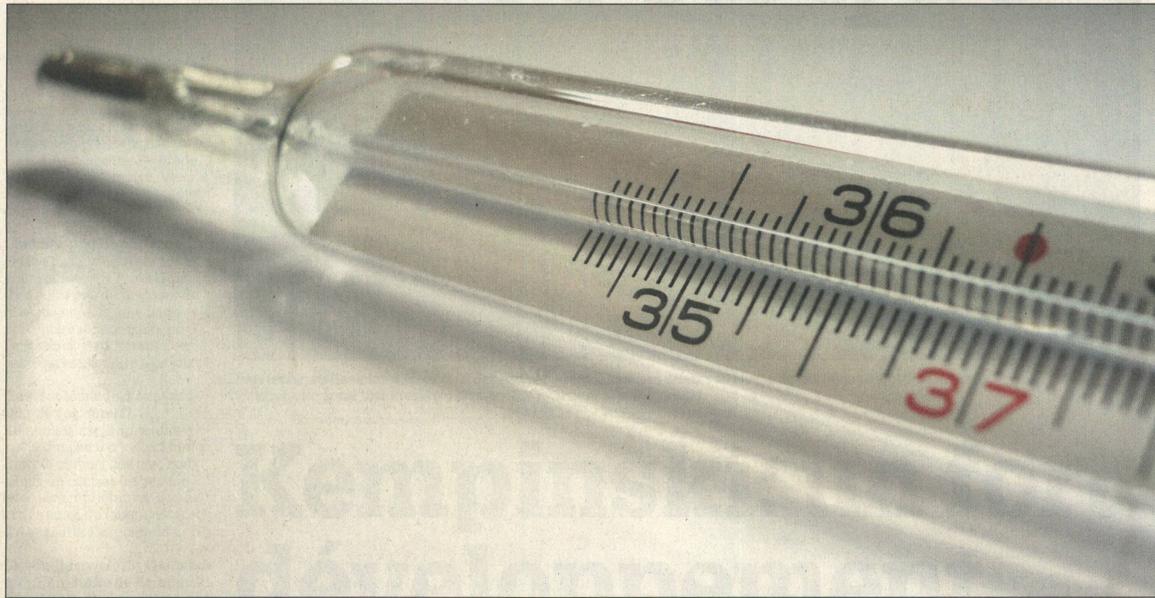
Page 21



Genève

Geneva Palexpo mise sur les collaborations à l'étranger afin de continuer à s'étendre.

Page 22



Les conséquences liées à la grippe A ne semblent pas, pour l'instant, inquiéter outre mesure les prestataires touristiques de Suisse romande.

Grippe A: le tourisme romand reste confiant

Selon les autorités, la grippe A n'épargnera personne. Elle n'inquiète cependant ni les hôtes, ni les prestataires qui se conformeront aux mesures édictées.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Le 11 juin dernier, l'Organisation mondiale de la santé a élevé le niveau d'alerte de la pandémie de grippe A (H1N1, la grippe porcine) de la phase 5 à la phase 6, ce qui signifie que la diffusion du virus ne peut plus être enrayée. En Suisse, au 31 juillet, 484 cas avaient été recensés par l'OFSP (Office fédéral de la santé publique), dont 93 personnes avaient été infectées intra-muros.

Voilà bien qui, en cette époque de chasse éfrénée aux microbes et tout autre agent pathogène, devrait

inquiéter le touriste. Pas du tout, semble-t-il pourtant! «Nous avons affiché les recommandations de l'OFSP relayées par hotellerie suisse dans les ascenseurs mais je n'ai

«La crise, voire la grippe annuelle de l'automne ne sont-elles pas plus inquiétantes?»

Claude Petitpierre
Directeur de Lausanne Tourisme

connaissance d'aucune question de clients à ce propos. Pas plus lors de réservations en ligne que lors d'appels téléphoniques», signale Christophe Ming, de l'Astra Hôtel à Vevey. Pas plus d'inquiétude dans les autres établissements de la Riviera. Tout juste, à Montreux-Riviera Tourisme, fait-on mention de l'achat d'une réserve de masques, de gants

et de liquide désinfectant. Parmi nos contacts, c'est la seule destination qu'il déclare ouvertement.

«Ce vent de folie lié à la grippe A n'est-il pas un peu surfait?»

A Villars, le jour de notre appel, Serge Beslin attendait 10 000 personnes pour le soir de la Fête nationale, «sans inquiétude», aucun cas à sa connaissance n'ayant été signalé sur le plateau. Alors qu'à l'OTV, Cindy Queloz, du service de presse, n'a pas connaissance de questions à ce propos, pas plus des visiteurs que de partenaires locaux, tout le monde se réfère aux instructions et recommandations officielles. Même discours à Crans-Montana. Faute de questions des hôtes, au département marketing de l'office

du tourisme, Xavier Blanco ne peut que se référer au plan de pandémie mis en place par l'Association des communes du Haut-Plateau.

Le discours va plus loin au sein de Lausanne Tourisme. Claude Petitpierre, son directeur, l'annonce sans ambages: «Je fais partie de ceux qui ne s'inquiètent pas.» A l'appui de son raisonnement: les points d'information de Lausanne Tourisme reçoivent quotidiennement entre 500 et 600 personnes à la gare de Lausanne, un peu plus de 200 à Ouchy et environ 300 appels téléphoniques et il n'a pas connaissance, après consultation des rapports quotidiens, de la moindre inquiétude. Et Claude Petitpierre de se questionner sur une manière de «double langage»: «Ce vent de folie

n'est-il pas un peu surfait? La crise économique, voire la grippe annuelle de l'automne ne sont-elles pas plus inquiétantes?»

A Verbier, l'impression est la même et c'est la seule destination à avoir annoncé des cas de grippe A, dans une colonie de vacances. En souriant, Pierre-Yves Délèze précise «n'avoir pas vu de masques sur la bouche et le nez des touristes dans les rues». Plus sérieusement, il ajoute que même les organisateurs du Tour de France, qui faisait étape dans la station à mi-juillet, soit très peu après l'annonce de cas d'adolescents infectés, n'y ont pas prêté une attention particulière – et pourtant, Dieu sait combien un athlète surentraîné est sujet au moindre virus ou courant d'air.

Personne ne veut, aujourd'hui, évoquer la catastrophe possible

Reste le discours fataliste. Il est à peu près le même partout: «On ne pourra rien y faire. Confédération, cantons, communes ont publié des recommandations; le cas échéant, ils édicteront des mesures à suivre. Le tourisme s'y conformera.» Avec comme pire des cas, le confinement pour tous, voire même, la fermeture de l'aéroport. Personne ne veut, aujourd'hui, évoquer une catastrophe qui peut être toujours possible. On veut tout au plus y penser, en craignant davantage les effets de la crise financière et économique qui continue à ébranler le secteur. En admettant tout de même redouter les premiers jours de l'automne et les premiers cas de la grippe saisonnière qui risque bien d'être encore plus redoutable que ces dernières années.

Lire aussi le cahier Fokus, pages 7 à 11

Il s'agit avant tout de comprendre et d'informer

«Grippette» ou risque sérieux de pandémie mortelle? Le profane n'a guère les moyens d'en débattre. A défaut, il peut s'informer. A cet effet, et dès l'an dernier, l'OFSP a lancé le site www.pandemie.ch qui recense toutes les informations utiles à ceux se rendant à l'étranger ou aux touristes en visite dans notre pays. Une «hotline» est également disponible. Les sites des associations professionnelles, comme www.hotellerie-suisse.ch, permettent, eux, un accès plus direct aux informations concernant les professionnels, notamment les mesures d'information à assurer. jje

Avenches fait feu de tout bois

Avec son Festival d'opéra et ses «Soirées nostalgie», Avenches a connu un été riche en animations. Bilan.

EUGENIO D'ALESSIO

Créé en 1995, le Festival d'opéra d'Avenches est devenu un rendez-vous très apprécié des mélomanes. La 15e édition, centrée sur le «Don Giovanni» de Mozart, s'est soldée par un bilan positif sur le plan artistique, un peu moins sur le plan comptable. Selon Michel Doleires,

le directeur d'Avenches Tourisme, le Festival a réussi son pari d'un opéra à la mise en scène modernisée, malgré la surprise que cette audace a pu susciter chez certains spectateurs: «Nous avons constaté, ces dernières années, que le public s'était un peu lassé de découvrir le même cadre.

«Les résultats ont été à la hauteur de nos attentes pour l'opéra»

Avec le Don Giovanni de Mozart revisité par le metteur en scène Giancarlo Del Monaco, nous avons rafraîchi notre produit. Et les résultats ont été à la hauteur de nos

attentes. Le Festival d'Avenches doit continuer d'évoluer de la sorte afin de séduire un public toujours plus large.»

Au niveau comptable, en revanche, Michel Doleires dresse un bilan plus mitigé: «Les résultats ont été en deça de nos espérances. Avec 32 000 billets vendus pour les six représentations mises sur pied dans la première quinzaine du mois de juillet, nous avons raté la cible de peu, au point que nous enregistrons un petit déficit, somme toute négligeable. Mais nous avons pressenti cette évolution: la nature de l'œuvre présentée et les effets de la conjon-

ture ne pouvaient que nous desservir. Nous avons donc anticipé ces facteurs dans notre budget. Comme de coutume, il a aussi fallu composer avec les aléas de la météo. C'est tellement vrai que le vendredi 17 juillet nous avons dû annuler la dernière représentation pour cause de mauvais temps.»

Un beau succès populaire pour les «Soirées nostalgie»

Quant aux «Soirées nostalgie» qui proposaient une animation gratuite en ville, elles ont connu un beau succès populaire. Pour le baptême du feu, Abba était à



Avenches a proposé des «Soirées nostalgie» sur le thème d'Abba.

l'honneur. Du 22 au 25 juillet et du 29 juillet au 1er août, le souvenir d'Abba a plané sur Avenches: disco avec les tubes les plus célèbres du quatuor scandinave, costumes des années 1970, spécialités culinaires nordiques, la cité broyarde a fait la fête en accueillant près de dix mille personnes. «Avec les «Soirées nostalgie», il s'agit de privilégier l'esprit festif et convivial et de montrer une autre facette d'Avenches. En 2010 ou en 2011, nous souhaiterions organiser une manifestation autour des années 1960 dans une atmosphère très british, avec un pub et des bobbies anglais», explique encore Michel Doleires.

En attendant, le public peut se détacher avec la 18e édition du Festival de musique Rock Oz'Arènes, qui débutera le 12 août.

A vous de remplir cet espace!

Rendez-vous sur le site www.htr.ch.

Vous y trouverez toutes les informations nécessaires.

Contactez-nous:

Téléphone 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

Bon an, mal an, le groupe Kempinski continue à s'étendre. Interview de Rupert Simoner, «Regional Vice President».

MICHEL BLOCH

Malgré une conjoncture internationale difficile, le groupe Kempinski semble connaître un fort développement. Oui, c'est exact. Kempinski compte aujourd'hui une soixantaine d'hôtels de part le monde... sauf en Amérique. Et plusieurs ouvertures sont prévues à Amsterdam, Belgrade, Londres, Paris, Venise, Vienne, sans compter plusieurs projets déjà bien avancés.

Comment expliquez-vous cette absence en Amérique? Pour réussir aux Etats-Unis, il ne suffit pas de disposer de quelques hôtels, une large présence est nécessaire et l'approche est différente de celle qui est la nôtre à ce jour.

Quel est le mode d'exploitation de vos hôtels? Kempinski est propriétaire à 100% d'un seul hôtel, à Munich. Dans la plupart des cas, nous avons un contrat de gestion avec les propriétaires. Il nous arrive aussi de louer l'hôtel et d'en assurer l'exploitation.

