Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2009)
Heft: 33

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

1002893
Schweiz. Nationalbibliothek
Periodikadienst
Hallwylerstrasse 15
3005 Bern
006
0136G
30

htr hotel revue
avec cahier français
13. August 2009
Nr. 33 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA – 3001 Bern / Berne
www.htr.ch
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 157 Stellenangeboten

Genuss
140 Anlässe mit kulinarischen Regionalprodukten in drei Wochen, das bietet die «Genuss '09». **Seite 14**

Goldrausch
Was Gold suchende Besucher und Touristen dem Bündnerland und dem Napfgebiet bringen. **Seite 3**

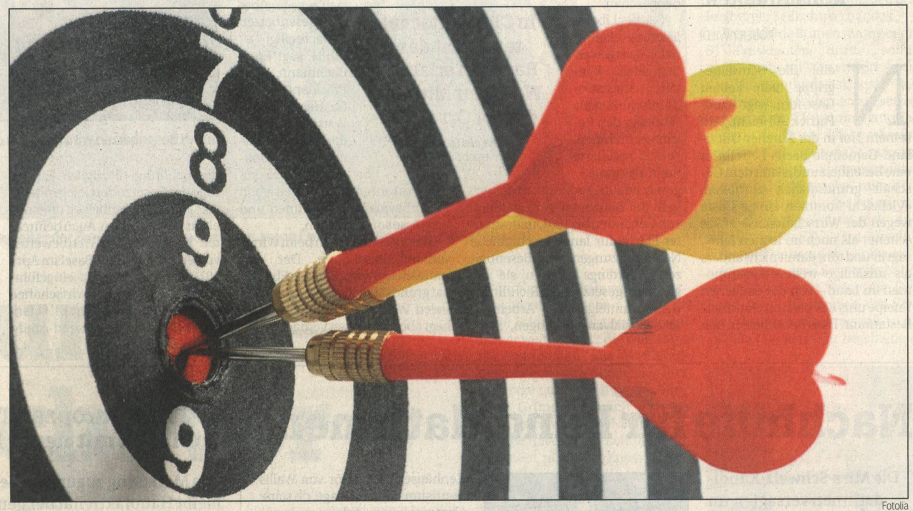
Bustourismus
Busunternehmungen sind wichtig für den Tourismus. **Seite 4**

Coaching
«Wenn das Klima zu negativ oder gar destruktiv ist, führen Verhandlungen selten zu guten Resultaten.» **Seite 5**

Peter Roos, Arbeitspsychologe und Organisationsberater.

Alain D. Baillat

Erfolgreiche Mitte



Fotolia

Die erfolgreiche Mitte: 3-Sterne-Häuser haben viel Potenzial, wenn sie sich fit für jetzt und die Zukunft machen.

Ein 3-Sterne-Hotel zum Erfolg zu bringen, braucht einiges. Qualität, eine klare Positionierung und einen guten Standort.

CHRISTINE KÜNZLER

Den 3-Sterne-Hotels gehört ein grosser Teil der touristischen Zukunft», sagt Jürg Schmid, der Direktor von Schweiz Tourismus. Um jetzt und auch in Zukunft in der oberen Liga mitspielen zu können, gilt es einige Grundregeln zu beachten. Eine klare Positionierung, ein USP und eine Marketingkooperation helfen dem Hotelier auf seinem Weg zum Erfolg. Die htr hotel revue hat im Fokus dieser Ausgabe Fachleute zur Erfolgs-Theorie und Hoteliers zur-Praxis befragt.

Sicher ist, die Gäste werden immer anspruchsvoller und sie haben dank Internet und weltweiten Reisen erheblich mehr Vergleichsmöglichkeiten. Qualität auf allen Ebenen ist auch für 3-Sterne-Häuser ein Muss. Laut dem Trend- und Zukunftsforscher Lars Thomsen gilt es, auch technisch aufzurüsten. Nebst Internet gehört in ein paar Jahren auch der Parkplatz mit einer Ladestation für Elektrofahrzeuge dazu. Aber auch die Infrastruktur muss stimmen, denn der Gast will in den Ferien nicht schlechter wohnen als zu Hause. Hier ortet Schmid in der alpinen 3-Sterne-Hotellerie den grössten Nachholbedarf.

Seite 7 bis 11

STV

Der designierte Präsident möchte Bundesrat werden

Am 27. August soll Dominique de Buman an der Generalversammlung des Schweizer Tourismus-Verbandes zum Nachfolger von Franz Steinegger gewählt werden. Drei Wochen später findet die Bundesrats-Ersatzwahl statt; der Freiburger CVP-Nationalrat möchte auch Nachfolger von Pascal Couchepin werden. Als Bundesrat müsste de Buman sofort von seinem Amt beim STV zurücktreten, und man müsste einen neuen Präsidenten suchen. STV-Direktor Mario Lütolf ist nicht beunruhigt, weil man «bei einem Parlamentarier grundsätzlich mit diesem Risiko rechnen muss.» gl/rd

Seite 3

Morgenessen im Hotel

Das Frühstück ist wichtig – und ein Merkmal für Qualität

Das Frühstück hat bei Gästen einen hohen Stellenwert – und wird zunehmend zum Qualitätsmerkmal. Die Frühstücksqualität ist neben Servicefreundlichkeit und Sauberkeit eines der von Gästen meistgenannten Zufriedenheitskriterien. Auch für Hotelbetriebe selbst hat das Frühstücksangebot eine grosse Bedeutung – nicht nur als Wirtschaftsfaktor: «Es ist ein wichtiger Baustein im Gesamtkonzept eines erfolgreichen Hauses», betont Betina Welter, PR-Managerin von Kempinski Grand Hotel des Bains in St. Moritz.

Zwischen Business- und Ferienhotels bestehen unterschiedliche Stellenwerte des Frühstücks: Feriengäste erwarten zunehmend ein reichhaltiges Frühstück; Geschäftsreisende ziehen ein unkompliziertes Morgenritual vor. «Wenn ein Hotel Wert auf Gastronomie legt, kann das Frühstück zum USP werden», so Oliver Rappai, Marketingleiter Turicum Hotel Management Group. Attraktive Frühstücksangebote in Businesshotels können zur besseren Wochenendauslastung führen. «Ein Frühstück von hoher Qualität kann zur Profilierung eines Hauses beitragen», erklärt Roland Berger, geschäftsführender Partner von Tune Management & Training. Hotels, die sich damit einen guten Namen gemacht haben, zählen vermehrt externe Brunchgäste. se

Seite 4

Frische Gipfeli: Beim Frühstückbuffet im Hotel ein fester Bestandteil. pixelio

Kommentar

Hut ab vor der Leistung des Mittelfelds

GUDRUN SCHLENCZEK

Sie machen die Masse der Schweizer Hotelbetriebe aus: Die 3-Sterne-Hotels. Mehr als jedes dritte Bett in klassierten Betrieben ist mit drei Sternen gekrönt. Besondere Bedeutung kommt dem Mittelfeld in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zu, wenn das Feriengeld beim Gast nicht mehr so locker sitzt. Trotz respektive gerade wegen der Wirtschaftskrise können 3-Sterne-Häuser in der laufenden Saison beim Umsatz oft zulegen, während die Konkurrenz im Luxussegment mit Einbussen kämpft.

«3-Sterne-Garni-Hotels weisen einen 50 Prozent höheren Gewinn aus als Luxushotels.»

Das Mittelfeld kann aber auch sonst in Sachen Wirtschaftlichkeit in der oberen Liga mitspielen. Vor allem dann, wenn es sich auf die Kernkompetenz, das Logement, konzentriert: 3-Sterne-Garni-Betriebe weisen in der Schweizer Hotellerie mit Abstand den höchsten Bruttobetriebsgewinn aus, einen sogar rund 50 Prozent höheren als 4- und 5-Sterne-Häuser (Erfa-Statistik hotelleriesuisse). Ein Luxushotel kann sich die Konzentration aufs Logement gar nicht leisten.

Trotzdem hat es die Mittelklasse nicht immer leicht. Während ein 5-Sterne-Haus aufgrund der eigenen Infrastruktur schnell selbst zur Destination wird, ist ein 3-Sterne-Betrieb meist aufs Umfeld angewiesen. Und der Manager muss ein Tausendsassa sein, denn Spezialisten liegen finanziell nicht drin. Da kann man nur sagen: Hut ab vor der Leistung des Mittelfelds.

Seite 7 bis 11

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

ANZEIGE

Aus der Region

Berner Oberland

KWO und Schweiz Tourismus gehen Partnerschaft ein

zvg

Mit der neuen Partnerschaft wollen die Kraftwerke Oberhasli AG (KWO) und Schweiz Tourismus (ST) Synergien für ihre Angebote nutzen und dadurch das Ferienland Schweiz noch attraktiver positionieren. Das Grimsel-Hospiz wird im Juni 2010 frisch renoviert als neues Mitglied der «Swiss Historic Hotels» seine Türen öffnen. Unterzeichnet wurde die Partnerschaft von **KWO-Direktor Gianni Biasiutti und ST-Direktor Jürg Schmid**. dst

Streit um die Nutzung der Engstlenalp

Der vom Amt für Gemeinden und Raumordnung teilweise genehmigte Teilzonenplan Engstlenalp in der Region Meiringen-Hasliberg soll die touristische Nutzung des zum grossen Teil unter Naturschutz stehenden Gebiets regeln. Laut der Zeitung «Berner Oberländer» haben die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz, Pro Natura Berner Oberland, Pro Natura Bern und Pro Natura Beschwerde gegen den Teilzonenplan eingereicht. In ihrer Beschwerde sprechen die Naturschutzorganisationen von Salamitaktik. dst

Wieder zu viele Fahrgäste auf dem Jungfraujoch

Die Jungfraubahn hat Probleme mit der im Mai beschlossenen Kontingentierung. Diese sollte sicherstellen, dass pro Tag nicht mehr als 5000 Personen aufs Jungfraujoch reisen. Trotzdem kam es letzte Woche wieder zum Chaos, als um 16 Uhr die Fahrgäste das Joch wieder verlassen wollten, so «20 Minuten Online». 6000 waren an einem Tag aufs Joch gereist. Die Jungfraubahn hatte die Rechnung ohne die Hotels und Tourismusbüros gemacht, die ebenfalls Billette fürs Jungfraujoch verkaufen. Nun will man mit diesen das Gespräch suchen. gsg

Wettbewerb

Es war das Schinznacher Bad mit Gästehaus

Hotelarchiv Schweiz / zvg

1696 wurde an der Quelle ein Gästehaus errichtet, 1703/04 ein parallel verlaufendes Gegenstück. Beide Gebäude wurden 1706/08 durch einen Querflügel miteinander verbunden. 1824/27 fügte der Architekt Hans Conrad Stadler einen halbkreisförmigen Rundbau im klassizistischen Stil an. 4 von 6 Einsendern wussten die richtige Lösung. Gewonnen hat Rodolphe Schelbert aus Saint-Prex als Preis den Schaumwein Contarini. kjv

Besenbeizen leiden auch

Den Besenbeizen geht's nicht besser als der übrigen Gastronomie: Auch sie spüren die sinkende Ausgabefreude der Konsumenten.

ROBERT WILDI

Nein, die Schweinegrippe halte keinen Gast fern, sagt Bauer Patrick Albrecht. Auf seinem Hof in der Zürcher Unterland-Gemeinde Bachs betreibt er eine Besenbeiz und ist mit dem Geschäft grundsätzlich zufrieden. «Vielleicht kommen einige Gäste wegen der Wirtschaftskrise etwas seltener als noch im letzten Jahr», sagt er und tönt damit nicht anders als unzählige weitere Gastronomen im Land – von der einfachen Kneipe ums Eck bis zum Gourmet-Restaurant. Dass Besenbeizen den gleichen ökonomischen Gesetzmässigkeiten unterliegen wie die Traditionsgastronomie, belegen die Aussagen aus weiteren Betrieben. Beim Wein werde zurzeit etwas gespart, heisst es in der Besenbeiz zum Kuhstall in Hedingen ZH, es werde häufiger auf die Vorspeise verzichtet, sagen andere Landwirten mit Gastronomie-Nebengeschäft.

Seit der Liberalisierung kantonaler Gastgewerbegesetze können paragastronomische Lokale schneller den Betrieb aufnehmen. Das revidierte Raumplanungsgesetz erlaubt zudem auch ausserhalb der Bauzonen die Erstellung von Gebäuden bis 100 Quadratmeter Fläche für landwirtschaftliche Nebennutzungen wie Besenbeizen. Allerdings müssen sie die gleichen gesetzlichen Richtlinien (Lebensmittelgesetz, Arbeitsgesetz, Sozialversicherungen, Steuern, baupolizeiliche Vorschriften) einhalten. Dies allein reicht indes vielen traditionellen Gastronomen noch nicht aus, um sie als faire Konkurrenz zu akzeptieren. In Zürich gibt es trotzdem keine Bedenken, dass die Spiesse nicht gleich lang sein könnten. «Aus den Reihen unserer Mitglieder sind mir keine Reklamationen bekannt, dass man sich gegenüber den Besenbeizen benachteiligt fühlt», sagt Ernst Bachmann. Der Präsident von Gastro Zürich vertraut darauf, dass die Behörden ihre Kontrollfunktion bei den paragastronomischen Betrieben pflichtbewusst wahrnehmen und Verstösse sofort ahnden.

> **«In Clubwirtschaften bleibt das Rauchen erlaubt. Wenn nur Mitglieder vor Ort sind.»**
> **Maurus Ebneter**
> Wirteverband Basel-Stadt

Skeptischer ist man beim Wirteverband Basel-Stadt. Der Vorstandsdelegierte Maurus Ebneter hat grundsätzlich nichts gegen den freien Wettbewerb einzuwenden, hegt aber den leisen Verdacht, dass die Behörden bezüglich Einhaltung der Gesetze bei Gelegenheitslokalen und Besenbeizen öfter mal ein Auge zudrücken. Auch befürchtet Ebneter eine Wettbewerbsverzerrung, wenn in Basel im April 2010 das Rauchverbot eingeführt wird. «In Vereinswirtschaften bleibt das Rauchen erlaubt, sofern nur Mitglieder anwesend sind», sagt er und findet diese Regelung gegenüber den traditionellen Gastrobetrieben ungerecht.

Die Besenbeizen werden um das Rauchverbot allerdings nicht herumkommen, wie Bauer Patrick Albrecht im Zürcher Unterland vermutet. «Wir erwarten ab der Einführung am 1. Januar 2010 rigorose Kontrollen.»

Fotolia

In den Besenbeizen wird der Wein dieses Jahr verhaltener fliessen.

Nachhilfe für Kandidatinnen

Die Miss-Schweiz-Kandidatinnen versagten im Wissenstest über die Schweiz. Wallis Tourismus hat die jungen Frauen zum Nachhilfe-Unterricht vor Ort eingeladen.

RENATE DUBACH

Swiss-Image

Wie heisst dieser Berg?

Vier der 16 Frauen erkannten das Matterhorn nicht, das Bundeshaus identifizierten sie als «Kirche». Im SF DRS-Magazin «Glanz & Gloria» hätten die Miss-Kandidatinnen Schweizer Wahrzeichen auf Bildern erkennen sollen. «Werbung ist immer zu wenig, wir müssen mit den Mitteln arbeiten, die wir haben. Aber es ist beruhigend zu wissen, dass wir viel Arbeit vor uns haben», antwortet Urs Zenhäusern, Direktor von Wallis Tourismus, auf die Frage, ob seine Organisation im Inland zu wenig Werbung für die Naturperlen mache. Mit der Einladung der schönen Frauen ins Wallis ist es Zenhäusern ernst: «Ich würde mich freuen, wenn sie das Angebot annähmen. Die Kandidatinnen sollten schon etwas über die Schweiz wissen, da sie unser Land vertreten. Zudem ist eine gute Allgemeinbildung wichtig.» Vielleicht könnten andere Regionen mitmachen, damit die Damen weitere Wahrzeichen kennen lernen könnten, spielt Zenhäusern den Ball seinen Kollegen zu.

60 Jahre European Travel Commission: Jubilarin mit neuer Markt-Intelligenz

Das Marketing zugunsten der Destination Europa bleibt Hauptaktivität der gemeinsamen Kommission

Die Tourismus-Organisationen von 39 europäischen Ländern sind Mitglieder der European Travel Commission (ETC) mit Zentrale in Brüssel. Haupt-Aktivitäten der ETC sind die Werbung beim Endverbraucher und die Promotion im Tourismus-Gewerbe.

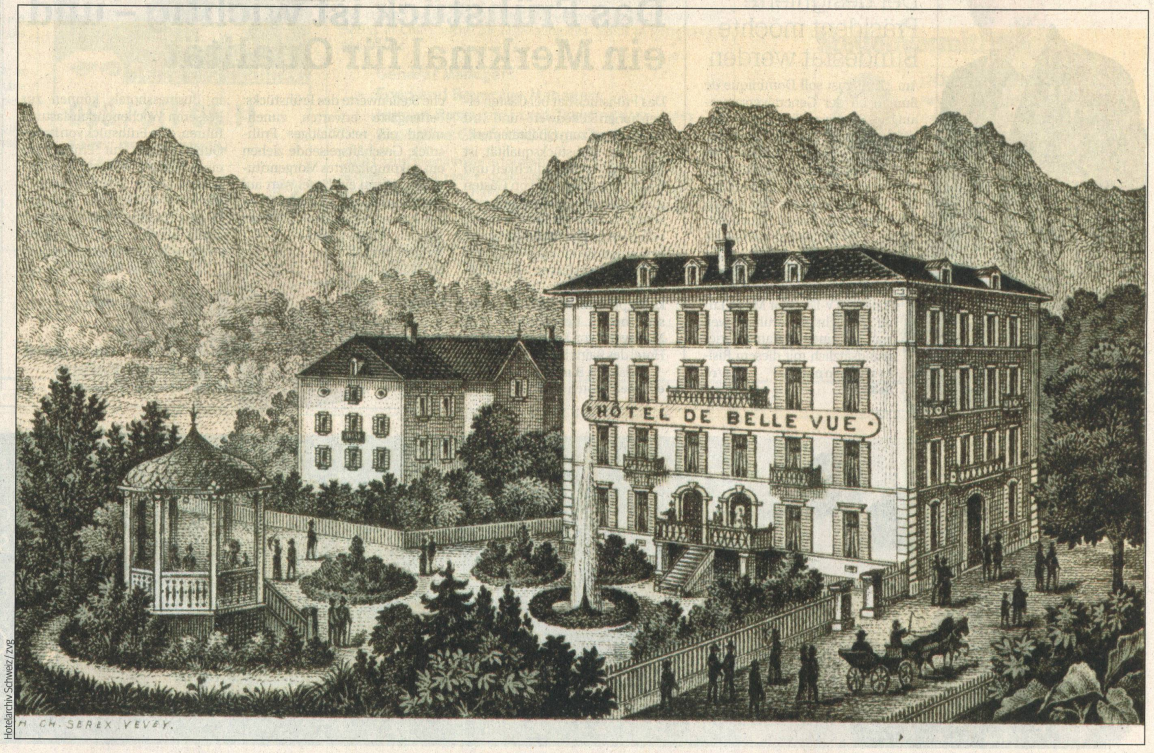
Das Netzwerk für Marketing und Technologie der Kommission verwirklicht eine vollständig neue Konzeption des Tourismusportals www.visiteurope.com. Der Launch der erneuerten Website erfolgt im Oktober 2009.

Die Market Intelligence Group investierte laut ETC-Jahresbericht 2008 rund 150 000 Franken in Marktforschung zur Unterstützung von Kommission und Mitgliedsländern. Die Studien sind auf der Corporate Website der Kommission zugänglich (siehe unten).

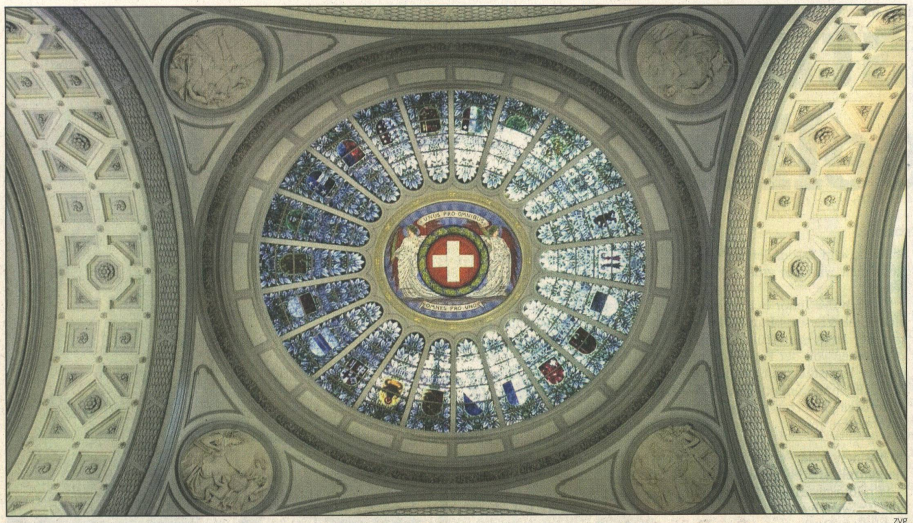
Mit dem Partner UNWTO veranstaltet die ETC vom 14. bis 15. September im schwedischen Göteborg ein Symposium «Tourism & Travel in the Green Economy». kjv

www.etc-corporate.org

Entrée: Hotel Bellevue, in Leukerbad. Mehr auf **www.htr.ch/hotelarchiv**



Hotelarchiv Schweiz / zvg



zvg

Mitte September wird die Spannung unter der Bundeshaus-Kuppel steigen, wenn Couchepins Nachfolger gewählt wird.

De Buman prescht vor

Der Schweizer Tourismus-Verband hat kein Problem mit der Bundesrats-Kandidatur seines künftigen Präsidenten.

GERHARD LOB

Etwas überrascht war man beim Schweizer Tourismus-Verband STV, als vor wenigen Tagen CVP-Nationalrat Dominique de Buman (53) seine Kandidatur für die Nachfolge von Pascal Couchepin anmeldete. Denn am 27. August, knapp drei Wochen vor der Bundesrats-Ersatzwahl, soll de Buman an der Generalversammlung zum Nachfolger von Franz Steinegger gewählt werden. «Wir waren überrascht, aber diese Kandidatur für den Bundesrat bringt uns nicht in Verlegenheit», meint STV-Direktor Mario Lütolf. Es gebe keine Verärgerung, «weil man bei einem Parlamentarier grundsätzlich mit diesem Risiko rechnen muss.» Da Bundesratswahlen ihre eigene Dynamik entwickelten, erstaune es nicht, dass mit de Buman ein französischsprachiger Vertreter des Kantons Freiburg sein Interesse angemeldet habe.

De Buman erklärt auf Anfrage, dass er weiterhin für die Wahl zum STV-Präsidenten zur Verfügung stehe. Er habe sich allerdings selber die Frage gestellt, ob es aus ethischen Gründen möglich sei, eine Wahl anzunehmen. Nach Rücksprache mit der STV-Leitung sei er zu einem positiven Ergebnis gekommen.

Beim STV ist man der Ansicht, dass de Buman gewählt werden kann, auch wenn er danach Bundesrat werden sollte. Bei Eintreten dieser wenig wahrscheinlichen Variante müsste er umgehend zurücktreten. «Der STV wird im Fall einer Demission von de Buman eine Übergangslösung für die strategische Führung des Verbands treffen», so Lütolf. Konkret: Ein Vizepräsident würde die Leitung übernehmen, dann müsste eine ausserordentliche Generalversammlung für eine Neuwahl einberufen werden.

Diese Position vertritt auch Franz Steinegger. «Wir wollen dieses Problem so pragmatisch wie möglich lösen», sagt der noch amtierende STV-Präsident. «Wenn de Buman in den Bundesrat gewählt würde, wäre das eine Ehre für uns und eine gute Sache für den Tourismus.» Denn es könne nicht schaden, eine Person mit touristischer Sensibilität in der Landesregierung zu haben. De Bumann war massgeblich an der Totalrevision des Freiburger Tourismusgesetzes beteiligt und Gründungsmitglied des Freiburger Seilbahnverbandes.

Der Wahl de Bumans zum neuen STV-Präsidenten dürfte somit nichts mehr im Weg stehen. Auch die Unvereinbarkeitsklausel des revidierten Parlamentsgesetzes kommt dem CVP-Parlamentarier nicht in die Quere. Diese schreibt vor, dass National- und Ständeräte nicht mehr in Spitzengremien bundesnaher Betriebe mitarbeiten dürfen. Doch auf das Präsidium des STV ist die Klausel nicht anwendbar. «Der STV ist privatrechtlich organisiert und als Lobbyorganisation mit dem Bauernverband vergleichbar», sagt Steinegger. Der Bund sei nicht Mitglied des STV und der Bundesbeitrag mit rund 100 000 Franken sehr bescheiden.

zvg

Bundesrats-Kandidat de Buman.

Anders bei Schweiz Tourismus, wo der Bund Mitträger ist. Deshalb musste der Tessiner FdP-Ständerat Dick Marty seinen Posten als Präsident von Schweiz Tourismus nach den Wahlen 2007 abgeben.

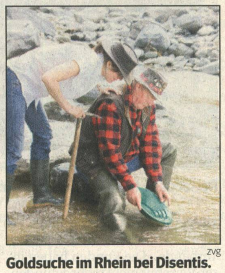
Tourismusregionen im Goldrausch

Im Bündnerland und im Napfgebiet sind mehr Goldsucher unterwegs. Schon bald soll in der Surselva kommerziell Gold abgebaut werden.

SULAMITH EHRENSPERGER

Traditionelle Goldwaschgebiete wie der Rhein bei Disentis oder das Napfgebiet verzeichnen einen Zuwachs an goldsuchenden Gästen. «So gut waren die Kurse noch nie gebucht», so Toni Obertüfer, Inhaber von Goldwasch-Tour & Shop. Seit 25 Jahren bietet er Kurse an. In den letzten Wochen hat er jeweils 76 Personen pro Kurs gezählt. Auch Hanspeter Wigger, Pächter vom Hotel Kreuz und Betreiber des Tourismusbüros in Romoos, freut sich: «Wir sind gut ausgelastet.» Das Hotel bietet Goldwaschkurse und Übernachtung für 125 Franken an.

Ein Besucherzuwachs wird ebenfalls in Sedrun und Disentis verzeichnet: «Goldwaschen hat in unserer Region einen sehr hohen Stellenwert», bestätigt Frédéric Füssenich, Direktor von Sedrun Disentis Tourismus. Im Juli haben 250 Personen an den Einführungskursen teilgenommen. Er schätzt, dass 70 Prozent der Goldwäscher aus der Schweiz, 20 Prozent aus Deutschland und 10 Prozent aus Holland oder England sind. Wen das Goldfieber packt, der kommt auch wieder: «Ein Paar hat so lange gesucht, bis es seine Hochzeitsringe anfertigen konnte», erzählt Füssenich. Die Region gilt als die goldhaltigste der Schweiz, und die Chancen für einen kommerziellen Goldabbau stehen gut: Ende Juli hat der kanadische Bergbaukonzern Murray Brook Minerals Inc. die Schürfrechte gekauft und plant im 2010 Probebohrungen.



zvg

Goldsuche im Rhein bei Disentis.

«Goldwaschen ist eine spannende Nische», erklärt Daniela Bär von Schweiz Tourimus, «sie bereichert das Erlebnisangebot.» Die Erfahrungen im Napfgebiet zeigen, dass der Goldwasch-Tourismus Besucher in die Region bringt, die den Weg dorthin sonst kaum fänden. «Ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, von dem auch Gastronomie und Parahotellerie profitieren», sagt Toni Obertüfer.

Milliarden-Börsengang soll Hyatt fit für neue Hotel-Akquisitionen machen

Das Hotelgeschäft im Heimatmarkt USA kämpft mit dem Preisdruck. Kredite sind derzeit schwierig zu erhalten.

Die Hyatt Hotels Corporation macht den möglicherweise grössten Börsengang dieses Jahres in den USA. Rund 1,15 Mrd. Dollar will der Konzern mit der Ausgabe von Aktien erlösen. Dies soll die eigene finanzielle Position verbessern und Hyatt zugleich für neue Akquisitionen rüsten.

Kredite sind in den USA derzeit schwierig zu erhalten. Börsengänge sind zu einer Alternative für die Unternehmensfinanzierung geworden. «Mit einem Börsengang kann Hyatt nun Kapital einspielen, ohne auf die immer teurer werdenden Kredite angewiesen zu sein», sagt der Analyst Patrick Scholes von FBR Capital Markets & Co laut Bloomberg.com.

Erst vor zwei Jahren hatte Hyatt über den Einstieg von Finanzinvestoren wie Goldman Sachs Capital Partners und Madrone Capital LLC insgesamt eine Milliarde Dollar erlöst. Der Investor Madrone besitzt seitdem 6,1 Prozent an Hyatt, und Goldman Sachs gehören 7,5 Prozent. Goldman Sachs ist nun auch gemeinsam mit der Deutsche Bank Securities Inc. und JP Morgan Securities Inc. einer der drei Konsortialführer beim bevorstehenden Hyatt-Gang an die Börse. kjv

600 neue Betten für Savognin

Ein Ferienpark soll der Bündner Region Surses zusätzlich 100 000 Logiernächte und den Bergbahnen eine erfolgreiche Zukunft bescheren.

MELANIE ROTH

600 Betten, 100 000 zusätzliche Logiernächte, eine jährliche Wertschöpfung von 6 bis 7 Millionen Franken und 44 Millionen Franken Baukosten: Mit diesen Informationen stellten Gemeindepräsident Patric Vincenz und Leo Jeker von der Savognin Bergbahnen AG vergangene Woche die Pläne für den neuen Ferienpark «Landal Savognin» vor. Die Unterkünfte würden durch die niederländische Landal Green Parks B.V. vermietet. Den Betrieb vor Ort sollen die Savognin Bergbahnen übernehmen.

Eine erfolgreiche Zukunft der Savognin Bergbahnen sei eng mit der Realisierung des Ferienparks verbunden, erklärt Leo Jeker: «Um weitere Investitionen in den Bau von Schneeanlagen und den Ersatz von bestehenden Anlagen vornehmen zu können, braucht es zwingend neue Betten.»

Der Landal Ferienpark soll acht in ökologischer Bauweise erstellte Ferienhäuser, ein Haupthaus, ein Hallenbad sowie unterirdische Parkplätze umfassen. Um in Krisenzeiten derart grosse Investitionen tätigen zu können, habe das Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden bei der Regierung einen Beitrag beantragt, erklärte Patric Vincenz weiter. Seitens der Gemeinde soll eine halbe Million Franken beigesteuert werden. Im Gegenzug sollen 2,39 Millionen Erträge in die Gemeindekasse zurückfliessen.