La famille royale de Thaïlande est propriétaire de Kempinski. Quel genre de propriétaire est-ce? Un propriétaire très concerné par la bonne marche des affaires mais qui ne s'implique pas directement. Elle délègue et fait confiance. Une formule que l'on retrouve chez nous à

Rupert Simoner: rechercher l'authenticité

Utiliser au maximum les produits de la région dans laquelle se situe l'hôtel, tel est l'un des principes clefs de Rupert Simoner, «Regional Vice President Western Europe» du groupe Kempinski: «Les clients, quelle que soit la situation de l'hôtel, recherchent une approche locale. Que ce soit au niveau de la nourriture ou des produits utilisés par exemple dans le Spa. Il sont heureux de retrouver des standards de qualité mais apprécient la touche régionale.»



Tous les hôtels Kempinski, ici celui de Genève, partagent les mêmes valeurs au niveau de leurs équipes, estime Rupert Simoner, «Regional Vice President Western Europe» du groupe Kempinski.

Photos: iad

Kempinski: un fort développement

tous les niveaux. Notre business model est en effet le suivant: le directeur de chaque établissement dispose d'une très large marge de manœuvre. Même s'il sait qu'il peut compter sur une organisation qui lui permet de bénéficier d'un support dans les domaines les plus divers. Donc d'un côté une grande liberté, d'un autre une organisation forte. Ce paradoxe apparent se retrouve au niveau de la gestion de la relation clients. Le client vient chez nous et surtout y revient car nous ne serions rien sans une forte fidélité de notre clientèle; fidélité aux hôtels qu'il connaît et fidélité à la marque.

Pouvez-vous nous en dire davantage? Les clients retrouvent dans l'ensemble de nos hôtels des

standards en matière d'approche de la gestion de la relation clients, en particulier en ce qui concerne la qualité du service, certes adaptée au style de l'établissement (mer, montagne, ville...), mais toujours chic et décontractée. Il n'y a certes pas grand-chose en commun entre l'Adlon à Berlin et le Grand Hôtel de Bains que je dirige à St-Moritz mais les mêmes valeurs animent nos équipes.

Vous dirigez, comment vous venez de le signaler, un hôtel à St-Moritz. Comment est-ce



possible d'être à la tête d'un hôtel tout en occupant vos fonctions au sein du groupe? Tout simplement en étant organisé, surtout que cette double casquette implique de nombreux déplacements. Mais cela a aussi de très nombreux avantages: entre autres de

prendre l'habitude de gérer les situations les plus différentes

et surtout se trouver confronté à la nécessité de déléguer à des équipes composées de personnes responsables et motivées à mettre le client au sommet de l'organigramme. Je suis toujours frappé de constater la véracité de l'adage selon lequel la valeur n'attend pas le nombre des années. Le fait de déléguer me permet ainsi d'exercer mes fonctions de «Regional Vice President» avec succès. Actuellement, je suis très pris par la gestion de nouveaux projets qui conduisent à l'ouverture de nouveaux hôtels Kempinski et à la fourniture de support aux établissements que je suis chargé de suivre dans la région «Western Europe». Cela afin de continuer à offrir les prestations qui séduisent notre clientèle.

La Rotonde sera remise à neuf

Le Beau-Rivage Palace, à Lausanne, mettra définitivement un terme à son programme de rénovation. Pour ce faire, il entamera en septembre, la rénovation de sa Rotonde qui doit durer huit mois.

MIROSLAW HALABA

Elle a subi les outrages du temps. Construite en 1908, la Rotonde, située dans la partie centrale du Beau-Rivage Palace, à Lausanne, doit être rénovée. Longtemps retardés, ces travaux débuteront en septembre et dureront huit mois.

Douze millions de francs seront consacrés à ces transformations qui mettront définitivement un terme au grand programme de ré-



La Rotonde et sa coupole ont été construites en 1908.

novation, entamé il y a une dizaine d'années et qui aura coûté plus de cent millions de francs. La rénovation de la coupole de la Rotonde n'est qu'une partie des travaux. «Vu la durée de ces travaux, nous avons décidé de revisiter du même coup les espaces qui nous font problème dans cette partie de l'hôtel», explique le directeur général du palace, François Dussart. C'est ainsi que la salle du restaurant La Rotonde sera transformée afin de servir de salle de petit-déjeuner et, en deuxième partie de journée, en zone de banquet, augmentant ainsi la surface totale consacrée à ce type d'usage. «On fera disparaître le toit en zinc pour le remplacer par une structure plus transparente, ce qui nous permettra de récupérer la façade d'origine du palace», note François Dussart. Autre nouveauté: une terrasse, destinée au

petit-déjeuner, sera aménagée devant cette structure. Un «grand plus», estime le directeur de l'établissement. La fermeture de la Rotonde pourrait avoir, même en ces temps difficiles, des conséquences non-négligeables sur l'exploitation du palace. «Nous estimons que l'exploitation de la Rotonde durant huit mois, exploitation que nous assurons souvent conjointement avec celle de la salle Sandoz, génère environ deux mille nuitées», indique François Dussart. Pour ne pas les perdre, le palace se dotera d'une structure, en verre et métal, provisoire, mais de qualité, qui prendra place sur la terrasse du Palace. Dans l'attente de

ces travaux, le Beau-Rivage Palace doit faire face au ralentissement conjoncturel. Il le fait avec un certain succès. Ainsi, avec un taux d'occupation frôlant les 70%, le mois de juillet est qualifié «d'honnête», par François Dussart. Le portefeuille de conférences et de séminaires est «bon» pour septembre et la restauration «marche très bien» dans tous les points de vente et pas seulement au restaurant où œuvre Anne-Sophie Pic. Le Beau-Rivage Palace ne serait, d'ailleurs, pas le seul à bénéficier d'une activité soutenue. «Toute la zone dans laquelle nous nous trouvons marche bien», dit encore François Dussart.

«Une nouvelle structure nous permettra de récupérer la façade d'origine du palace.»

François Dussart
Directeur du Beau-Rivage Palace

En bref

Suisse

Vie économique: un dossier sur l'hôtellerie suisse

Dans sa dernière édition, le magazine «La Vie économique», édité par le Secrétariat d'Etat à l'économie, consacre un dossier de quinze pages à la problématique des coûts et des prix de l'hôtellerie suisse. La parole est notamment donnée au CEO d'hôtellerie-suisse, Christoph Juen. Ce dernier note que le niveau élevé des coûts doit être traité, simultanément, sous trois angles: celui de la responsabilité individuelle de l'entrepreneur, celui de l'environnement politique et économique et celui d'un marketing national et international fédérateur. mh

Une «Semaine des Swiss Historic Hotels»

Le groupement des Swiss Historic Hotels, qui compte actuellement quarante-trois membres, fête cette année ses cinq années d'existence. A cette occasion, il organisera une «Semaine des Swiss Historic Hotels». Durant cette semaine, qui durera du 23 au 30 août, dix-neuf établissements membres proposeront «des arrangements insolites» liés à leur histoire et à leurs traditions. Les hôtels pourront notamment recevoir des livres «souvenirs», des guides artistiques, ainsi que des billets d'entrée pour des musées ou des trajets en chemins de fer alpins. mh

Monde

Nouvelle livrée pour les portiers de Swissôtel



Swissôtel poursuit sa stratégie visant à renforcer le caractère helvétique de ses hôtels. C'est ainsi que, à partir de mars 2010, les portiers des établissements du groupement Swissôtel porteront une nouvelle livrée. Créée par la dessinatrice de mode, Ida Gut, celle-ci arbore notamment des accessoires au design helvétique dus au talent de l'orfèvre et artisan appenzellois Sebastian Fässler. Les étoffes utilisées pour confectionner cette nouvelle livrée seront adaptées au climat où elle sera portée. mh

Un intérêt grandissant pour ITB Asia

Manifestation décentralisée du salon touristique ITB de Berlin, l'ITB Asia, qui se tiendra du 21 au 23 octobre à Singapour, connaît un intérêt grandissant. Les organisateurs indiquent que, à ce jour, le nombre d'exposants est supérieur de 20% à celui qui avait été enregistré l'an dernier. Plusieurs exposants demandent des surfaces plus grandes. Ainsi, parmi les groupements hôteliers, Mövenpick Hotels veut doubler sa surface. Les organisateurs notent toutefois aussi un recul de 25% des inscriptions des petits et moyens exposants. En 2008, date de la première édition, la foire avait accueilli 6200 visiteurs. mh

Palexpo passe à l'offensive



«Notre stratégie de commercialisation consiste notamment à attirer des salons d'autres villes», relève Claude Membrez, le directeur de Geneva Palexpo.

Geneva Palexpo mise sur les collaborations avec des partenaires étrangers afin de continuer à se développer. Certains contrats ont déjà été signés avec la Chine.

VÉRONIQUE TANIERG

En 2008, Palexpo a réalisé son plus important bénéfice depuis 1982, soit 4 millions de francs pour un chiffre d'affaires de 67,5 millions de francs. Les retombées économiques pour Genève ont augmenté de 13%, passant à 572 millions de francs. Alors que la crise économique secouait la planète, Palexpo était épargné. Du coup, on se demande pendant combien de temps ce navire amiral des salons évitera les écueils de la crise. Il faut savoir que Palexpo gère trois domaines d'activités distincts: il loue des surfaces pour héberger des

Claude Membrez: «Pas de baisse des foires et des salons»

«Nous avons moins de demande au niveau événementiel, mais nous n'enregistrons pas de baisse en ce qui concerne les foires et les expositions», affirme Claude Membrez, le directeur de Geneva Palexpo. «Il y a d'importantes différences selon les secteurs car ce type de manifestations dépend beaucoup de la vitalité des secteurs économiques. Par exemple, pour l'instant, le salon automobile de Genève se maintient tandis que celui de Barcelone a des problèmes et que celui de Londres a été annulé. Idem pour les poids-lourds: le salon de Lyon a été annulé en 2009.» Dans un contexte de crise économique, Palexpo va-t-il adopter une stratégie marketing plus agressive? «Nous avons créé notre propre force de vente il y a cinq ans et, depuis, nous l'avons renforcée», note Claude Membrez. «Mais il y a en Europe un nombre limité d'organisateur de salons, environ 250. Notre stratégie de commercialisation consiste notamment à attirer des salons d'autres villes. Par exemple, l'Espa a été organisé en 2008 à Genève et à Amsterdam, aussi bien en 2006 qu'en 2010.» vt

manifestations, il vend des services aux manifestations qui se tiennent dans ses murs et conçoit et organise des manifestations pour son propre compte ou pour le compte de tiers. De plus, Palexpo organise des salons dont il est propriétaire, comme le salon du livre ou Geneva Classics.

Interview de Robert Hensler, chancelier du canton de Genève et président de Geneva Palexpo.

Quelle sera la stratégie de Palexpo pour continuer à se développer dans un contexte de sévère crise économique?

A mes yeux, l'avenir de Palexpo passe par le partenariat, la mise en commun des ressources, la constitution de réseaux et l'organisation de manifestations multi-sites. Pourquoi ne pas organiser hors de Suisse des «clones» des manifestations dont Palexpo est propriétaire? Pourquoi ne pas monter à Palexpo des versions européennes de manifestations nées en Asie ou en Amérique du Nord, par exemple? Ebase, dont le succès va croissant, est un excellent exemple de ces greffes prometteuses. Concrètement, cela se traduirait par des partenariats avec d'autres centres d'expositions ainsi qu'avec des organisateurs professionnels de manifestations. Palexpo doit constituer une série d'alliances, notamment européennes, qui lui permettront d'attirer des manifestations que seul il ne pourrait obtenir.

Certains partenariats sont-ils déjà concrétisés?

J'ai par exemple signé il y a six mois à Pékin un accord avec le Beijing Oriental Cultural Exchange, un important organisateur chinois de foires et de manifestations, lié au gouvernement. Nous avons convenu de promouvoir réciproquement les expositions que nous organisons dans des domaines aussi divers que l'énergie, le pétrole, l'électronique, l'industrie du cuir, de la pharmacie et du textile. Palexpo ne doit pas être uniquement un endroit où l'on va voir une exposition. Il doit devenir également une

destination de vie où l'on peut se restaurer, dormir et avoir des loisirs.

Qu'en est-il des réservations pour Telecom?

L'UIT a réservé cinq des sept halles et assure elle-même la commercialisation de l'événement.

Les hôteliers ont baissé leurs prix par rapport à Telecom 2003. A votre avis, devraient-ils continuer à diminuer leurs tarifs?

Le prix n'est pas la seule dimension sur laquelle une prestation est jugée. L'expérience montre que l'appréhension du prix par un client ne dépend pas du montant qu'il a payé, mais de son sentiment d'avoir reçu une contre-prestation correspondant au prix payé ou non.

Sans doute ce sentiment n'était-il pas suffisamment présent lors de Telecom 1999 et nous en payons le prix aujourd'hui encore, dix ans plus tard. Dans l'intervalle, les hôteliers genevois ont investi quelque 500 millions de francs pour rénover, agrandir

et améliorer leurs établissements. Nous avons aussi accru l'offre dans la catégorie des hôtels de une à trois étoiles. De même, les politiques de prix ont évolué, notamment en suivant le modèle Easyjet, prix basé sur le moment auquel la réservation est effectuée et en fonction des dates choisies.

Où en est-on des travaux de rénovation, Palexpo ayant annoncé qu'il allait investir 100 millions de francs?

Nous allons notamment créer des bureaux et des salles de réunion et aménager un boulevard qui courra de la halle 1 à la halle 6. Nous avons déjà complètement rénové notre centre de congrès. Il s'agit d'augmenter la flexibilité de Palexpo, d'accroître sa capacité à héberger plusieurs manifestations simultanées et d'adapter notre architecture à l'évolution de l'expérience événementielle, une expérience dans laquelle le visuel et l'image en particulier jouent un rôle accru.



«Pourquoi ne pas organiser hors de Suisse des (clones) de certains salons de Palexpo?»

Robert Hensler
Président de Geneva Palexpo

Les hôteliers biennois au front

Huit hôtels de la région biennoise ont concocté un spot publicitaire pour se rappeler au bon souvenir des touristes suisses. Découverte.

EUGENIO D'ALESSIO

Depuis les fastes de l'Expo.02, la région du Seeland était quelque peu retombée dans l'anonymat. Pour faire (re)découvrir les charmes de cette région lacustre, qui plus est dans un contexte de crise éco-

nomique persistante, huit hôtels ont lancé au début du mois de juillet une vaste offensive promotionnelle. L'Elite et le Mercure Plaza, à Bienne, le Schlössli, à Ipsach, le Florida, à Studen, le Wordenbad, à Worben, la Couronne, à Aarberg, le Fontana, à Douanne, et l'Île Saint-Pierre, à Cerlier, ont investi près de 60 000 francs pour la diffusion d'un spot publicitaire sur les

écrans des cinémas open air de Genève, Berne et Zurich (www.seelandhotels.ch). En 20 secondes, ce petit film titille depuis le 7 juillet les envies d'évasion des touristes potentiels que sont les cinéphiles en faisant vibrer la corde écologiste. Sous le slogan «Profitez du Seeland. Nous nous occupons du reste», il aligne une série de tableaux enchanteurs où défilent une famille en promenade

Un spot vante les atouts de Bienne et du Seeland dans les cinémas open air de Genève, Berne et Zurich.



La région de Bienne possède de nombreux atouts. Huit hôteliers ont décidé de le faire savoir à travers une opération originale.

dans une prairie, un vétériste admirant l'Île Saint-Pierre au milieu des vignes, un couple enlacé au bord du lac de Bienne ou des jeunes qui goûtent au plaisir de la baignade.

Pour Peter Hugli, le directeur de l'Elite, ce spot publicitaire vise avant tout à vendre la nature du Seeland. Et de préciser: «Il a été conçu

pour inciter des touristes jeunes et plutôt urbains à passer un week-end dans la région de Bienne, pour donner un coup de fouet au tourisme de loisirs de courte durée qui est un peu le talon d'Achille du Seeland. Même s'il est trop tôt pour tirer un bilan de cette action promotionnelle, force est de constater que

pour l'heure, je n'ai pas eu d'échos négatifs à son propos.»

Cirillo Fontana, le propriétaire de l'hôtel du même nom à Douanne, renchérit: «Avec cette opération de marketing, nous cherchons à attirer une clientèle active et sportive désireuse de délier les cordons de la bourse pour un week-end de détente dans le cadre d'activités physiques comme la randonnée ou le vélo.»

Mais, paradoxalement, ce spot publicitaire n'a pas été lancé dans un esprit de remède anti-crise. «En fait, l'idée du film remonte à février 2008, donc bien avant que la récession ne frappe le tourisme helvétique. Il est vrai toutefois qu'il tombe à pic. On le sait, la tendance est à un retour aux vacances à l'intérieur des frontières. Il nous a donc semblé judicieux de promouvoir la région du Seeland maintenant, alors que la crise bat son plein», explique Cirillo Fontana.

Aoste: les vins de montagne ont la cote

Qu'est-ce qui rassemble la Moselle, le Douro, la Galice, la Savoie et le Valais? Les vignes, pardii! Et Aoste s'est imposée comme capitale des «vins de montagne».



Les vignes de Visperterminen ne sont plus les plus hautes d'Europe.

PIERRE THOMAS

Vin de montagne? Les Suisses, habitués à boire du vin rouge étranger depuis toujours, connaissent, naguère, le «montagne», volontiers affublé de «supérieur». Aujourd'hui, le «vin de montagne» est un concept. Le Cervin, pour Centre de recherche, d'études, de sauvegarde, de coordination et de valorisation pour la viticulture de montagne, installé à Aoste, en est le garant. Depuis 18 ans, ce centre, qui réunit de manière volontaire des régions européennes, organise un concours (lire l'encadré). Peuvent y participer des vins issus de vignobles «ayant des difficultés structurelles permanentes», par exemple situés à plus de 500 m d'altitude (sauf les hauts plateaux, comme à Mendoza, en Argentine), ou plantés dans une pente de plus de 30% (par exemple, la Moselle), ou cultivés en terrasses (Valais, Vallée d'Aoste) et, plus exotique, sur «de petites îles». Les critères ne sont pas cumulatifs et des vins de toutes provenances répondant à ces critères peuvent concourir.

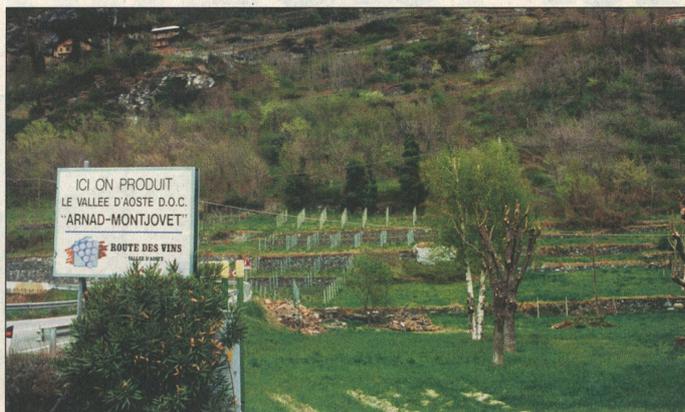
En avril, à Sondrio, une table ronde a réuni des vignerons et des chercheurs, sur le thème de la «viticulture héroïque», un adjectif

qui montre ce que le travail de la vigne représente. A St-Vincent, en conclusion du concours, Enrico Zola, vice-président du Cervin, a situé les enjeux de cet héroïsme: d'abord, valoriser le paysage, ensuite, le milieu socio-économique, puis favoriser le tourisme et créer une richesse dans les régions concernées.

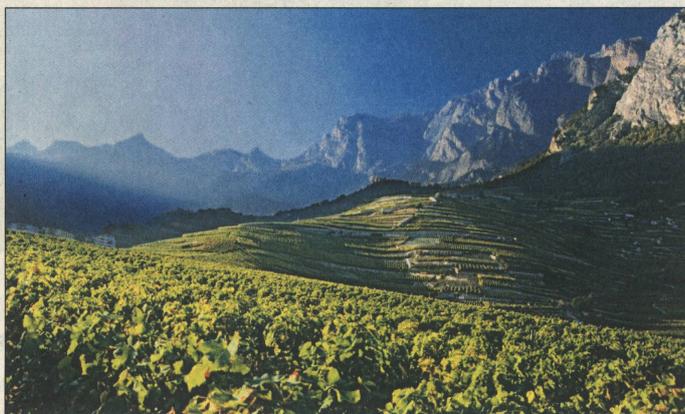
Des vignes plus hautes qu'à Visperterminen

La Vallée d'Aoste est un modèle du genre. Au contraire du Valais, où la vigne n'a cessé de se développer au 20^e siècle, la vigne valdôtaine est passée de 3000 ha à moins de 500. Aujourd'hui, elle remonte à plus de 520 ha. Et les producteurs, une douzaine il y a vingt ans, sont plus de quarante. A elles seules, les six caves coopératives écoulent 70% des deux millions de bouteilles par an. «En vingt ans, on est passé d'un vignoble accessoire, revenu d'appoint pour les paysans, à une viticulture rationnelle, but en soi de toujours plus de jeunes vignerons», se réjouit Massimo Bellocchia, l'œnologue de la région autonome.

Les vins se concentrent sur des rouges (69% de la surface) et, désormais, près des deux tiers sont issus de cépages autochtones, soit le Petit rouge, le Fumin, le Mayolet et le Cornalin (qui n'est pas celui du Valais, mais l'Humagne rouge). Pinot noir et Nebbiolo complètent la panoplie. En blanc, le Prié blanc est cultivé à Morgex et La Salle, les plus hautes vignes d'Europe (entre 1000 et 1250 m d'altitude, soit plus haut qu'à Visperterminen), tandis que la Petite Arvine connaît un bel essor. Valdô-



Les vignobles du Val d'Aoste possèdent plusieurs points communs avec les vignobles...



... du canton du Valais. Le vin y est en effet également cultivé en terrasses.

Le Cornalin du Val d'Aoste n'est pas celui du Valais. Il s'agit en fait de l'Humagne rouge.

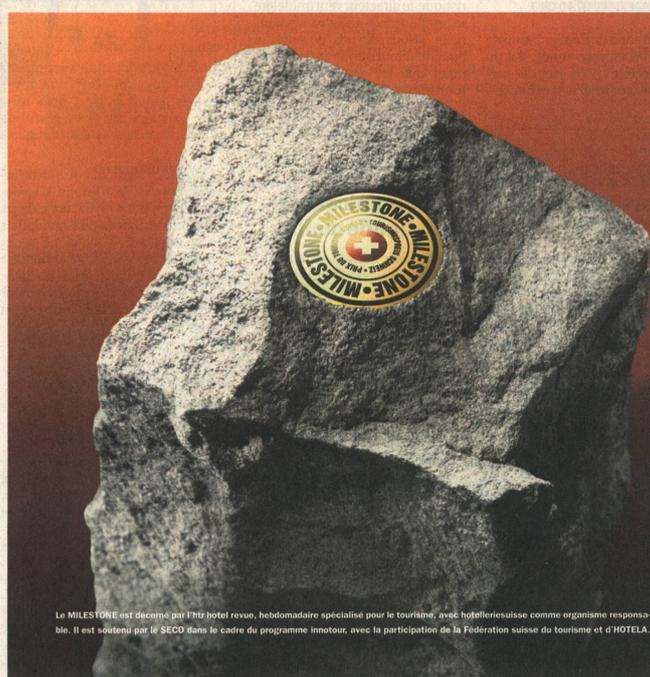
à la vigne valdôtaine, en multipliant les essais viticoles. Près de 85% des vins valdôtains sont consommés sur place, par les 120 000 habitants de la vallée et le million de touristes,

tains et Valaisans se disputent son origine: le fait est que l'Institut agricole régional, fondé par les chanoines valaisans du Grand-Saint-Bernard, a redonné du «tonus»

Hervé Deguillaume produit un exceptionnel muscat passerillé

L'agritourisme permet de jouer sur tous les tableaux, avec des exploitations mixtes: viticoles, agricoles (viande et fromage), de gîte et de couvert. «Nous sommes une

trentaine, avec des formules diverses», note Hervé Deguillaume, à La Ville, à Verrayes. Sur 1,5 ha de vignes, il produit depuis 2005, dans une cave miniature ultramoderne, financée en partie par les subventions européennes, un des meilleurs Fumin, vin rouge de garde valdôtain, et un exceptionnel muscat passerillé. Et 80% de ses vins sont servis, sur place, dans un restaurant où le cadre est rustique, la cuisine se révèle raffinée, pour les hôtes des six chambres comme pour les touristes de passage.