Das benötigte Bauland ist zwar gesichert, die Umzonung in die Hotelzone B steht aber noch aus. Darüber sowie über die Beiträge der Gemeinde entscheidet die Gemeindeversammlung am 24. August. Die Eröffnung wäre auf Sommer 2011 geplant.

Aus der Region

Graubünden

Davos Klosters Bergbahnen mit gutem Ergebnis

Im Geschäftsjahr 2008/09 konnten die **Davos Klosters Bergbahnen** dank guter Schneeverhältnisse an das erfolgreiche Vorjahr anknüpfen. Der Gesamtumsatz stabilisierte sich auf hohem Niveau, der Konzerngewinn reduzierte sich leicht von 1,8 auf 1,7 Mio. Franken. Der Betriebsertrag bliebt mit 68 Mio.Franken praktisch unverändert, wie das Unternehmen mitteilte. dst/sda

Ferien in Engadin St. Moritz im Baukastensystem

zvg

Ab sofort können Gäste auf www.engadin.stmoritz.ch nicht nur ihr Hotel, sondern gleich auch den passenden Flug ab einem beliebigen Flughafen in die Schweiz buchen (Bild **Flugplatz St. Moritz**). Bei Angabe des Abflugortes und des gewünschten Ferienortes in der Destination sowie der Spezifikation des Aufenthalts schlägt das neue System passende Hotels und gleichzeitig verfügbare Flüge in die Schweiz vor. Um die Reise zu komplettieren, bietet das Buchungssystem die Möglichkeit, die Zugfahrt in die Destination gleich mitzubuchen. dst

Hoch dotierte Auszeichnung für Bergeller Gärten

Hansjörg Gadient/zvg

Der Schweizer Heimatschutz hat seinen mit 30 000 Franken dotierten Schulthess-Gartenpreis an **die Gärten der Palazzi Salis in Bondo (Bild) und in Soglio** verliehen. Der Preis ehrt die beiden Eigentümer, den Count und die Countess de Salis in Bondo sowie die Eigentümergemeinschaft des Hotels Palazzo Salis in Soglio, die sich mit grossem Engagement um ihre historischen Gartenanlagen kümmern. Sie sollen die einmalige Gartenkultur weiter pflegen. kjv

RhB-Rail Hit für Hotelgäste nun auch im Sommer

Den RhB-Rail Hit der Rhätischen Bahn gibt es neu auch im Sommer. Er war im letzten Winter auf breite Akzeptanz gestossen. Ab 15. August wird er erneut lanciert. Bis zum Ende der ersten Aktion im Mai wurde das Angebot von über 2000 hotelübernachtenden Gästen genutzt. Das Prinzip: Eine Person bezahlt – die zweite fährt gratis mit. Das Gästeangebot wurde zusammen mit hotelleriesuisse Graubünden (HSGR) lanciert. Beim Einchecken erhalten die Gäste in den klassifizierten Hotels einen Rail-Hit-Gutschein, der an jedem bedienten RhB-Bahnhof eingelöst werden kann. Die Aktion läuft bis 15. November. kjv

htr hotel revue
Nr. 33 / 13. August 2009

Aus der Region

Mittelland

Weissenstein: Gesuch für neue Gondelbahn

C. Gentil/zvg

Die **Sesselbahn Weissenstein** AG hat beim Bundesamt für Verkehr (BAV) soeben ihr definitives Plangenehmigungsgesuch für eine neue Gondelbahn eingereicht. Ein Vorabgesuch war vom BAV gutgeheissen worden. Die neue Bahn soll mit 50 Sechser-Gondeln 900 Personen pro Stunde transportieren können. Die Streckenführung der bisherigen historischen Sesselbahn soll beibehalten werden. dst/sda

Zentralschweiz

Andermatt: Sawiris nimmt weitere Hürde

Gegen das vom Ägypter Samih Sawiris geplante Hotel Chedi in Andermatt sind keine öffentlich-rechtlichen Einsprachen eingegangen. Der offizielle Spatenstich für den Golfplatz, das Podium des Resorts und das Hotel Chedi ist Ende September geplant. Das geplante Hotel Chedi ist eines der grössten Projekte innerhalb des Tourismusresorts. Es umfasst 122 Residenzen und rund 50 Zimmer auf 5-Sterne-Niveau. dst/sda

Basel

Basel-Tattoo-Mitwirkende: 7500 Übernachtungen

Patrick Straub/zvg

100 000 Zuschauer sahen innerhalb neun Tagen das **Basel Tattoo 2009** Ende Juli. Allein die Mitwirkenden generierten 7500 Übernachtungen in Basler Hotels. Rund 28 000 Mahlzeiten wurden an diese in der Kaserne ausgegeben. Der Vorverkauf für die Ausgabe 2010 beginnt am 4. Dezember. rd

Aus dem cahier français

Gewalt gegen Araber in Genf löst Protest aus

Der zweitwichtigste TV-Kanal der arabischen Welt, Al-Arabiya, hat am letzten Wochenende eine Reportage über Gewalt gegen saudi-arabische Touristen in Genf gebracht und die Stadt mit gefährlichen Bezirken in US-Metropolen verglichen. Genf hatte bisher auf sein Image von Sicherheit gesetzt. Nabil Mohamed Al Saleh, Botschafter und Generalkonsul von Saudi-Arabien in Genf, hat der «Tribune de Genève» gesagt: «All das muss sich ändern, sonst kommen die Touristen der Golfregion nicht mehr hierher.» kjv

Seite 24

Frühstück als Bestseller

Das Frühstück als Serviceleistung, USP oder Profilierung? Warum es zunehmend zum Qualitätsmerkmal wird.

SULAMITH EHRENSPERGER

Ein Frühstück, das in Qualität und Reichhaltigkeit den Preis rechtfertigt, wünschen sich 34 Prozent der Hotelgäste. Frühstücksqualität steht noch vor Servicefreundlichkeit, wie eine Auswertung des Online-Dienstes hotel.de zeigt: «Das Frühstück wird in Gästekommentaren am häufigsten genannt – positiv oder negativ», sagt Timo Vavrinec, Leiter Unternehmenskommunikation. Ein Blick auf weitere Internet-Plattformen bestätigt, dass das «Zmorge» ein beliebtes Bewertungskriterium ist: «Grosszügiges Buffet», «feines Birchermüesli» oder «bestes Frühstücksbuffet des Kontinents».

Feriengäste erwarten in der Regel eher ein reichhaltiges Frühstück als Geschäftsreisende. «Es hat bei Feriengästen einen grossen Stellenwert», bestätigt Peter Brun, Leiter Kommunikation Kuoni Schweiz, «auf Essen, Service und Sauberkeit wird der grösste Wert gelegt.»

Ähnlich der Tenor bei Mövenpick Hotels & Resorts: Rund 70 Prozent der Hotelgäste frühstücken. «Abgesehen von der Profitabilität ist das Frühstück ein wichtiges Brand-Erlebnis», erläutert Thomas Hollenstein, Director of Food and Beverage Europe.

Ob Business- oder Ferienhotel: Morgenzeit ist Schlüsselmoment.

Für Hotelgäste ist das Frühstück eine wichtige Mahlzeit. Doch unterscheidet sich die Situation im Businesshotel vom Ferienhotel: Geschäftskunden legen Wert auf eine reibungslose morgendliche Routine; Feriengäste zelebrieren das Frühstück mit Genuss. Auch bei Businesskunden ist die Frühstückszeit ein Schlüsselmoment: «Morgens sind die Gäste am aufmerksamsten», so Olivier Rappai, Marketingleiter von Turicum Hotel Management Group, «wenn die Qualität am Morgen zu wünschen übrig lässt, werden teils irrationale Urteile gefällt.» Filterkaffee statt Espresso, ein pampiges Birchermüesli – kein guter Start in den Tag. «Wenn es nicht den Vorstellungen entspricht, kann das Frühstück zum grossen Ärgernis werden», weiss Roland Berger, geschäftsführender Partner von Tune Management & Training. Mancher Businessgast ärgert sich, wenn ihn das Frühstück 25 bis 30 Franken kostet, er aber Kaffee pur vorzieht. «Neben Luxusangeboten, werden solche im unteren Segment wichtiger», sagt Berger. Etwa Cappuccino und Gipfeli für weniger als 10 Franken.

> «Das Frühstück kann mehr als nur ein USP sein, es kann zur Profilierung beitragen.»
> **Roland Berger**
> Tune Management & Training

Attraktive Frühstücksangebote sind bei Businesshotels ein beliebter Ansatz, um eine stärkere Wochenendauslastung zu erzielen: Freizeitgäste freuen sich dann über ein reichhaltiges Buffet. «Das Frühstück kann mehr als nur ein USP sein», ist Berger überzeugt, «es kann zur Profilierung des Hauses beitragen.»

Angebote wie Business-Brunch oder Kinderbuffet

Im Hotel Bad Bubendorf beobachtet Besitzer Roland Tischhauser eine Zunahme an Gästen, die ausschliesslich sonntags zum Brunchen kommen. Eine spezielle Verbindung zwischen Business und Frühstück steht nächste Woche auf dem Programm: 80 Geschäftskunden haben sich zur Sitzung angemeldet – Frühstück inklusive. «Business-Brunches sollen auch zukünftig bei uns Platz haben», sagt Tischhauser.

Frühstück für Geschäftsreisende, Sportler und Geniesser wird im Kempinski Grand Hotel des Bains in St. Moritz zubereitet. Für die kleinen Gäste steht ein Kinderbuffet bereit. Als «bestes Frühstück der Schweiz» hat es die Zeitschrift «Bilanz» bezeichnet. «Das Frühstück hat für unser Haus eine hohe Bedeutung als Wirtschaftsfaktor und ist ein wichtiger Baustein im Gesamtkonzept», so PR-Managerin Betina Welter. Ihr Rezept: Ein gutes Frühstück soll individuell sein und darf den Gast nicht überfordern.

Alain D. Boillat

Ein guter Start in den Tag mit einem ausgewogenen Frühstück.

Busse, Bussen und Einbussen

Die Bedeutung der Busunternehmungen für den Tourismus ist nicht zu unterschätzen. Dies zeigt ein aktuelles Beispiel.

MELANIE ROTH

Fotolia

Reisebusse: Nicht nur Lieblingstransportmittel für Senioren.

«Bushölle»: dieses markige Wort benützte der Verband Schweizerischer Busfahrer «Swiss Bus-Driver» in einem kürzlich erschienenen Artikel zur Parkplatzsituation in Interlaken. Auslöser war die Verschiebung von Stellplätzen für Reisebusse vom Westbahnhof an die Waldeggstrasse. Während die Händler der Bahnhofstrasse über «massive Umsatzeinbussen» klagten, hagelte es für Busfahrer Bussen. «Theorie und Praxis stimmten in Interlaken einfach nicht überein», erklärt Viktor Ackermann, Vizepräsident des Swiss-Bus-Driver-Verbands. «Die Kunden haben ihren Reisebus nicht mehr gefunden, die Parkfelder waren zu klein, und dann wurden die Fahrer auch noch während ihrer Ruhezeit von der Polizei kontrolliert.» Dies alles führte zu besagtem Artikel. Unter den Busfahrern wurde empfohlen, Interlaken zu meiden. Die Lage habe sich mittlerweile aber beruhigt, so Ackermann: «Die Verantwortlichen in Interlaken haben versprochen, die Mängel zu beheben. Das rechnen wir ihnen sehr hoch an». Allgemein würden sich Gemeinden und Polizei jeweils sehr kooperativ zeigen, sobald sich der Verband für etwas einsetze.

> «Die Bedeutung des Bustourismus wird auch von Touristikern unterschätzt.»
> **Jean-Richard Salamin**
> Astag Personentransport

«Senioren, Jugendliche oder ganze Sportvereine», so beschreibt Jean-Richard Salamin, Bereichsleiter Personentransport vom Schweizerischen Nutzfahrzeugverband Astag, die «typischen» Bustouristen. Im Trend seien Tagesausflüge oder Besuche von grösseren Veranstaltungen oder auch Partys: «Eine Gruppe von Jugendlichen mietet einen Bus, um beispielsweise nach Zürich zu fahren, feiert dort die ganze Nacht durch und fährt am Morgen zurück nach Hause.» Übernachten würden die Bustouristen meistens in 3-Sterne-Häusern, die etwas ausserhalb der Zentren liegen, erklärt Salamin. Gerade bei Rundreisen seien aber auch Hotels im höheren Segment gewünscht. «Natürlich erhalten Busunternehmungen auch Angebote von Nobelhotels, welche in stillen Zeiten das Haus auslasten wollen», bestätigt Ackermann. «Die Zusammenarbeit mit den Hotels läuft sehr gut», gibt sich Salamin zufrieden. «Aber leider unterschätzen Politiker – und manchmal auch Touristiker – die Bedeutung des Bustourismus.»

Branche will mehr Mittel

Die Tourismusbranche will, dass der Bundesrat in seinem Stabilisierungspaket weitere Mittel zur Standortförderung spricht.

CHRISTINE KÜNZLER

Der Bundesrat hat letzten Montag die Botschaft zum Bundesgesetz über die befristeten konjunkturellen Stabilisierungsmassnahmen verabschiedet. Da für Ende 2009 und 2010 mit einem weiteren Einbruch der Logiernächte zu rechnen ist, verlangen Branchenorganisationen nebst den für die Stützung des Arbeitsmarktes vorgesehenen Massnahmen vom Bund zusätzliche Mittel für das touristische Marketing.

Sowohl hotelleriesuisse als auch der Schweizer Tourismus-Verband (STV) fordern eine Fortsetzung des Impulsprogramms zur Standortförderung, wie im Stabilisierungspaket II beschlossen. So soll denn «die Nachfragestimulation des exportorientierten Tourismus im dritten Paket mit 25 Millionen Franken unterstützt werden», schreibt der Direktor des STV, Mario Lütolf, in einer Pressemitteilung. Schweiz Tourismus soll beauftragt werden, im absehbar schwierigen Jahr 2010 in ausgewählten Zielmärkten Nachfrageförderung zu betreiben.

Der Bund unterstützt mit seinem Paket verschiedene Arbeitsmarktmassnahmen. So will er neu befristet Weiterbildungskosten, die während Kurzarbeit anfallen, mitfinanzieren. Weiter soll den Arbeitgebern während maximal sechs Monaten Finanzhilfe gewährt werden, wenn sie jüngere Stellensuchende mit wenig Berufserfahrung unbefristet einstellen. Stellenlosen Abgängerinnen und Abgängern der beruflichen Grundausbildung will der Bund durch die Mitfinanzierung von Bildungsmassnahmen einen zusätzlichen Anreiz schaffen, ihre Arbeitslosigkeit sinnvoll überbrücken zu können, heisst es in seiner Botschaft. Für 2010 erwartet der Bund eine durchschnittliche Arbeitslosenquote von 5,5 Prozent.

Noch diesen Monat wird das Stabilisierungspaket der WAK des Stände- und Nationalrats vorgelegt. Im Herbst kommt die Vorlage vor das Parlament.

Hotelplan schreibt im Schweizer Geschäft Verlust

Bei Hotelplan geht der Krebsgang im Schweizer Geschäft weiter. Im Heimmarkt erwartet die Migros-Tochter im laufenden Jahr einen Verlust. Umsatz und Passagierzahlen lägen derzeit unter dem Niveau des Vorjahres, sagte Thomas Stirnimann, Chef der neuen Einheit M-Travel Switzerland, die aus Hotelplan Schweiz und Travelhouse entstand. Allerdings sei das Jahr 2009 noch nicht vorbei. Noch stünden rund 40 Prozent des Geschäfts aus. Weil kurzfristig gebucht werde, könne man nicht vorhersagen, ob Hotelplan nicht doch noch schwarze Zahlen schreibe. sls/sda

Alain D. Boillat

Coach Peter Roos: «Soziale Prozesse, nicht nur bei Gesamtarbeitsverträgen, müssen gesteuert werden.»

Mittler zwischen den Fronten

Beim Erarbeiten des neuen L-GAV für das Gastgewerbe wurde eine neue Vorgehensweise angewandt. Der beigezogene Berater Peter Roos zieht eine positive Bilanz.

DANIEL STAMPFLI

Peter Roos, Sie haben zum ersten Mal als Coach bei der Erarbeitung eines Landes-Gesamtarbeitsvertrags für das Gastgewerbe mitgewirkt. Welche Erfahrungen haben Sie gemacht?
Sehr gute. Es war spannend und intensiv. Die Rahmenbedingungen für die Verhandlungen waren relativ günstig. Die zwölf teilnehmenden Vertreter, je zwei der sechs Sozialpartner, hatten das Bedürfnis, die GAV-Verhandlungen in anderer Art als früher durchzuführen. Dies hat meine Arbeit sicher erleichtert.

Wie gingen Sie an Ihre Arbeit heran?
Zu Beginn überlegte sich die Gruppe, was sie braucht, um funktionsfähig zu werden. Sie kam zum Schluss, dass eine gemeinsame Datenbasis nötig war, auf welche vertraut werden kann und auf welche sich alle beziehen konnten.

Im nächsten Schritt wurde dann über die einzelnen Punkte des neuen GAV diskutiert?
Es wurde nicht sofort über die Inhalte verhandelt. Über den ganzen Prozess hinweg war es wichtig, auf die Befindlichkeit der Leute zu achten. Wenn das Klima zu negativ oder gar destruktiv ist, führen die Verhandlungen selten zu guten Resultaten. Es war eine meiner Aufgaben, Emotionen und Befindlichkeiten sichtbar zu machen, damit ein konstruktiver Umgang damit möglich wurde.

Aber der Moment kam, als Forderungen und Angebote der Parteien auf den Tisch gelegt werden mussten.
Meine Frage an die Gruppe war: Wie wollen Sie an die konkreten Themen herangehen? Diese wollte die einzelnen Paragraphen nicht wie früher sequenziell durcharbeiten, sondern unter Anwendung eines Schachtel-Prinzips vorgehen. Dies lässt mehr Spielraum für Flexibilität.

Können Sie ein Beispiel nennen?
Etwa bei der Schachtel Lohn sollten kreative neue Ideen entwickelt werden. Dies wurde möglich durch einen Kulturwandel und die Feststellung, dass man miteinander sinnvoll diskutieren konnte. Die Gruppenmitglieder vertrauten sich gegenseitig und konnten die Standpunkte hart vertreten. Eingebrachte Ideen wurden jeweils von der Gegenseite aufgenommen und gemeinsam weiterentwickelt. Das Endergebnis war ein Produkt aller Beteiligten.

«Die Beteiligten hatten hin und wieder Zweifel, ob eine gute Lösung gelingt.»
Peter Roos
Arbeits- und Organisationspsychologe

Die Verhandlungen dauerten aber knapp zwei Jahre. Dies deutet doch auf grosse Differenzen unter den Sozialpartnern hin.
Tatsächlich waren die Differenzen teilweise gross. Diese Dauer deutet allerdings vielmehr darauf hin, dass eine bestimmte Zeit verstreicht, bis eine Arbeitsgruppe genügend leistungsstark ist. Es ist notwendig, zwischendurch Tempo aus Verhandlungen zu nehmen und genügend Zeit zu investieren.

Betrachtet man das Schlussergebnis: Welche Seite musste mehr Zugeständnisse machen?
Das ist sehr subjektiv, da es von der Gewichtung durch die einzelnen Verhandlungspartner abhängt. Beide Seiten mussten Federn lassen oder Zugeständnisse machen.

Waren Sie jederzeit guten Mutes, dass eine gute Lösung zustande kommt oder hatten Sie manchmal auch Zweifel?
Es wurden harte Verhandlungen geführt. Die Emotionen waren stark. Allen Beteiligten kamen hin und wieder Zweifel über das Zustandekommen einer guten Lösung, dies zu Recht. Alles andere wäre naiv gewesen.

Nimmt das Gastgewerbe mit dem eingeschlagenen Weg eine Sonderrolle im Vergleich zu anderen Branchen ein?
Ich denke schon. Bezüglich Resultat, aber auch was Signale und Impulse für die Branche betrifft, wurden durchaus neue Wege eingeschlagen.

Was wäre wohl ohne Ihre Mitwirkung geschehen?
Eine externe neutrale Steuerung war notwendig. Soziale Prozesse, nicht nur bei Gesamtarbeitsverträgen, müssen gesteuert werden. Es ist sinnvoll, dies durch eine neutrale Person vornehmen zu lassen.

Nun geht es an die Umsetzung: Wo liegen hier die Schwierigkeiten?
Ich persönlich bin bei der Umsetzung nicht involviert, habe aber wenig Bedenken, dass noch etwas schief gehen oder dass es zu Komplikationen kommen könnte. Sinnvoll wäre eine Kontinuität. Die gut funktionierende Gruppe sollte deshalb weiter arbeiten können. Im L-GAV wurden Bedingungen geschaffen, welche das gesamte Gastgewerbe weiter bringen. Wichtig scheint mir, dass sowohl die Betriebe wie auch die Arbeitnehmenden bei der Umsetzung gut informiert und unterstützt werden.

Werden Sie das Projekt weiter begleiten?
Ja. Obwohl in den nächsten Jahren nichts geändert werden kann, wollen sich die Mitglieder der Arbeitsgruppe zweimal pro Jahr zum Gedankenaustausch treffen. Dies ist sehr sinnvoll. Denn im neuen Landes-Gesamtarbeitsvertrag sind Punkte enthalten, deren Auswirkungen heute nicht abschätzbar sind. Die Entwicklungen und Auswirkungen müssen nun beobachtet werden.

Zur Person Der Prozessbegleiter Peter Roos

Peter Roos (38) ist als Arbeits- und Organisationspsychologe lic. phil. und Organisationsentwickler MSc geschäftsführender Partner beim Büro a&o in Bern. Roos ist als Berater und Coach im Spannungsfeld «Mensch – Arbeit – Organisation» tätig. Er berät und begleitet Unternehmen wie auch Einzelpersonen bei Veränderungs- und Entwicklungsprozessen. Peter Roos ist verheiratet, Vater zweier Kinder und wohnt in Spiegel bei Bern. dst

Standpunkt

Preis-Dumping findet statt, ob wir wollen oder nicht

JÜRG SCHMID

Es ist ein heisses Eisen in der Hotellerie: das Thema Preis. Die Krise heizt zusätzlich ein. Die Versuchung, in schlechten Zeiten am Preis zu schrauben, lockt. Seien wir ehrlich: Preis-Dumping findet statt, ob wir wollen oder nicht. Überall locken Schnäppchen. Der Kunde vergleicht eiskalt – und merkt sich gute Preise.

Dumping mag kurzfristig funktionieren: Es kann aktuell sogar zu mehr Umsatz und Belegung führen. Langfristig ist Dumping ein ruinöses Unterfangen und weckt

«Wenn jemand einen Preisnachlass wirklich verdient hat, dann die Stammkunden.»

beim Gast Hunger auf mehr: dauerhafte Tiefpreise, jederzeit, unlimitiert. Kein Stammkunde wird je mehr bereit sein, den Normaltarif zu bezahlen.

Ein kürzliches Interview von Bloomberg mit Marriott belegt es: Es braucht vier Jahre, um nach einer branchenweiten Dumpingphase wieder auf die ursprünglichen Zimmerpreise zu gelangen. Aber ist Dumping a priori schlecht? Es wäre zu einfach, das kluge Steuern der Nachfrage über den Preis aus Prinzip zu verdammen. Im Gegenteil.

Die Preisfrage lautet: Was ist «smartes Dumping»? Die Antwort lautet: Yield-Management. Das A und O ist eine clevere Mischung aus Beharren auf Listenpreisen und temporären Anpassungen für gezieltes Angebotsmarketing – je nach Verfügbarkeit. Zum Beispiel Ermässigungen für ausgewählte Gästesegmente bei Kooperationen. Ich erinnere hier an das schweizweite Phänomen der Raiffeisen-Angebote. Oder exklusive Packages zu fairen Tarifen für treue Leser.

Apropos Treue: Wenn jemand einen Preisnachlass wirklich verdient hat, dann die Stammkunden. Originelle Bonusaktionen für die wichtigste Kundengruppe – zwei Drittel unserer Gäste sind Repeater – wecken Sympathie und Reiselust.

Damit wir uns richtig verstehen: Ich bin gegen systematisches Dumping – aber für einen smarten Umgang mit den Preisen.

Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus

Im Zweifelsfall für den Gast. Das zahlt sich aus.

CHRISTINE KÜNZLER
REDAKTORIN

Zum Thema
Grosszügig

Vor ein paar Wochen in Basel: Ein Ehepaar geniesst ein gutes Nachtessen zu zweit mit einem Glas edlen Weins. Kostenpunkt: 180 Franken. Auf der Rechnung steht zu ihrer grossen Überraschung 10 Franken für eine Karaffe Basler Wasser. Bestellt hatten sie Hahnenwasser. Zurück zu Hause teilen sie dem Wirt ihr Unbehagen mit. Antwort hat das Paar bis heute keine bekommen.

Vor ein paar Tagen in Bern: Vier Personen bestellen das Mittagsmenü. Zwei hätten dazu gerne Mineralwasser mit Kohlensäure, zwei bevorzugen stilles Wasser. «Stilles Wasser haben wir nur in 5-Deziliter-Flaschen. Wenn Ihnen das zu viel ist, bringe ich Ihnen gerne ein Glas Hahnenwasser», sagt die freundliche Servicemitarbeiterin. Wir nehmen dankend an. Zu unserer Überraschung sind die auf der Rechnung nicht ausgewiesen.

Zwei ganz unterschiedliche Betriebe mit zwei ganz unterschiedlichen Philosophien.

«Grosszügigkeit lohnt sich fast immer. Nicht nur, wenn es ums Hahnenwasser geht.»

In welches Lokal wir wieder einkehren werden, beziehungsweise in welches nie mehr, liegt auf der Hand. Auch, über welchen Betrieb wir was weitererzählen werden.

Hahnenwasser gratis oder nicht – da scheiden sich die Geister. Am besten ist es, hier den gesunden Menschenverstand walten zu lassen. Und im Zweifelsfall lieber grosszügig zu sein.

Grosszügigkeit lohnt sich fast immer. Nicht nur, wenn es ums Hahnenwasser geht, sondern generell. Was man sät, wächst. Meistens jedenfalls. Eine günstigere Marketing-Massnahme gibt es kaum. Die positive Mund-zu-Mund-Werbung ist nach wie vor eine der wirkungsvollsten PR-Strategien. Der so überraschte Gast kommt wieder, und er kommt mit Goodwill – mit Grosszügigkeit seinerseits. Vielleicht nicht zwingend im materiellen Bereich, sondern mit mehr Nachsicht, wenn es darum geht, kleine Unzulänglichkeiten im Service oder in der Qualität zu übersehen. Ein gut gestimmter Gast ist weniger kritisch als einer, dem positive Überraschungs-Erlebnisse fehlen. Das ist wichtig, denn spätestens seit dem QI ist klar, wie negativ sich ein fehlendes Glied in der Dienstleistungskette auswirken kann.

«Ein gutes, angenehmes Hotel muss nicht zwangsläufig zur Luxusklasse gehören und kann bezahlbar sein.»
Heinz Horrmann Hotel- und Gastrokritiker

Bilder Alain D. Boillat

Die jungen Berufstalente **Daniela Manser** (l.) und **Eliane Mahrer** mit ihren Arbeitsgeräten.

Frauenpower für die World Skills

In drei Wochen beginnt im kanadischen Calgary die Berufs-WM. Für das Schweizer Gastgewerbe gehen zwei ambitionierte Frauen an den Start.

MATHIAS ZAUGG

Für die Schweizer Gastronomie fahren zwei Frauen an die World Skills in Calgary. In Weggis wurden die beiden WM-Teilnehmerinnen, Daniela Manser (Koch) und Eliane Mahrer (Restauration), den Branchenvertretern vorgestellt.

Max Züst, Direktor von Hotel & Gastro Formation, betonte die Bedeutung der «beiden Aushängeschilder», indem er Parallelen zu Roger Federer und zum Tennissport zog. Der Vergleich mit der Sportwelt ist gar nicht weit hergeholt: Die beiden Schweizer Meisterinnen werden von persönlichen Coaches und einer Mentaltrainerin betreut.

Hotel & Gastro Formation investiert pro Beruf 100 000 Franken in die Teilnahme an den World Skills. Züsts Dank galt deshalb den Vertretern der Trägerorganisationen. Diese konnten sich am Buffet einen Eindruck vom Können der beiden Gastroprofis verschaffen. Daniela Manser bereitete Apéro-Häppchen zu, während Eliane Mahrer die Tische deckte und auf Wunsch Cocktails mixte. Begleitet wurden die Gaumenfreuden von einem Weggiser Volksmusiktrio.

Die Köchin und die Restaurationsfachfrau haben beide in renommierten Betrieben gelernt, Manser im Hotel Hof Weissbad bei Käthi Fässler, Gault-Millau-«Köchin des Jahres 2008», und Mahrer im Basler Hilton Hotel. Für Letztere geht es in Calgary darum, «in einem unbekannten Umfeld unter steter Beobachtung zu funktionieren.» Dass Daniela Manser über diese Fähigkeit verfügt, hat sie bereits bewiesen. 2007 gewann die heutige Schweizer Meisterin sowohl den nationalen Lehrlingskochwettbewerb «Gusto» als auch den «European Cooking Cup». «Das sind gute Voraussetzungen, um gegen die Weltelite zu bestehen», sagte Michael Berger, Koordinator der World Skills bei Hotel & Gastro Formation.

Andreas Wyss, Kronenhalle Zürich; **Roland Schmid,** Äbtestube Bad Ragaz, mit **Gattin Renata; Christian Lienhard,** Hotel Hof Weissbad (v. l.).

Hanspeter Meier (l.) und **Peter Hilpert,** Schwob AG in Burgdorf.

Max Züst (l.) und **Michael Berger** von Hotel & Gastro Formation.

Um den Berufsnachwuchs besorgt: **Martin Erlacher**, Coach von Eliane Mahrer, und **Vreni Güttinger** von hotelleriesuisse.

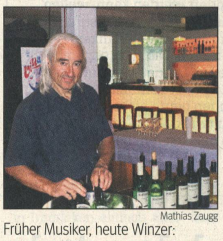
Prominenz an der VINaare

Die «VINaare» des Weinhauses Cultivino glänzte mit viel Prominenz. Sie stand einmal mehr im Zeichen des natürlichen Rebbaus.

MATHIAS ZAUGG

Im Berner Schwellenmätteli fand die dritte Auflage der «VINaare» statt. Im Zentrum der Veranstaltung standen 11 international renommierte Winzerinnen und Winzer, die auf traditionelle Anbaumethoden setzen. Zu degustieren gab es Terroir-echte, mineralisch reiche Weine aus Spitzenlagen.

Mit viel Leidenschaft erläuterten die Produzenten ihre «Rückbesinnung auf die alten Werte und Traditionen», wie es der deutsche Winzer Roman Niewodniczanski formulierte. Dazu gehören viel Handarbeit, der Verzicht auf Spritzmittel und der Einsatz von Naturhefen.