MILESTONE 2009: Inscrivez-vous maintenant!

Le «MILESTONE. Prix du tourisme suisse» honore des prestations remarquables et des projets innovateurs dans le tourisme suisse. Il est doté d'un montant global de 33 000 francs et sera décerné dans quatre catégories: Projet remarquable, Prix de la relève, Prix du développement durable (environnement) et Prix pour l'œuvre d'une vie.



Inscription en ligne: www.htr-milestone.ch

Le délai de dépôt des candidatures est fixé au 31 août 2009. La remise des prix aura lieu à l'occasion d'une soirée de gala le 17 novembre 2009 au Kultur-Casino à Berne.

Partenaire de l'événement: HOTELA

htr hotelrevue

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

STV FST
Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione Svizzera del turismo
Federazione svizra dal turissem

Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

Le MILESTONE est décerné par l'htr hotel revue, hebdomadaire spécialisé pour le tourisme, avec hotelleriesuisse comme organisme responsable. Il est soutenu par le SECO dans le cadre du programme innovateur, avec la participation de la Fédération suisse du tourisme et d'HOTELA.



«Nous prenons la grippe A au sérieux mais nous ne voulons pas pour autant dramatiser.»

Maurus Lauber (Page 5)



Le site Evologia, qui abrite notamment l'Ecole des métiers de la terre et de la nature à Cernier, est un acteur touristique à part entière.

Cernier: un succès

Le site de Cernier, Evologia, est en plein essor. Il propose des spectacles joués à guichets fermés et veut se profiler de façon décisive au niveau touristique.

VALÉRIE MARCHAND

En tant que pôle de développement, Evologia, à Cernier (NE), abrite l'Ecole des métiers de la terre et de la nature qui comprend notamment une intéressante «Serre des cinq continents». Il abrite aussi le siège du Service de l'agriculture du canton de Neuchâ-



La «Serre des cinq continents» et plusieurs spectacles contribuent...

tel. De même, il est doté d'un centre touristique et culturel. Son programme d'été a déjà connu un grand succès. Notamment avec le



...à animer le site d'Evologia.

7e Festival romand de poésie, «Poésie en arrosoirs», qui a accueilli 2000 spectateurs. Avant tout intimiste, ce spectacle enregistre une

Richard Bohringer. Proposant les œuvres les plus diverses, il a aussi présenté le spectacle théâtral et musical «Paradis» interprété par une compagnie de Montpellier.

Autre événement, les «Jardins Musicaux» qui auront lieu du 19 au 30 août dans la Grange aux Concerts. «Depuis 2003, on y joue à guichets fermés», se réjouit Renaud Tripet, directeur d'Evologia. Par ailleurs, ce festival sera aussi présent du 21 au 23 août à Arc-et-Senans (France), devenant ainsi un véritable projet musical transfrontalier. Quant à «Fête la Terre», du 19 au 23 août, elle attire à chaque édition environ 20 000 personnes. Autre point d'intérêt, les «Jardins extraordinaires» (jusqu'au 21 septembre). L'horticulture y est à l'honneur cet été avec «Aqualifibres» proposant, entre autres, des techniques d'hortilonnage, la culture de plantes sur l'eau.



Exemple d'hortilonnage, la culture de plantes sur des surfaces d'eau.

Plusieurs raisons expliquent un tel succès. D'une part, les prix pratiqués sont relativement bas en raison d'un important sponsoring. D'autre part, le «tourisme vert» est à la mode. Enfin, les spectacles comme les «Jardins Musicaux» sont surprenants et très novateurs. Ils plaisent au public, comme aux musiciens ravis de pouvoir interpréter de tels œuvres», indique le directeur d'Evologia.

Dans l'intervalle, des projets se dessinent, comme l'amélioration technique et artistique de la Grange aux Concerts. «Elle sera ainsi à la hauteur des Jardins Musicaux qui sont en pleine évolution», précise Renaud Tripet. Au niveau touristique, le directeur veut que le site se profile de façon plus professionnelle. «Nous devons devenir un opérateur touristique aussi performant que les autres opérateurs touristiques suisses» conclut-il.

D'une langue à l'autre

Les limites du transport des vélos dans les trains



CFR/ldi

Le transport des vélos dans les trains comporte parfois quelques désagréments. On en veut pour preuve la mésaventure qui est récemment survenue à cinquante cyclotouristes qui sont montés dans un train de la ligne Bâle-Berne-Interlaken sans avoir auparavant effectué de réservation pour leurs vélos. Vingt de ces cyclotouristes ont dû descendre du train pour des raisons de sécurité.

Im

Les nuitées en recul de 7,4% au terme du premier semestre

Selon les résultats provisoires de l'Office fédéral de la statistique, l'hôtellerie a enregistré en Suisse trois millions de nuitées au mois de juin 2009, soit une diminution de 4,9% par rapport à juin 2008. Ces sont les hôtes étrangers qui affichent le plus grand recul, soit 7,6% (-148 000 nuitées). Les Suisses accusent, eux, une légère baisse de 0,7% (-8700 nuitées). Le premier semestre 2009 a également été marqué par une diminution des nuitées, celle-ci a atteint 7,4% par rapport à la même période de l'année précédente. La demande étrangère a subi une plus grande baisse (-9,4%/-1 million de nuitées) que la demande indigène (-4,6%/-345 000).

Im

Quid de la livraison de légumes frais avec la grippe A?



ldi

La vente de légumes pourrait beaucoup souffrir de la grippe A. La défection du personnel chargé de les cueillir pourrait en effet conduire à une impasse. «Celle-ci ne serait toutefois pas plus grave dans notre secteur que dans celui du lait», estime Nicolas Fellay, le directeur de l'Union maraîchère suisse.

Im

Un village du Var accepte encore les francs français

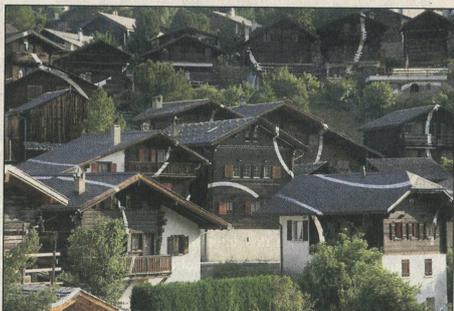
La France s'est convertie à l'euro il y a sept ans. Toute la France? Non, Collobrières, un petit village du Var, accepte encore les francs français et en a fait un de ses principaux arguments touristiques. Et ça marche. Depuis que les francs y ont été réintroduits le 1er avril 2008, ce village de l'arrière-pays de la Côte du Var a eues les honneurs de la presse écrite et de la télévision. Même le New York Times et désormais l'hotel revue s'y sont intéressés.

Im

Un artiste façonne Vercorin

Le vieux village valaisan de Vercorin est, depuis la mi-juillet, entre les mains de l'artiste tessinois, de renommée internationale, Felice Varini. Ce dernier, spécialiste des interventions «in situ», a en effet réalisé une installation monumentale intitulée «cercle et suite d'éclats».

A l'aide de feuilles d'aluminium, Felice Varini a dessiné vingt-huit cercles sur une septantaine de maisons. Il a construit son œuvre à partir d'un point de vue, en l'occurrence la terrasse de l'office du tourisme de la station. Cette installation, qui restera en place jusqu'au 27 septembre, entre dans le cadre de la première édition de



Les chalets de Vercorin ornés par Felice Varini.

Robert Höfer/ldi

«R&Art». Initiée par le designer et habitant de Vercorin, Jean-Maurice Varone, cette manifestation veut ouvrir le village à des interventions artistiques «in situ» et établir ainsi un dialogue entre l'art contemporain et ses habitants.

Cette idée a été bien accueillie. Lors d'une séance d'information organisée ce printemps, «tous» les

propriétaires concernés par l'intervention de Felice Varini - il n'y a en avait pas moins de cent trente - avaient donné leur accord à cette installation, ont indiqué les organisateurs.

Cette première édition de «R&Art» a aussi reçu le soutien de la commune de Chalais, de Sierre Région et de l'Etat du Valais. mh

Kurt Ritter honoré par l'Université d'Oxford

CEO de Rezidor Hotel Group, le Suisse Kurt Ritter a été nommé docteur honoris causa de l'Université d'Oxford Brooks. Ce titre lui a été remis pour honorer «sa vision et son leadership», ainsi pour son engagement dans les questions environnementales. A la tête de Rezidor - cinq marques et 380 hôtels - depuis plus de 20 ans, Kurt Ritter avait notamment reçu le titre d'«hôte du monde» en 2002. mh



ldi

Primus Communications change de mains

Spécialisée dans le secteur touristique, l'agence Primus Communications Sàrl a changé de propriétaire. Sa directrice, Vanessa Bay a, en effet, racheté la société qui appartenait à Muriel Bassin et à Travel Media SA. L'agence, qui est basée à Zurich, occupe quatre personnes. mh

TGV Lyria: nouvelle responsable du marché suisse

Depuis le début du mois, la responsabilité du marché suisse de TGV Lyria est assumée par Eliane Krebs. Responsable auparavant du projet Euro 2008 chez Berne Tourisme et chargée de projets chez RailAway, elle a remplacé Thierry Müller qui a quitté TGV Lyria pour une activité à la Communauté de formation des transports publics. mh

stellenrevue htr

Le principal marché de l'emploi de la branche

Der grösste Stellenmarkt der Branche
Le principal marché de l'emploi de la branche

htrhotelrevue Nr. 32 / 6. August 2009



Mit Eus startet Sie durt!

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

Wir sorgen für
Nachwuchs
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

JOB SERVICE
GASTRO SUISSE
SUCHEN? VERMITTELN? FÖRDERN?
WIR SUCHEN?
Fachprofi für
Service und Küche
Führungspersönlichkeiten
in Küche und Service
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich, Tel. 044 377 55 35
Fax 044 377 55 90, E-Mail: jobservice@activegastro.ch
www.gastro-suisse-observice.ch

Karriereplanung
beginnt hier
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

Inhalt / Sommaire

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

Für ein führendes Hotel im Mittelland, Region Aarau-Ofen, suchen wir nach Vereinbarung einen motivierten und frontorientierten

Hoteldirektor m/f

Hier lebt man herzliche Gastlichkeit. Darum suchen wir Sie als fähigen Hotelier und echten Gastgeber. Sind Sie die offene Führungspersönlichkeit mit sicherem Auftreten und Erfahrung in der Schweizer Hotellerie? Dann freuen wir uns, Sie kennenzulernen!

Das erwartet Sie:
Ein mittelgrosses Hotel mit 31 Mitarbeitenden, Konferenz-/Bankettmöglichkeiten und Restauration. Eine spannende Aufgabe zu fairen Konditionen, Eigenverantwortung und viel Mitspracherecht. Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 3389-1774 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, 3001 Bern.