Mathias Zaugg

Früher Musiker, heute Winzer: **Günter Schönberger,** ehemals «Erste Allgemeine Verunsicherung».

«Das Resultat ist ein Produkt, das im Rebberg entsteht und nicht im Keller», sagte die Jungwinzerin Arianna Occhipinti, die ihr Augenmerk auf reinsortige Weine legt.

Mit Arianna Occhipinti (Sizilien), Cecilia Trucchi (Veneto), Luca Roagna (Piemont), Claudio Monaci (Toscana) und Willi Stürz (Südtirol) waren die italienischen Weinregionen am stärksten vertreten. Aus Österreich kamen die prominenten Burgenländer Roland Velich und Günter Schönberger. Als heimische Repräsentanten des natürlichen Rebbaus waren Michel Cruchon (Vaud) und Georg Fromm (Graubünden) anwesend. Französischen Wein gab es bei Tom Lubbe (Pyrénées Orientales) und Deutschen Riesling bei Roman Niewodniczanski (Saar) zu verköstigen.

Barnetta im Le Plaza Basel

Der Fussballer Tranquillo Barnetta frühstückte anlässlich eines Wettbewerbs am Dienstag dieser Woche im Swissôtel Le Plaza in Basel mit jungen Fans. «Nutella» engagiert sich seit 2005 im schweizerischen Fussballverband – seit 2008 als offizieller Sponsor. Roberto Grasso, CEO Ferrero (Schweiz) AG, erklärt die Idee hinter dem Engagement: «Wir wollen mit unserer Aktion einen Beitrag zu einer erfolgreichen Fussballschweiz leisten. Unser Ziel ist es, die Begeisterung und Freude am Sport zu erwecken und dadurch einen aktiven und gesunden Lebensstil zu fördern.»

Für den zehnjährigen Colin Meister aus Balsthal ging ein Traum in Erfüllung: «Ich wollte schon immer einmal Tranquillo Barnetta treffen. Ich hätte nicht gedacht, dass ich sogar mit ihm frühstücken darf.» Die Gewinner, die aus Kleinandelfingen, Balsthal, Mendrisio, Genf und Corpataux kamen, durften im selben Hotel wie die Nati-Spieler übernachten und mit ihnen frühstücken. sls

Photopress/zvg

Tranquillo Barnetta mit seinen jungen Fans.

1500 Logiernächte dank Bikern

zvg

Die **Biker** überwinden einen der wenigen Aufstiege.

Mit dem Fahrrad auf 18 Kilometern 2000 Höhenmeter zu überwinden, das nennt sich «Bike-Attack» und zog letzten Sonntag rund 750 aktive Bikerinnen und Biker in die Lenzerheide.

Wer sich bei der 10. Auflage des Rennens einen guten Startplatz sichern wollte, musste die Qualifikation vom Samstag bestreiten. Für die Teilnehmer war dies ein guter Grund, mindestens einmal in der Ferienregion zu übernachten. Wegen des guten Wetters seien jedoch viele Biker bereits am Mittwoch und am Donnerstag angereist, sagt Luzia Wanner vom OK. Sie schätzt, dass über 600 Fahrer und ihre Betreuer während drei Tagen 1500 Logiernächte generierten. «Besonders beliebt waren der Campingplatz, die Jugendherberge und die Ferienwohnungen. Aber auch in 2- bis 4-Sterne-Hotels waren die Sportler anzutreffen», sagt das OK-Mitglied. Dazu kamen gemäss Wanner «viele begeisterte Zuschauer an der Strecke und im Zielgelände», welche die Lenzerheide an den Renntagen bevölkerten. maz

Sesselrücken

PR-Fachfrau in die Leitung von Engadin St. Moritz

Die Kommunikations-Fachfrau **Sara Roloff** wurde diese Woche vom Vorstand der Tourismusorganisation zum Mitglied der Geschäftsleitung von Engadin St. Moritz gewählt. Sara Roloff ist seit Mai 2008 als Leiterin Public Relations bei Engadin St. Moritz tätig. Sie studierte an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften Journalismus und Unternehmenskommunikation und schloss 2005 als diplomierte Kommunikatorin FH ab. sls

zvg

Führungswechsel im Hotel-Restaurant «Schwanen» in Wil

Carol und Donat Kunz übernehmen ab 1. Oktober 2009 den «Schwanen» in der Stadt Wil. Donat Kunz ist gelernter Koch und absolvierte eine Hotelfachschule. Er war Verkaufsleiter bei Globus Delicatessa, arbeitete im Grand Casino Luzern und führte diverse Hotels und Restaurants, unter anderem im Engadin. Zuletzt war Kunz operativer Leiter bei Kramer Gastronomie Zürich. maz

Erfahrener Mann für das Hilton Maldives

Jean-Sébastien Kling ist seit Juni 2009 für das Re-Branding des neuen 5-Sterne Resorts & Spa auf den Malediven verantwortlich. Er

zvg

verfügt über 20 Jahre Erfahrung bei der Hilton Hotels Corporation. Kling war bereits Manager des «Conrad Istanbul» und soll nun zur Hilton-Expansion beitragen. maz

fokus

htr hotelrevue
Nr. 33 / 13. August 2009

REKLAME

Erfolg mit 3 Sternen. In der Zukunft. Mehr Technik, mehr Komfort, mehr Dienstleistung, mehr Qualität – das sind für den Zukunftsforscher Lars Thomsen zukunftsträchtige Erfolgsfaktoren.

Gäste erwarten immer mehr

Der Trend- und Zukunftsforscher Lars Thomsen sagt, was ein 3-Sterne-Hotel braucht, um in zehn Jahren erfolgreich zu sein: Qualität, Technik und ein USP.

CHRISTINE KÜNZLER

Alain D. Boillat

Lars Thomsen sagt, was es braucht, um auch in Zukunft volle Betten zu haben.

Lars Thomsen, übernachten Sie ab und zu in einem 3-Sterne-Hotel?
Ja, das kommt vor. Ich übernachte relativ häufig in Hotels, bin aber auf keine Kategorie festgelegt.

Was wird in 10 Jahren anders sein, wenn Sie in ein 3-Sterne-Hotel einkehren?
Zum einen wird die Technik im Hotel aufgerüstet sein, das heisst, jedes Hotelzimmer wird über Internet verfügen. Internet ist dann so selbstverständlich, wie elektrischer Strom in jedem Zimmer. Zum zweiten wird der Standard grundsätzlich höher sein. Auch im 3-Sterne-Bereich. Und der Hotelier wird einen Parkplatz mit einer Ladestation für Elektrofahrzeuge anbieten müssen.

Was verstehen Sie unter einem höheren Standard?
Die Ansprüche der Gäste erhöhen sich drastisch. Und zwar in allen Generationen. Die heute 50-Jährigen werden in zehn Jahren, wenn sie mehr Zeit zum Reisen haben, einen ganz anderen Anspruch an Materialien, Dienstleistung, Qualität und Ausstattung haben. Sie sind die erste kosmopolitische Generation, die in der Welt herumgekommen ist und andere Werte und Bedürfnisse hat als die heutigen Rentner. Sie schätzen die Vorteile eines kleineren Familienbetriebs, wollen aber auf die Annehmlichkeiten, die sie kennen gelernt haben, nicht verzichten.

> «Die Ansprüche der Gäste erhöhen sich drastisch. Und zwar in allen Generationen.»
> **Lars Thomsen**
> Future Matters

Gilt dieser Qualitätsanspruch auch für Kleinigkeiten wie Seife und Shampoo im Bad?
Hier fängt es an. Denn das sind Gäste, die Hotels in verschiedenen Ländern kennen, also diese vergleichen können.

Das tönt, als müssten 3-Sterne-Häuser 4-Sterne-Standard anbieten.
Ja. Innovation bedeutet, vorwärts zu gehen. Das betrifft alle Segmente. Ich treffe immer wieder Rucksacktouristen, die im 5-Sterne-Hotel übernachten, das sie per Internet günstig gebucht haben. Wenn sie dann im 3-Sterne-Hotel einkehren haben sie die gleichen Ansprüche wie im 5-Sterne-Haus.

Alle rufen nach Innovation. Aber wie kommt der Hotelier denn zu mehr Innovation?
Es ist sehr wichtig, dass der Hotelier mit offenen Augen durch die Welt geht. Er kann den eigenen Urlaub dazu nutzen, andere Hotels kennen zu lernen und zu eruieren, was Mitbewerber besser machen. Vielleicht gibt es Dinge, die der Hotelier auch in seinem Haus umsetzen kann. Wichtige Informationen liefert auch der Gästefeedback auf den Hotelbewertungsportalen im Internet. Hier lässt sich ablesen, was den Gästen gefällt, was missfällt. In den Kommentaren über sein eigenes Haus erfährt der Hotelier Dinge, die ihm der Gast persönlich vielleicht nicht gesagt hätte. Eine Möglichkeit, zu mehr Innovation zu kommen, sind Workshops, an denen auch Gäste teilnehmen. Die mögen es, wenn sie ihre Ideen einbringen können.

> Suchmaschinen und die Kooperation mit Hotelportalen werden an Relevanz gewinnen.
> **Lars Thomsen**
> Zukunftsforscher

Wie wird der Hotelier in 10 Jahren auftreten?
Auf jeden Fall mit einer informativen Website. Suchmaschinen und die Kooperation mit modernen Hotelportalen werden an Relevanz gewinnen. Ich gehe davon aus, dass das Internet 90 Prozent der neuen Gäste bringen wird. Ebenso wichtig ist es, das eigene Alleinstellungsmerkmal, das USP, herauszuarbeiten. Dem Hotel etwas zu geben, das sein Haus von den Mitkonkurrenten der Region abhebt.

Der wichtigste Zielgast des 3-Sterne-Hotels in 10 Jahren?
Schwer zu sagen. Ich kann mir vorstellen, dass ein gutes 3-Sterne-Hotel gerade für Menschen, die dann zwischen 60 und 70 sind, attraktiv ist. Sie haben in vielen grossen Hotels übernachtet, die in allen Ländern gleich aussehen und schätzen dann die familiäre und regionale Atmosphäre im kleineren Hotel. Ich denke aber auch, dass in jeder Einkommens- und Altersschicht Gäste zu holen sind. Solche, denen es wichtiger ist, dass die Atmosphäre eines Hotels stimmt, als wie viele Sterne es trägt.

Was kann ein Hotelier heute schon tun, um in 10 Jahren erfolgreich zu sein?
An der Qualität arbeiten, denn die Transparenz wird noch höher sein. Die Gäste glauben nicht mehr dem schönen Hotelprospekt, sondern dem Kommentar der Gäste auf den Bewertungsplattformen.

Zur Person Der Zukunftsforscher und Publizist

Lars Thomsen berät mit seinem Unternehmen «Future Matters» Firmen und Organisationen in Zukunftsfragen. Er ist Autor zahlreicher Publikationen, Dozent an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing und Mitglied der World Future Society in Washington D.C. ck

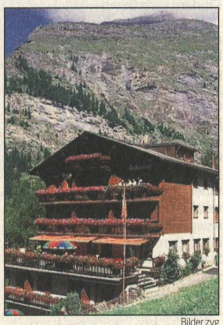
Alte Werte punkten in neuen Medien

Franz Götzenberger legt grossen Wert auf Traditionen. Alte Werte sind dem Zermatter Hotelier «immens wichtig». Und neue Medien macht er sich erfolgreich zunutze.

SIMONE LEITNER

Das Hotel Bella Vista in Zermatt wurde von der Bewertungsplattform Holidaycheck mit dem Award 2008 ausgezeichnet. Das 3-Sterne-Haus überzeugt die Internet-Reisecommunity und beschert Bernadette und Franz Götzenberger durchwegs gute Noten. «Es war kein strategischer Entscheid, die Gäste zu Feedbacks zu bewegen, vielmehr das Bedürfnis, sicher zu sein, unsere Klientel glücklich machen», erklärt Franz Götzenberger. Das ist ihm gelungen. Durch die Internet-Präsenz und den direkten Website-Link auf die Online-Bewertungen werden die Gäste nicht nur jünger, sondern auch zahlreicher. In der laufenden Saison steigerte er den Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 5 Prozent.

Für die junge Zielgruppe ist das «Bella Vista» gerüstet: Die nächste Generation der Götzenbergers ist bereit und setzt noch mehr auf die virtuelle Welt. Damit hat Vater Franz Götzenberger kein Problem: «Die Inputs meiner Kinder sind am Puls der Zeit.» Das heisst aber auch, dass sich Götzenberger ab und zu erst an Neues gewöhnen muss. «Die Website beispielsweise war für mich gewöhnungsbedürftig. Aber das Echo der Gäste war unisono gut. Und das alleine zählt.»



Bilder zvg

Gute Bewertungen für das «Bella Vista» auf Holidaycheck.

Für die Zukunft gerüstet: Franz und Bernadette Götzenberger.

Das Zermatter Hotel war und ist ein Garni-Betrieb. Doch fünfmal die Woche bietet der begeisterte Koch und Hotelier ein Nachtessen an. Alles frisch, alles gesund und vor allem alles selbst gemacht. Er ist überzeugt, dass ein 3-Sterne-Betrieb «gerade in Zermatt gut funktionieren kann». «Meine Konkurrenz ist nicht unbedingt in der Schweiz.»

Als Bergsteiger und Naturliebhaber kennt sich Franz Götzenberger in seiner Wahlheimat bestens aus. «Obwohl die Gäste heute lieber alleine etwas unternehmen, kann ich ihnen gute Tipps, schöne Routen und lauschige Plätzchen empfehlen.» Das werde immer noch sehr geschätzt, sagt Götzenberger und betont, dass er sich den Gästen anpasst. «Tradition und moderner Zeitgeist werden bei uns auch in Zukunft verschmelzen.»

Antworten auf diese Fragen:

Was braucht es, um in Zukunft fit zu sein?
Seite 7

Welche Hotels sind erfolgreich im Markt?
Seite 8

Wie wird ein Mittelklassehaus geführt?
Seite 9

Wie sehen die idealen Kennzahlen aus?
Seite 10/11

htr-online
www.htr.ch/fokus

htr hotelrevue
Nr. 33 / 13. August 2009

Erfolg mit 3 Sternen. Am Markt. Erfolg hat ein Hotel, das sich klar positioniert und in einer Destination steht, die sich gut vermarktet, sagt Jürg Schmid, Chef von Schweiz Tourismus.

Ben Huggler/zvg

Jürg Schmid plädiert für eine klare Positionierung.

Positionieren, kooperieren, renovieren

«Ein grosser Teil der touristischen Zukunft gehört den 3-Sterne-Häusern», sagt Jürg Schmid von Schweiz Tourismus. Um Erfolg zu haben, brauche es eine klare Positionierung.

CHRISTINE KÜNZLER

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten sind die 3-Sterne-Hotels besonders gefragt», sagt Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, «doch sie sind nicht nur dann, sondern generell beliebt.» Er sei nicht einer, der die Theorie vertrete, nur Luxus- und Billighotels seien gefragt, er glaube an die Mitte. «Der grösste Teil der Nachfrage betrifft nach wie vor Mittelklassehotels. Ihnen gehört ein ganz grosser Teil der touristischen Zukunft.» Allerdings seien die Herausforderung und der Strukturwandel in diesem Segment am grössten. «Ein 3-Sterne-Hotel muss klar positioniert sein. Das ist in dieser Kategorie noch wichtiger, denn es kann sich nicht durch die Infrastruktur abheben.» Ein gutes Beispiel für Schmid ist das Hotel Handeck in der «Grimselwelt», das sich auf Familien ausgerichtet hat (siehe Artikel unten). Ein weiterer – und vielleicht der ausschlaggebendste – Punkt seien der Standort in einer Destination, die sich gut vermarkte und das Eingebundensein in einer Gruppe oder Kampagne, so Schmid. «Denn oft sind die 3-Sterne-Häuser kleinere Hotels und haben kaum die Kraft und das Budget, sich selber zu vermarkten.»

Die Typischen Schweizer Hotels verkaufen sich gut

Eine gute Möglichkeit, sich zu vermarkten, bietet die Kooperation «Typische Schweizer Hotels». Wie viele Buchungen die Mitglieder bis anhin generiert haben, weiss Schmid indes nicht, denn die Gäste buchen direkt im Hotel. «Was die Nachfrage betrifft, ist es jedoch bis anhin die erfolgreichste Hotelkooperation.» In den ersten vier Monaten ihres Bestehens informierten sich 370 000 Personen auf Myswitzerland.com über die «Typischen Schweizer Hotels». Schmid: «Authentizität ist ein Megatrend. Mit typically Swiss lässt sich Authentizität buchen.» Das sei, sagt der Chef von ST, die Erfolgsformel dieser Kooperation.

> «Der grösste Teil der Nachfrage betrifft nach wie vor die Mittelklassehotels.»
>
> **Jürg Schmid**
> Direktor Schweiz Tourismus

Bei der Infrastruktur herrscht oft Nachholbedarf

Nachprüfen kann Schmid indes die Buchungen, die über STC – das Switzerland Travel Centre – laufen. Die fünf meistgebuchten 3-Sterne-Hotels im Monat Juni waren: Misani in Celerina (3 Sterne Superior); Welcome-Inn, Kloten; Sonne, St. Moritz; Des Alpes, Luzern; Jungfrau Lodge, Grindelwald. «Da zeigt sich: Die Destination ist entscheidend.»

Doch ein guter Standort allein bringt noch keinen Erfolg. Auch die Infrastruktur eines Hotels muss stimmen. Den grössten Nachholbedarf diesbezüglich ortet Schmid im alpinen Raum. «Dort stehen die meisten vor einer infrastrukturellen Herausforderung.» Zudem seien dort die wenigsten der 3-Sterne-Hotels klar positioniert. «Die Wohnstandards sind generell gestiegen», gibt Schmid zu bedenken. «Wenn ich im Hotel logiere, möchte ich dort ein besseres Wohnerlebnis haben als zu Hause.» Weil die Entwicklung der privaten Infrastrukturen schneller vorangeschritten ist als jene der Mittelklassehotellerie im Alpenraum, kann das zu einer Diskrepanz führen. Infrastrukturmängel mit Freundlichkeit aufzuwerten, ist sehr schwierig.» Schmid ist sich bewusst, dass nicht jeder Hotelier investieren kann. Er rät, voll auf Qualität zu setzen und Kooperationen im Dorf einzugehen, um den Ertrag steigern zu können.

Und so sieht Jürg Schmids 3-Sterne-Traumhotel aus: «Es steht an einem Standort, der gut vermarktet wird und hat etwa 40 Zimmer. Mein Hotel ist klar positioniert, das muss nicht nur auf eine Zielgruppe sein, der Hotelier weiss, auf welche Gästesegmente er sich ausrichten muss. Und er beteiligt sich an einer Kooperation.»

Ein Haus, zwei Standbeine

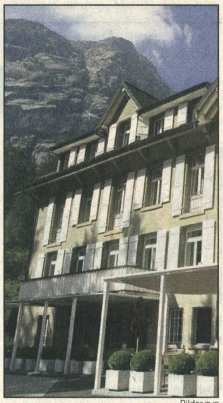
Das Hotel Handeck in Guttannen hat zwei Standbeine: Seminargäste und Familien mit Kindern. Die gute Auslastung zeigt: Das Konzept funktioniert.

CHRISTINE KÜNZLER

«In der Ferienzeit kommen die Familien, in der übrigen Zeit die Seminargäste», sagt die Gastgeberin des Hotels Handeck, Edith Othman. Das 3-Sterne-Hotel in Guttannen ist Teil der Grimselwelt, ein Produkt der Kraftwerke Oberhasli (KWO), zu dem unter anderem zwei Hotels und ein Berghaus gehören. «Die KWO wollte für ihre Betriebe eine nachhaltige Positionierung, die ihrer Qualitätsvorstellung entspricht», so Edith Othman. Für die «Handeck» war dies das Label Kidshotel. So sei das Haus schon auf dieses Thema hin umgebaut worden. «Es ist klar auf Familien ausgerichtet: Wir haben überall Plüschtiere platziert, Kinderfotos aufgehängt und ein Spielzimmer eingerichtet. Für uns war jedoch von Anbeginn weg wichtig, dass sich jeder Gast wohlfühlt.» Um das Haus gut auszulasten, spricht die Gastgeberin auch Seminar- und Gruppengäste an. «Dieser Gästemix», sagt Edith Othman, «ist für uns optimal und funktioniert problemlos. Die Gäste kommen zu unterschiedlichen Zeiten: Die Familien während der Ferien oder an Wochenenden, die Seminargäste in der übrigen Zeit.

Zwar haben die Kinder bis anhin noch keinen eigenen Speisesaal – «wir denken zurzeit darüber nach» –, doch das Hotelrestaurant ist in drei Teile aufgeteilt. «Wir sorgen dafür, dass ein Teil nur Erwachsenen vorbehalten ist», sagt Edith Othman. Die Kindern essen mit den Eltern, werden jedoch rasch bedient, so dass sie bald wieder den Tisch verlassen und die Erwachsenen in Ruhe weiter speisen können.

Die Familien sind in der Ferienzeit mit Abstand das wichtigste Gästesegment. Rund 80 Prozent sind



Bilder zvg

Das Hotel Handeck – für Familien und Seminargäste.

Familien; 80 bis 90 Prozent der gesamten «Handeck»-Gäste stammen aus der Schweiz. «Meist kommen die Eltern mit ihren Kindern, doch zunehmend auch Gruppen mit Grosseltern und Tanten», so die Hoteldirektorin. Kinderbetreuungsdienst gibt es nur auf Anfrage. «Wir machen die Erfahrung, dass die meisten Eltern die Zeit mit ihren Kindern verbringen wollen.»

Das «Handeck»-Konzept mit seiner Positionierung auf zwei Standbeinen kommt an. Das zeigt die gute Auslastung im 2008: Die 39 Zimmer des Hauses waren zu über 70 Prozent besetzt. «Von Mitte Juli bis 1. August 2009 waren wir zu 100 Prozent ausgebucht», hält Edith Othman fest. Auch die nächsten Monate lassen sich gut an. «Bis Oktober findet man bei uns nur noch wenige freie Zimmer.» Das Erfolgsrezept? «Unsere Qualität stimmt in allen Bereichen. Das bringt uns Stammgäste.» Die Mitarbeitenden werden intern geschult. «Die KWO-Hotels haben ein eigenes Qualitätsmanagement und Mysterychecks.»

Zudem biete das 3-Sterne-Haus eigentlich den Komfort eines 4-Sterne-Hotels. «Das bestätigen uns die Gäste immer wieder», so Edith Othman. Dass die Gäste gerne kommen, liege wohl auch an den kleinen Überraschungen, die der Gast nicht erwarte. «Die Äpfel im Korridor, das Ragusa auf dem Nachttisch, die Wasserkaraffe im Zimmer …» Sie pflegten im Haus eine Liebe zum Detail. «So haben wir zum Beispiel überall Kerzen stehen, was eine gute Stimmung bewirkt.»

3-Sterne-Hotelzimmer mit 4-Sterne-Komfort.

Über Umsatzzahlen spricht Edith Othman nicht. Nur so viel sagt sie: «Wir haben letztes Jahr ein Plus von 6 Prozent generiert.» Da das Haus im Winter geschlossen und die Gastgeber der KWO-Hotels das ganze Jahr über beschäftigt sind, sei es eben schwierig, den Umsatz auf ein Jahr auszurechnen. «In den Wintermonaten, wenn die Hotels geschlossen sind, verkaufen wir Zimmer und nehmen Reservationen entgegen. In diesen Monaten generieren wir schon rund 50 Prozent der Zimmerauslastung», hält Edith Othman fest.

Erfolg mit 3 Sternen. Management. Ein kleineres Mittelklassehaus zu führen, ist kein Kinderspiel. Der Hoteldirektor braucht deshalb einen voll bepacken Rucksack, sagt Urs Bachmann von der Hotelfachschule Thun.

Alain D. Boillat

Urs Bachmann, Leiter Fachausbildung an der Hotelfachschule in Thun: «Das Management eines 3-Sterne-Hotels ist sehr komplex.»

Mit einem vielseitigen Team geht's bergauf

Ein 3-Sterne-Hotel ist oft zu klein, um sich Spezialisten zu leisten. Und nur wenn viele vieles können, werden selbst Personalkosten variabel.

GUDRUN SCHLENCZEK

Betriebe, die sich mit drei Sternen schmücken dürfen, zählen nicht nur im Reigen der Hotelsterne zur Mittelklasse. Auch punkto Grösse sind sie meist im Mittelfeld positioniert. Das macht den Direktoren der 3-Sterne-Hotels das Geschäften nicht unbedingt leichter. Ob nur 30 oder über 100 Zimmer, wie sie in der 5-Sterne-Hotellerie gang und gäbe sind: Es braucht in den Managementbereichen Marketing, Mitarbeiterführung, Investitionen, Einkauf und Finanzen die gleichen Fachkenntnisse. «Das Management eines 3-Sterne-Hotels ist sehr komplex», betont Urs Bachmann, Leiter Fachausbildung an der Hotelfachschule in Thun.

Spezialisten könne sich ein Betrieb mit 2 bis 3 Mio. Franken Umsatz im Jahr und 20 bis 30 Mitarbeitern nicht leisten. Der Betriebsleiter sollte deshalb einen möglichst breiten Rucksack an Fachwissen und Erfahrung mitbringen. Und dort wo er selbst Schwächen hat, sich gute Mitarbeiter holen und «diesen dann auch die entsprechenden Kompetenzen übertragen», rät Urs Bachmann.

Ein guter Chef muss mit Kritik umgehen können

Sich seine eigenen Schwächen einzugestehen und etwaige «Kompetenzlücken» durch Mitarbeiter ausfüllen zu lassen, stellt Anforderungen an den «Chef» als Mensch. Zu den wichtigsten Führungsqualitäten gehören deshalb gemäss Urs Bachmann ganz klar Selbst- und Sozialkompetenz. «Ein guter Unternehmer muss stark Feedback-fähig sein.» Ein begnadeter Hotelier habe eine feine Sensorik und nehme Rückmeldungen sowohl seitens der Mitarbeiter als auch seitens des Gastes sehr ernst.

Die grössten Kompetenzlücken ortet Bachmann in Sachen Investitionen und Umbauten. «Eigentlich müsste ein Hoteldirektor auch noch ein Baufachmann sein.» Vor allem geschult in Marketing, Mitarbeiterführung und Finanzen, überlässt der Hotelier das Bauliche aber gern externen Fachkräften. Doch das sei falsch, urteilt Bachmann: «Der Hotelier trägt die Verantwortung und die Kosten. Er kann das nicht delegieren.» Vielmehr fordert der Leiter Fachausbildung an der Hotelfachschule Thun die Unternehmer auf, sich für die Zeit eines Umbaus aus dem Tagesgeschäft weitmöglichst auszuklinken und das Projekt seriös zu planen und eng zu begleiten. Denn: Fehler beim Umbau können nicht so schnell wieder behoben werden. Einmal können zu hohe Baukosten die Betriebsrechnung noch jahrelang belasten. Und zum anderen Fehlkonstruktionen unnötige Personalkosten verursachen: Zu hoher Reinigungsaufwand oder zu lange Wege für die Mitarbeiter sind mögliche Konsequenzen. «Bei Problembetrieben sind oft Fehlinvestitionen die Auslöser», weiss Urs Bachmann. Um Erfahrungen zu sammeln, rät er deshalb angehenden Hoteliers, mal in der Baukommission eines Hotels Einsitz zu nehmen, noch bevor man selbst ein Hotel führt.

> **«Bei Problembetrieben sind oft Fehlinvestitionen die Auslöser.»**
> **Urs Bachmann**
> Hotelfachschule in Thun

Personalkosten mit flexibel einsetzbaren Mitarbeitern im Griff

In einem 3-Sterne-Betrieb sollten auch die Mitarbeiter multifunktional einsetzbar sein. Damit bei schwankender Auslastung die Leistung mit weniger Mitarbeitern aufrechterhalten werden kann und der «fixe Personalkostenblock möglichst variabel wird». «Die Mitarbeiter schätzen in der Regel eine solche Abwechslung am Arbeitsort. Das wird als Bereicherung erlebt», beobachtet Urs Bachmann.

Je durchsystematisierter der Betrieb und je einfacher das Angebot, umso besser kann man mit multifunktional einsetzbaren Mitarbeitern den Betrieb führen. Zum Beispiel indem man die Hotel-Cafébar und die Réception sowohl räumlich als auch personell verbindet, wie es die Design-Kette Motel one in Deutschland vormacht. Und auch das ist wieder ein Bauentscheid. «Die durchdachte Investition steht am Anfang», resümiert Urs Bachmann.

170 Jahre alt und offen für Neues

Der «Sternen» im toggenburgischen Unterwasser ist vom Alter her Traditionshaus, vom Management her auf neuestem Stand.

KARL JOSEF VERDING

Bilder zvg

1935 war dem Hotel sein ergänzender Trakt angebaut worden.

Sechs Personen bilden das Management-Kader des von Roland Hofstetter als Geschäftsführer geleiteten Hotels Sternen in Unterwasser. Es sind: Restaurantleiterin, Küchenchef, Unterhaltschef, Stellvertretende Geschäftsführerin, Gouvernante (Josefa Hofstetter) und Geschäftsführer.

«Partnerschaften», «kein Einzelkämpfer zu sein» – das zählt zu den Kriterien, nach welchen Hofstetter die Führung des Hotels ausrichtet. Beratender Partner für die Unternehmensführung des als Seminarhotel, Wanderhotel und Tennishotel spezialisierten Betriebs ist die Berest-Gruppe Basel.

Stabilität nach einer wechselhaften Geschichte

Das 3-Sterne-Haus mit Blick auf den Säntis und die Churfirsten hat 48 Zimmer und 100 Betten und blickt zurück auf eine mehr als 170-jährige, wechselhafte Geschichte. 1985 wurde der «Sternen» von der Gründerfamilie Looser verkauft. Danach folgten turbulente Zeiten mit weiteren Besitzerwechseln und vielen Höhen und Tiefen. Seit 2001 ist die Sternen Toggenburg AG mit einem Aktienkapital von 900 000 Franken die Besitzerin des Hotels; Roland Hofstetter ist einer ihrer drei Verwaltungsräte. Die AG konnte im 2006 auch die Liegenschaft mit Land erwerben. Seither wird laufend in die Zukunft des Hauses investiert.

Auf den Gewinn orientiert, und zugleich auf die Mitarbeiterpflege

«Gewinnorientiertheit», aber auch «die Mitarbeiterpflege», «Echtheit» und zugleich die «Offenheit für Neues» nennt Roland Hofstetter als weitere Hauptkriterien für sein Management. Ausserdem soll sein Stab «bei den Gästen eine aktive Rolle ausüben». Das Hotel soll in seine Partnerschaften «die Region mit einbeziehen».