Renommiertes Hotel 3* superior in Lugano sucht nach Vereinbarung in Jahresstelle:

einen Küchenchef
ideales Alter 50 Jahre

Gewandt in der Führung der Küche (Halbpension, à la carte und Bankettbetrieb) und dessen Team, Betreuung der auszubildenden Lehrlinge Kontrolle über Einkauf und Kosten sowie der sorgfältigen Einhaltung der Hygienevorschriften (Kursdiplom) sind die Grunderfordernisse für diese Position.

Senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Zeugniskopien und Foto an unten stehende Adresse unter Chiffre 3206-1688 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Mediterrane Idylle am Vierwaldstättersee
Kulinarische Genüsse in südlicher Ambiance

Wellness Hotel Rosli Weggis
LW MIRA
Beady SPA

Um unser erfolgreiches Team zu erweitern, suchen wir engagierte Mitarbeiter, die gewillt sind aussergewöhnliches zu schaffen. Ab sofort oder nach Vereinbarung.

BetriebsassistentIn
Sie sind eine dienstleistungsorientierte Persönlichkeit, welche die Bedürfnisse der Kunden erkennt. Ihr Flair im Umgang mit Gästen und Mitarbeitern fördern eine gute Zusammenarbeit. Sie verfügen über Computer-Kenntnisse, haben das nötige Organisationstalent und sind innovativ. Sie sprechen fließend Deutsch (Muttersprache), und haben gute Französisch-Kenntnisse. Wir bieten Ihnen eine spannende und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem dynamischen Umfeld, sowie Freiraum für Ideen und Kreativität.

Service-mitarbeiterIn
mit Freude an der Arbeit, um den Gästen eine Oase des Wohlfühlens zu bieten. In unserem kleinen Team sind Sie die strahlende GastgeberIn. Sie betreuen unsere Gäste im Restaurant flavour, einem sehr gepflegten Restaurant mit mediterranem Flair.

Sind Sie interessiert?
Dann bewerben Sie sich mit ihren vollständigen Unterlagen und Lebenslauf bei Herrn Josef Nölly.

Wellness Hotel Rosli +41 41 392 27 27
Josef Nölly josef.noelly@wellness-rosli.ch
Seestrasse 52 www.wellness-rosli.ch
CH-6353 Weggis www.lamira.ch 3419-702

Den Bewohnern von Eigentumswohnungen bieten wir im «Service-Wohnpark Freihofmatte, Schindellegi» alle Annehmlichkeiten eines guten Hotels.

Wir suchen zur Unterstützung eine aufgestellte

Assistentin des Verwaltungsdirektors (50%)
für die Bereiche Service, Küche und Rezeption.

Wir erwarten, dass Sie eine Ausbildung in der Hotellerie (Küche, Service oder Hauswirtschaft) erfolgreich abgeschlossen haben. Perfekte Kundenbetreuung, gute Umgangsformen und Deutschkenntnisse sowie PC-Kenntnisse gehören zu Ihren Stärken. Unregelmässige Arbeitszeiten sind für Sie selbstverständlich.

Wir bieten eine interessante Stelle mit Perspektiven und die Möglichkeit, in einem neuartigen Umfeld Akzente zu setzen.

Bei Interesse freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und Referenzen.

Freihofmatte Services
z.H. Herrn Andreas Ming
Ettelblickstrasse 1, 8834 Schindellegi
a.ming@freihofmatte.ch
www.freihofmatte.ch



Geschäftsführer/in
Engelberg-Titlis Tourismus AG

Himmlich kann es glücklicherweise vielerorts sein. Doch so himmlisch wie in Engelberg ist es nur da. Dank der Einmaligkeit, der umwerfenden Bergwelt, der zentralen Lage mitten in der Schweiz. Und Dank des ganzheitlichen Gästeerlebnisses, für das Sie verantwortlich zeichnen.

Die Engelberg-Titlis Tourismus AG organisiert als Schnittstelle, Verstärker und Vermarkter die touristischen Belange der Ganzjahresdestination Engelberg-Titlis. Bereits die Geschäftsform zeigt, dass hier professionell, qualitätsbewusst und mit hoher Priorität alles getan wird, um in einer gemeinsamen, verbindlichen Partnerschaft für die Gäste einiges zu bewegen. Und sich so im internationalen Markt überdurchschnittlich erfolgreich zu positionieren. Alles steht und fällt mit Ihnen als

Geschäftsführer/in
und Kopf eines rund 20köpfigen Teams. Sie sind der Nonstop-Motor, Frontmann (-frau), Botschafter, Coach, Macher, Ideenschmied. Ihnen gelingt es, Menschen zu begeistern und zu überzeugen, sie für die Zusammenarbeit als Partner zu gewinnen und aus einer guten Idee ein solides Geschäftsfeld von breitem Nutzen zu entwickeln. Ihr Wirken ist also gleichermaßen nach innen und nach aussen gerichtet: Vom Älpler, Hoteller,

Gewerbler und Bahnbetreiber bis zum Tourismusunternehmer an der internationalen Messe finden Sie den Approach für Netzwerke und Gelegenheiten. Gut gelautet, unkompliziert, lösungsorientiert, motivierend, resultatorientiert.

Sie sind ein erfahrener Marketing-resp. Tourismusprofi, der über verschiedenste Wege nach Engelberg gelangen kann: Sie wissen, wie man Gäste erfreut und Zielgruppen erreicht, wie man unterschiedlichste Partner und Angebote zu einem überzeugenden Ganzen formt und wie die internationale Vermarktung läuft. Mit betriebswirtschaftlichem Flair, Kontaktstärke (Englisch!), Organisationstalent und Kreativität setzen Sie immer wieder neue Akzente. Und: Sie sind (bald!) voll und ganz Engelberger – ohne wenn und aber. Hier können Sie wirken und zeigen, was Sie können.

Kontakt: Markus Theiler
Jörg Lienert
Jörg Lienert AG
Hirschmattstrasse 15
Postfach
6002 Luzern
Tel. 041 227 80 30
luzern@joerg-lienert.ch

JÖRG LIENERT PERSONAL
Luzern – Zug – Zürich

Seit 25 Jahren:
www.joerg-lienert.ch

Bj
Biondi Gastronomie

Für unser Ristorante Soave 10 im Herzen von Lugano suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Geschäftsführer/in

Ihre Aufgabe: Ihnen obliegt die Führung eines Restaurants an bester Lage. 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 Hotelfachschule abgeschlossen und/oder verfügen über Erfahrung in der Führung eines Restaurants. Italienisch ist keine Fremdsprache für Sie.

Wir bieten: Eine sehr herausfordernde Kaderstelle, wo Sie Ihre Ideen direkt einbringen und umsetzen können. Viel Führungs- und Fachverantwortung sowie eine selbstständige Tätigkeit innerhalb von gegebenen Rahmenbedingungen, eine motivierte 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 Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Biondi Gastronomie, Petra Schürmann, Riedstrasse 3, 6330 Cham
Telefon 041 725 32 50, E-Mail: p.schurmann@vgag.ch



HERZLICH WILLKOMMEN!

Teamwork ist die Basis unseres ****Superior-Hotels mit 180 Betten, 5 Restaurants, Café+Bar, Lobby-Lounge, Kindergarten, einer grosszügigen Seminarinfrastruktur sowie einer 1500 m2 grossen Wellnessoase mit Hamam (450m2) und vielen weiteren Kunst-, Wellness-, Kids-, Kultur- und Mitarbeiterangeboten.

Für die laufende **SOMMERSAISON 2009** bzw. auf den Spätsommer suchen wir SIE!

RESTAURATIONEN

Als **Restaurantfachfrau/mann** verfügen Sie über Gastgeber-Flair und Verkaufstalent. Vielleicht haben Sie soeben Ihre Ausbildung als **Restaurantsfachfrau/mann** abgeschlossen. Wir würden uns freuen, Ihnen bei uns im Hause weitere Berufskennntnisse vermitteln zu können.

RÉCEPTION

Als **Réceptionist/in** sind Sie für unsere Gäste Gastgeber mit Herz. Ausserdem bieten wir Ihnen auf den Frühling 2010 hin die Möglichkeit, die Stellvertretung der Empfangsleitung zu werden.

HAUSWIRTSCHAFT

Als **Portier** sind Sie für die Reinigung der öffentlichen Räume sowie für die Gepäckdienste unserer Gäste zuständig.

BERGSPA (WELLNESS)

Unser kompetentes BergSpa-Team wünscht sich als Unterstützung eine **Kosmetikerin** mit Zusatzausbildung als **Masseurin** sowie eine **Réceptionistin** für unseren Wellcome (Réception).

Fühlen Sie sich von unseren Jahres- oder Saisonstellen angesprochen? Dann schreiben Sie uns doch einfach (mit Foto!) - unser Team freut sich auf fachkompetente und motivierte Unterstützung - vielleicht gemeinsam mit IHNEN?

Hotel Schweizerhof, Claudia Züllig-Landolt
CH-7078 Lenzerheide
Tel.: +41 81 385 25 25
e-mail: direktion@schweizerhof-lenzerheide.ch
www.schweizerhof-lenzerheide.ch

Wir suchen für unsere Division «comme il faut» eine verantwortungsvolle Persönlichkeit, möglicherweise auch ein junges Talent. Für eine nicht alltägliche Aufgabe. Mehr Informationen über uns unter www.comme-il-faut.biz.

Vollzeit:
Leiterin oder Leiter Projekte und Events

Bitte senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen per Post.
Zuhanden von
Hubert Erni
Geschäftsleiter

3.2.1 hubert erni ag
chamerstrasse 172
postfach
ch-6301 zug
fax +41-41 710 40 64
phone +41-41 710 40 60
contact@3-2-1.ch
www.3-2-1.ch



Wir sind ein traditionsreiches Thai-Restaurant mit einer authentischen Küche in Aarau und Dulliken.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen

Restaurant Manager (w/m) 100%

Ihr Profil
- Erfahrung in der Führung von Restaurants und Mitarbeitern
- betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- frontorientiert, innovativ und kommunikativ
- hohes Verantwortungsbewusstsein

Unsere Anforderungen
- abgeschlossene Berufsausbildung
- Berufserfahrung
- Fremdsprache erwünscht (E)

Wir bieten
- eine abwechslungsreiche Stelle in Dulliken und Aarau
- eine spannende Herausforderung mit hoher Eigenständigkeit

Frau Inhof erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte,
Telefon 062 391 90 80

Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto und Angaben über
Lohnvorstellungen senden Sie bitte an:

Thai House Administration, Mühlegasse 2, 4710 Balsthal
oder an info@thaihouse.ch

ALPENSTERN
ZERMATT
Daniel Biner, Postf. 425
CH-3920 ZERMATT
Tel. +41 27 966 31 00
Fax +41 27 966 31 01
www.alpenstern.ch
alpenstern@zermatt.ch

**Anfangs-Gouvernante
(mit Ablösung Frühstücksservice)**

Ihnen macht es Spass, einen familiären Hotel- und Appartementsbetrieb instand zu halten? Sie sorgen im Team für ein sauberes Aussehen des Hotels von innen und aussen, sei es als Zimmermädchen, in der Lingerie, im Frühstücksservice, Betreuung von Gästen (Check-in/Check-out). Sie sind teamorientiert, pflichtbewusst und arbeiten gerne selbständig? Dann sind Sie bei uns richtig! Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Arbeit in einem aufgestellten Team. Unterkunfts-möglichkeit besteht. **PER SOFORT oder nach Vereinbarung.**



Die Matterhorn Group zählt zu den grössten Gastronomie-Unternehmen der Schweiz. Wir verwöhnen unsere internationale Kundschaft in unseren drei Hotels und 12 individuellen Restaurants mit insgesamt über 5000 Sitzplätzen (vom Gault-Millau-gepunkteten Feinschmeckerlokal bis hin zum Selbstbedienungsrestaurant) in und rund um Zermatt. Wir suchen nach Übereinkunft einen

F&B Manager

(Matterhorn Group / Grand Hotel Zermatterhof ****)

Als Leiter der Abteilung F&B Management der Matterhorn Group unterstützen und beraten Sie die Direktoren der Linien und die Geschäftsführer in den strategischen, konzeptionellen und organisatorischen Belangen des F&B Managements. Sie tragen die Verantwortung für die Gestaltung der F&B-Angebote und die Auswertung und Interpretation von Verkaufszahlen- und Renditeberechnungen der einzelnen F&B-Geschäftsfelder sowie für die Warenbeschaffung und die Lagerbewirtschaftung/Inventarisierung. Sie unterhalten und überwachen die Kassa- und Abrechnungssysteme in unseren Restaurants. Als F&B Manager des Grand Hotels Zermatterhof**** führen und überwachen Sie ausserdem die Küchen-, Service- und Veranstaltungsabteilung.