Instrumente des Erfolgs-Controllings im Management des Hotels Sternen sind die monatliche Erfolgsrechnung sowie die tägliche Lohnkostenkontrolle, für den ganzen Betrieb und pro Departement. Ausserdem: die Gäste-Rückmeldungen, und die Sitzungen des Führungsteams.

Die Kennzahlen der monatlichen Erfolgsrechnung schliessen ein: die Umsatzzahlen pro Departement, die Warenrenditen, die Lohnkosten, den Gross Operating Profit GOP, den Cashflow, den Gewinn, die Zimmerauslastung und den durchschnittlichen Zimmerpreis.

Beim GOP wird das Betriebsergebnis I zu den Umsatzerlösen ins Verhältnis gesetzt. Dadurch ist es möglich, Hotels unabhängig von ihren Eigentumsverhältnissen zu vergleichen. Diese Umsatzrentabilität gibt an, wie viel Prozent der Umsatzerlöse dem Unternehmen für Reinvestitionen und als Gewinn zur Verfügung stehen. Als Vergleichsmedium nennt «Sternen»-Chef Roland Hofstetter «die Zahlen unserer Berufsverbände».

Roland und Josefa Hofstetter.

ANZEIGE

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

htr hotelrevue
Nr. 33 / 13. August 2009

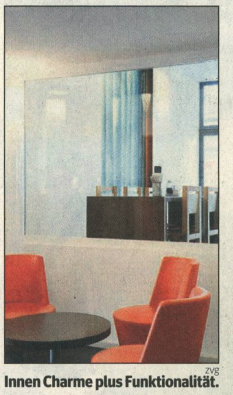
Erfolgreiche 3 Sterne. Kennzahlen. Im Zürcher «Seidenhof» stimmen die Zahlen. Mit einer Zimmer-Moyenne von 212 Franken gehört er zur Spitze in seiner Kategorie.

Der «Seidenhof» mischt oben mit

Drei Sterne und nach oben offen: Zürichs «Seidenhof» erreicht mit seiner Zimmer-Moyenne von 212 Franken einen Spitzenwert in der Klasse.

KARL JOSEF VERDING

Drei-Sterne hat überhaupt nichts mit limitiertem Service zu tun, wir orientieren uns auch an oberen Segmenten», sagt Matthias Ramer, Direktor des Hotels Seidenhof in Zürich: «Wir bieten eine Dienstleistung wie ein 4-Sterne-Hotel, die aber nicht so viel kostet.»



zvg

Innen Charme plus Funktionalität.

Mehr Einzelzimmer als Doppel: typisch für 3-Sterne-Stadthotels

Der Hotelbetrieb verfügt über 50 Einzelzimmer und 34 Doppelzimmer – eine charakteristische Aufteilung für städtische 3-Sterne-Hotels, wie Ramer anmerkt: «Die Zimmer waren im Raumprogramm des Baus eher klein bemessen, deshalb sind heute viele zu Einzelzimmern geworden.» Der Preisunterschied vom Einzel zum Doppel sei heute nicht gross in städtischen 3-Sterne-Hotels. Unter den Zürcher 3-Sterne-Häusern gehört der «Seidenhof» mit seinem Durchschnittspreis zur Spitzengruppe: Die Zimmer-Moyenne, der Beherbergungsertrag pro Zimmernacht, betrug im Vorjahr 215 Franken, im 2009 sind es 212 Franken. Zahlen über Gewinn und Cashflow möchte Matthias Ramer nicht herausgeben.

Zum «Seidenhof» gehört auch das «Mishio Restaurant & Take Away», eröffnet von Nadine Burgat, eidg. dipl. Restaurantleiterin und seit November 2008 Vizedirektorin des Hotels. «The art of casual living», lautet der Hotel-Auftritt, «casual Asian dining» der vom Restaurant. – Die Restauration hat im 2008 einen Anteil von 30 Prozent zum Umsatz von sieben Millionen Franken beigetragen, die Übernachtungen 70 Prozent. Die Zimmerbelegung im 2008 betrug 74 Prozent, im 2009 sind es 75 Prozent. Der Umsatz des bisherigen 2009 liegt «im Bereich des Vorjahrs», stellt Direktor Ramer fest, und ist in Anbetracht des weltwirtschaftlichen Umfelds dieser Periode zufrieden.

«Verkaufstechnisch heisst es: ‹Gemeinsam sind wir stark›»

Damit die Öffnung hin zu oberen Segmenten möglich wird, muss Mehreres stimmen, hält Ramer fest. «Die Hardware des Hotels muss funktionell sein, der Standort gut, und die Menschen des Hotels müssen eine positive Atmosphäre ausstrahlen. Verkaufstechnisch heisst es: ‹Gemeinsam sind wir stark.›» Der «Seidenhof» gehört zur Gruppe der Sorell Hotels und zur Partnerschaft der Zürich City Hotels, einer Zürcher 3-Sterne-Erfagruppe von hotelleriesuisse («800 Zimmer zwischen Central und Bellevue»), die auch Marketing betreibt. «Wichtig ist es», so Ramer, «auch offen zu sein und alle Verkaufskanäle zu nutzen, vor Tour-Operators keine Angst zu haben, und zudem den Online-Verkauf aktiv zu entwickeln. Unabdingbar ist die Marktbeobachtung: sich täglich zu informieren, wie Zürich sich im Netz verkauft – wo stehe ich? Denn Fantasiepreise gehen nicht.» Ramer übt Kritik an «einzelnen 3-Sterne-Hoteliers, die immer nur nach unten denken. Die Zürich City Hotels als Mitbewerber streben hin zum höheren Segment.»

Günstiger Standort fast an der Bahnhofstrasse: Das Zürcher Hotel Seidenhof nutzt sein ganzes Potenzial.

ANZEIGE

Inkasso effizient und sicher

E-Payment von PostFinance – die richtige Wahl

Das Einkaufen im Internet boomt: Jährlich wächst der Markt um 10 Prozent. Den Händlern bietet sich ein Absatzkanal mit riesigem Potenzial. Die effiziente und sichere Zahlungsabwicklung ist eine Voraussetzung eines erfolgreichen Onlineshops. E-Payment von PostFinance bietet für jeden Shop das passende Inkasso.

2008 haben die Schweizer Konsumenten für 6 Milliarden Franken online eingekauft. Für die Händler bietet das Internet ein riesiges Absatzpotenzial, das noch lange nicht ausgeschöpft scheint. Genauso wichtig wie ein übersichtlicher Shop ist ein effizientes und sicheres Inkasso. E-Payment von PostFinance bietet für jeden Onlineshop die perfekte Lösung.

Zahlen mit PostFinance Card, E-Finance oder Kreditkarten
PostFinance gehört mit E-Payment zu den führenden Anbietern im Inkasso von Onlineshops. Über 3000 Geschäftskunden wickeln damit ihre Transaktionen ab. Für jeden Shop gibt es das passende Inkasso. Die Merchants können die Zahlungsarten von PostFinance anbieten (PostFinance Card und E-Finance) und von einer kostenlosen Aufschaltung profitieren. Zusätzlich haben sie die Möglichkeit, auch alle gängigen Kreditkarten aufzuschalten.

Bester Service für die Merchants
Bei E-Payment überzeugt auch der Service. Der Merchanthelp hilft den Kunden kompetent, zusätzlich ist der Kundendienst von PostFinance rund um die Uhr erreichbar. Mit dem Merchant GUI und den Web Services kann der Betreiber des Onlineshops jederzeit auf seinen Umsatz und die Zahlungen zugreifen. Weitere elektronische Dienstleistungen, beispielsweise das Zahlen mit dem Handy oder die E-Rechnung, runden das Angebot von PostFinance im E-Business ab.

Weitere Informationen:
www.postfinance.ch/e-payment

Die Vorteile von E-Payment von PostFinance:

- **Effiziente und sichere** Inkassolösung für Onlineshops jeder Grösse
- Zahlungsarten: PostFinance Card, E-Finance, Kreditkarten und weitere
- Belastung und Gutschrift **nach maximal einem Tag** bei PostFinance Card und E-Finance
- **Günstige** Transaktionskosten
- Spezielles Pricing für **Micropayment** bis 25 Franken
- **Sichere** Datenübertragung (mind. 128-Bit-Verschlüsselung)
- **Kompetenter** Kundenservice Merchanthelp
- **7×24 Stunden** Kundendienst (0848 888 300)

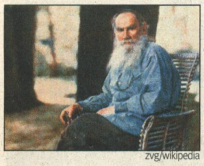
www.postfinance.ch

Besser begleitet. PostFinance
DIE POST

Erfolg mit 3 Sternen. Kennzahlen. Genügend Zimmer machen es einfacher, dass die Betriebszahlen stimmen. Grundsätzlich haben die Mittelklassehäuser gute Voraussetzungen, profitabel zu arbeiten.

Stimmen zum Thema

«Ausdauer und Entschlossenheit sind zwei Eigenschaften, die bei jedem Unternehmen den Erfolg sichern.»



zvg/wikipedia

Leo N. Tolstoi

«Der Erfolg gehört den Findigen.»

Le Corbusier

«Die Ästhetik unserer Tage heisst Erfolg.»

Andy Warhol

«Ich glaube an das Paradoxon des Erfolges durch Scheitern.»

zvg/wikipedia

Elbert Hubbard

«Unsere Fehlschläge sind oft erfolgreicher als unsere Erfolge.»

Henry Ford

«Unzufriedenheit ist der erste Schritt zum Erfolg.»

Oscar Wilde

«Man kann niemanden überholen, wenn man in seine Fussstapfen tritt.»

zvg

François Truffaut

Ab 50 Betten geht's leichter

Grösse hilft einem 3-Sterne-Betrieb den Ertrag zu steigern und die Kosten in den Griff zu bekommen. Eine höhere Auslastung bringen Gruppen und All inclusive.

GUDRUN SCHLENCZEK

Grösse ist sicher nicht alles, aber Grösse kann viel zum Erfolg beitragen. «Eine gewisse Anzahl an Zimmern wirkt sich stabilisierend auf das Betriebsergebnis aus», ist Michael Kauer überzeugt. Bei einem 3-Sterne-Hotel fängt für den Leiter Beratung bei der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit die ideale Grösse bei 50 Betten an. Grund: Mit dieser Bettenzahl ist ein Betrieb auch fürs Gruppengeschäft geeignet. «35 Betten sind da zu wenig», so Kauer. Denn wer 50 Gästen einen Schlafplatz bietet, kann auch eine Reisebus-Gruppe empfangen. Und damit noch in Nebensaisonzeiten das Haus füllen, wenn das Individualgeschäft bereits harzt. Die so erzielte durchschnittlich höhere Auslastung der Logementsparte eines Hotelbetriebes wirke sich schliesslich positiv auf den RevPAR und damit auf die Einnahmen aus.

«3-Sterne-Hotels haben das grösste Potenzial für eine hohe Rentabilität.»

Thomas Allemann
hotelleriesuisse

Zimmermoyenne von 150 Franken und Auslastung bei 50 Prozent

Wobei auch kleinere Betriebe mit klarem USP gute Chancen hätten. Grösse habe nämlich auch ihre Grenzen. Michael Kauer: «180 Zimmer sind wesentlich schwieriger auszulasten als 30 Zimmer.» Gemäss Thomas Allemann, Mitglied der Geschäftsleitung von hotelleriesuisse, haben 3-Sterne-Hotels sogar das grösste Potenzial für eine hohe Rentabilität. Ein Grund dafür, so Allemann: «3-Sterne-Hotels benötigen weniger Kadermitarbeiter, weil ein Grossteil der Kadermitarbeit vom Chef abgedeckt wird.»

«In erster Linie besteht ein Ertragsproblem», konstatiert Michael Kauer. Fehlen die Einnahmen, nütze auch das beste Kostenmanagement nichts. Als Grössenordnung für die Zimmermoyenne – Beherbergungsertrag pro Zimmernacht – nennt Kauer für ein 3-Sterne-Hotel 150 Franken. Die Bettenauslastung wiederum müsse bei mindestens 50 Prozent liegen, um einen Betrieb profitabel führen zu können.

Der GOP sollte bei über 20 Prozent liegen

Zudem korreliert ein Mehr an Zimmern nicht linear mit den Personalkosten. Vielmehr steigen diese jeweils sprunghaft an. Kauer gibt ein Beispiel: Vergrössere man die Bettenzahl von 44 auf 55 Betten, so könne man in der Regel die Mitarbeiterzahl in der Beherbergung unverändert lassen. Im Klartext: Mit dem gleichen Hauptkostenblock, dem Personalaufwand, können also mehr Erträge erzielt werden. Dann wird es für den Betrieb auch leichter, den gemäss Kauer idealen GOP (Bruttobetriebsgewinn nach neuem Kontorahmen) von 20 bis 25 Prozent vom Umsatz anzupeilen. «Für eine schwarze Null braucht es einen GOP von 20 bis 25 Prozent», stellt Michael Kauer klar. Liege der GOP unter 20 Prozent, so könnten die Ersatzinvestitionskosten nicht mehr gedeckt werden, warnt Michael Kauer. Für ein 3-Sterne-Hotel veranschlagt man bei der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit eine Abschreibungszeit von 33 Jahren.

Sehr gute Ergebnisse weisen häufig Garni-Betriebe im 3-Sterne-Segment aus. Hier liegt der GOP bei über 30 Prozent (Erfa-Statistik hotelleriesuisse). «Immer mehr 3-Sterne-Stadthotels lagern die Restauration aus und erzielen so einen besseren GOP», meint Thomas Allemann von hotelleriesuisse.

Doch Michael Kauer sieht für solche Konzepte in kleineren Ferienregionen auch gewisse Grenzen. Auch dann, wenn das kulinarische Angebot vor Ort vielleicht durchaus noch ausreichen würde. «Der 3-Sterne-Gast ist oftmals ein Halbpensionsgast», gibt Michael Kauer zu bedenken. Und dafür braucht es die Restauration im Haus. Denn der Gast in diesem Segment hat ein begrenztes Ferienbudget und wolle im Voraus wissen, was der Urlaub ihn kostet. Deshalb hätten im Mittelklassesegment «All-inclusive-Angebote», die neben Schlafen, Essen auch Freizeitangebote umfassen, besonders gute Chancen.

«Mit auf die Zielgruppe ausgerichteten All-inclusive-Angeboten kann ein 3-Sterne-Haus sicher die Auslastung steigern», schätzt Michael Kauer. Und wenn der Betrieb sich in diesem Zusammenhang noch auf ein bestimmtes Thema konzentriert, komme er zudem leichter mit gewissen Tour-Operators ins Geschäft.

Alain D. Boillat

Michael Kauer, Leiter Beratung bei der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit: «Mit auf die Zielgruppe ausgerichteten All-inclusive-Angeboten kann ein 3-Sterne-Haus die Auslastung steigern.»

ANZEIGE

reception@hotelleriesuisse

Die willkommene Weiterbildung

hotelleriesuisse als Kompetenzträger für Hotelempfang bietet Ihnen für Ihre persönliche Weiterentwicklung und Ihr berufliches Fortkommen:

- Festigung Ihrer Persönlichkeit und Sozialkompetenz
- Flexibles Online-Learning
- Direkter Transfer des Gelernten in die Praxis
- Anerkannte und zertifizierte Modulabschlüsse
- Steigerung Ihres persönlichen Marktwertes

	Zyklus 3
Modul 1 Persönlichkeit:	5.–10. Oktober 2009
Modul 2 Front Desk Skills:	E-Learning, Self Learning
Modul 3 Kommunikation:	30.11.–5.12.2009

Modul 1 und 3 erstrecken sich über zwei je einwöchige Seminarmodule. Das Modul 2 absolvieren Sie je nach Lust und Laune web-basiert von zu Hause aus.

Durchführungsort: Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

Kurskosten: 3250.– Franken für Mitglieder hotelleriesuisse
3850.– Franken für Nicht-Mitglieder hotelleriesuisse

Hotelkosten: Seminarpauschale inkl. Übernachtung: CHF 1272.–/Modul im Einzelzimmer mit Vollpension
Tagespauschale: CHF 86.–/Tag und Person mit Vollpension/ **exkl.** Übernachtung

Zulassung: Erfolgt aufgrund Ihrer vollständigen Bewerbungsunterlagen

Anmeldung, Administration, Information:
hotelleriesuisse Weiterbildung
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 01
Telefax 031 370 42 62
reception@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch/reception

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

liegenschaften

HESSER

Unternehmensberatung für Hotellerie & Restauration seit 35 Jahren

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

Wir sind die Drehscheibe für interessante Betriebe

Wir sind auch die Spezialisten für:

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

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

189-96

Zu verkaufen in Menziken AG
Speiserestaurant

170 Sitzplätze, teilweise gedeckte Sommerterrasse mit 100 Sitzplätzen. Sonnige, erhöhte Lage mit Weitsicht. 2580 m2 Land, zirka 50 Parkplätze. Preis Fr. 1'100'000.-- / Kleine Anz.

Tel. Mo. – Sa. bis 20.00 Uhr
071 913 36 70 www.e-arch.ch

2598-1431

Wir suchen für unser zu realisierendes

Motel-Projekt

(Bau-Ende 2010/Frühling 2011)

5 Min. von Baden AG, Toplage, bestens erschlossen, grosses Potenzial.
Pächter (evtl. Käufer).

Anfragen unter Mobile: 079 243 44 24
Mo. bis So.

3145-1657

Gastroconsult

TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Im Auftrag unseres Kunden vermieten wir per **sofort** oder nach **Vereinbarung** das

Hotel-Restaurant Arlos in Savognin

Ein Kauf der Liegenschaft ist möglich.

Der modern eingerichtete Saisonbetrieb (Winter- und Sommersaison) befindet sich in der Nähe der Bergbahnen und bietet für ein im Gastgewerbe erfahrenes **Mieterpaar** eine gute Existenz. Das Hotel verfügt über eigene Parkplätze und folgende Räumlichkeiten:

- Restaurant mit 90 Sitzplätzen (durch eine Schiebewand unterteilbar)
- Terrasse mit 40 Sitzplätzen
- 10 Gästezimmer mit Dusche/WC
- 3½-Zimmer-Wirtewohnung und 2 Personalzimmer

Suchen Sie eine neue Herausforderung zu fairen Mietkonditionen, dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Gastroconsult AG
Urban Augustin
Alexanderstrasse 2 / Postfach / 7002 Chur
Tel. 081 252 36 42 / www.gastroconsult.ch
E-Mail: chur@gastroconsult.ch

3524-1824

Hotel gesucht

Besitzen Sie ein Hotel mit ca. 40 – 60 Zimmern, im Grünen gelegen, mit etwas Umschwung, und Sie sind mit dem Umsatz nicht zufrieden???
Oder suchen Sie evtl. altershalber oder aus welchen Gründen auch immer, einen Nachfolger??
Wir, eine Schweizer Familie 47-j. & 43-j. ein Kind, mit viel Gastroerfahrung, sie 6-sprachig, er absoluter Allrounder und Organisationstalent, sucht zur **Verwirklichung eines neuen Gastro- resp. Hotelkonzepts mit fast 100% Erfolgsgarantie** ein Hotel mit Kaufrecht. Wir sind in der Lage, einiges an finanziellen Mitteln einzubringen, jedoch haben wir das Kapital noch nicht, um ein Hotel zu kaufen. Mitarbeit respektive Übernahme der Geschäftsleitung ist erwünscht.
Gerne wünschen wir uns eine Kontaktaufnahme, um Ihnen unser Konzept vorzustellen.

Sie erreichen uns unter Chiffre 3506-1815 an
htr hotel revue, Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.

3506-1815

Gesucht von Privatperson im Tessin

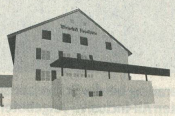
Hotel mit Restauration zur Weiterführung auch renovationsbedürftig.
Lage mit Seesicht oder Seeanstoss, dies am Lago Maggiore oder am Luganersee.
Gegenseitige Diskretion erwünscht.

Chiffre: 3538-1831 an
htr hotel revue, Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.

3538-1831

Stadt Zürich
Liegenschaftenverwaltung

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 52 66
Liegenschaftenverwaltung martin.baumann.lvz@zuerich.ch Fax 044 412 53 59

3517-1819

Well known **restaurant business in Greece** wich has been working for 30 years, is beeing sold. The **3 restaurants** are working in the 3 most prestigious suburbs of Athens: Kifisia, Voula and Voulagmeni. For more information and detail please contact the following tel. +30 210-9938821, mobile +306945 239504.

3483-1809

BERNER OBERLAND

Zu verkaufen an Toplage ein seit Jahrzehnten bestens eingeführtes

Speise- und Ausflugsrestaurant

Nähere Angaben und Unterlagen erhalten Sie bei:

Clavadetscher Treuhand, 7233 Jenaz,
Tel. 081 330 51 71

3486-1810

aus- und weiterbildung

PIZZA, ANTIPASTI, FOCACCIA & CO.
DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE
DER PIZZAIOLO KURS 2009
DATEN
5 Seminartage in Form eines Blockkurses
07. bis 11.09.2009
CHF 990.–
WEITERE INFORMATIONEN?
GastroSuisse Berufsbildung 8046 Zürich
T 0848 377 111
F 0848 377 112
weiterbildung@gastrosuisse.ch
www.gastrosuisse.ch
GASTRO SUISSE

139-60

4-wöchiger Intensivkurs Réception

für Ein- und Umsteiger an die Hotelréception mit FIDELIO Front Office

5. Oktober bis 30. Oktober 2009 *oder* **12. April bis 7. Mai 2010**

Verlangen Sie bitte unser Kursprogramm oder besuchen Sie uns auf unserer Homesite
www.hotelschule-loetscher.ch

HOTELSCHULE LÖTSCHER
Färbistrasse 18, 7270 Davos Platz - Fon 081 420 65 26 - E-Mail info@hotelschule-loetscher.ch

2798-1516

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

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

hoteljob.ch

dolce vita

htr hotelrevue Nr. 33 / 13. August 2009

Essen in Thailand
Koch Pascal Schnyder in Pattaya weiss, was Prominente am liebsten auf dem Teller haben.
Seite 17

fotolia

In der Region um die Burg Staufen im Marktgräfler-Land stehen die wieder zunehmend beliebten Gutedel-Reben.

Jetzt kommen die Einheimischen

Weinkonsumenten trinken wieder weitaus mehr inländische Weine als auch schon. In Deutschland tragen die alten Sorten Gutedel und Elbling zur Renaissance bei.

DIETER SCHÜTZE

Die Winzer in Deutschland, Österreich und der Schweiz können aufatmen: Nachdem Weinguru Robert Parker jahrelang einen Bogen um die drei Länder machte und insbesondere die Franzosen favorisierte, hat sich das Blatt gewendet, und der Geschmack der Weintrinker geändert: Weg von den «Brummern», den schweren, alkoholhaltigen Weinen – eben Parkers Punkte-Lieblinge – hin zu bekömmlichen, filigranen und leichteren Weinen. Und genau diese stellen die deutschen, österreichischen und Schweizer Winzer her.

Ein führender deutscher Weinimporteur, der nicht genannt werden will, sagt es mit harten Worten: «Bordeaux ist tot, Italien und Spanien eine Katastrophe.» Ähnliches gilt auch für die Weine aus Übersee: Australien zum Beispiel exportierte 2008 gegenüber 2007 ein Drittel weniger Wein nach Deutschland. Dann gab es noch die neuen Wein-Skandale in Italien sowie teilweise drastisch überhöhte Preise in Spanien und Frankreich. Da gingen dann die Exporte von Italien nach Deutschland von 2007 auf 2008 um über 9 Prozent zurück, die aus der Toskana gar um 33 Prozent und die aus Frankreich insgesamt um knapp 7 Prozent – aus dem Burgund gar um 48 Prozent.

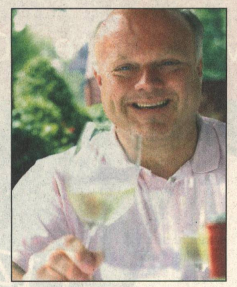
Bilder zvg

Fritz Keller (links) mit seinem Kellermeister Uwe Barnickel.

Das widerspiegelt sich auch in der Gastronomie. Bernd Glauben vom Romantik-Hotel «Goldene Traube» in Coburg ist Präsident der Sommelier-Union Deutschland. Er sagt: «Der Anteil deutscher Weine auf den Weinkarten hat sich in den letzten Jahren vervielfacht. Die deutschen Winzer machen seit einigen Jahren einen tollen Job. Qualitätssteigerung durch Mengenbegrenzung im Anbau, das Herausarbeiten von Frische, Säure, Frucht – das hat zu wunderbaren Weinen geführt. Genau nach dem Geschmack des Verbrauchers, der will für den normalen Weingenuss keine marmeladigen Rotweine oder buttrigen Weissweine mehr.» Und für viele Weissweine aus einigen Regionen Italiens und Frankreichs hat er nur ein Wort übrig: «Langweilig.»

Edle Weine in Fritz Kellers Restaurant Schwarzer Adler.

Auch der Handel setzt auf deutsche Weine. Kirsten Windhorn, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Aldi Süd erklärt: «Der momentane Trend zu deutschen Weinen ist auch im Aldi-Süd-Sortiment eindeutig erkennbar. Diese positive Entwicklung wird beispielsweise anhand der Weine von Fritz Keller deutlich, die wir kontinuierlich in unserem Standardsortiment führen.» Aldi Süd hat sich nach eigenen Angaben zum grössten deutschen Weinhändler entwickelt.



Bernd Glauben, Präsident der deutschen Sommelier-Union.

Fritz Keller ist Winzer und Gastronom in Oberbergen im Kaiserstuhl, den legendären «Schwarzen Adler» bewirtschaftet er in vierter Generation. Keller scharte eine Gruppe vorwiegend junger Winzer um sich, legte An- und Ausbau-Standards fest und liefert die so abgefüllten Weine als «Fritz Keller Edition» an Aldi. Dort werden sie zwischen sechs und sieben Euro verkauft, also keineswegs zum Schleuderpreis. Fritz Keller steht mit seinem Namen für das Programm, Weine aus dem eigenen Weingut sind aber nicht dabei, die vermarktet er selbst.

Zwei alte Rebsorten, der Elbling und der Gutedel, haben zur Renaissance des deutschen Weines beigetragen. Der Elbling wird in Sachsen im Gebiet Saale/Unstrut und an der Mosel angebaut. In Sachsen so erfolgreich, dass der 2008er schon seit Wochen bei vielen Weingütern ausverkauft ist.

Um den Gutedel, den Zwillingsbruder des Fendant, hat sich besonders die Bezirkskellerei Efringen-Kirchen im Markgräflerland verdient gemacht. 800 Winzer haben sich hier zusammengeschlossen, und Gerhard Rüdlin, Chef in Efringen-Kirchen und Vizepräsident des Badischen Weinbauverbandes, hat sie bei aller Quantität auf Qualität eingeschworen. Mit Erfolg: Fast fünf Millionen Liter Gutedel werden inzwischen jährlich verkauft.

> **«Der Anteil deutscher Weine auf den Weinkarten hat sich vervielfacht.»**
> **Bernd Glauben**
> Gastronom und Sommelier

Selbst bei den Rotweinen haben Deutschlands Winzer aufgeholt und erhöhen auch hier den Export. Da gibt es Spätburgunder, die es vor 10 bis 15 Jahren noch nicht gab. Die Zahlen sprechen für sich: 1998 lag der Rotwein-Anteil am Export bei 10 Prozent, 2006 schon bei 31 Prozent. Tendenz steigend.

Nachgefragt

Johannes Reinisch

Restaurantleiter im **«Metropol»** in Zürich. Das Restaurant mit Café und Bar im Neu-Barock-Gebäude der Bank Clariden Leu in der Nähe des Paradeplatzes wurde vor genau zwei Jahren eröffnet.

1. Johannes Reinisch, werden bei Ihnen wieder vermehrt Weine aus der Schweiz getrunken?
Das war eigentlich schon von Anfang an so bei uns. Wir haben ein paar sehr schöne Schweizer Weine auf der Karte, die werden nicht nur von Schweizern gerne bestellt, sondern auch von Touristen. Im allgemeinen ist es aber so, dass Gäste aus der Schweiz in erster Linie inländische Weine trinken, dann kommen die französischen vor den italienischen.

2. Stellen Sie fest, dass die Gäste günstigere Weine bestellen als vor Monaten?
Sie schauen stärker auf den Preis, aber das ist schon seit Längerem ein Trend. Die Gäste sind mündiger geworden, sie kennen sich insgesamt besser aus und wissen, welche Weine ihnen schmecken und auch, was diese kosten.

3. Wird Wein heute lieber glasweise bestellt, als in ganzen Flaschen?
Ja, aber nicht, weil man Angst um das Image hat, sondern, weil die Gäste einfach preisbewusster sind. Früher bestellte man à-la-carte und trank eine Flasche Wein dazu. Heute nimmt man auch mal das Tagesmenü und trinkt einen Zweier oder Dreier.

4. Werden ganz teure Weine überhaupt noch bestellt?
Die Weine im obersten Preissegment verkaufen sich nicht leicht, aber wir haben sie im Keller, weil man sie nicht so schnell wieder bekommt. Wir spüren bereits wieder einen Anstieg. Unser Restaurant liegt mitten im Bankenviertel, uns hat die Krise als Erste getroffen. Es sieht so aus, als ob wir zu den Ersten gehören, die wieder raus kommen. Die Buchungen für den Herbst stimmen uns jedenfalls zuversichtlich. rd

Tram-Fahrt durch Zürich mit echter Italianità

Unter dem Motto «Italia Much More» chauffiert die Italienische Zentrale für Tourismus ENIT vom 27. August bis 17. Oktober jeweils donnerstags, freitags und samstags ein Italien-Tram durch Zürich. An der zweistündigen Stadtrundfahrt werden ein dreigängiges Gourmet-Menü und italienische Weine serviert. Der kurze kulinarische Ausflug nach Italien kostet 89 Franken pro Person. Eine Reservation wird empfohlen.

www.vbz.ch
www.enit.ch

Emmentaler Butterspezialität von Kambly

zvg

Die Feingebäck-Herstellerin Kambly in Trubschachen führt neu «Emmentaler Hausspezialitäten» im Sortiment. Drei verschiedene Varietäten mit Mehl und Butter aus Trubschachen und einem Scherenschnitt-Motiv auf der Verpackung: «Sablés mit ganzen Haselnüssen», «Sablés mit feinen Rahmtäfeli» sowie «Sablés mit frischer Emmentaler Butter».

www.kambly.ch

Tower Hotel: im Futterturm und vollautomatisch

Jetzt ist das Hotel im ehemaligen Futterturm im sanktgallischen Waldkirch eröffnet worden: Das «Tower Hotel», wie es sein Betreiber Sepp Oberholzer getauft hat, ist ein vollautomatisches Hotel. Dank dem so genannten Hotelomat können Gäste rund um die Uhr ein- und auschecken. Eine Übernachtung in einem der elf Doppel- und der drei Einzelzimmer ist ab 55 Franken zu haben. fee

www.towerhotel.ch

An der diesjährigen «Genuss», der Plattform für ursprüngliche und authentische Produkte, gibt es Regionalprodukte aller Art zu probieren. Nicht nur in Wurstform.

zvg

Wurst und andere Genüsse

Echten Geniessern sind Würste nicht Wurst – dies zeigte sich am Auftakt zur «Genuss '09» die ab morgen in Aargau, Bern, Solothurn und der Zentralschweiz stattfindet.

RENATE DUBACH

Über 140 verschiedene Anlässe finden ab morgen bis am 6. September in den teilnehmenden Regionen der Kantone Aargau, Bern, Luzern, Nidwalden, Solothurn und Schwyz statt. Von einer Vollmond-Whisky-Nacht über Märkte und Älplerchilbi bis zu einer Puure-Operette hat da ziemlich viel Platz, es geht schliesslich um Genuss – und der wird bei der zweiten Austragung des Anlasses in unterschiedlichster Weise von den mitmachenden Gastronomiebetrieben, den Bauernfamilien und den Produkteherstellern interpretiert.

«Das Ziel ist eine stärkere Präsenz auf dem Markt für Regionalprodukte», sagte Henriette von Wattenwyl, Geschäftsleiterin von

Bilder Renate Dubach

Henriette von Wattenwyl leitet «Das Beste der Region».

Gaby Eschler koordiniert die Genusswoche «Genuss '09».

Kathrin Schmid vertritt die Region Bern.

Heike Zimmermann vom Verein Kulinarisches Erbe der Schweiz.

«Genuss '09» Eine Auswahl aus 140 Veranstaltungen

Die Eröffnung der «Genuss '09» findet heute Donnerstag auf dem **Niesen** statt. In Stansstad gibt es am Wochenende vom 15. und 16. August eine **Säumerfest** mit Markt, Unterhaltung und regionalen Spezialitäten. Zum 10-Jahre-Jubiläum des **Regiomarktes Rigi-Mythen** findet am Sonntag, dem 30. August ein Jubiläumsmarkt in Brunnen statt. Am gleichen Sonntag findet auf der Alp Handegg bei Guttannen eine **Älplerchilbi** mit Brunch und Musik statt. rd

Eine Übersicht über alle Genuss-Veranstaltungen:
www.regionalprodukte.ch

Die Veranstalter haben «Genuss» auf ihre Fahne geschrieben.

«Das Beste der Region», die das Programm des diesjährigen Genuss-Festivals letzten Mittwoch zusammen mit Gaby Eschler und Kathrin Schmid vorstellte. Ort des Start-Events war das «Ässtorant Haberbüni» in Bern-Liebefeld, wo Gastgeber Markus Schneider der Häppchen aus regionalen Produkten anbot.

> **«Das Ziel ist eine stärkere Präsenz auf dem Markt für Regionalprodukte.»**
> Henriette von Wattenwyl
> Das Beste der Region

Vorher liessen sich die vielen Anbieterinnen und Anbieter von Veranstaltungen und Anlässen der Genuss '09 sowie die Medienvertreter für Genuss sensibilisieren: Heike Zimmermann vom Verein Kulinarisches Erbe der Schweiz und Metzgermeister Franz Nussbaum aus Reutigen liessen vier verschiedene Würste für einen Blindtest auftragen.

Selbstverständlich wurden nicht irgendwelche Wurstwaren degustiert, sondern solche mit Tradition und Reputation, wie die Anwesenden erfuhren, nachdem sie in die recht unterschiedlichen Scheibchen von Emmentalerli, Berner Zungenwurst, Schwartenwurst und Gumpesel gebissen hatten. Das Emmentalerli beispielsweise, das heute als eher bescheidenes Würstchen auftritt, wurde 1891 zur 700-Jahr-Feier des Kantons Bern aufgetragen. Was darauf schliessen lässt, dass es damals eine besondere Wurst war. Weil es aus Schweinefleisch bestand und dieses bis ins 19. Jahrhundert ein Luxus war, den sich nicht alle leisten konnten. Man erfuhr einiges über Würste, und wie sich ihre Rezepturen im Lauf der Jahrzehnte veränderten. Hauptsache aber war, dass die Degustation die Freude auf weitere Entdeckungen an der Genuss '09 weckte.

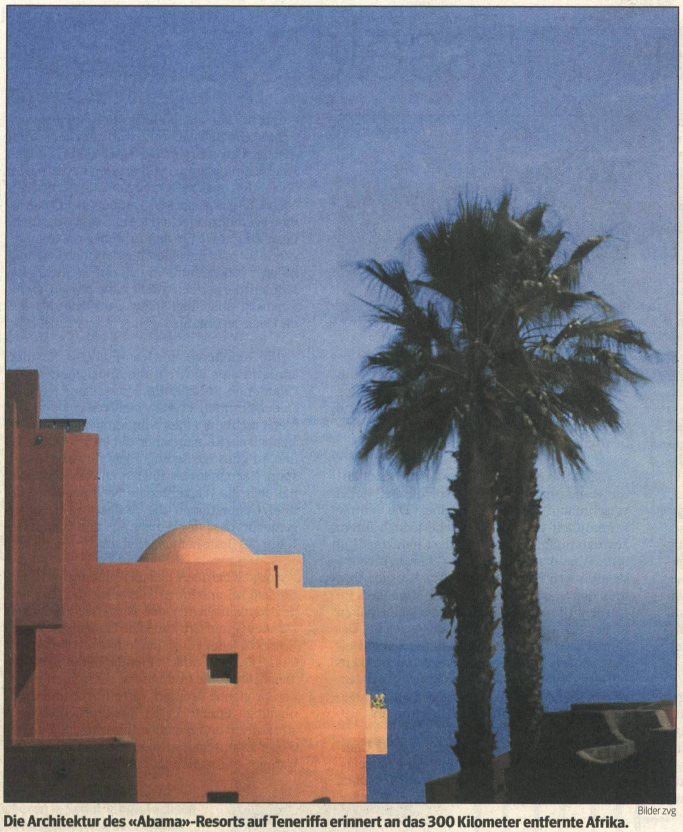
ANZEIGE

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, Rupperswil, 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



Bilder zvg

Die Architektur des «Abama»-Resorts auf Teneriffa erinnert an das 300 Kilometer entfernte Afrika.

Eine Kulisse wie im Film

Das 5-Sterne-Golf und Spa Resort Abama auf Teneriffa ist eine Verwöhnoase für alle Sinne. Auf Best Agers ausgerichtet, erfreut die Anlage aber nicht nur diese Altersgruppe.

KORNELIA STINN

Terrasse mit Pool von einem Imperial-Penthouse.

An der Westküste Teneriffas, 30 Kilometer vom Flughafen Reina Sofia entfernt, erhebt sich bei Guía de Isora das 5-Sterne-Golf- und Spa Resort Abama wie eine wuchtige maurische Zitadelle. Seit zwei Jahren gehört das 2005 eröffnete Resort zu Ritz-Carlton. Mitten aus einer Bananenplantage drängt sich das Hotelresort dem Reisenden ins Blickfeld. Zinnenbekrönte, rostrote Mauern, wie man sie eher im 300 Kilometer entfernten Afrika erwarten würde, überraschen. Mensch, Natur und Architektur wollte der Architekt Melvin Villaroil in Einklang bringen. Und so verschmelzt im Inneren der Anlage eine urwaldartig inszenierte Park-Oase mit 90 000 Palmen, farbgewaltigen exotischen Gewächsen, einem Wasserfall und mehreren Seen mit den von aussen so kompakt scheinenden Mauern zu einem gefälligen Ensemble.

Die Anlage reicht mit ihrer Gesamtfläche von 160 Hektar von den letzten Ausläufern des Teide-Nationalparks bis hinunter zum Strand. Für diesen wurde in einer kuscheligen Bucht feiner goldgelber Sand aufgeschüttet. Um hierher zu gelangen, lässt man sich entweder von einem Chauffeur in einem der stets bereitstehenden Buggys kutschieren, oder man wandelt zwischen Palmen und feurigem Blütenzauber. Zum Schluss bringt einen dann die hauseigene kleine Standseilbahn geradewegs zu den Ozeanwellen hinunter. Wo gleich ein Hotelmitarbeiter dem Gast Badetücher reicht und ihn zu einer Liege auf einem Platz nach Wahl manövriert. Nicht ohne noch ein Getränk bereitzustellen.

Die filmreife Kulisse hat ein entsprechendes Innenleben. Sowohl in der Zitadelle als auch in verschiedenen Parkvillen laden grosszügig ausgestattete Zimmer und Suiten ab 40 Quadratmeter Grösse ein. Unaufdringlicher detailverspielter Ethno-Look, wie er sich durch die

Der Wohnbereich in einer Imperial-Suite.

gesamte Anlage schlängelt, lässt sich zwischen Möbeln aus kanarischem Pinienholz und handgefertigter Seide entdecken. Einen schönen Meer- oder Golfplatzblick, umrahmt von üppiger Pflanzenwelt geniesst der Gast von Balkon oder Terrasse aus. Flachbildschirm, High-Speed-Internet-Zugang und feine Extras wie etwa Badeaccessoires von Bulgari gehören zum Luxusarrangement dazu. Für Villenbewohner steht ein 24-Stunden-Butlerservice zur Verfügung. Und der Weg zum Fischspezialitäten-Restaurant Mirador ist gleich um die Ecke.

Restaurants mit Spezialitäten aus fünf Ländern

Das «Mirador» ist dasjenige der neun Restaurants auf dem Gelände, das, auf einer Klippe gelegen, dem Meer am nächsten ist und den Sonnenuntergang über La Gomera am eindrücklichsten von seiner Terrasse aus zeigt. Auch wer italienisch, japanisch oder argentinisch speisen will, wird fündig im Abama – genauso wie auch derjenige, der die Sterneküche sucht. Das «M.B.» unter der Leitung des spanischen Drei-Sterne-Kochs Martin Berasategui bietet fantasievolle Speisekreationen an.

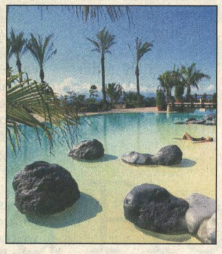
Luftig speist es sich auf der Terrasse in den Höhen des Golf-Clubhauses. Nach dem Spiel auf dem steilen, sechs Kilometer langen Gelände des Panorama-starken 18-Loch-Golfplatzes, der sich nur mittels eines GPS-gesteuerten Buggys erobern lässt, kann man hier bei Meerblick auftanken.

Golfen und Tennis ist neben Schwimmen im Felsschwimmbecken oder in einem der acht Süsswasser-Pools (einer davon nur für Erwachsene) nicht das Einzige, was Gäste für ihre Fitness tun können. Im Wellness- und Spa Center warten Angebote wie Qi Gong, Yoga oder Power-Walking – auch mit Personal-Trainer – auf Bewegungsfreudige. Auf einer Terrasse mit Meerblick lässt sich auf Spinning-Rädern genussvoll strampeln.

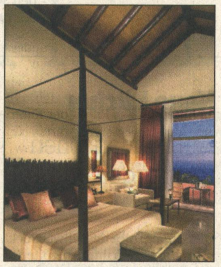
Entspannung, Sport oder einfach Sich verwöhnen lassen

Umfangreich sind die Angebote des Abama Spa Experience. Sie reichen von Afrikanischer Sauna bis hin zur Massage im Freien. Gäste können sich in der 2500 Quadratmeter grossen Wellness-Oase im Rahmen eines Ein- oder Mehr-Tage-Packages nach massgeschneidertem Programm auspowern oder entspannen und verwöhnen lassen. Buchbar sind 30 Spezialanwendungen von Entgiftung bis Anti-Aging.

Die entspannte Zuvorkommenheit der Angestellten unterstützt nicht nur im Wellnessbereich ein Rundum-Wohlfühl-Urlaubsambiente. Bei ganzjährig gemässigtem Klima von durchschnittlich 23 Grad finden Best Agers im Resort diskreten Verwöhnluxus genauso wie ein entsprechendes Fitness- und Sport-Ambiente ohne aufdringlichen Animationscharakter. Auch Ausflüge und Wanderungen sowie Touren mit der hauseigenen Jacht können organisiert werden. Dass sich die Angebotspalette des Hauses an ein breiteres Gästesegment richtet – Familien mit Kindern, Geschäftsreisende – erfrischt die Szenerie ohne sie zu beunruhigen – ein besonderes Plus des Hauses.



Einer der Pools des Resorts.



Blick ins Schlafzimmer einer Abama-Villa.

Fakten Angebote, Preise und Auszeichnungen

Das **Durchschnittsalter** der «Abama»-Gäste beträgt 45 bis 55 Jahre. Bisherige durchschnittliche **Hotelauslastung** im 2009: 55 Prozent.
Das Resort verfügt über **470 Zimmer und Suiten.**
Preisbeispiel Zimmer mit Frühstück: Doppelzimmer (40 bis 50 Quadratmeter) 390 – 900 Euro, je nach Saison und Lage des Zimmers.
Spezialangebot bis 31.12.2009: 7 Übernachtungen mit Frühstück, pro Person im Doppelzimmer mit Meerblick, inklusive 4 Mal Golf, Tennis oder Wellness Special uvm. 1295 Euro.
Zu den **Preisen und Auszeichnungen** zählt etwa der Spain's Leading Resort Award – World Travel Award 2006 und der Rheingolf-Preis für das beste Golfresort 2006.
Adresse: Abama Golf & Spa Resort, Guía de Isora, Teneriffa. ks

www.abamahotelresort.com
www.ritzcarlton.com

Zwetschgenernte wird trotz Hagel recht gut sein

Die Haupternte der Schweizer **Zwetschgen** hat begonnen. Der Schweizerische Obstverband (SOV) geht in seiner Prognose von einer leicht überdurchschnittlich grossen Tafelzwetschgenernte von 2900 Tonnen (ohne Direktverkauf) aus. Falls die Prognose tatsächlich eintrifft, würde die diesjährige Ernte satte 7 Prozent über dem 10-Jahres-Durchschnitt liegen. Die Hagelschäden von Mai bis Juni haben den Früchten offensichtlich nicht allzu stark zugesetzt, dämpften allerdings die ersten Erwartungen der Ernte trotz gutem Behang deutlich. rd

Thurgauer Wanderung mit Köstlichkeiten

Unter dem Motto «Schlemmen Sie durchs Schlaraffenland» organisiert Thurgau Tourismus am 19. September die 5. Thurgauer Gourmet-Wanderung mit Spezialitäten aus der Region und erstklassigen Thurgauer Weinen, in diesem Jahr in der Region Arbon. Am Schluss der rund zehn Kilometer langen Wanderung gibt es den traditionellen Gourmetmarkt mit einheimischen Produkten und die Festwirtschaft am Strandbad mit Musik. fee

www.thurgau-tourismus.ch

«Franzosenhohl»: Pension für Lese- und Hörratten

Auf den Fluren, in Zimmern und in der Bar wimmelt es nur so von Bestsellern: Das Literaturhotel Franzosenhohl im deutschen Iserlohn ist eine Pension der besonderen Art. Hier warten 2700 Bücher und 40 000 Hörbücher auf die Gäste. Vor einem Jahr eröffnete die Buchhändlerin Andrea Reichart in einer Bauruine ein elegantes 25-Betten-Haus und hofft, dass das Hotel bald zu der Adresse aller Leseratten wird. fee

www.literaturhotel-franzosenhohl.de

Das Ding

Schoggifest anlässlich des 101. Geburtstags

Nach dem 100-jährigen **Toblerone**-Jubiläum letztes Jahr gibt's auch heuer wieder ein Schoggifest: Am 15. August ab 10 Uhr auf dem Waisenhausplatz in Bern mit Spielstationen, Genuss-Oase und Soulsänger Seven. fee

www.toblerone.ch

impressum

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

Herausgeber/Editeur hotelleriesuisse Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elsbeth Hobmeier/eho.
Stellvertreter: Miroslaw Halaba/mh.
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Renate Dubach/rd (Ressortleitung dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Ressortleitung cahier français). Franziska Egli/fee; Sulamith Ehrensperger/se; Theres Lagler Berger/tl (abwesend bis 30. 9. 09); Simone Leitner Fischer/sls, Laurent Missbauer/lm; Gudrun Schlenczek/gsg; Karl Josef Verding/kjv.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo.
Korrektorat: Paul Le Grand.
Volontär: Mathias Zaugg

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

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

Ein eigener Club für die Reiseindustrie

Die internationale Tourismusindustrie bekommt ihren ersten Treffpunkt: Nach bester britischer Clubtradition wird von Tom Nutley «The Travel Club» am 29. September im Londoner Westend eröffnet und ausschliesslich leitenden Mitarbeitern der Reiseindustrie vorenthalten sein. Der Club bietet nicht nur Tagungs- und Veranstaltungsräume, sondern auch Bars, Restaurants und Übernachtungsmöglichkeiten.

www.theclub.travel

Beef '09: Kuh und Genuss auf dem Ballenberg

Unter dem Motto «Ballenberg – mit Muhhh auf Du» findet vom 28. bis zum 30. August im Freilichtmuseum bei Brienz ein «Chuefescht» statt: die «beef 09». Während dieser drei Tage dreht sich auf dem Museumsgelände alles um Mutterkühe und ihre Kälber. Auf dem Mutterkuh-Rundgang begegnen Besucherinnen und Besucher 20 verschiedenen Kuhrassen vom einheimischen Simmentaler über Angus und Limousin bis zum Schottischen Hochlandrind und Zebu. Am «beefgenuss-abend» am Samstag gibt es kulinarische und musikalische Höhepunkte. Während dem ganzen Wochenende können am Genuss-Märit regionale Köstlichkeiten degustiert und gekauft werden. rd

www.mutterkuh.ch

Spiel und Spass auch für Behinderte

Nun wurde er definitiv eröffnet, der Erlebnispark Madrisa-Land bei Klosters, unter anderem von Bruno Frick, Ständerat und Stiftungsratspräsident der Schweizer Paraplegiker-Stiftung. Denn der Ganzjahres-Park in den Alpen bietet Spiel- und Sportinfrastruktur für Kinder, aber auch für seh- und körperlich behinderte Menschen und Familien. Gebaut und finanziert wurde das Madrisa-Land vom Verein «Erlebnis mit Herz». fee

www.madrisa-land.ch

Harmonischer Chasselas

Geny's

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

An einem herrlichen Wintertag im Hochgebirge haben wir uns in freundschaftlicher Runde an einem unverfälscht fruchtigen, trockenen Riesling gelabt. Als die Sonne hinter den Berggipfeln verschwand und es bitter kalt wurde, verschoben wir uns mit dem Glas in der Hand in ein Iglu, dessen Innenraum in sattblaues Licht getaucht war. Der Wein im Glas kam uns nun blass vor, er schmeckte anders als draussen, irgendwie gewichtslos, und er wirkte ungewohnt abstossend.

Später am Abend wechselte das Licht in der Schneehöhle zu grünlich-gelb und derselbe Wein schmeckte ausgesprochen sauer mit hervorstechenden Aromen von Stachelbeeren und Zitrusfrüchten. Nun interessierte uns, wie sich wohl der gleiche Weisswein bei einer blassroten Beleuchtung präsentierte. Zu unserem grossen Erstaunen funkelte uns im Glas ein anmutiger Rosé entgegen, der am Gaumen verhältnismässig kräftig wirkte.

Diese Erfahrung ist nichts für Skeptiker, die nur das glauben, was sie mit eigenen Augen sehen. Tatsache ist jedoch, dass bei der Beurteilung eines Weins dem Auge mehr Beachtung geschenkt wird, als dem Gaumen und der Nase. Bei der Weinauswahl lassen wir Konsumenten uns vor allem von der Herkunft, vom Namen und der Bekanntheit des Weins, von seiner Aufmachung und Etikettengestaltung, vom Jahrgang sowie vom Preis beeinflussen.

Das Erlebnis jenes Wintertages hat uns gelehrt, dass man mit Aussagen, welches Gewächs, welche Rebsorte einem nicht zusagt, sehr behutsam und eher zurückhaltend umgehen sollte. Bekannt ist, dass Salz, Säure, Bitterkeit und Süsse den Wein im Gaumen beeinflussen. Neu für uns ist die Erkenntnis, dass auch je nach Raumbeleuchtung Geruchs- und Geschmackssinn das Nachsehen haben. Es ist unschön, hinters Licht geführt zu werden, der feucht-fröhliche Wintertag hat uns für unsere zukünftige Weinbeurteilung die Augen geöffnet.

zvg

Jean-François Neyroud-Fonjallaz.

Die meistverbreitete Rebsorte im Waadtländer Weinberg ist nach wie vor die bei vielen verschmähte Chasselas-Traube. Die grosse Bekanntheit verdankt die Rebe jedoch ihrem zuvorkommenden, natürlichen Charakter. Und ihrer Waadtländer Herkunft – den bekannten Weindörfern Féchy, St-Saphorin, Yvorne, Aigle und den schwindelerregenden Abhängen im Dézaley. Die weissen Waadtländer Weine haben in der Schweiz einen Kultstatus erreicht. Der Chasselas ist ein echter Botschafter seiner Heimat, je nach Terroir verdankt er seine Anerkennung und sein Ansehen der fruchtigen, floralen, mineralischen Note, seiner frischen prickelnden Statur und den feinwürzigen Hefearomen.

Jean-François Neyroud-Fonjallaz aus Chardonne, ist ein enger Vertrauter der Chasselas-Rebe. Bei den Weinbauarbeiten steht auf seiner Domäne der Respekt vor den Böden im Vordergrund, auf künstliche Hilfsmittel wird ganz verzichtet. Grosse Beachtung wird dem Rebschnitt geschenkt. Von Gesetztes wegen erlaubt sind pro Stock 1,2 Kilogramm Trauben, Neyroud ist davon überzeugt, dass zur Erzeugung eines vorzüglichen Chasselas ein Kilo Trauben pro Quadratmeter geradezu ideal sind. Wenn es gilt, den richtigen Zeitpunkt für den Erntebeginn festzulegen, sieht man ihn jeden Tag zwischen den Rebzeilen Proben entnehmen, um ja nicht den Moment der perfekten Reife zu verpassen, die für ihn meist einige Tage später erreicht ist, als dass die Oechslegrade anzeigen.

Die Weinberge von Jean-François Neyroud konzentrieren sich auf die Appellationen von Chardonne, St-Saphorin, Epesses und Dézaley. Dabei profitiert er vom Genfersee: Denn der bietet nicht nur einen wunderbaren Anblick, er ist auch ein Klimamacher, der an seinen Gestaden für günstige Bedingungen für den Rebbau sorgt. Nach mehr als 100 Jahren Weinbaupraxis hat sich die Winzerfamilie Neyroud-Fonjallaz über Generationen die Auffassung zu eigen gemacht, dass der Winzer aus den Gaben der Natur das Beste herausholen soll.

Sorgfalt bei der Arbeit im Weinberg und traditionelle, schonende Arbeitsweise im Keller sind das Markenzeichen des vortrefflichen 2008er Dézaley Grand Cru von Jean-François Neyroud. Dieses in jeder Hinsicht eindrucksvolle Waadtländer Gewächs macht Freude. Der Wein besitzt Tiefe, Harmonie und Finesse. Er brilliert durch berauschende Aromen, zarte Textur und mannigfaltige Frucht. Er ist ausserordentlich gut strukturiert und zeigt sich ausgewogen. Dank all dieser Eigenschaften ist er bei jedem Licht ein wahres Genusserlebnis.

www.neyroud.ch

Neue Bücher

Auf kulinarischen Streifzügen im Tessin

Die Sonnenstube der Schweiz lockt nicht nur wegen ihrem mediterranen Ambiente, sondern auch wegen ihrer gastronomischen Vielfalt: Ob versteckte Grotti oder schlichte Osterie, bescheidene Herbergen oder noble Sterneküchen – Marion Michels hat sie alle besucht und in ihrem handlichen, kulinarischen Reiseführer «Ticino con Amore» aufgeführt. Ergänzt wurden die kulinarischen Streifzüge mit Fotos vom Fotografen Dave Brüllman. Michels hat aber nicht nur die besten Adressen von Hotels und Restaurants zusammengestellt: Der eine oder andere Tessiner Küchenchef hat für diesen zweisprachigen Band auch das eine oder andere seiner Rezepte preisgegeben. Darunter Tessiner-Klassiker wie Risotto mit Trüffelkäse oder Polenta mit Gorgonzola.

Marion Michels: **Ticino con Amore**. La Tavola Buchverlag AG, 288 Seiten, Fr. 29.90.

Konditoren-Kunst Marzipan: zum Fressen schön

Legendär ist die Kreativität der Konditoren. Und wenn der Schweizer Konditor und Chocolatier Franz Ziegler, von der Organisation der Weltmeisterschaften der Konditoren zum «Pastry Chef of the Year 2008/2009» gewählt, ein Marzipan-Buch vorlegt, dann geht es um die ganz grosse Schule der Marzipan-Kunst: In «Magic Marzipan» wird jeder Bestandteil einer Figur einzeln dargestellt, so dass auch Einsteiger diese modellieren können. Wichtige Arbeitsschritte sind im Detail fotografiert und beschrieben. Die Figuren werden so nachvollziehbar und das Buch sowohl Ideenlieferant wie auch Arbeitsgrundlage. Die Marzipan-Figuren von Ziegler beruhen auf der Basis der klassischen Modelliertechniken, die er weiterentwickelt und ergänzt hat. Daraus ergibt sich eine eigene Handschrift, seine Kreationen sind unverwechselbar: frech, lustig, innovativ, vor allem zum Fressen schön. fee

Franz Ziegler: **Magic Marzipan**. Matthaes Verlag, Stuttgart, 224 Seiten, 115 Franken.

ANZEIGE

Prinzen und Promis fühlen sich hier wohl

Pascal Schnyder führt das «Casa Pascal» im thailändischen Pattaya. Das edle Restaurant ist auch bei prominenten Gäste aus aller Welt beliebt.

BERND KUBISCH

Gediegenes Design: Pascal Schnyder hat alles selber ausgewählt, auch das Leinen und die Kristallgläser.

Bilder Bernd Kubisch

Rockstar Tina Turner freut sich über eine mit Ingwer gewürzte Tomaten-Paprika-Suppe als Vorspeise. Dirigent Herbert von Karajan (1908 – 1989) mochte seine Gänseleber-Terrine in Muschelform serviert. Jiang Zemin, Ex-Staatspräsident Chinas, bevorzugt seinen gebratenen Zackenbarsch mariniert nach Szechuaner Art. Und Thailands Prinzessin Sirindhorn schätzt ihr Karree vom Babylamm im Spargelmantel. Pascal Schnyder hat in den letzten zwei Jahrzehnten für diese Herrschaften sowie andere Präsidenten, Prinzen und Promis gekocht: In Luzern, Zürich, Hongkong, Thailand und anderswo.

Schnyder sitzt in seiner «Casa Pascal», einem der edlen Restaurants im Bade- und Vergnügungszentrum Pattaya, nippt an seinem Wasser und studiert eine Speisekarte, obwohl er das Acht-Gänge-Menü noch im Kopf hat, das er seinen Kollegen bei einem der hiesigen Chaîne-des-Rôtisseurs-Treffen servierte. «Ich habe aus den Menüs, die ich in den letzten 20 Jahren für viele Persönlichkeiten zubereitete, ein Menü zubereitet.»

Pascal Schnyder bespricht mit Ehefrau Kim die Speisekarte.

Eine der aufmerksamen Kellnerinnen im «Casa Pascal».

Geboren in Seoul, aufgewachsen und ausgebildet in der Schweiz

Seine Ausbildung machte der heute 41-Jährige im Hotel «Palace Luzern». In Genf absolvierte er im damaligen «Noga Hilton» eine Zusatzlehre im Bereich Service, erarbeitete sich auch das Schweizerische Weinhandelsdiplom A.

Prinzessin Sirindhorn ist Schnyder mehr als einmal begegnet. Das Babylamm und anderes lieferte er im Jahr 2000 vom «Dusit Thani» in Pattaya, als er dort Executive Chef war. Ein Jahr später eröffnete er sein eigenes Restaurant «Casa Pascal». Dort bereitete er auch ein Catering für die Tochter von König Bhumibol zu. «Für die Prinzessin, 30 Personen Gefolgschaft und viele VIPs aus Armee, Politik, Wirtschaft. Insgesamt bewirteten wir 331 Leute.»

Der Ferienort Pattaya ist kräftig gewachsen, hat jetzt mehr Luxushotels und wohlhabende Gäste und 20 Golfplätze im Umkreis von 60 Kilometern. Der Anteil der älteren Herren, die erst in einer der vielen Ladybars aufleben, ist eher rückläufig. «Nach der Masse kommt auch die Klasse», sagt Danilo Becker, Operation Manager im «Thai Garden Resort». Heute würden auch viele Russen, Südkoreaner und Japaner anreisen, darunter etliche Schwerreiche, sagt der Deutsche, der gern beim Schweizer speist. «Die «Casa Pascal» gehört wie das «Manhattan Steakhouse» und «Bruno's Restaurant» zu den besten Adressen in Pattaya», betont er.

Pascal Schnyder hört solch ein Lob gern. «Pattaya hat heute genug Besucher, die sich zum Fünf-Gänge-Menü einen Wein für 200 Franken leisten können.» Umgerechnet 25 Franken kostet in der «Casa» der edle Sonntagsbrunch mit Lachs-Tartar, Tenderloin Steak, Muscheln, Antipasti und Mousse au Chocolat. Unter dem Management der «Casa Pascal» gibt es noch ein zweites Restaurant etwas ausserhalb am Jomtien Beach. Das «Poseidon» ist nicht so edel, schont dafür die Geldbörse.

Mit koreanischen Gästen spricht der «Casa»-Betreiber übrigens koreanisch. Schnyder wurde in Südkoreas Hauptstadt Seoul geboren, hiess damals noch anders und kam aus dem Waisenhaus als Dreijähriger durch Adoption in die Schweiz nach Luzern. Die Eltern arbeiten in der Pharmazie. «Ich liebte es, fein zum Essen zu gehen mit meinen Eltern», sagt Schnyder. «Esskultur war immer ein Bestandteil meines Lebens.»

Im «Casa Pascal» bekommen viele eine Chance zum Berufseinstieg

Koreanisch lernte er nach seinen Flitterwochen. «Wir lernten uns 1992 kennen, als ich im «Hilton» in Zürich mein Service-Praktikum machte», erzählt Kim Schnyder. Die 43-jährige Koreanerin hat sich gerade neben ihren Mann gesetzt. Das Paar lächelt sich an, hält kurz Händchen. Zum Honeymoon ging es 1993 etliche Monate nach Asien, vor allem nach Hongkong und Korea, wo beide später auch zusammen arbeiteten. Pascal Schnyder: «Nun lernte ich auch koreanisch. Ich spreche es noch nicht fliessend, aber ganz gut.» Ausserdem spreche er Englisch, Französisch, Thai, einigermassen Italienisch, Schwizerdütsch nach Luzerner Art, und «ein Deutsch, das auch Sie verstehen», sagt er zu seinem Gast aus Berlin.