Sie sind zwischen 35 und 45 Jahre jung, verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung mit Schwergewicht F&B (HF) und weisen bereits Erfahrung im F&B Management aus. Mit IT-Anwenderprogrammen sind Sie bestens vertraut und eignen sich zusätzlich erforderliches Fachwissen schnell an. (POS-Kassensysteme, Schultes & Micros, CalcMenu, EGS und Microsoft Office).

Zu Ihren Stärken gehören Durchsetzungsvermögen, ein hohes Mass an Verantwortungsbewusstsein, analytisches Denkvermögen und Teamfähigkeit. Sie arbeiten selbständig, handeln zielorientiert und eigenverantwortlich und verfügen über ein selbstsicheres, aufgeschlossenes, freundliches und natürliches Auftreten.

Nebst attraktiven Anstellungsbedingungen bieten wir eine Arbeitsstelle in einem äusserst interessanten international-touristischen Umfeld an.

Sind Sie an dieser Herausforderung interessiert? Rafael Biner, Direktor des Grand Hotel Zermatterhof und Mitglied der Gruppenleitung der Matterhorn Group, freut sich auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen. Er steht Ihnen für allfällige Fragen auch gerne unter 027 966 66 00 zur Verfügung.

Matterhorn Group, Bahnhofstrasse 53, CH-3920 Zermatt
Tel. 027 966 67 60, Fax 027 966 67 69
rafael.biner@zermatterhof.ch www.matterhorn-group.ch



Eines der schönsten Weiterbildungs- und Tagungszentren bietet seinen internationalen Meetinggästen an attraktiver Lage 5*-Deluxe-Komfort. Das in der Zentralschweiz gelegene Zentrum mit 50 Hotelzimmern, einem Auditorium für 200 Personen und 6 Gruppenräumen überzeugt durch modernste Infrastruktur, wunderbares Ambiente, hohe Servicequalität und ausgezeichnete Küche. Das Haus wird mit viel Herzblut und Liebe für Details geführt.

Für unseren Kunden suchen wir nach Vereinbarung eine passionierte, führungserprobte und charmante Persönlichkeit als

Leiter/in Hospitality

Ihre Aufgaben

Direkt der Leitung des Weiterbildungs- und Tagungszentrums unterstellt, gliedert sich Ihre vielseitige Tätigkeit in Aufgaben mit den folgenden Schwerpunkten und Zielen:

- Stellvertretung Leitung
- personelle und fachliche Führung von insgesamt 25 Mitarbeitenden der Bereiche Anlasskoordination, Restauration und Hauswirtschaft
- Umsetzung der strategischen Ziele und Budgetverantwortung
- aktive Gästebetreuung und Sicherstellung reibungsloser und effizienter Abläufe für sämtliche operativen Tätigkeiten in den Bereichen Anlasskoordination, Hauswirtschaft und Restauration
- Schaffung eines aussergewöhnlich angenehmen und entspannten Ambientes im Haus
- Einhaltung und Weiterentwicklung des Qualitätsmanagement-Systems

Ihr Profil

- absolvierte Ausbildung an einer Hotelfachschule
- NDS-Hotelmanagement oder eine gleichwertige betriebswirtschaftliche Weiterbildung
- 10 Jahre Berufserfahrung in der 4- oder 5*-Hotellerie
- zusätzlich mindestens 5 Jahre Führungserfahrung als Führungskraft/Abteilungsleitung
- F&B-, Anlasskoordinations-, Rezeptions-, Hauswirtschafts- und Marketingkenntnisse
- Beherrschen von Microsoft-Office-Programmen und Frontoffice-System Protel
- hervorragende Sprachkenntnisse in D und E (mündlich und schriftlich), F von Vorteil
- kommunikative, kooperative, organisierte und weltoffene Art
- Gastgeber/in aus Leidenschaft

Ihre Perspektiven

Das Weiterbildungs- und Tagungszentrum bietet mit der Stelle Leiter/in Hospitality eine vielseitige, herausfordernde und attraktive Führungsposition, welche einen hohen Grad an Selbstständigkeit, Eigeninitiative und überdurchschnittliche Dienstleistungsbereitschaft erfordert. Ausserdem erwarten Sie attraktive Arbeitsbedingungen und ein dynamisches und motiviertes Team.

Interessiert Sie die Möglichkeit, in einer anspruchsvollen Schlüsselposition tätig zu sein? Dann freuen wir uns, Sie kennenzulernen und erwarten gerne Ihre vollständige Bewerbung.

rbe@tune-quality.ch
Roland Berger, tune management & training ag, Thunstrasse 69, 3074 Muri b. Bern
www.tune-quality.ch



Unser Hotel zählt zu den renommiertesten Schweizer Luxus-Hotels. Vor über 150 Jahren gegründet, ist das Kulm Hotel St. Moritz heute die bevorzugte Engadiner Adresse für anspruchsvolle Gäste aus aller Welt. Service auf höchstem Niveau, wunderbare Lage und ein vielseitiges Angebot werden dem Gast geboten. Werden Sie Teil des Kulm Teams und prägen Sie die spezielle Aura dieses einmaligen Hauses mit.

**Folgende Jahresstelle ist neu zu besetzen
Direktionsassistenten (w/m)**

In dieser Führungsposition sind Sie Mitglied des Kadres und sind verantwortlich für die Abteilungen: Housekeeping, Wäscherei, SPA und Wellnessbereich, Kinderanimation, Qualitätsmanagement.

Sie betrachten die professionelle und aufmerksame Dienstleistung am Gast als wichtigstes Ziel Ihrer Tätigkeit.

- Anforderungen:**
- Diplom einer Schweizer Hotelfachschule oder gleichwertige Ausbildung
 - Fundierte Berufsausbildung und Erfahrung in den Bereichen Housekeeping und SPA sowie in der internationalen Hotellerie
 - Führungsqualitäten und Durchsetzungskraft
 - Organisationstalent und Teamfähigkeit
 - Gute Sprachkenntnisse in D/E u. m. It.
 - Sicheres und gepflegtes Auftreten
 - Kommunikativ, flexibel und belastbar

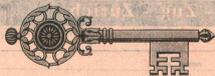
Aufgaben:
Sie organisieren und koordinieren mit den Departementsleitern die Schulung gemäss unseren Standards und überwachen das Tagesgeschäft, die Weiterentwicklung des Angebotes und Verbesserung und Optimierung der Dienstleistungen.

Sie sind eine einsetzfreudige Persönlichkeit mit unternehmerischem Denken. Sie sind gastorientiert, unterstützen die Direktion in ihren Verantwortungsbereichen und setzen sich dafür ein, die hohen Standards eines Luxushauses umzusetzen.

Gestalten Sie Ihren Arbeitsplatz in einer der schönsten Gegenden der Schweiz, es erwartet Sie ein abwechslungsreiches und interessantes Umfeld in Jahresanstellung. Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung.

Wenn Sie eine neue Herausforderung suchen und an einem längeren Engagement interessiert sind, dann freuen wir uns, Sie kennenzulernen und erwarten gerne Ihre kompletten Unterlagen an:

Herr Dominique N. Godat, Direktor
Kulm Hotel, Postfach, 7500 St. Moritz
Tel. 081 836 80 00 - www.kulmhotel-stmoritz.ch



ankommen und geiessen

Wir suchen per Oktober 2009

KÜCHENCHEF w/m

- Ihr und unser Ziel:**
- Gemeinsam ein kleines, saisongerechtes und spannendes Angebot erarbeiten, das Ihrer Kreativität möglichst viel Freiraum lässt.
 - Eine Nische im Angebot formen, die der traditionellen Schweizer Küche ihren Platz garantiert (Typically Swiss Hotels).
 - Eine mehrjährige Zusammenarbeit anstreben.

Ihr Profil:
• Sie sind eine erfolgshungrige, teamfähige, junge und kommunikative Persönlichkeit, die die gesteckten Ziele konsequent verfolgt.
• Sie sind neugierig und bringen die Fähigkeit mit, stets auf neue kulinarische Tendenzen zu reagieren.

Unser Angebot:
• Eine im letzten Jahr neu renovierte Küche im ***Sterne-Stadt-hotel.
• Familiäres Ambiente in einer 4-5-Mann/Frau-Brigade.
• Ein typisches Berner Altstadtrestaurant mit einem kosmopolitischen Publikum (Nichtraucher, 80 Plätze).

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an folgende Adresse:

Hotel-Restaurant Goldener Schlüssel
Hr. Jost Troxler
Rathausgasse 72, 3011 Bern
Tel. 031 311 02 16

Mehr über uns erfahren Sie unter: www.goldener-schluessel.ch



*** Hotel-Restaurant **Bänklalp** Engelberg
CH-6390 Engelberg - T: 041/639 73 73 Fax: 041/639 73 74
Internet: www.baenklalp.ch E-Mail: info@baenklalp.ch

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die **Wintersaison 09/10** aufgestellte, kommunikative, motivierte und flexible Arbeitskollegen:

- Réceptionist/in (100 %)**
- Serviceangestellte/r (100 %)**
- Buffetangestellte/r (100%)**
- Koch / Köchin (100%)**

Fühlen Sie sich angesprochen?
Dann senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto an:

Hotel Bänklalp
Frau Martina Kollerleider
Bänklalpweg 25, 6390 Engelberg
Tel. 041 639 73 73 Fax: 041 639 73 74
info@baenklalp.ch www.baenklalp.ch
Bänklalp: gemütlich stimmig und lustvoll

3406-171



Das Seminarhotel Kreuz ist mit seinen 80 Zimmern, den 20 Tagungs- und Seminarräumen bis 300 Personen, den verschiedenen Restaurants und Gesellschaftsräumen mit 500 Sitzplätzen eines der grössten Seminar-Hotels im Kanton Solothurn.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft in Jahresstelle, eine qualifizierte

Réceptionistin

Wir stellen uns eine qualitäts- und kundenorientierte Person mit Erfahrung vor, die neben der deutschen Muttersprache auch in Englisch und Französisch kommunizieren und Micros-Fidelio Front Office anwenden kann. Sie haben auch Freude, sporadisch im Restaurant tätig zu sein.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Unterlagen:

Kreuz-Rössli-Kornhaus AG
Roland und Denise Lappert
Falkensteinstr. 1
4710 Balsthal
Telefon 062 386 88 86
E-Mail laro@seminarhotelkrenz.ch

3337-174

***HOTEL aarau WEST OBERENTFELDEN

Das Hauswirtschaftsteam ist **charmant – kreativ – flink** und

hält per Oktober 2009 / oder nach Vereinbarung Ausschau nach einem neuen Mitglied als

Stv. Leiterin Hauswirtschaft

Ihr Aufgabengebiet:
Aktive Mithilfe auf der Etage
Organisation von Reinigungsarbeiten
Teilnahme und Durchführung regelmässiger Schulungen

... und das sollten Sie mitbringen:
Abgeschlossene Lehre im Hauswirtschaftsbereich
Ausgeprägter Sinn für Sauberkeit
Muttersprache deutsch

Das HOTEL aarau-WEST in Oberentfelden ist ein *** Business-Sport Hotel. Neben 70 Doppelzimmern verfügt das Hotel über ein modernes Sportcenter sowie eine 18-Loch Golfanlage. Zur Infrastruktur gehören unter anderem das Golfrestaurant sowie Seminarräumlichkeiten.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!
HOTEL aarau-WEST
Theresia Volgger
Muhenstrasse 58 / 5036 Oberentfelden
www.aarau-west.ch / rv@aarau-west.ch
ein Betrieb der AARGAUHOTELS.CH

3360-175

Am 10. Oktober ist die Neueröffnung vom Engel, Restaurant & Bar in Küssnacht am Rigi

Für unseren neuen Gastrobetrieb im Herzen von Küssnacht am Rigi suchen wir ein junges, motiviertes Team.

2 Chef de Parties, 1 Commis de Cuisine und 3 Servicefachangestellte

Haben Sie Freude im Umgang mit Menschen, sind belastbar, teamfähig und haben Sie Lust auf eine neue Herausforderung? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Frank Noordhoek & Lieping Fung,
Frutigenstrasse 68, 3604 Thun.
E-Mail: lieping24@hotmail.com
Tel. 079 329 73 44

3435-170

LAUTERBRUNNEN

STAUBBACHFALL

Wir suchen per 1. Oktober 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in (100%, m/w)

Lauterbrunnen Tourismus hat die Aufgabe, das touristische Angebot vor Ort zu gestalten, Veranstaltungen zu koordinieren und/oder organisieren und die Interessen der gesamten Tourismusregion Jungfrau zu vertreten. Unser Ziel ist, den Gästen ihren Aufenthalt so unvergesslich wie möglich zu gestalten.

Ihre Hauptaufgaben:

- Geschäftsführung (Organisation, Personal, Administration und Finanzen), Mitglied der GL, Repräsentation der Ferienregion
- Leitung der Tourist Information Lauterbrunnen, Mithilfe
- Lokale PR- und Marketingarbeiten
- Koordination, Mithilfe und Durchführung von Projekten
- Delegierte/r in verschiedenen regionalen Tourismuskommissionen
- Mitverantwortlich für den Betrieb der touristischen Anlagen

Sie sind motiviert, zielgerichtet, teamfähig und haben Freude am Umgang mit Einheimischen und Gästen. Sie verfügen über touristische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse und haben vorzugsweise die Höhere Fachschule für Tourismus oder eine ähnliche Ausbildung abgeschlossen. Sie treten bestimmt, freundlich und zielgerichtet auf. Sie sprechen fließend Deutsch und Englisch, weitere Sprachkenntnisse wünschenswert.

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Arbeitsstelle mit vielen Kontakten, Mitgestaltungsmöglichkeit und Verantwortung.

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann freuen wir uns auf Ihr komplettes Bewerbungsossier. Eingabefrist ist der 20. August 2009.

Lauterbrunnen Tourismus, Frau Andrea Hess,
Postfach 23, CH-3822 Lauterbrunnen,
Tel. 033 856 856 6, andrea.hess@lauterbrunnen.ch,



3438-170

CENTRAL AFFOLTERN AM ALBIS

"Aufstrebender Betrieb sucht Verstärkung"

Sie kochen mit Leidenschaft, Sie freuen sich auf eine umfangreiche "Fleischküche", Sie scheuen sich nicht, in einem kleinen Team selbstständig einen Posten zu bewältigen. Wenn sie immer noch am lesen sind, dann könnten Sie als

Jungkoch w/m

die erhoffte Verstärkung sein.

Gastgeber zu sein macht Ihnen Spass, und Sie schätzen auch einen gepflegten Speiseservice. Dann haben wir die perfekte Stelle für Sie als

Restaurationsfachfrau (oder Mann)

Interessiert? Rufen Sie uns für detaillierte Informationen an (Telefon 044 761 61 15, Frau Elsi Imhof) oder schreiben Sie an:

info@central-affoltern.ch oder
Restaurant Central, Zürichstr. 100,
8910 Affoltern am Albis
www.central-affoltern.ch

3438-170



Les Restaurants Molino offrent à leurs hôtes exigeants dans un environnement soigné, reflétant une ambiance typiquement méridionale, un choix culinaire composé des meilleurs produits de l'Italie.

Pour de nouveaux projets d'expansion situés dans des sites exceptionnels à Lausanne et à Vevey, nous recherchons pour entrée à convenir, un/e

Gérant/e d'origine et de langue italienne

Vous disposez d'expérience dans la gastronomie italienne en qualité de cadre, ainsi que d'un savoir-faire confirmé dans les domaines du service, de la cuisine et des vins. Vous êtes passionné par votre travail. Vous possédez d'excellentes notions de savoir vivre et souhaitez choyer notre clientèle!

Vous cherchez à développer votre solide expérience professionnelle et vous vous engagez pour nos hôtes et collaborateurs. Vous êtes ouvert aux nouveautés et possédez un certificat cantonal de capacité.

En attendant la gestion de votre propre Ristorante Molino, vous serez introduit en qualité de gérant-adjoint dans un autre établissement Molino et soigneusement formé pour tout ce qui concerne notre concept.

Nous proposons une place de travail sûre et moderne avec tous les avantages d'une grande entreprise. Des conditions de travail intéressantes et prestations sociales remarquables vont de soi chez nous.

Nous nous réjouissons de votre candidature écrite accompagnée d'une photo, adressée à: Molino SA, Nansenstrasse 5, 8050 Zürich ou par courriel: personal@molino.ch

MOLINO-Gastronomie déjà sur la voie de la réussite à: Berne, Dietikon, Fribourg, Genève (Place du Molard), Genève (Quai Général-Guisan - Le Lacustre), Carouge (La Praille), Montreux, St. Gall, Thônex, Uster, Wallisellen (Glatzentrum), Winterthur, Zurich (Quai de la Limmat-Select), Zurich (Quai du Lac - Frascati), Zurich (Stauffacher), Zermatt

www.molino.ch

UNE ENTREPRISE DE ATHRIS HOLDING SA

3428-170



AUGENBLICK MAL!



Für das ArabellaSheraton Hotel Seehof und das ArabellaSheraton Hotel Waldhaus in Davos suchen wir ab Wintersaison 2009/10 noch qualifizierte, motivierte und sprachgewandte MitarbeiterInnen in folgenden Positionen:

Sales & Marketing AssistentIn

F&B AssistentIn

RéceptionistIn

Küchenchef

Sous Chef

Chef de Partie

Commis de Cuisine

Chef de Service

STV Chef de Service

Servicefachangestellte

Chef de Bar

Bar-Mitarbeiter

STV Hausdame

Über Ihre aussagekräftige Bewerbung freut sich:
Arabella Hotelbetriebe AG, Frau Ladina Kaufmann, Scalettastrasse 21,
7270 Davos Horlauben
Tel. 081 417 56 89, E-Mail: ladina.kaufmann@arabellastarwood.com

Wir bieten: Eine interessante Herausforderung in einer weltweit operierenden Hotelkette mit Entwicklung- und Aufstiegsmöglichkeiten, leistungsgerechte Entlohnung.



Ein Joint Venture der Schörghuber Unternehmensgruppe und Starwood Hotels & Resorts

3428-170

people – wissen, welche Sessel frei werden 10 Wochen lang für CHF 25.00

Verfolgen Sie 10 Wochen lang das Sesselrücken
für CHF 25.00! Oder beziehen Sie die htr hotel revue
gleich im Jahresabonnement für CHF 145.00
und sparen so 30% gegenüber dem Einzelverkauf.
Telefon 031 740 97 93, abo@htr.ch, www.htr.ch

htr hotel revue

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

Einfach unter www.hoteljob.ch den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.

Viel Erfolg bei der Suche!

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Direktion/ Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Franchisenehmer/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J3307
Leiterin Service Public (GeschäftsführerIn-Stv.)	Region Graubünden	J3476
Assistenz der Geschäftsleitung	Region Zürich/ Schaffhausen	J3469
Restaurant Manager (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J3465
GF-Assistent	Region Zürich/ Schaffhausen	J3351
Pächterpaar	Region Zürich/ Schaffhausen	J3350
Direktionsassistent / F&B 4*	Region Graubünden	J3478
GeschäftsführerIn	Region Zürich/ Schaffhausen	J3352
Betriebsleiter/in	Region Basel	J3330
Leitung (Einzelperson m/w oder Gastgeberpaar)	Region Graubünden	J3329
Vize-Direktor (m/w)	Region Graubünden	J3289
BereichsleiterIn	Region Waadt/ Unterwallis	J3320
Stellvertretung der Betriebsleitung (m/w) 100%	Region Graubünden	J3328

Verkauf/ Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Verkaufsassistent/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J3479
Sales Representative/Sales ManagerIn	Region Bern	J3317
Sales - Persönlichkeit	Region Zürich/ Schaffhausen	J3477

Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Empfang (Mo-Fr)	Region Zürich/ Schaffhausen	J3354

Réception/ Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Leiter/in Seminar	Region Zentralschweiz	J3349
Mitarbeiterin Back Office	Region Bern	J3473

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebsleiterassistent/in Tagesstelle	Region Zürich/ Schaffhausen	J3468
Restaurantassistentin	Region Zürich/ Schaffhausen	J3318
Betriebsassistent/in mit Sales- & Marketingaufgaben	Region Ostschweiz	J3295

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de cuisine m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J3339
Commis de cuisine / Servicefachfrau	Region Graubünden	J3472
Sous-chef für modernes Gastrokonzept	Region Bern	J3311
Junior-Küchenchef	Region Bern	J3299
Innovative(r) Küchenchef(in)	Region Bern	J3298
Koch für diverse Events	Region Bern	J3306
Bäcker/in 50% (Mo-Fr vormittags)	Region Basel	J3471
Stv. Leiter Kochstudio	Region Zürich/ Schaffhausen	J3308
Chef de partie	Region Basel	J3467
Koch/Köchin	Region Oberwallis	J3326
Chef de partie (m/w)	Region Graubünden	J3344
Fachkraft Küche Coach im Küchenteam	Region Mittelland (SO,AG)	J3485
Sous-chef m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J3334
Jungkoch	Region Bern	J3482
Jungkoch	Region Ostschweiz	J3484
Koch (Saucier)	Region Bern	J3348
Chef Pâtissier m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J3341
eidg. dipl. Küchenchef	Region Basel	J3343
Jungkoch Tagesstelle	Region Zürich/ Schaffhausen	J3333
Demi-chef de partie	Region Graubünden	J3475

Service/ Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Restaurationsfachmann	Region Mittelland (SO,AG)	J3340
Servicefachangestellte (w)	Region Bern	J3331

Service/ Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de service	Region Bern	J3300
Chef de service m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J3291
Servicemitarbeiter m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J3338
2. Chef de service	Region Basel	J3342
Chef de service (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J3487
RestaurationsleiterIn	Region Zürich/ Schaffhausen	J3353
Chef de service (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J3466
Servicefachangestellte/r	Region Ostschweiz	J3310

Bar/ Events/ Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
1. Maitre d'hôtel	Region Bern	J3337
Barmitarbeiter/in	Region Graubünden	J3346
Bardame	Region Zürich/ Schaffhausen	J3481

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Allrounderin	Region Graubünden	J3480

Beauty/ Wellness/ Fitness /Spa

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Team Member Back-Office	Region Bern	J3483

Beauty/ Wellness/ Fitness /Spa

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Kosmetikerin	Region Oberwallis	J3321

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Junge/r Bäcker/in für Tagesdienst	Region Ostschweiz	J3309

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B463	Assistentin / PR / Marketing / Sekretariat	30	CH	per sofort	D E
B477	Bankett & Seminar-Bereich/ Direktions- oder Betriebsassistent	42	DE	per sofort	D E
B51	Diverse Möglichkeiten	52	CH	per sofort	D F E
B362	Event/Bankett/Administration	49	CH	per sofort	D F E HU
B432	Geschäftsführer, Einkäufer	36	DE	per sofort	D F E S
B209	Geschäftsleiter, Direktor, Betriebsleiter	53	CH	per sofort	D F E
B165	Hoteldirektion/Geschäftsführung/Management	53	CH	per sofort	D F E
B347	Kellner	31	AT	per sofort	D E PT
B450	Kinderanimator, Kinderskilehrer, Privatlehrer, Pflegehelfer SRK	48	CH	per sofort	D F E
B350	Küchenchef	41	CH	per sofort	D F I
B370	Küchenchef	41	DE	per sofort	D E
B422	Masseur	54	DE	per sofort	D
B458	restaurantfachmann	28	DE	per sofort	D E
B8	Restaurantleiter/Chef de Service	48	CH	per sofort	D F E
B157	Restaurantleiter/Chef de Service/Betriebsassistent	31	DE	per sofort	D E RU
B417	Rezeptionist, Chef de Rang	22	DE	per sofort	D F E
B475	Rezeptionistin	22	GH	per sofort	D F E S
B351	Service	25	CH	per sofort	D
B385	Servicemitarbeiterin / Allrounderin	20	CH	per sofort	D F E S
B440	Service sowie Bar	29	EU	per sofort	D E
B462	Tourismus	30	DE	per sofort	D F E

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 3. 8. 2009. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Anzeigenschluss verpasst?