Die Arbeitsteilung klappt gut im Führungsteam der «Casa». Pascal macht Operation, Service, Marketing. Kim ist für Accounting, Administration und Personal zuständig. In der Hochsaison arbeiten etwa 40 Mitarbeiter für das Paar, sonst sind es gut 30. Die Angestellten agieren umsichtig, meist mit einem Lächeln, aber nicht mit aufgesetzter Freundlichkeit.

Die Einrichtung in der «Casa», zehn Fussminuten von der lebhaften Beachroad am Golf von Thailand, ist gediegen, aber nicht verschwenderisch, die Atmosphäre ist angenehm. Tische, Stühle, Balken aus poliertem Teakholz. In einer Vitrine sind thailändische Skulpturen ausgestellt, auch ein schlafender Buddha, der golden glänzt.

«Für unsere Mitarbeiter sind wir Mädchen für alles», sagt Kim. Sie meint Vorgesetzte, Ausbildner und Sozialhelfer bei Problemen und Geldnöten. Jobs in der «Casa» sind gefragt, gerade kamen eine 17- und eine 20-Jährige ohne Anmeldung vorbei und fragten nach Arbeit. «Sie hatten immerhin Kopien von Ausweisen und Schulabschlüssen dabei», sagt Schnyder. «Die beiden können morgen anfangen und sich nach oben arbeiten, wenn sie gut sind. Aus manchem Tellerwäscher ist schon ein Millionär geworden.»

www.restaurant-pattaya.com

Mit mediterraner Leichtigkeit

Das besondere Rezept

Das Restaurant im Zürcher Hotel Alden hat sein Konzept geändert. Roland Höhmann kocht nun mediterran schlicht.

RENATE DUBACH

Renate Dubach

Roland Höhmann, seit gut fünf Jahren Küchenchef im «Alden».

Die achtköpfige Küchenbrigade war skeptisch, als Roland Höhmann Anfang Sommer seine neuen Ideen vorstellte. «Ist das nicht zu einfach?», fragten die Köche. Höhmann, seit dem Umbau des Hotels 2004 Küchenchef im «Alden», musste Überzeugungsarbeit leisten.

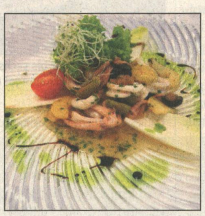
«Es gibt Produkte, die sind von Natur aus gut und edel, die brauchen keine aufwendige Verarbeitung», sagt der 36-jährige Waldshuter, der Erfahrungen in Küchen auf den Bermudas, im Tschuggen Grand Hotel in Arosa, im Hotel Eden Roc in Ascona und auf luxuriösen Kreuzfahrtschiffen gesammelt hat. Auslöser für die Umstellung von einer französisch inspirierten Marktküche zu einer mediterranen boten die Veränderungen im Oktober 2008: einerseits wechselte man von den Relais & Châteaux zu den Preferred Boutique Hotels, und andererseits übernahm Maria Büeler Zischler die Direktion.

«Wir wollten dem Restaurant ein neues Gesicht und einen neuen Namen geben», sagt die Direktorin von Zürichs kleinstem 5-Sterne-Hotel. «Alden per te» heisst das Restaurant jetzt und: «Bei der Ausrichtung der Küche wollten wir auf gute Rohprodukte, auf gesund und leicht setzen, da drängte sich mediterran praktisch auf», führt Maria Büeler aus.

Roland Höhmann absolvierte bei Martin Dalsass in Lugano ein Stage und brachte frische Ideen und die Liebe zu hochstehenden Olivenölen zurück nach Zürich. Um das am besten passende Öl zu jedem Gericht zu finden, setzte sich der Küchenchef mit dem Zürcher «Olivenkönig» Suad Sadok zusammen und degustierte ein paar Nachmittage lang sämtliche Olivenöle durch. Das Resultat ist eine Speisekarte mit vielen leichten Gerichten, die durch ihre natürlichen Aromen bestechen und nicht durch aufwendiges Arrangement: Schnörkelloser könnten Ravioli ripieni di Ricotta al Limone oder ein Lammrücken mit Babyartischocken kaum auf den Tisch kommen.

Wie virtuos Höhmann – und seine inzwischen von der mediterranen Leichtigkeit überzeugte Brigade – mit den verschiedenen Olivenölen umgehen, wird an speziellen Dîners in Zusammenarbeit mit der Olio Nobile AG vorgeführt. Das erste «Olio, Wine & Dine» findet am 2. September statt. Und wer einfach mal hinter die Kulissen des «Alden» schauen möchte: Jeden Mittwochabend darf man das – und wird erst noch zum Apéro eingeladen.

www.alden.ch



Das Rezept

Lauwarmer Pulposalat mit Kartoffeln, Oliven und Rosmarindressing

Für 4 Personen

Zutaten:

300 g Calamaretti, geputzt
200 g junge, gekochte Kartoffeln
60 g Oliven, entsteint, geviertelt
4 Perretti-Cherrytomaten
1 Knoblauchzehe, fein gehackt
2 cl Olivenöl
1 cl weisser Balsamicoessig
gehackte Petersilie
gehackter Rosmarin
Salz, Pfeffer, Zitrone

Zubereitung:

Olivenöl in einer Pfanne erhitzen und Kartoffeln goldgelb braten. Oliven und Knoblauch beigeben, gewürzte Calamaretti beigeben und das Ganze kurz ansautieren.
Mit Balsamicoessig und Zitrone ablöschen und am Schluss die gehackten Kräuter beigeben.

htr hotelrevue
Nr. 33 / 13. August 2009

Was isst der König, was der Bundesrat?

Sie kochen nur für Könige und Regierungschefs: Nun haben die Chefköche Gregor Zimmermann vom Berner «Bellevue Palace» in ihren Club aufgenommen.

SIMONE LEITNER

zvg

Wenn der Bundesrat einen Staatsempfang mit Bankett hat, wird der kulinarische Teil vom Küchenchef des «Bellevue» in Bern gemanagt.

Barack Obama hat einen, die Queen von England schon ihr ganzes Leben lang, die französischen Staatschefs sowieso, und nun ist der Bundesrat auch mit von der Partie: mit einem eigenen Spitzenkoch. Die Staatsoberhäupter aus aller Herren Länder lassen sich exklusiv von einem Küchenchef verwöhnen. Diese sind nicht nur um das leibliche Wohl des Königs oder der Kanzlerin besorgt, sondern managen die kulinarischen Belange der Staatsempfänge. Vor über 30 Jahren haben die royalen Köche eine Vereinigung gegründet. Der «Club des Chefs des Chefs» nimmt pro Land nur einen Berufskollegen auf. Seit wenigen Tagen ist die Schweiz im exklusiven Club auch vertreten. Gregor Zimmermann, Küchenchef im Hotel Bellevue Palace in Bern, ist seit zwei Jahren für die offiziellen Bankette des Bundesrates verantwortlich.

> **«Der Bundesrat hat mein Engagement schriftlich bestätigt.»**
> **Gregor Zimmermann**
> Hotel Bellevue Palace Bern

«Deshalb bin ich von der Vereinigung angefragt worden.» Für Gregor Zimmermann ist die begehrte Auszeichnung eine grosse Ehre: «Der Bundesrat hat mein Engagement schriftlich bestätigt.»

Gregor Zimmermann war Ende Juli mit dem ganzen Club in Rom am jährlichen Stelldichein der auserwählten Küchenchefs. «Ich war begeistert, wie zugänglich meine Kollegen sind. Wir haben uns prima unterhalten.» Schliesslich beschäftigen sich Küchenchefs von Monarchen und Co. mit anderen Themen als ihre Kollegen. «Der Sicherheitsaspekt und die Diskretion sind zentrale Punkte», so Zimmermann.

Sogar den legendären Vorkoster, der die Speisen auf mögliches Gift testet, gebe es noch. «Allerdings habe ich das in Bern noch nie erlebt. Aber andere Chefs wurden mit diesem alten Ritual konfrontiert.»

Fakten Rund 30 Küchenchefs sind weltweit dabei

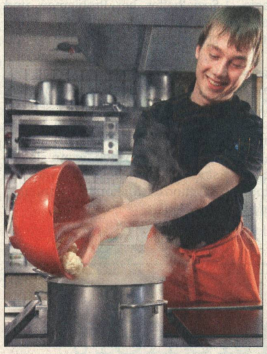
Der **«Club des Chefs des Chefs»** wurde 1977 gegründet und hat weltweit rund 30 Mitglieder. Die Küchenchefs sind für Monarchen oder Staatspräsidenten tätig. Wenn ein Land kein einzelnes Oberhaupt hat – wie in der Schweiz oder in Indien –, kann auch ein Küchenchef eines Hotels, das für die Regierung die offiziellen Empfänge kulinarisch organisiert, aufgenommen werden. Der Vater der Vereinigung ist Gilles Bragard, der Couturier der Küchenchefs. sls

zvg

Gregor Zimmermann ist neu Mitglied im «Club des Chefs des Chefs».

ANZEIGE

MARKTNOTIZEN



Patrick Kilian kocht im Gasthof Bözingenberg mit Suisse-Garantie-Produkten: «Der geschmackliche Unterschied ist enorm!»

Mit Suisse Garantie schmeckt das Essen einfach besser

Der Gasthof Bözingenberg, bekannt für würziges Käsefondue und die grossartige Aussicht, bietet eine Küche mit einheimischen Produkten an: Suisse-Garantie-Produkte sind auch hier nicht mehr wegzudenken.

«Früher war es den Gästen egal, woher das Fleisch stammt», meint die fröhliche Gastgeberin, «aber heute achten sie viel mehr auf Qualität und fragen nach tiergerechter Haltung. Dieser Trend nimmt zu.» Seit vier Jahren führt Karin Sutter mit ihrem Lebenspartner das heimelige Bergrestaurant hoch über Biel.

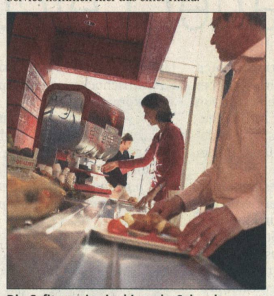
«Es ist ja kein Problem, Suisse-Garantie-Produkte zu erhalten, da diese ohnehin fast jeder Lieferant führt. Teurer sind sie nicht», bemerkt die Hausherrin. «Und falls mal ein Lebensmittel doch ein paar Rappen mehr kostet, macht das gar nichts. Ich habe gemerkt, dass meine Gäste gerne etwas mehr für gute Qualität bezahlen.» Heute bekommen die Wirte von ihren Gästen viele Rückmeldungen: Es schmecke ihnen einfach besser als die üblichen Nahrungsmittel. Das findet auch Koch Patrick Kilian, der vor allem vom knackigen Gemüse schwärmt: «Der geschmackliche Unterschied ist wirklich enorm.»

Das Herkunftszeichen Suisse Garantie steht für 100-prozentige Schweizer Produktion und Verarbeitung, umwelt- und tiergerechte Produktion ohne Gentechnik und für strenge Kontrollen.

www.suissegarantie.ch

Cafitesse bereitet unschlagbar schnell feinen Kaffee zu

Die Vorteile von Cafitesse in Spitälern, Heimen, Tagungs- und Seminarhotels liegen auf der Hand: Stets frischer Kaffee in erstklassiger Qualität, kein Kaffeeverlust und bedienerfreundliche Maschinen für die zentrale, dezentrale, stationäre oder mobile Zubereitung. Beratung, Maschine, Kaffee und Service kommen hier aus einer Hand.



Die Cafitesse: in vier bis sechs Sekunden bereitet sie einen schaumgekrönten Kaffee zu.

Cafitesse ist mehr als nur Kaffee. Es ist ein umfassendes Kaffeesystem für Kunden weltweit. Entwickelt hat es die 1753 gegründete holländische Firma Douwe Egberts – die grösste und erfahrenste Kaffeerösterin Europas. Von Café und Vitesse abgeleitet, weist der Name Cafitesse auf die unerreicht schnelle Zubereitung hin: Eine Tasse ist in nur vier bis sechs Sekunden zubereitet. Und dies mit einem krönenden Schäumchen.

Erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Firma Repa analysieren bei den Kunden die individuelle Situation, erstellen Wirtschaftlichkeitsberechnungen für den Geräte- und Produkte-Bedarf und entwickeln daraus optimale Lösungen.

www.repa.ch

Im Jubiläumsjahr gibts attraktive neue Angebote

20 Jahre im Dienst der Kunden: Horego ist eine moderne und zeitgemässe Jubilarin.

Die Horego AG feiert ihr 20-jähriges Jubiläum. In den vergangenen zwei Jahrzehnten hat sich die Einkaufszentrale zum starken Branchenpartner entwickelt und bietet neu auch umfassende Versicherungslösungen an. Damit können Kunden rund 15 bis 25 Prozent Prämien sparen und erhalten besonders im Bereich der Krankentaggeld-Versicherungen attraktive Angebote.

Die Einkaufszentrale Horego zählt 750 Hotels, Restaurants, Spitäler und Heime zu ihren Kunden. Hinzu kommen rund 180 angeschlossene Lieferanten. Ihren Partnern verhilft sie zu Waren mit einem Preis-Leistungs-Verhältnis der Spitzenklasse. Horego steht ihren Kunden zudem mit der kontierten Sammelrechnung unterstützend zur Seite. Damit kümmern sich die Gastronomen, Heim- und Spitalleiter nicht um Zahlen, sie nutzen die Zeit für das Wohl ihrer Gäste.

www.horego.ch

Auf bestem Grund gedeihen die edlen Grafenweine

Das typische kalkhaltige, dem Burgund ähnliche Terroir von Hallau und die Sonnenlage in der Schaffhauser Gegend schaffen die ideale Grundlage für die Reifung edelster Trauben wie Pinot Noir (Blauburgunder). Sie werden in den modernen Vinifikationsanlagen der Hallauer Rimuss- und Weinkellerei Rahm besonders schonend gekeltert. Die Pflege der naturnah angebauten Reben und die Innovationsfreude der Hallauer Weinbauern machen die Schaffhauser Weine zu den erfolgreichsten in der Deutschschweiz.

In diesem Jahr feiert die Rimuss- und Weinkellerei Rahm den 50. Geburtstag eines der bekanntesten Deutschschweizer Weinlabels: der 1959 entstandenen Marke «Graf von Spiegelberg». Es geht die Sage, dass am südlich abfallenden Berghang das Schloss der Grafen von Spiegelberg stand, was wohl zum Flurnamen des dortigen Weinrebenbezirks «Spiegelberg» führte. Verbrieft ist, dass in Schaffhausen Familien mit dem Namen Spiegelberg wohnten und ein Heinrich von Spiegelberg 3122 Reben in Oberhallau besass.

Heute tragen diesen Namen der Hallauer Pinot Noir AOC, der Hallauer Rosé AOC und der Hallauer Weiss AOC. Der vollmundige, milde und fruchtige Charakter verdankt der Blauburgunder der schonenden Keltermethode. Er ist beliebt zu leichten Fleischspeisen, Braten aus weissem Fleisch und Geflügel. Der Rosé eignet sich ideal als Apéro und zu leichten Speisen. Der Riesling-Silvaner (Müller Thurgau), bestens geeignet als Apéro, zu Tapas, Fisch vom Grill, Gemüsegerichten und Spargel holte sich mit seinem duftigen Bouquet, seiner Frische und dem geringen Restzuckergehalt gerade rechtzeitig zum 50. Geburtstag den ersten Rang am Grand Prix du Vin Suisse 2008. Der Verkaufspreis von unter zehn Franken im Handel ist für diesen Weisswein ein top Preis-Leistungsverhältnis.

Damit lässt sich zum eigenen 50. Geburtstag vorzüglich anstossen: Die drei Hallauer Weine «Graf von Spiegelberg».

www.weinkellerei-rahm.ch

Traumhaft guter Schlaf ermöglicht das Doppelkissen mit dem Dreikammersystem.

Mit drei Kammern weich und doch gut gestützt schlafen

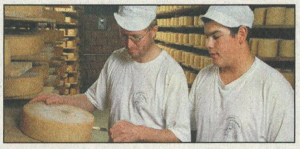
Das neue Doppelkissen von Wäschekrone ist die Innovation für das Hotelbett vom Profiausstatter für die Hotellerie und Gastronomie. Ein Federkissen wird in ein Aussenkissen mit sehr weicher Daunenfüllung eingenäht. Dadurch entsteht ein Dreikammersystem mit hervorragenden Produkteigenschaften: Die Daunenfüllung ist angenehm weich und schmiegt sich an, das Federkissen sorgt für die nötige Stützkraft. Diese Doppelwirkung erzielt einen optimalen Liegeeffekt, der mit gängigen Kissen nicht zu erreichen ist. Das Kissen hat eine feine Einschütte mit Satin-Biese aus 100 Prozent Baumwolle und ist bei 60 Grad waschbar. Es ist in den Größen 40 x 80, 60 x 80 und 80 x 80 Zentimeter erhältlich.

Der druckfrische Wäschekrone-Katalog 2009, der eine breit gefächerte Bettwaren-Kollektion für den Profibetrieb sowie Betten, Bettwäsche und Tischwäsche enthält, liegt beim Wäschekrone-Beraterteam zum kostenlosen Versand bereit.

www.waeschekrone.ch

cahier français

htr hotelrevue No 33 / 13 août 2009



Fromages
Les Olympiades des fromages de montagne auront lieu en Suisse du 22 au 25 octobre.
Page 21

Décoration
Un couloir d'hôtel n'est pas qu'un simple couloir. C'est l'antichambre des chambres.
Page 22

Alain D. Boillat

L'ouverture des commerces sept jours sur sept renforcerait l'attrait touristique des villes, estime le directeur de Suisse Tourisme.

L'ouverture dominicale séduit

Faut-il libéraliser les horaires d'ouverture des magasins afin de contrer la crise? L'avis des milieux touristiques.

EUGENIO D'ALESSIO

Interviewé le 12 juillet par l'hebdomadaire «Sonntag», Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, lançait un pavé dans la mare: pour remettre sur pied une industrie touristique qui boite sous le poids de la récession, le salut passe, selon lui, par un assouplissement des horaires d'ouverture des magasins. Et d'argumenter: «Si l'on veut favoriser le tourisme dans les villes, il faudrait d'urgence ouvrir les négoces le dimanche.»

Cette proposition séduit Genève Tourisme. «La libéralisation de l'ouverture des magasins permettrait de redynamiser la ville. Elle aurait des répercussions bénéfiques sur toute l'activité économique et donnerait un coup de fouet aux nuitées», estime Militza Bodi, la directrice de la communication. Et de préciser: «Les hôtels genevois sont bien remplis pendant la semaine grâce au tourisme de congrès mais ils se vident le samedi et le dimanche. Une ouverture dominicale ferait ainsi beaucoup de bien au tourisme de loisirs du week-end.» Pour étayer ses propos, Militza Bodi cite l'exemple de l'Euro 2008. Les autorités avaient autorisé à cette occasion deux ouvertures dominicales, les 15 et 29 juin: «Cette opération s'était soldée par un succès considérable. Les centres commerciaux avaient été pris d'assaut.»

Responsable du marketing à Montreux-Vevey Tourisme, Isaline Corlet est sur la même longueur d'onde: «Une ouverture illimitée des magasins, avec une possibilité de faire du shopping, inciterait encore plus les touristes à se rendre sur la Riviera et pourrait contribuer à améliorer la situation hôtelière. Les nombreux promeneurs qui arpentent les quais pourraient aussi en profiter. Le tourisme continue de tourner le dimanche. Les hôtels et les restaurants sont ouverts ce jour-là. Il est donc logique que les magasins en fassent de même.»

«Il faut un modus vivendi entre le patronat et les syndicats»

A Fribourg, les instances touristiques sont au diapason de Genève et de la Riviera vaudoise. Selon Marlène Flückiger, vice-directrice de Fribourg Tourisme, «il s'agit en premier lieu d'attirer les visiteurs en ville. Or, l'ouverture dominicale des magasins serait un plus pour les touristes. Cerise sur le gâteau, cette mesure animerait la ville les week-ends et la rendrait bien plus attrayante.» Elle se veut toutefois nuancée dans son soutien à la proposition de Jürg Schmid. Elle estime qu'un dialogue intelligent doit être engagé pour trouver une solution qui puisse satisfaire tout le monde: «Les commerçants doivent jouir de la liberté de gagner de l'argent à Fribourg le dimanche, mais pas au détriment des travailleurs. Avant de libéraliser les horaires d'ouverture des magasins, il faut un modus vivendi entre le patronat et les syndicats.»

La bataille pour une ouverture illimitée s'annonce rude

La bataille pour une ouverture illimitée des magasins est relancée. Le conseiller national Markus Hutter déposera une motion visant à libéraliser entièrement les horaires d'ouverture des magasins afin de créer une base légale qui autoriserait les commerces à exploiter des points de vente 24 h sur 24 et sept jours sur sept. Pour rappel, la législation interdit le travail le dimanche mais il existe des exceptions pour les régions touristiques, les stations-service, les gares et les aéroports. eda

«L'ouverture dominicale est une fausse bonne idée»

A Sion Tourisme, le directeur, Jean-Marc Jacquod, est carrément sceptique: «L'ouverture dominicale des magasins est une fausse bonne idée. En adoptant cette mesure, on va diluer le chiffre d'affaires sur sept jours, de telle sorte que les dimanches ne seront pas plus rentables que les autres jours de la semaine. En outre, je ne vois aucun inconvénient à ce que Sion reste une ville tranquille les week-ends, d'autant plus que chez nous, l'économie est en bonne santé. Je pencherais plutôt pour une révision des horaires d'ouverture en fonction du calendrier. Je verrais par exemple d'un bon œil des assouplissements pendant les fêtes de fin d'année.»

Fabian Claivaz, directeur de Martigny Tourisme, est lui aussi réservé: «L'assouplissement des horaires d'ouverture des magasins peut se justifier pour des destinations touristiques ciblées afin de répondre à la demande de la clientèle ou lors de périodes de haute saison. Mais selon moi, le tourisme ne doit pas se résumer au shopping à l'américaine, avec des familles qui passent leurs journées à se balader dans les centres commerciaux.»

L'Hôtel Rivesrolle pourrait rouvrir

Attendue depuis bientôt cinq ans, la réouverture de l'Hôtel Rivesrolle pourrait intervenir dans les premiers mois de 2010. C'est du moins ce que laisse supposer la levée des obstacles administratifs.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Le dossier de la réouverture de l'Hôtel Rivesrolle, à la sortie est de Rolle, pourrait connaître son épilogue cet automne. L'établissement, un quatre-étoiles de 60 chambres rénové et agrandi il y a un lustre mais aussi fermé depuis, pourrait en effet bientôt rouvrir. Le conditionnel reste toutefois de mise.

Etablissement fermé pour cause de... «querelle avec le voisinage»

Un rappel tout d'abord: prévue pour 2004, la reprise de l'exploitation de l'établissement était assujettie à un accord d'un groupement de voisins prévoyant une amélioration du plan de circulation et des aménagements (notamment un giratoire) qui n'ont toujours pas été réalisés. Avec pour résultat que le personnel engagé pour l'ouverture a été licencié, laissant un établissement fermé pour cause de... «querelle avec le voisinage». Aujourd'hui, après plusieurs négociations et levées d'opposition, ces aménagements ont été acceptés, la mise à l'enquête publique également. Mieux, le délai de soumission pour la réalisation du travail est clos et les offres sont actuellement à l'étude au bureau technique de la commune.

> «Les aménagements demandés sont souhaités depuis longtemps par les Rollois.»
> **Stéphane Zeugin**
> Conseiller municipal de Rolle

Après étude, ce dernier travaille à l'élaboration d'un préavis qui sera soumis cet automne au Conseil communal de Rolle. Or, ce dernier préavis n'est autre que la demande de crédit permettant la réalisation des travaux. Conseiller municipal en charge du dossier, Stéphane Zeugin estime qu'il devrait être accepté sans grands problèmes.

Plusieurs millions d'indemnités ont été demandés à la commune

Il n'en reste pas moins que l'affaire ne sera pas définitivement close. Elle pourrait encore dépendre de la suite donnée par la Cour civile du Tribunal cantonal auprès de laquelle l'avocat lausannois François Chaudet, administrateur de la société Rivesrolle SA, a engagé une action réclamant à la commune de Rolle des indemnités de plusieurs millions de francs pour le retard mis à la concrétisation de ces aménagements permettant l'accès à l'Hôtel Rivesrolle.

Le Conseil communal ne sera-t-il donc pas tenté de faire obstacle au projet? Peu probable estime Stéphane Zeugin, qui précise: «Ces aménagements sont souhaités depuis longtemps par les Rollois; ils permettent un accès facilité pour tous à la plage. C'est ce qui fera la différence en faveur des solutions proposées.»

Même si Me François Chaudet reste plus circonspect, il semble que l'on s'achemine donc vers la réouverture de ce quatre-étoiles sur la Côte vaudoise.

ANNONCE

Les meilleures actions de professionnels pour des professionels

Plus d'informations sous www.tex-e-shop.ch

PFEIFFER TEXTIL
EIN UNTERNEHMEN DER SWISSTEXTIL HOLDING AG
Chaltenbodenstr. 26 • 8834 Schindellegi (SZ)
Tel: 044 786 81 00 • www.pfeiffertextil.ch

Des lits vides? Faites-le nous savoir!

CHF 99.00 pour 4 semaines de présence en ligne

Votre »hotel specials« sur www.swisshotels.com

hotelleriesuisse
Téléphone 031 370 42 26
hotelspecials@hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

reception@hotelleriesuisse

L'accès à votre activité future de réceptionniste d'hôtel

www.hotelleriesuisse.ch/reception
Téléphone 021 320 03 32

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BRITA Professional

PURITY C – la solution flexible

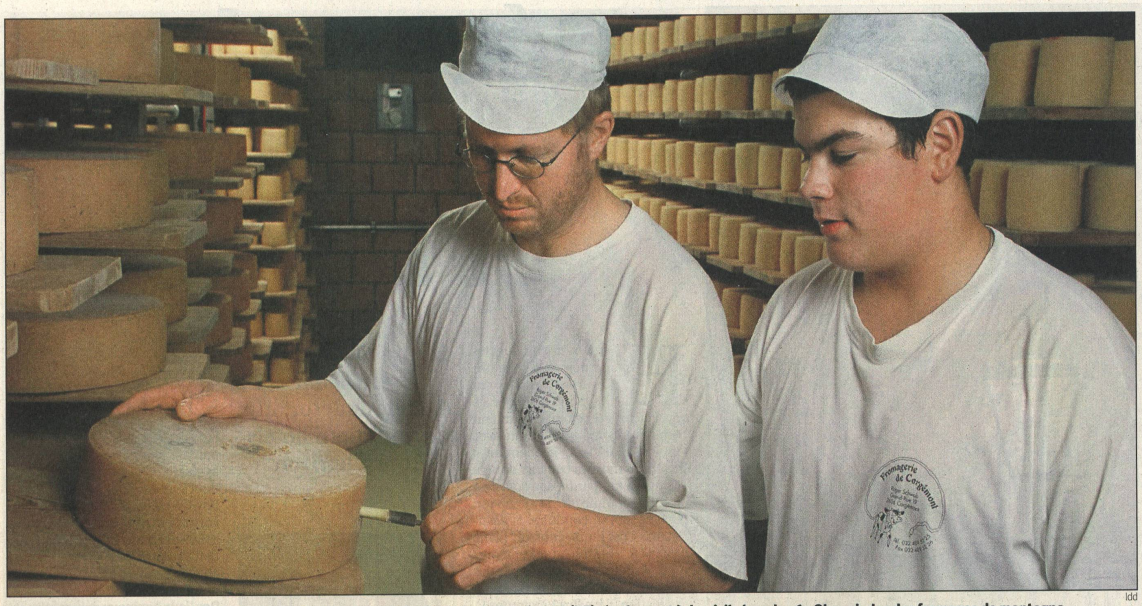
http://professional.brita.ch

Photo: Keystone / Litho: Detail AG

Une annonce atteint les lecteurs où qu'ils soient.

Et ce n'est qu'un des nombreux avantages de l'annonce, illustré ici par Bettina Klossner et Laurie Morard. Une action de la Presse Suisse, en collaboration avec les jeunes créatifs des agences suisses de publicité.

PRESSE SUISSE
SCHWEIZER PRESSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS



ldd

Les fromages du canton du Jura et du Jura bernois, ici ceux de la fromagerie de Corgémont (BE), évolueront à domicile lors des 6e Olympiades des fromages de montagne.

Le fromage à l'honneur

Du 22 au 25 octobre, les Olympiades des fromages de montagne prendront leurs quartiers dans le Jura et le Jura bernois pour leur sixième édition. Découverte.

EUGENIO D'ALESSIO

Le Jura et le Jura bernois frétillent d'impatience. Un trio de choc, Saignelégier (Jura), Tramelan et Bellelay (Jura bernois), accueillera fin octobre les 6e Olympiades des fromages de montagne (www.caseusmontanus.ch). Chapeautée par l'Interprofession Tête de moine et les artisans suisses du fromage (Fromarte), cette manifestation internationale prestigieuse, organisée tous les deux ans, promet d'être grandiose. Avec près de 60 000 visiteurs attendus et de nombreuses animations, elle mobilise toutes les fromageries de la région, mais également les milieux touristiques et hôteliers. Cerise sur le gâteau, elle est placée sous le patronage de la ministre de l'économie Doris Leuthard qui sera présente en terre jurassienne.

Des découvertes aussi bien gastronomiques que touristiques

Point d'orgue de ce rendez-vous gastronomique, le concours international des fromages de montagne fera halte à l'abbatiale de Bellelay, berceau du célèbre tête de moine. Environ 80 jurés, issus de la branche fromagère, des commerces, de la restauration et du journalisme, soupèseront la qualité de huit cents produits internationaux répartis en seize catégories. Les gagnants seront honorés le dimanche 25 octobre.

Les 6e Olympiades des fromages devraient attirer 60 000 visiteurs à Bellelay, Tramelan et Saignelégier.

La compétition ira de pair avec les découvertes gastronomiques et touristiques, les animations en tout genre et l'effort de réflexion. Ainsi, une soixantaine de chalets gavés de fromages et de produits du terroir formeront la scénographie d'un immense marché planté au cœur de Saignelégier. Un marché du Moyen Age (Bellelay), des spectacles folkloriques, des présentations de chevaux des Franches-Montagnes et un séminaire sur l'avenir des régions de montagne (Tramelan) compléteront, entre autres, le programme.

Pour l'organisation de cet événement majeur, les opérateurs touristiques, les professionnels de la branche, les milieux hôteliers ainsi que le canton de Berne et celui du Jura marchent main dans la main. Et les préparatifs vont bon train.

Jura Tourisme et Jura bernois Tourisme ont notamment bloqué des contingents hôteliers de 1500 lits: «Les Olympiades devraient attirer près de 700 professionnels. Ces visiteurs potentiels ont reçu un dossier de presse avec un formulaire qui permet de réserver une chambre d'hôtel dans la région. Les particuliers peuvent en faire de même en consultant nos sites internet. Par ailleurs, nous collaborons avec les CFF avec des offres RailAway sur les billets de train à destination de Saignelégier, Bellelay et Tramelan», expliquent de concert Toinette Wisard, responsable du marketing de Jura Tourisme, et Carole Sallot, son homologue de Jura bernois Tourisme. Et de préciser: «Les actions promotionnelles visent également la presse étrangère. C'est Switzerland Cheese Marketing, spécialisé dans le marketing hors de nos frontières, qui gère ce dossier en organisant, entre autres, des visites d'hôtels.»

Photopress/ldd

La cérémonie de passage de la flamme des Olympiades des fromages de montagne a eu lieu samedi, à Saignelégier, en présence du président de la Confédération Hans-Rudolf Merz (au milieu).

Une opportunité de promouvoir le Jura bernois et le canton du Jura

Il va sans dire que les milieux touristiques entendent profiter des Olympiades pour promouvoir le Jura bernois et le canton du Jura. «Nous voulons associer cet événement à la région. Nous allons dès lors mettre en avant l'image de l'abbatiale de Bellelay, celle du cheval dans les Franches-Montagnes, mais également celle du Chasseral pour marquer l'esprit des visiteurs. Nous ciblons un public situé dans un périmètre de 100 km autour des sites de la manifestation. Et à l'approche des Olympiades, nous lancerons des vagues publicitaires en collaboration avec RailAway en distribuant des flyers notamment», déclarent Toinette Wisard et Carole Sallot.

La flamme est arrivée samedi à Saignelégier

La cérémonie de passage de la flamme des Olympiades des fromages de montagne a eu lieu samedi dernier, au marché-concours de Saignelégier, en présence du président de la Confédération Hans-Rudolf Merz. Une délégation d'Oberstdorf (All), théâtre des dernières Olympiades, a transmis la flamme à la délégation jurassienne. Outre ces Olympiades, **Delémont-Courtemelon** accueillera les 26 et 27 septembre le **3e Concours suisse des produits du terroir**. Mille produits, en provenance de tous les cantons, seront en lice. lm/eda

Genève: comme sur un paquebot

Le Beau-Rivage dispose désormais de nouvelles suites. Situées au premier étage, elles bénéficient d'une très grande terrasse.

MICHEL BLOCH

Les propriétaires de l'Hôtel Beau-Rivage de Genève souhaitaient aller plus loin encore en matière de confort que les rénovations réalisées ces dernières années. Le défi constituant à aménager la toiture qui prolonge les suites du premier étage, valait aujourd'hui la peine d'être relevé.

Les suites royales et impériales ont été prolongées par d'immenses terrasses superbement aménagées et offrant une vue magique sur la rade. Le Beau-Rivage, avec ses nouveaux «sun decks», se donne ainsi un air de Riviera et de dolce farniente. Grâce à ces terrasses, les suites concernées semblent «ouvertes sur le large». Le «room service» prend alors une dimension différente que le client se fasse livrer une boisson ou un thé, ou qu'il y organise un apéritif.

Elément particulièrement original, et qui fait toute la différence, une rambarde transparente donne aux clients l'impression d'avoir effectivement le lac et le jet d'eau à leurs pieds. Ces nouveaux agencements viennent renforcer le sympathique sentiment de naviguer sur un yacht. Larges parasols, meubles de jardin, chaises longues confortables, fleurs et plantes d'agrément, éclairage tamisé et planchers en teck: des détails qui ont leur importance et qui constituent effectivement une réelle invitation à la croisière.

ldd

Les suites royales et impériales ont été prolongées par de très grandes terrasses équipées d'une rambarde transparente.

«Les clients de l'hôtel apprécient de plus en plus ces terrasses qui, grâce à leurs aménagements, font pour ainsi dire partie de la chambre ou en l'occurrence de la suite», confirme Xavier Collange, les sous- directeur de l'Hôtel Beau-Rivage.

En bref

Suisse

Note verte pour le programme de qualité

Le Programme de qualité du tourisme suisse tiendra davantage compte que par le passé du développement durable. Ainsi, à partir de ce mois, tous les établissements candidats à l'obtention du label de qualité de niveau I devront présenter un plan d'action comportant «au moins une mesure écologique», indique la Fédération suisse du tourisme, coordinatrice du programme de qualité. Cette orientation écologique concrétise l'engagement pris par les associations touristiques avec la signature de la «Charte du développement durable». mh

Résidences secondaires: un guide bienvenu

Alain D. Bolliat

Le problème des **résidences secondaires** devrait perdre un peu de son acuité avec la publication, par les autorités fédérales, d'un «guide pour la planification directrice cantonale». Pour la Fédération suisse du tourisme (FST), ce guide – actuellement en consultation – constitue une «contribution constructive» à la mise en place d'une politique en matière de résidences secondaires orientée sur la valeur ajoutée. La FST est toutefois d'avis que la Confédération pourrait apporter une aide à la planification en mettant à disposition des cantons et de l'économie touristique une banque de données fiable consacrée aux résidences secondaires. mh

Valais

Mayens de Bruson: le projet est maintenu

Le projet de construction de trois cents chalets-appartements, proposant deux mille lits touristiques, aux Mayens de Bruson, sur la commune de Bagnes (VS), est maintenu, malgré le désengagement en Europe de la société canadienne Intrawest. «Des démarches sont en cours pour trouver de nouveaux partenaires», a indiqué la semaine dernière la commune de Bagnes. mh

France

Bonne tenue des palaces parisiens et cannois

Le mois de juillet a été favorable aux palaces de Paris et de Cannes. Le consultant touristique MKG Hospitality a constaté que les hôtels de luxe de ces deux villes ont enregistré, respectivement, des hausses du revenu par chambre disponible (RevPAR) de 5 et de 10,8%. C'est la première fois depuis septembre 2008 qu'une évolution positive du RevPAR a pu être mesurée. Le taux d'occupation des palaces parisiens s'est élevé à 85,2% et celui des palaces de Cannes à 78,1%. Pour l'ensemble du parc hôtelier français, MKG Hospitality a relevé un recul du RevPAR de 6,3%. C'est la baisse la moins forte de cette année. mh

htr hotelrevue
No 33 / 13 août 2009

Photos ldd

Dans les hôtels de luxe, ici le Grand Hôtel du Lac à Vevey, la décoration des couloirs est, en règle générale, particulièrement soignée.

Décoration: le meilleur et le pire

Le pire côtoie parfois le meilleur en matière de décoration des couloirs d'hôtels. Tour d'horizon.

MICHEL BLOCH

Heureusement que les numéros des chambres sont inscrits sur les portes», pense ce voyageur qui se réjouit de parvenir bientôt à sa superbe chambre avec vue. En attendant, il chemine à travers de mornes couloirs dont la tristesse a fait perdre son sourire à la jeune femme de la réception chargée de le conduire à destination. Les murs couleur blanc cassé du «boyau» que parcourt notre visiteur sont décorés par des gravures représentant la bâtisse à sa création, il y a fort longtemps… A moins que la direction n'ait opté pour la reproduction encadrée de quelque ruine grecque, qui aurait, à la rigueur, pu séduire dans son pays d'origine, ou encore pour des photos de fruits peu appétissants.

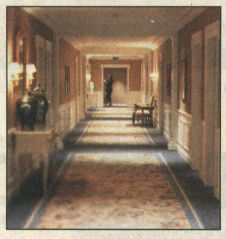
Le couloir d'un hôtel est l'antichambre de la chambre

Si le couloir est étroit, deux personnes ne peuvent marcher de front et le croisement s'avère difficile, comme sur une route de montagne, le charme en moins. Parfois, le couloir est large, surtout si l'hôtel date d'une époque où le mètre carré n'avait pas grande valeur. Les enfants sont presque tentés de faire du vélo ou de jouer aux billes dans ces espaces abandonnés dont l'impression de monotonie n'est pas rompue par la présence de meubles d'une autre époque, oubliés ici depuis des années. Le temps semble d'ailleurs être suspendu comme après l'éruption à Pompéi. L'ambiance se prête au recueillement. Bien entendu, cette description, pas vraiment glamour, relève de l'imaginaire et toute ressemblance avec l'un de nos beaux hôtels serait absolument involontaire.

Heureusement, nos hôteliers ont compris que dans la quête au bonheur des clients, il faut faire davantage que de créer des lobbys adaptés aux goûts du jour (chacun sait que l'on ne peut pas faire une seconde «première bonne impression») ou des salles de bains modernes sans lesquelles l'hôtel est immédiatement relégué dans la catégorie des vestiges du passé.

Certains couloirs sont si beaux qu'on pourrait croire que l'on se trouve dans un salon ou déjà dans la chambre.

Le couloir de l'hôtel devient une partie commune dont la décoration doit être soignée car le client y passe obligatoirement au minimum deux fois: lorsqu'il se rend dans sa chambre et lorsqu'il en sort, et aussi car nous sommes en quelque sorte dans l'antichambre de la chambre. Les grands décorateurs l'ont bien compris. Pierre-Yves Rochon, l'architecte d'intérieur qui a décoré tant de beaux hôtels de par le monde et, entre autres, le Grand Hôtel du Lac à Vevey, a décidé, lors de la rénovation totale de la vénérable bâtisse, de privilégier les corridors pour en faire des lieux de vie: moquette superbe, meubles somptueux, lustres, miroirs. En fait, on ne sait plus trop si l'on se trouve dans l'un des salons de l'hôtel ou déjà dans la chambre. Ce qui est fort agréable. Pour Thierry Michel, directeur des opérations du Chalet RoyAlp Hôtel et Spa à Villars, «les corridors doivent être chaleureux et soigneusement décorés. Le client doit s'y sentir bien, comme dans sa chambre».



Les couloirs d'hôtels sont, bien souvent, des lieux de vie.

Des lieux lumineux qui constituent un élément essentiel de bien-être

Il est certain, ainsi que le souligne Jean-Jacques Gauer, directeur général du Lausanne Palace et administrateur du futur hôtel situé sur le campus de l'EPFL (Ecole polytechnique fédérale de Lausanne), que, «lorsque l'on part de rien, il est plus facile de songer à bâtir des couloirs adaptés aux attentes des clients d'aujourd'hui et de créer des lieux lumineux et conviviaux.» Le couloir est ainsi à un élément essentiel de bien-être.

Quand les couloirs d'hôtels font office de galerie d'art

Le couloir d'un hôtel doit aller au-delà de la définition du Petit Robert: «passage étroit et long permettant d'aller d'une pièce à l'autre». Pièce de décoration essentielle, presque une galerie d'exposition, comme dans la partie récemment aménagée aux Trois Couronnes à Vevey avec des posters d'Andy Warhol, le couloir doit garantir la meilleure sécurité des clients et le calme auquel ils ont droit. L'insonorisation est essentielle et l'on ne doit jamais entendre le bruit sourd de la porte de la chambre située à proximité qui se referme bruyamment, phénomène fréquent depuis l'utilisation des clés électroniques. Chaque détail est essentiel. mb

Astra Hotel: un jacuzzi avec vue sur les toits de Vevey

Etablissement quatre étoiles Superior, l'Astra Hotel Vevey s'est doté d'une offre wellness. Un million de francs environ ont été investis dans cet aménagement

MIROSLAW HALABA

ldd

Une des nouveautés de l'offre est le jacuzzi situé sur le toit de l'hôtel.

Les hôtes de l'Astra Hotel Vevey peuvent désormais jouir des bienfaits d'un jacuzzi en plein air en bénéficiant d'une vue panoramique sur la cité veveysanne et ses vignobles. Cette installation a, en effet, la particularité d'être située sur le toit de l'hôtel.

Propriétaire et gérante de l'établissement, la famille Ming a investi «près d'un million de francs» pour transformer, élargir et se doter ainsi d'une offre wellness. Inauguré en mai, le «City Panoramic Spa» dispose, outre le jacuzzi, d'un sauna finlandais, d'un caldarium, d'un salionarium, d'une zone de repos. L'hôtel a profité de ces innovations pour mettre sur pied divers forfaits et offres spéciales sous le nom «Blue Offers». L'une d'entre elles figure sur la liste des «Perles rares» sélectionnées par Suisse Tourisme.

Miss Suisse: les candidates invitées à visiter le Valais

A en croire un article paru dans le Sonntagsblick, un quart des candidates au titre de Miss Suisse ne connaîtraient pas le Cervin. Etonné de ce résultat, le directeur de Valais Tourisme, Urs Zenhäusern, a décidé de les inviter à découvrir quelques-uns des grands atouts touristiques du Valais: le Cervin, le glacier d'Aletsch et le tournoi de golf qui se tiendra du 3 au 6 septembre à Crans-Montana, l'Omega European Masters. L'élection de Miss Suisse, quant à elle, aura lieu à la fin du mois de septembre. mh

Progression des ventes de Vacherin Mont-d'Or

Les producteurs de **Vacherin Mont-d'Or AOC** tirent un bilan positif de l'année 2008. Grâce à une météo favorable – un hiver froid et long avec de la neige –, la production a progressé de 3% à 547 tonnes, a révélé l'hebdomadaire spécialisé Agri. La progression est, certes, modeste, mais elle intervient après «quelques années de vaches maigres», comme l'a indiqué lors de l'assemblée générale le président de l'interprofession, Philippe Berthoud. Les exportations ont, en revanche, reculé de 30%, passant de 49 à 34 tonnes. La plus forte diminution, soit -8 tonnes, a été enregistrée sur le marché français. Ce recul n'inquiète cependant pas trop les producteurs, car les exportations ne représentent que 9% de la production totale, une production qu'ils aimeraient porter à 600 tonnes. mh

ldd

L'Hôtel Twannberg rouvrira ses portes en septembre

Ancien centre de vacances destiné aux personnes handicapées, prévu, un certain temps, pour accueillir des requérants d'asile, l'Hôtel Twannberg, au-dessus du lac de Bienne, rouvrira ses portes le 1er septembre. L'information a été communiquée par le groupe hôtelier BOAS qui a racheté l'établissement ce printemps. mh

Le Grand Quai: jouer son repas à pile ou face

Le Grand Quai, restaurant du Swissôtel Métropole à Genève, a choisi une formule originale pour marquer, selon ses propos, «sa première année de succès après un lifting réussi». Le 24 septembre, les clients pourront jouer leur repas à pile ou face, une des faces leur donnant la possibilité de manger sans bourse délier. mh

Photos Sophie Roselli

Martin Kaspar et Wayne Horbach (à dr.), deux des principales chevilles ouvrières du Swiss food festival qui se déroule actuellement au Swissôtel de Sydney.

Le «papé vodu» à Sydney

Au Swiss food festival qui se tient au Swissôtel de Sidney jusqu'au 16 août, le papet vaudois se prononce «the papé vodu». Reportage.

SOPHIE ROSELLI

De la fondue au menu d'un l'hôtel cinq étoiles. Une faute de goût? Au contraire, l'idée fait fureur au Swissôtel de Sydney. Cet établissement organise pour la 5e année l'unique Swiss food festival d'Australie. La région du lac Léman est à l'honneur pour cette édition. Mais comment proposer des produits du terroir lorsque les cuisines se trouvent à 18 000 km? «C'est très difficile et très cher», répond Martin Kaspar, le chef suisse alémanique. «Heureusement, la qualité des produits est fantastique en Australie», à la différence d'autres pays comme les Philippines où il a effectué une bonne partie de sa carrière.

Avec du fromage de Suisse et non pas du «Heidi cheese» de Tasmanie

Le gratin vaudois de pommes de terres, l'émincé de veau à la Genevoise, les malakoffs ou encore le papet vaudois sont ainsi concoctés avec les meilleurs produits australiens. «Nous avons des bouchers, boulangers, vignerons suisses établis ici qui appliquent des recettes authentiques en utilisant les ressources locales», explique Martin Kaspar. Un seul composant est pourtant irremplaçable: le fromage à raclette. Il existe bien un «Heidi cheese», fabriqué en Tasmanie, mais comme «l'herbe et l'altitude sont différentes là-bas, cela donne un autre goût au lait», remarque Martin Kaspar qui a choisi d'importer 200 kg de fromage plus corsé, «made in Switzerland».

L'opération représente un surcoût de 9 francs suisses le kilo, soit environ 1800 francs. Impossible donc d'importer tous les produits car le budget aurait doublé. Malgré tout, l'authenticité du menu est garantie: «Le plus important, c'est la préparation. Les recettes sont suisses», souligne Martin Kaspar. Le professionnel aux multiples récompenses culinaires s'est notamment inspiré d'un livre de recettes familial daté de 1915. Celui qui parle encore le mieux des plats classiques de la «beautiful Romandie region» est Australien. «La Suisse est très diverse, riche en cultures. Sa cuisine ne se limite pas au fromage et au chocolat. Nous voulons donc offrir l'expérience de la ‹Suissitude› aux visiteurs», explique Wayne Horbach, récemment nommé à la tête du Swissôtel de Sydney qu'il a rejoint voilà deux ans.

Faire connaître la cuisine suisse en plein hiver austral

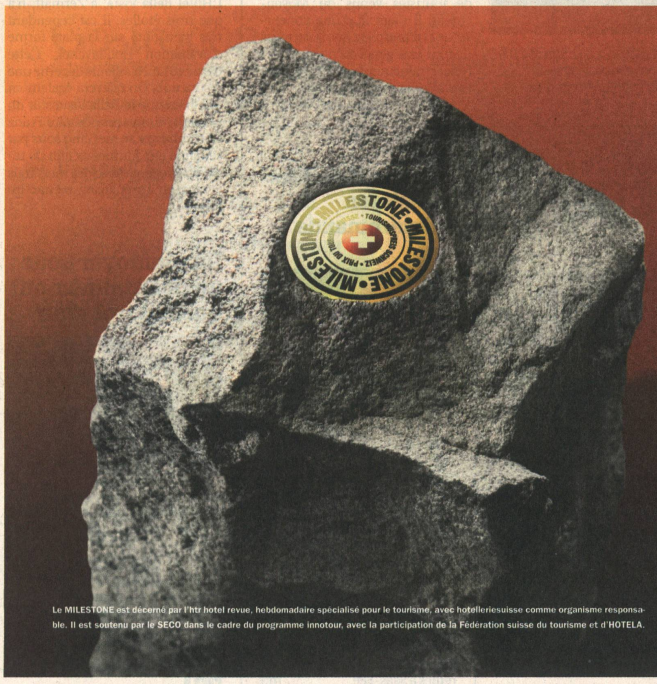
Pour mieux faire connaître cette «Suissitude» à un large public, le Swiss food festival a été présenté lors du premier marché d'hiver de Sydney en juin dernier, surtout fréquenté par la population locale. Les Australiens constituent d'ailleurs la principale clientèle de la fête culinaire suisse, attirés sans doute par un goût de nostalgie. Car ils ne découvrent pas la cuisine européenne, comme l'explique Renée Bou-Samra, responsable de la communication. «Ils partent plusieurs semaines en Europe, au moins une fois dans leur vie. Ils acquièrent ainsi une connaissance des plats traditionnels». Impossible donc de tricher. «On ne peut pas leur faire passer un gratin au fromage avec du cheddar… Cela ne marcherait pas», sourit Martin Kaspar.

L'événement culinaire, lancé à la veille de la Fête nationale suisse, se tient jusqu'au 16 août, en plein hiver austral. Quelque 3000 convives devraient s'asseoir cette année à la table suisse.

Poireau et saucisson vaudois: indispensables au «papé vodu».

Martin Kaspar a importé 200 kg de fromage suisse.

ANNONCE



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 innotour, avec la participation de la Fédération suisse du tourisme et d'HOTELA.

MILESTONE 2009:
Inscrivez-vous maintenant!

JUBILÄUM / JUBILÉ
10. AUSGABE
10e EDITION

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 hotel revue

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

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

la «der»

htr hotelrevue No 33 / 13 août 2009

«Le moment où le raisin arrive à maturité est primordial pour une vendange de qualité optimale.»
Jean-François Neyroud (Page 16)

24

L'édition 2009 des **Fêtes de Genève** a connu un grand succès populaire. Malgré cela, quelques inquiétudes planent, notamment au sujet des touristes du Golfe.

ALEXANDRE NICOULIN

Photos ldd

Les **feux d'artifice** ont à nouveau été très beaux, mais le recul des touristes du Moyen-Orient suscite quelques inquiétudes.

Des feux sur un fond de polémique

Grâce à une météo invitant à sortir et un nombre important de manifestations aguichantes telles que show aérien, feux d'artifice, des concerts ou autres, plus de deux millions de visiteurs ont flâné sur les quais et dans les parcs genevois durant les trois semaines et demie qu'ont duré les réjouissances. Un succès comparable à celui des belles années 2008 ou 2005, et qui permet aux Fêtes de Genève d'asseoir leur statut de plus grande manifestation touristique et grand public de Suisse.

Si les quais étaient bondés et les manifestations courues, les visiteurs ont cependant moins dépensé, crise oblige. Ainsi, bars, restaurateurs, cafés, tous clament en chœur avoir fait «moins bien» que lors des dernières éditions.

«Entamer une réflexion afin de diversifier notre clientèle»

Paul Muller, président de la Société des hôteliers genevois, dresse pour sa branche un bilan assez mitigé. «De manière générale, la fréquentation a été molle, ce qui induit évidemment un prix moyen des chambres plus bas que les années passées. Nous sommes tombés à des niveaux antérieurs à 2007», a-t-il déploré. Mais la véritable inquiétude concerne la clientèle du Moyen-Orient. Sous l'effet conjugué de la crise économique et de la grippe porcine, les touristes en provenance du Golfe étaient moins présents.

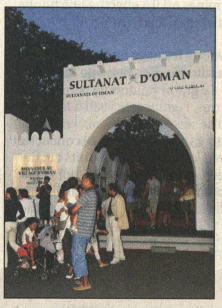
En la matière, Paul Muller ne cache pas son inquiétude pour l'avenir: «Par provocation, je serais tenté de dire que je me réjouis qu'on parle d'une diminution et non de la disparition de notre clientèle moyenne-orientale. En tout cas, je suis convaincu que nous, acteurs du tourisme genevois, devons entamer une profonde réflexion afin de trouver le moyen de développer de nouvelles niches, de diversifier notre clientèle estivale et de ne plus dépendre essentiellement de nos visiteurs moyens-orientaux.»

C'est dans ce contexte qu'éclate une polémique inattendue. La deuxième la plus importante chaîne de télévision du monde arabe, Al-Arabiya, a diffusé ce week-end un reportage relatant les agressions dont auraient été victimes des touristes saoudiens et qui présente la cité de Calvin comme un coupe-gorge. Un coup dur pour une ville qui joue à fond la carte de la sécurité. Toutefois, le reportage semble épouser les inquiétudes de certains touristes saoudiens.

> «Nous adorons la Suisse mais maintenant le nom de Genève est associé à l'insécurité.»
> **Nabil Mohamed Al Saleh**
> Ambassadeur d'Arabie saoudite

L'ambassadeur d'Arabie saoudite demande des mesures fortes

Nabil Mohamed Al Saleh, ambassadeur et consul général d'Arabie saoudite à Genève, a demandé des mesures fortes et confiait ce qui suit à la «Tribune de Genève»: «Tout cela doit s'arrêter, sinon les touristes du Golfe ne viendront plus ici. Nous adorons votre pays, mais maintenant le nom de Genève est associé à l'insécurité.»



Malgré la présence d'**Oman** comme hôte d'honneur, la clientèle du Golfe était moins nombreuse cette année.

Face à cette situation délicate, le conseiller d'Etat Laurent Moutinot a invité le consul général saoudien pour aborder ensemble la question.

Zurich une future concurrente de Genève pour la clientèle du Golfe?

Enfin, un autre nuage très sombre se manifeste à l'horizon. Dans le courant du mois de juillet, le réputé journal alémanique «Tages Anzeiger» publiait un long article au sujet de la présence à Zurich, en nombre exceptionnel, de touristes venus du Moyen-Orient. Il s'agit là d'une concurrence et d'une piste que les acteurs du tourisme genevois ne manqueront certainement pas d'étudier au cours de ces prochains mois.

Appel aux réceptionnistes

Organisé par l'AICR, le traditionnel concours des jeunes réceptionnistes aura lieu à Genève au mois de novembre. L'organisateur compte sur «une belle participation romande».

JEAN-JACQUES ETHENOZ

C'est l'Hôtel Crowne Plaza qui accueillera le 21 novembre le Concours du «Meilleur jeune réceptionniste» (le trophée Bucherer) organisé par l'AICR (Amicale internationale des chefs de réception). Les participants seront reçus la veille et, après leur enregistrement, ils passeront la soirée au Domaine de Divonne.

Pour cette édition, quelques modifications sont intervenues. Ainsi, contrairement aux dernières années, il n'y aura pas de présélection. Ce sont les résultats de la première épreuve écrite, commune à tous et portant sur les connaissances professionnelles, qui détermineront les candidats pouvant poursuivre le concours par un entretien avec les membres du jury (dont le membre d'honneur sera Christian Marich, le directeur général du Crowne Plaza) puis, le traditionnel jeu de rôles.

Demeure en revanche la condition qui veut que seuls des employés d'un établissement comptant parmi ses employés un membre de l'AICR peuvent s'inscrire à ce Trophée Bucherer, qualificatif pour la finale internationale, le Trophée David Campbell.

Les inscriptions pourront se faire auprès des membres de l'AICR de l'établissement ou directement sur le site www.aicr.ch. Egidio Marcato, le président de la section romande de l'association, espère qu'une vingtaine de candidats participeront au concours; il précise son «espoir de voir des candidats romands s'inscrire en nombre.»

Depuis sa création en 1996, deux Romandes ont remporté les concours suisse et international, Vanessa Bourquard, du Beau-Rivage Palace de Lausanne, en 1999 et Alexandra Edel, du Mirador Kempinski au Mont-Pèlerin, en 2004.

Alain D. Boillat

La profession de **réceptionniste** sera à l'honneur à Genève, le 21 novembre, avec le concours du «Meilleur jeune réceptionniste» de l'AICR.

Familles chinoises en visite en Suisse romande

ldd

Deux familles chinoises – la famille Zhang et la famille Tian de Shenzhen – ont été invitées, dans le cadre d'une opération avec Suisse Tourisme, à visiter, cette semaine, les cantons du Valais, de Vaud et de Genève. Sélectionnées lors d'un casting, ces familles sont suivies en permanence dans leur périple par un groupe de médias chinois. La **famille Zhang** (à g. sur la photo) a ainsi eu l'occasion de participer dimanche à un combat de reines à Saas-Fee. mh

D'une langue à l'autre

Le futur président de la FST bientôt au Conseil fédéral?

ldd

Le fait que **Dominique de Buman** ait annoncé vendredi qu'il était candidat à la succession de Pascal Couchepin au Conseil fédéral a surpris les responsables de la Fédération suisse du tourisme (FST). Il doit en effet être élu le 27 août à la présidence de la FST. Or, s'il succède à Pascal Couchepin trois semaines plus tard, il devra quitter la présidence de la FST. «Nous n'avons aucun problème avec ce cas de figure. Ce serait un honneur pour nous et une bonne chose pour le tourisme si l'un de ses représentants accédait au conseil fédéral», relève Franz Steinegger, le président démissionnaire de la FST. lm

Page 3

La FST demande plus de moyens à la Confédération

Etant donné que le recul des nuitées devrait se poursuivre en Suisse aussi bien à la fin de la présente année qu'en 2010, la Fédération suisse du tourisme (FST) a demandé à la Confédération qu'elle poursuive son programme d'impulsion. «La Confédération devrait soutenir la branche touristique avec une enveloppe de 25 millions de francs», écrit Mario Lütolf, le directeur de la FST, dans un communiqué de presse. lm

Page 4

L'Hôtel Bella Vista est très bien noté sur Holidaycheck

L'Hôtel Bella Vista, à Zermatt, n'a que trois étoiles. Il est cependant très bien noté sur la plate-forme d'évaluation Holidaychek. Cette dernière lui a d'ailleurs décerné une distinction. On relèvera également que bien que le Bella Vista soit un hôtel garni, son propriétaire Franz Götzenberger se met cinq soirs par semaine aux fourneaux afin de régaler ses clients avec des mets frais et sains qu'il prépare lui-même. lm

Page 7

Un plaidoyer pour un positionnement qui soit très clair

Ben Huggler

Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, estime que les hôteliers ont une très bonne carte à jouer entre les deux extrêmes que sont les hôtels de luxe et les hôtels bon marché: «Je suis persuadé que les trois-étoiles ont beaucoup d'avenir. Cela pour autant que leur positionnement soit très clair comme, par exemple, les Typically Swiss.» lm

Page 8

stellenrevue htr
marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi de la branche

htr hotel revue Nr. 33 / 13. August 2009

New Challenge
Personalberatung & Vermittlung

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

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

Veränderungen beginnen hier
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

reception@hotelleriesuisse

L'accès à votre activité future de réceptionniste d'hôtel

www.hotelleriesuisse.ch/reception
Téléphone 021 320 03 32

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Inhalt / Sommaire

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

Tertianum
GRUPPE

Gestalten Sie unsere Zukunft aktiv mit!

TERTIANUM AG ist die schweizweit führende Anbieterin von residenziellem Alterswohnen und betreibt 19 Seniorenresidenzen. Unsere im gehobenen Segment angesiedelte **Seniorenresidenz TERTIANUM Zollikerberg** mit 76 Appartements und 24 Einzel-Pflegezimmern sowie die familiäre **Pflegeresidenz TERTIANUM Restelberg** auf dem Zürichberg mit 13 Einzel-Pflegezimmern beschäftigen heute 90 Mitarbeitende.