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

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

hoteljob.ch

Le Chef

RESTAURANT

Der aufstrebende Kreis 4 in Zürich erhält eine neue Attraktion für verwöhnte Geniesser an der Kanonengasse 29. Die Einrichtung strahlt eine schlichte Eleganz im klassisch englischen Clubdesign aus. Herzstück im Restaurant Le Chef bildet der rustikale Herd, welcher sich mitten im Geschehen befindet. Die schmackhaften Gerichte werden direkt vor unseren Gästen zubereitet und von erlesenen Weinen begleitet.

Für die Eröffnung ab Mitte September 2009 suchen wir engagierte, aufgeschlossene Mitarbeiter (m/w) für folgende Positionen:

- Koch / Jungkoch** Sie geben unseren Gerichten die Würze
- Servicefachkraft** Die professionelle Gastgeberpersönlichkeit
- Officemitarbeiter** Die vielfältige und tatkräftige gute Seele

Verfügen Sie über eine abgeschlossene Berufslehre, Erfahrung in der gehobenen Gastronomie sowie sehr gute Deutschkenntnisse? Teamfähigkeit, Zuverlässigkeit und eine hygienische Arbeitsweise gehören zu Ihren Stärken? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen:

Fred Tschanz Management AG

Diego Salis, Personalleiter, Tel. 044 267 47 64, Postfach, 8024 Zürich
diego.salis@tschanz-management.ch
www.tschanz-management.ch

Suisse romande

recherche
un/e gérant/e
(éventuellement un couple de gérants)

pour son restaurant d'altitude de Tignousa (2180 m)

- Mission:**
- Animer l'équipe de cuisine et assurer la coordination et la répartition des tâches.
 - Organiser et participer à la production des repas.
 - Assurer les opérations de gestion et d'administration qui vous seront confiées.
 - Gérer l'alimentaire et le non-alimentaire (logement de 28 lits).
 - Respecter et faire respecter les normes d'hygiène et de sécurité de la profession.

- Profil:**
- Titulaire d'un certificat de capacité pour cafetiers restaurateurs
 - Expérience professionnelle confirmée en restauration collective.
 - Bonne maîtrise des techniques culinaires.
 - Connaissance des matériels, outillages, machines et produits utilisés en restauration collective.
 - Sens de l'organisation, du commandement, du contact humain.
 - Maîtrise de l'outil informatique et connaissance en gestion.

Les offres de service avec documents usuels sont à adresser jusqu'au 19 août 2009, à:

Funiculaire St-Luc - Chandolin S.A.
Direction
3961 St-Luc/Anniviers

MAISON HALLES
Neuchâtel

Cherchons pour le 1^{er} septembre 2009

SERVEURS / -EUSES ou
SPÉC. EN RESTAURATION
à 100%

COMMIS DE CUISINE

- avec formation OU expérience.
- français indispensable.

Envoyer **DOSSIER COMPLET** à:
Restaurant de la Maison des Halles
M. & Mme A. Reichl
Rue du Trésor 4, CP 2971
2001 Neuchâtel, tél. 032 724 31 41
www.maisondeshalles.ch avec vidéo

International

Swisstouches
Hotels & Resorts

Swisstouches
Hotels & Resorts

Ein schnell wachsendes Hotel-Management-Unternehmen mit Hotels in China sucht zur Ergänzung des Teams in verschiedenen Hotels

General Managers
Food and Beverage Managers
Human Resources and Training Managers
Executive Chefs and Sous-Chefs

Gute Englischkenntnisse erforderlich. Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich in einem dynamischen und vielseitigen Umfeld weiterzuentwickeln. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Swisstouches Hotels and Resorts
Human Resources Department
Xi'an/China
hr@swisstouches.com

Svizzera italiana

Sass da Grüm

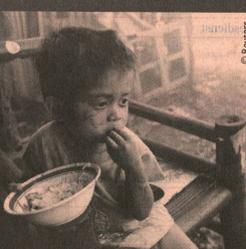
Wir sind ein wunderschön gelegenes Familienhotel mitten im Kastanienwald an einem «Ort der Kraft» im Tessin und suchen einen motivierten Mitarbeiter ab sofort-Anf. Nov. und evtl. Saison 2010

Koch

Haben Sie Lust, Ihrer Fantasie freien Lauf zu lassen? Dann sind Sie in unserer Vegi-Vollwert-Küche (BIO-Knospe-Zertifikat) am richtigen Ort. Sie arbeiten zu zweit oder alleine und können so Ihre Ideen einbringen und verwirklichen. Wenn Sie zudem sportlich sind und Freude an der Natur haben, zögern Sie nicht mehr!

Wir bieten eine vielseitige Tätigkeit in jungem, kollegialem Team, mit regelmäßigen Arbeitszeiten und neuem Mitarbeiterhaushalt. Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Unterlagen (mit Foto) via E-Mail oder Post: **Hotel Sass da Grüm** «Unique» Gabriella Mettler und Stefan Büschli 6575 San Nazzaro Tel. 091 7852171 www.sassdagrum.ch info@sassdagrum.ch

Gerade in Krisenzeiten brauchen diese Kinder Sie!



Terre des hommes

058 / 611 06 11

Terre des hommes, Patenschaften
En Budron C8
1052 Le Mont-sur-Lausanne
info@tdh.ch

Kinderhilfe - www.tdh.ch

HN
HOCHSCHULE HEILBRONN

Die Hochschule Heilbronn - Technik • Wirtschaft • Informatik - ist eine der führenden Tourismushochschulen Europas. Der Studiengang Tourismusbetriebswirtschaft wird als Bachelor und in einem internationalen Studienverbund als Master angeboten. Im Fachgebiet Hospitality Management ist eine

Professur (Bes.Gr. W2) für Systemgastronomie (Stiftungsprofessur der Stadt Heilbronn) Kennziffer 043/2_P_TB

zum 01.03.2010 neu zu besetzen.

Die Professur soll unsere Lehre und Forschung in den Bereichen Betriebswirtschaft, Tourismus und Hospitality Management erweitern. Wir suchen eine Persönlichkeit mit Erfahrung im Bereich Systemgastronomie oder mit Kenntnissen und Erfahrungen aus verwandten Bereichen mit Bereitschaft und Interesse, sich in diesem Fachgebiet zu vertiefen. Zu den Aufgaben des/der Stelleninhabers/-in gehört die Entwicklung eines Lehr- und Forschungsangebots für dieses expandierende Fachgebiet und die Kooperation mit der Berufspraxis. Erwartet wird die Bereitschaft zur Übernahme von Grundlagenevents im Studiengang Betriebswirtschaft und die Mitarbeit in der Selbstverwaltung der Hochschule.

Die Bereitschaft und die Fähigkeit, Veranstaltungen in englischer Sprache abzuhalten, wird vorausgesetzt.

Einstellungsvoraussetzungen:

- Abgeschlossenes Hochschulstudium,
- besondere Leistungen bei der Anwendung oder Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in einem mindestens fünfjährigen, einschlägigen Berufstätigkeit, von der mindestens drei Jahre außerhalb des Hochschulbereichs ausgeübt worden sein müssen,
- pädagogische Eignung, die in der Regel durch Erfahrung in der Lehre oder Ausbildung nachzuweisen ist,
- besondere Befähigung zu wissenschaftlicher Arbeit, die in der Regel durch die Qualität einer Promotion nachgewiesen wird.

Bei Erfüllung der Voraussetzungen ist die Übernahme in das Beamtenverhältnis auf Lebenszeit als Professor/in (W2) in der Regel nach dreijähriger Bewährung im Beamtenverhältnis auf Probe möglich, falls das Lebensalter bei der Einstellung 50 Jahre nicht übersteigt.

Die Hochschule Heilbronn tritt für die Erhöhung des Professorinnenanteils ein und fordert daher Frauen ausdrücklich zur Bewerbung auf. Schwerbehinderte werden bei gleicher Eignung bevorzugt berücksichtigt.

Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen werden innerhalb von **vier Wochen** erbeten, bevorzugt per E-Mail/PDF, an **rektor@hs-heilbronn.de** ansosnten an das **Rektorat der Hochschule Heilbronn, Max-Planck-Str. 39, D-74081 Heilbronn.**

Erweitern Sie Ihren Horizont und Ihre Erfahrungen mit einem Berufsaufenthalt in den «Canadian Rockies». Das Relais & Châteaux Post Hotel & Spa sucht auf 20. November 2009 Mithilfe in den folgenden Positionen:

Chef de Partie
Pâtisserie
Jungkoch
Chef de Rang
Bar
Réception
Etagengouvernante

Voraussetzungen sind: Die entsprechende Berufsausbildung mit anschließender Berufserfahrung und Ihre Absicht, sich für ein Jahr zu verpflichten. Wir nehmen Ihre Bewerbungsunterlagen (Fax oder E-Mail) gerne in englischer oder deutscher Sprache entgegen. (Für Réception nur in Englisch bitte.)

Relais & Châteaux Post Hotel & Spa
P.O. Box 69
Lake Louise, AB T0L 1E0
Kanada

E-Mail: andre@posthotel.com
Fax 001 403 522 3966

Ein einjähriges Arbeitsvisum ist für Bewerber mit Berufsausbildung über das «Youth Mobility» Program für «Young Workers» (bis 35) erhältlich.

Bitte besuchen Sie unsere Website: www.posthotel.com

Stellenvermittlungen

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

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der **ganzen Schweiz** für **qualifiziertes Hotelpersonal**.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.
Stellenvermittlungsbüro Hotelia
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
www.hotelia.ch

IMPRESSUM

htr stellenrevue - stellenrevue / 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 / Rédaction en chef: Elisabeth Hombeier

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger

Anzeigen-Innendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo, Delia Piscopo, Patricia Nobs-Wyss

E-Mail: inserate@htr.ch / www.hoteljob.ch

Anzeigentarif (pro nm und Spalte) / Tarif des annonces (par nm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1.70 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Direktion / Direction: Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus: Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellensuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.50 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: 1 Wo. Fr. 50.-, 2 Wo. Fr. 70.-, 1 Mt. Fr. 100.- (pro Anzeige)
- 1 GzD bis Freitag vor Erscheinen möglich - weitere GzD kosten pro Auszug Fr. 30.-

Termine:

- Ausgabe	Nr. 33/2009	Nr. 34/2009	Nr. 35/2009	Nr. 36/2009
- Erscheint	13. 8. 2009	20.8.2009	27.8.2009	3.9.2009
- Anzeigenschluss	Mo. 12.00 Uhr	10. 8. 2009	17.8.2009	24.8.2009

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 unterlagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.