Für die Führung beider Residenzen in Personalunion suchen wir mit Eintritt nach Vereinbarung eine/n

Direktorin/Direktor

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

Ihr Aufgabengebiet
- Selbständige und wirtschaftlich eigenverantwortliche Führung der Residenzen, orientiert an unserem Leitbild
- Verantwortungsbewusstes Kostenmanagement mit betriebswirtschaftlichem Denken und Handeln
- Mitarbeiterorientierte Personalführung
- Engagierte Öffentlichkeitsarbeit
- Weiterentwicklung und Sicherung des Qualitätsmanagements
- Kollegiale Zusammenarbeit und häuserübergreifende Kooperation mit unseren übrigen Residenzen in der Region Zürich

Ihr Profil
- Für diese anspruchsvolle Aufgabe suchen wir eine kommunikative, innovative und erfahrene Führungspersönlichkeit, die sich durch professionelles, verbindliches und verlässliches Auftreten, konzeptionelles Denken und organisatorisches Geschick auszeichnet
- Sie mögen Menschen, verfügen über fundierte Fach- und Sozialkompetenz im Hotel- und/oder Heimbereich und bewegen sich sicher in der Rolle als empathische/r Gastgeber/in
- Sie haben sich mit Krankheit, Sterben und Tod persönlich auseinander gesetzt und können damit natürlich umgehen

Wollen Sie diese unternehmerische Herausforderung annehmen?
Dann freuen wir uns sehr auf Ihre vollständigen schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto per Post. Wir sichern Ihnen absolute Diskretion zu. TERTIANUM AG, Winfried Giesel, Leiter Personal Gruppe, Seminarstrasse 28, Postfach, 8042 Zürich, Telefon 043 544 15 10, www.tertianum.ch

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

KOMPETENZ FÜR DAS ALTER

3499-1813

tune quality
Qualitätsmanagement • Strategie • Training

Eines der schönsten Weiterbildungs- und Tagungszentren bietet seinen internationalen Meetinggästen an attraktivster 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 Selbständigkeit, 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

3408-1780

Gastroconsult
UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir im Auftrag unseres Kunden für das

Hotel Bellevue-Bären
in Krattigen bei Spiez

ein **Geschäftsführerpaar**

Der Betrieb mit einmaliger Aussicht auf den Thunersee ist zeitgemäss ausgestattet und umfasst rund 200 Sitzplätze, einen Seminarraum (bis 100 Personen), eine Panoramaterrasse sowie 26 Hotelzimmer mit Dusche oder Bad.

Wir suchen ein Geschäftsführerpaar mit langjähriger und vielseitiger Erfahrung in der Hotellerie und Restauration. Zudem verfügen Sie über entsprechende Weiterbildungen.

Wenn Sie sich für diese interessante und anspruchsvolle Herausforderung interessieren, senden wir Ihnen gerne eine umfassende Dokumentation zu. Kontaktadresse:

Gastroconsult AG
Unternehmensberatung / Marcel Wyss
Standstrasse 8 / Postfach / 3000 Bern 22
031 340 66 28 / marcel.wyss@gastroconsult.ch
www.gastroconsult.ch

3541-1833

Hoteldirektorin gefunden
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

Direktionsassistent w/m

Hotel Hari im Schlegeli ist ein 3-Sterne-Saison-Betrieb mit angenehmen Arbeitszeiten, kein à la carte, 120 Betten, Wohnung vorhanden, Jahresstelle, Eintritt nach Vereinbarung. Wir sind Mitglied im Verband Christlicher Hotels. Ein junges, motiviertes Team sucht Sie zur Verstärkung.

Ihre Aufgaben:
– Ihr Arbeitsplatz ist der Front-Office-Bereich
– Betreuung und Anwendung der EDV-Systeme (MS-Office, Protel, Online-Kontingent-Verwaltung) und der Homepage
– Stellvertretung des Geschäftsführers
– Sales/Marketing-Verantwortlicher
– Übernahme versch. Bereiche nach Begabung und Vereinbarung

Voraussetzung:
– Sie sind ein Gastgeber mit Herz und Ausstrahlung
– Sie sind ein Allrounder und arbeiten gerne an der Front
– gute Sprachkenntnisse D, E, F in Wort und Schrift
– Durchsetzungsvermögen und teamfähig
– Grundausbildung in der Hotellerie erwünscht

Bitte richten Sie Rückfragen, Ihre Bewerbung mit Referenzen, Angabe des möglichen Eintrittstermins und Gehaltvorstellung an Bernd Zanker, Gartenweg 5, 3715 Adelboden, bernd.zanker@hotelhari.ch. Wir behandeln Ihre Bewerbung vertraulich und freuen uns auf Sie.

3543-1835

Für ein führendes Hotel im Mittelland, Region Aarau-Olten, 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.

3389-1774

★★★
PARKHOTEL LANGENTHAL
BUSINESS & LIFESTYLE

Das Parkhotel ist das *** Business & Lifestylehotel in Langenthal. Das Hotel verfügt über 37 Zimmer, 74 Betten, verschiedene gepflegte Gastronomiebetriebe mit einzigartiger Gartenterrasse sowie grossem Bankett- und Cateringbereich.

Für unseren lebhaften und abwechslungsreichen Betrieb suchen wir **auf Oktober 2009 oder nach Vereinbarung** eine/n

Gastgeber/in
Chef de Service

Ihre Hauptaufgaben: Sie führen den gesamten Frontbereich des Gastronomie- und Seminarbereiches im Parkhotel Langenthal. Dabei steht die aktive Gästebetreuung im Zentrum und bereitet Ihnen Spass. Für die Schulung und Organisation der Mitarbeiter sind Sie zuständig. Die Kundenzufriedenheit ist Ihr und unser oberstes Gebot!

Ihr Profil: Sie sind eine dynamische Persönlichkeit, ein/e Macher/in mit Organisationstalent und Durchsetzungsvermögen. Für Sie ist Flexibilität eine Selbstverständlichkeit, und der Gast steht stets im Zentrum. Ihre sympathische Art befähigt Sie, auf allen Ebenen zu kommunizieren. Zurzeit arbeiten Sie als Chef de Service und suchen eine neue, langfristige Aufgabe.

Nehmen Sie die Herausforderung an! Sehr gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

André Mangold, Direktor, Parkhotel Langenthal,
Weststrasse 90, 4900 Langenthal, Telefon 062 922 94 22

3558-1842

UNIWORLD BOUTIQUE RIVER CRUISE COLLECTION
GRC GLOBAL RIVER CRUISES

No request too large, no detail too small

Uniworld owns and operates a fleet of nine intimate, boutique hotel-style river cruise ships on the European waterways which cater exclusively to English-speaking clients. While each ship has its own unique personality and style, they are all designed with the same signature touches, luxurious décor and modern conveniences.

We truly care about delivering our guests personalized hospitality every step of the way and go beyond the ordinary…to the extraordinary.

Are you as passionate about going the extra mile as we are?
Are you well-trained with a solid education and have an excellent command of the English language?

To support our team onboard our ships we are looking for an experienced, motivated

Culinary Director (100%)

This important position reports direct into the Managing Director.

Your responsibilities
- Ensuring food quality on board the ships
- Menu Engineering including cost management
- Periodical review of menu cycles
- Train and control implementation of HACCP rules
- Trainings for culinary team
- Hiring of galley crew in co-operation with HR department
- Direct support of Corporate Chefs

What we expect
- Experience with 5*ship operations and used to cater for American and British guests
- Passion for the product
- Innovative, flexible and proactive leader and team player
- Ability to communicate and conduct business fluently in German and English
- Very good computer skills (Word, Excel, Outlook, PowerPoint)

What we offer
- A unique chance to join a dynamic and international team
- Competitive salary
- Starting date September/October 2009

Are you interested and would like to know more about us? Then send your full application in English to:

GRC Global River Cruises (Switzerland) GmbH
Uferstrasse 90
CH-4057 Basel

Esther Spörri
Human Resources Director
espoerri@uniworld.com
Tel. +41 61 638 96 61

3501-1814

Hotel Restaurant in Basel

sucht ab sofort:

Küchenchef für italienische Küche (28–40 Jahre)

mit der Fähigkeit, eine kleine Brigade von 3 Personen zu führen. Deutschkenntnisse sowie **Führungserfahrung** werden vorausgesetzt.

Haben Sie Interesse? Dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbungsunterlagen unter CHIFFRE 3471-1801 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

3471-1801

TÉLÉNENDAZ

Télénendaz SA cherche pour la saison d'hiver 2009-2010

2 gérants pour ses restaurants d'altitude de Plan du Fou et de la Chotte de Tortin

Aptitudes requises:
- CFC cuisinier(ère)
- Expérience professionnelle et dans la conduite de personnel
- Autorité naturelle et sens des responsabilités
- Excellent contact avec les gens
- Bonnes connaissances de l'allemand et de l'anglais
- Motivation, dynamisme et esprit d'initiative

Nous offrons un travail varié et indépendant, un emploi en Valais, à la montagne, un système de management de qualité certifié ISO 9001 et 14001.

Vous vous reconnaissez dans ce profil? Alors n'hésitez plus et envoyez votre dossier de candidature complet jusqu'au **28 août 2009** à Télé-Nendaz SA, service du personnel, case postale 364, 1997 Haute-Nendaz. Renseignements auprès de B. Fournier, tél. 027 289 52 00 (finance@telenendaz.ch)

3542-1834

DISENTIS SEDRUN
AN DER RHEINQUELLE

Sedrun Disentis Tourismus ist das Kompetenzzentrum für Positionierung, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Gästebetreuung am Fusse des Oberalppasses.

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung eine/einen

LeiterIn Service Public (GeschäftsführerIn-Stv.)

Zu Ihren Hauptaufgaben zählen
- Führung eines motivierten MitarbeiterInnen- und Lehrlingsteams als Mitglied der Geschäftsleitung
- Sicherstellung einer qualifizierten und leistungsfähigen Gästeinformation in den beiden Büros in Disentis und Sedrun
- Produktion diverser Imprimate
- Initiieren und organisieren von Events vor Ort
- Innovative Angebotsgestaltung
- Qualitätsmanagement
- Vertretung des Geschäftsführers in dessen Abwesenheit
- Unterstützung des Geschäftsführers u.a. in den Bereichen Personal und Finanzen

Wir wünschen uns eine Persönlichkeit mit
- Liebe zur Natur und den Bergen
- Berufs- und Führungserfahrung
- Dienstleistungsorientiertem Handeln
- Front- und Gästeerfahrung
- Guten EDV-Kenntnissen
- Organisationstalent
- Flexiblem und belastbarem Wesen

Sind Sie eine kommunikative Persönlichkeit mit Erfahrung im Tourismus und/oder Abschluss einer Tourismusfachschule? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Sedrun Disentis Tourismus
Frédéric Füssenich,
Via Alpsu 2, 7180 Disentis
Tel. 081 920 30 25
frederic.fuessenich@disentis-sedrun.ch

3550-1839

MOLINO
PIZZERIA RISTORANTE

I ristoranti Molino offrono ai nostri esigenti ospiti, in un ambiente confortebole tipico meridionale, dalle svariate scelte di specialità italiane, di alta qualità con prodotti tipici italiani.

Per espandere la nostra catena di ristoranti, ubicati neii luoghi di maggiore affluenza delle maggiori città svizzere, cerchiamo per **Lugano** un/a

Gerente
di origine e madre lingua italiana

Lei possiede un'ottima conoscenza nella gastronomia italiana in qualità di quadro e una solida esperienza nel servizio, nella cucina e nei vini. Lei é una persona che apprezza il miglior galateo e che vuole viziare i nostri ospiti!

Desidera approfondire e mettere a disposizione dei nostri ospiti e dipendenti le sue conoscenze professionali, le piacciono le novità e possiede l'attestato cantonale.

Nell'attesa di essere gerente di un ristorante Molino assumerà l'incarico di gerente aggiunto in un altro Ristorante Molino allo scopo di formarla accuratamente sulla linea aziendale e sulle sue funzioni.

Le offriamo un posto di lavoro sicuro e moderno, con tutti i vantaggi di una grande azienda. Condizioni lavorative e prestazioni sociali ottime sono da noi scontate.

Inviate il vostro curriculum completo di foto per posta o per e-mail al seguente indirizzi: MOLINO SA, Nansenstrasse 5, CH-8050 Zurigo, personal@molino.ch

MOLINO-Gastronomia è già presente con successo à: Berna, Dietikon, Friburgo, Ginevra (Place du Molard), Ginevra (Quai Général-Guisan – Le Lacustre), Carouge (centro commerciale La Praille), Montreux, San Gallo, Thônex, Uster, Wallisellen (centro commerciale Glatt), Winterthur, Zurigo (Limmatquai-Select), Zurigo (See-quai-Frascati), Zurigo (Stauffacher), Zermatt

www.molino.ch
UN'AZIENDA DELLA ATHRIS HOLDING SA

3473-1802

Das Hotel Engiadina ist ein 4-Sterne-Hotel im Zentrum von Zuoz/Engadin mit 40 Zimmern und 3 Restaurants. In den kommenden Jahren wird das Haus für mehrere Millionen Franken total renoviert und auf den neusten Stand gebracht. Zudem wird das Angebot mit einem 20- Zimmer-Neubau samt moderner Wellnessanlage ergänzt.

Wir suchen auf den Beginn der Wintersaison 2009/10 (Ende November/anfangs Dezember) eine bestens ausgebildete und fachlich versierte Persönlichkeit als

KÜCHENCHEF

Ihre Aufgabe: Ihr Aufgabengebiet umfasst in erster Linie die Produktion und Planung eines qualitativ hochstehenden Angebots für unsere Restaurants. Sie sind für den Foodeinkauf, die Führung und die Schulung Ihrer Mitarbeiter, die Menükalkulation sowie die Überwachung und Umsetzung der Hygienevorschriften verantwortlich.

Ihr Profil: Wir suchen einen motivierten Fachmann mit entsprechender Ausbildung, Erfahrung auf Gourmet-Niveau sowie Qualitäts- und Kostenbewusstsein.

Wenn Sie sich als initiativer und teamfähiger Berufsmann ein längerfristiges Engagement vorstellen können, dann freuen wir uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

HOTEL ENGIADINA
Andreas A. Haag
Postfach 139
7524 Zuoz
Tel. 081 851 54 54
Fax 081 854 33 03
mail@hotelengiadina.ch
www.hotelengiadina.ch

Parkhotel Engiadina Zuoz

3536-1828

GRÄCHEN
BURGERBETRIEBE

Grächen – der familienfreundliche Ort mit 299,5 Sonnentagen – liegt auf einer Sonnenterrasse hoch über dem Mattertal. Das Skigebiet befindet sich zwischen 1620 und 2868 m ü. M. und erstreckt sich über 40 Pistenkilometer.

Für die kommende Wintersaison suchen wir in unseren Bergrestaurants zur Ergänzung unseres Teams eine/n

- **Küchenchef/Köche**
- **Serviceangestellte/n**
- **Restaurationsfachfrau/-mann**
- **Barman/Barmaid**
- **Kassiererin**
- **verschiedene Hilfskräfte**

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche und interessante Tätigkeit in einem aufgestellten Team, attraktive Arbeitszeiten und zeitgemässe Anstellungsbedingungen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto bis am **31. August 2009.**

Burgergemeinde Grächen
Herr Beat Amstutz
3925 Grächen
Tel.: +41 (0)27 955 60 20
Mail: beat.amstutz@graechen.ch

3495-1811

New Challenge

Hotel & Gastro Personalvermittlung

Suchen Sie eine neue Herausforderung oder ganz einfach einen Tapetenwechsel?

Bei meinen Kunden im Raum Zürich, Frauenfeld und Luzern stehen Möglichkeiten offen:

STV GF Systemgastronomie
(Grossraum LU, vV Führungserfa in der Systemgastronomie)
Restaurantleiter/GF ital. Konzept
(entsprechende Berufskarriere mit qual. Leistungsausweis)
STV-GF ital. Konzept
Chef de Service
(für 2 junge Teams suche ich CH-Gastgeber-Power mit ersten Führungserfahrungen)
Fachfrau Hauswirtschaft ca. 80%
(Reg. Winterthur/Frauenfeld; erste Führungserfahrung, Lehrmeisterabschluss)
Réceptionistin
(mind. 1 Jahr Hotel-Berufserfahrung, sehr gute Sprach-Kenntn. CH, D,E, F,)
Küchenchef
Sous-chef's
Chef de Partie, Demi-Chef & Commis
Demi Chef Pâtissier
(Konditor mit Hotelerfahrung od. Koch mit Spezialisierung in der Pâtisserie)
Servicefachmann/frau
(Berufsabschluss und Erfahrung im gehobenen Service)

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

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

3549-1838

Für unser **** Ferien- & Seminarhotel Säntis im herrlichen Toggenburg/SG suchen wir nach Vereinbarung in Jahresstellung

Sous-Chef m/w

Ein kleines und motiviertes Team freut sich auf einen jungen, führungsstarken Fachmann.

Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen oder Ihren geschätzten Anruf.

**** Ferien- & Seminarhotel Säntis · CH-9657 Unterwasser
Telefon: +41 (0)71/998 50 20 · Fax: +41 (0)71/998 50 21
saentis@beutler-hotels.ch · www.hotel-saentis.ch

3480-1863

Seminarhotel GERZENSEE

Das Seminarhotel Gerzensee ist ein Haus der Stiftung der Schweizerischen Nationalbank, ausgezeichnet mit dem QIII und liegt inmitten einer einmaligen Landschaft. Wir verfügen über 54 Hotelzimmer, Seminarräumlichkeiten, Restaurants und eine Vielzahl von Freizeitmöglichkeiten in und um das Hotel. Für unser Team suchen wir per 1. Oktober 2009 eine/n

Leiter/in Hauswirtschaft 100 %

In Ihrer Funktion sind Sie für die Leitung und Organisation der Hauswirtschaft verantwortlich. Zudem sind Sie für die Führung, Schulung und Betreuung von Mitarbeitenden sowie für die Ausbildung der Lernenden zuständig. Allgemeine Aufräum- und Reinigungsarbeiten runden Ihr Aufgabengebiet ab.

Ihr Profil
– Abgeschlossene Ausbildung als HOFA oder GAFA
– Ausgewiesene Führungserfahrung
– Flexible und dienstleistungsorientierte Persönlichkeit
– Gepflegte Erscheinung & selbstständige Arbeitsweise

Wir bieten
– Permanente Aus- und Weiterbildung
– Spannendes Umfeld
– Überdurchschnittliche Sozialleistungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Seminarhotel Gerzensee
Clemens Stampfli
Hotel Direktor
Dorfstrasse 2
3115 Gerzensee
www.seminarhotelgerzensee.ch

managed by SV

3521-1822

Arosa

Wir sind ein persönlich geführtes 3 *** Hotel mit 35 Betten in Innerarosa. Auf die kommende Wintersaison suchen wir einen

Selbstständigen Alleinkoch
(Halbpension Abendessen)

Sind Sie kreativ, flexibel und motiviert zur selbstständigen Führung der Küche und verfügen Sie über Erfahrung?

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen und sehen Ihrer Bewerbung gerne entgegen.

Willi Beerli, Hotel Belri, 7050 Arosa
Tel. 081 378 72 80 belri@bluewin.ch www.belri.ch

3516-1816

HOTEL KREUZ & POST

Gepflegtes Erstklass-Hotel an zentraler Lage, mit 80 Betten, Spezialitätenrestaurant, Snackbar, Konferenzraum, div. Aufenthaltsräume, Bar-Dancing, Boutique

Wir suchen **per sofort,** oder Übereinkunft

- **Koch/Entremétier**
- **Commis de cuisine**

Sie müssen Freude am Beruf haben, eine fundierte Grundausbildung mitbringen und Verantwortungsbewusstsein besitzen

Anforderungen: Kochlehre mit Berufserfahrung. In Saison-, aber auch Jahresstelle möglich.

Lieben Sie die Berge und möchten Sie in einem dynamischen Team arbeiten? – wenn ja …

freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung. Merci

Familie Konzett, Hotel Kreuz+Post
3818 Grindelwald, Tel. 033 854 54 92
oder Heinz Jaberg, Küchenchef

E-Mail: kreuz-post@bluewin.ch

3477-1806

Hotel Vorab

Für unser bestbekanntes Hotel und À-la-carte-Restaurant suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft:

Servicemitarbeiter/in für À-la-carte-Restaurant

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leistungsgerechte Entlöhnung, tolle Atmosphäre in jungem Team sowie viel Freizeit- und Sportmöglichkeiten.

Ja, Sie fühlen sich angesprochen? So senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Hotel Vorab
z. H. Herrn G. R. Meiler
7017 Flims Dorf

3528-1826

Eine Stelle für Sie ?

Suchen Sie eine neue Herausforderung? Viele interessante Jahres- und Saison-Stellen sind zu besetzen. Einige Bespiele:

Chef Pâtissier (mit 5* + Michelin Erfahrung)
Chef de Partie, Commis de Cuisine
Chef de Rang, Service
Restaurantleiter/in (àlc + Bankett-Erfahrung)
Réceptionist/in (Sprachen E, F, I)

Haben Sie Interesse? Für weitere Angaben stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung und freuen uns von Ihnen zu hören.

gastro S

Gastro S Howald GmbH
Ochsengasse 2
4123 Allschwil 2
E-Mail: jobs@gastro-s.ch, Tel. 061 485 80 80

Weitere Angebote unter www.gastro-s.ch

3514-1817

Wir suchen einen kreativen Gastrounternehmer oder ein kreatives Ehepaar als

TREFF-PUNKT HOCH-WANG

Pächter

für das im Neubau stehende Bergrestaurant Triemel, auf der Sonnenterrasse im Schanfigg.

Das Restaurant liegt mit seinen 80 Innen- und 200 Terrassenplätzen inmitten des Winter- sport- und Wandergebietes Hochwang zwischen Chur und Arosa.

Das neue Angebot bietet bestehenden und neuen Gästen des Treffpunktes Spezialitäten aus der regionalen Küche. Mit kleineren und grösseren Veranstaltungen für das gesamte Tal soll gemeinsam mit Schanfigg Tourismus das touristische Angebot vergrössert werden. Die integrierte Pächterwohnung ist der Rückzugsort für die Planung dieser Aktivitäten. Der Arbeitsbeginn ist auf anfangs Dezember 2009 vorgesehen.

Sind Sie interessiert aktiv ein bewährtes Bergrestaurant neu zu prägen und eine aktive Rolle in der Angebotsplanung in der Region zu übernehmen?

Ihre komplette schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen nimmt bis 31. August gerne entgegen:
Gemeinde St. Peter-Pagig
Herr Martin Michael, Gemeindepräsident
Postfach 34, 7028 St. Peter-Pagig.

3519-1871

Wir suchen per 1. September 2009

Gasthaus HANS IM GLÜCK

Köchin / Koch 100%

Die Stiftung Pigna führt in der Stadt Kloten das Gasthaus Hans im Glück. Ein modernes Restaurant, das sich der Verarbeitung von regionalen, saisonalen und biologischen Produkten verpflichtet. Die Besonderheit des Gasthauses liegt in der Zusammenarbeit von Gastronomieprofis und Menschen mit Behinderung.

Ihre Aufgaben:
Sie führen selbständig einen Posten zusammen mit Lernenden oder Menschen mit Behinderung. Mithilfe bei der Angebotsplanung und mitdenken bei der Umsetzung ist für uns Selbstverständlichkeit. Fachgerechte Verarbeitung und Zubereitung von frischen Lebensmitteln tun wir mit Freude. Zudem gehört in Ihr Aufgabenbereich, dass unsere Qualitätsstandards, Rezepturen und die Hygienevorschriften eingehalten werden.

Ihr Profil:
Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung als Koch. Eine grosse Sozialkompetenz und arbeiten mit und für Menschen sind neben Ihrer Fachkompetenz weitere Fähigkeiten, die Sie bei uns einsetzen wollen. Flexibilität, Belastbarkeit, Eigenverantwortung und unternehmerisches Denken gehören zu Ihren Stärken. Die Führung und Begleitung von Menschen mit Behinderung und Lernenden macht Ihnen Spass.

Ihr Profit:
Wir fordern und fördern Sie vom ersten Tag an, führen Sie fundiert in Ihre neue Aufgabe ein und unterstützen Sie bei der Erreichung Ihrer beruflichen und persönlichen Ziele. Wir bieten Ihnen einen Arbeitsplatz in einem lebhaften Betrieb, faire und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen, zeitgemässe Entlöhnung und fortschrittliche Sozialleistungen.

Fühlen Sie sich angesprochen, so müssen wir uns kennenlernen! Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:
Gasthaus Hans im Glück, Graswinkelstrasse 54, 8302 Kloten,
Beat Schmid, Leiter Gastronomie, Telefon 044 800 15 18

3475-1805

riverside ...alles im grünen bereich.

Nach 140-jährigem Betrieb hat die Garn-Spinnerei „Letten" in Zweidlen ihre Produktion eingestellt. In den ehemaligen Räumlichkeiten entsteht bis Anfang November 2009 ein neuer Business- & Freizeitkomplex. Das ***riverside*** mit einer Gesamtfläche von ca. 8.000m2 vereint verschiedene Geschäftsfelder unter einem Dach. In Realisation sind ein 4****Hotel, Business- und Seminarmöglichkeiten, 3 Restaurants, eine Bowlingbahn sowie Gewerbeflächen.

Zur **Eröffnung im November 2009** suchen wir motivierte und engagierte Mitarbeiter, die das Küchenteam tatkräftig und kompetent in den folgenden Bereichen unterstützen:

- **Commis für alle Posten**
- **Bankett Sous Chef**
- **Hauptküchen Sous Chef**
- **Pizzaiolo**
- **Frühstückskoch / Hilfskoch**
- **Spühlkraft**

Haben wir Ihr Interesse geweckt?! dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

riverside*management*
rolf sallenbach
spinnerei-lettenstrasse
8192 zweidlen-glattfelden
email rolf.sallenbach@riverside.ch
telefon +41 43 500 92 92

3498-1812

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

Einfach unter **www.hoteljob.ch** den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.
Viel Erfolg bei der Suche!

hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Direktion/ Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Direktionsassistent / Corporate F&B	Region Zentralschweiz	J3583
Assistenz der Geschäftsleitung	Region Zürich/ Schaffhausen	J3469
LeiterIn Service Public (GeschäftsführerIn-Stv.)	Region Graubünden	J3476
Assistent/In Geschäftsführer.	Region Zürich/ Schaffhausen	J3573
GeschäftsführerIn	Region Zürich/ Schaffhausen	J3578
Restaurantmanager (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J3465
Kadernachwuchs (w/m) 100 %	Region Bern	J3492

Verkauf/ Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sales - Persönlichkeit	Region Zürich/ Schaffhausen	J3576
Verkaufs- und Marketingassistent	Region Zürich/ Schaffhausen	J3586

Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Personalberaterin	Region Zürich/ Schaffhausen	J3580

Reiseleitung/ Tourismus

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Fachperson Tourismus Emmental (80 – 100%)	Region Bern	J3569

Réception/ Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Leiter/in Seminar	Region Zentralschweiz	J3349
Front Office Mitarbeiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J3588
Mitarbeiterin Back Office	Region Bern	J3473
Réceptionist/in	Region Graubünden	J3591
Réceptionist/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J3489

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebsleiterassistent/in Tagesstelle	Region Zürich/ Schaffhausen	J3468
Betriebsassistent/in	Region Bern	J3501

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sous-chef und Koch/Jungkoch	Region Mittelland (SO,AG)	J3497
Chef de partie.	Region Basel	J3467
Köchin/Koch 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J3498
Jungkoch	Region Ostschweiz	J3484
Commis de cuisine / Servicefachfrau	Region Graubünden	J3472
Sous-chef m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J3334
Diätköchin/-koch	Region Bern	J3570
Chef pâtissier m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J3341
eidg. dipl. Küchenchef	Region Basel	J3343
Koch (Saucier)	Region Bern	J3348
Thaikoch	Region Zürich/ Schaffhausen	J3572
Sous-chef m/w Wintersaison	Region Graubünden	J3585
Jungkoch	Region Bern	J3482
Commis de cuisine m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J3339
Fachkraft Küche Coach im Küchenteam	Region Mittelland (SO,AG)	J3485
Demi-chef de partie	Region Graubünden	J3475
Demi-chef pâtissier	Region Zürich/ Schaffhausen	J3579
Sous-chef (w/m) 100 %	Region Bern	J3495
Bäcker/in 50% (Mo-Fr vormittags)	Region Basel	J3471
Küchenchef/in mit Gastgeberqualitäten	Region Zentralschweiz	J3491
Koch / Köchin	Region Zentralschweiz	J3493

Service/ Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Serviceaushilfe (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J3574
Serviceangestellte	Region Graubünden	J3571
RestaurationsleiterIn	Region Zürich/ Schaffhausen	J3581
2. Chef de service Brasserie	Region Basel	J3575
Chef de service	Region Bern	J3582
Restaurantleiter/-in / Betriebsleitung	Region Bern	J3584
Chef de Service (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J3487
Teamleiter/-in Service 100 %	Region Bern	J3494
Servicefachangestellte	Region Zürich/ Schaffhausen	J3488
Servicemitarbeiter m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J3338
Restaurationsfachmann	Region Mittelland (SO,AG)	J3340
2. Chef de service	Region Basel	J3342
Restaurantleiter/-in 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J3502

Service/ Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de service (m/w).	Region Zürich/ Schaffhausen	J3466

Bar/ Events/ Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Bardame	Region Zürich/ Schaffhausen	J3481
Junge/r dynamische/r Barmitarbeiter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J3587
1. Maître d'hôtel	Region Bern	J3337

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Haushälterin	Region Zürich/ Schaffhausen	J3568
Allrounderin	Region Graubünden	J3480
Team Member Back-Office	Region Bern	J3483
Hauswirtschaftsleiterin	Region Zentralschweiz	J3499

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B481	Aide du patron, Stv. Geschäftsleiter	50	CH	per sofort	D|F|E
B463	Assistentin / PR / Marketing / Sekretariat	30	CH	per sofort	D|E
B477	Bankett & Seminar-Bereich/ Direktions- oder Betriebsassistenz	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|I|E|HU
B483	F&B Manager	44	NL	per sofort	D|E|NL
B432	Geschäftsführer, Einkäufer	36	DE	per sofort	D|F|E|ES
B209	Geschäftsleiter, Direktor, Betriebsleiter	53	CH	per sofort	D|F|E
B165	Hoteldirektion/Geschäftsführung/Management	53	CH	per sofort	D|F|I|E
B450	Kinderanimator, Kinderskilehrer, Privatlehrer, Pflegehelfer SRK	48	CH	per sofort	D|F|I|E
B422	Masseur	54	DE	per sofort	D
B482	Réception, Büro, Marketing, Direktion	34	IT	per sofort	D|F|I|E
B458	Restaurantfachmann	28	DE	per sofort	D|E
B8	Restaurantleiter/Chef de service	48	CH	per sofort	D|F|I|E
B157	Restaurantleiter/Chef de service/Betriebsassistent	31	DE	per sofort	D|E|RU
B475	Réceptionistin	22	CH	per sofort	D|F|E|ES
B351	Service	25	CH	per sofort	D
B489	Service	28	AT	per sofort	D
B479	Serviceangestellter	25	CH	per sofort	D|F|E
B385	Servicemitarbeiterin / Allrounderin	20	CH	per sofort	D|F|I|E|ES
B462	Tourismus	30	DE	per sofort	D|F|I|E

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

Stand per 10. 8. 2009. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.
Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

RAUM FÜR KARRIERE

Seit über hundert Jahren gehören wir zu den besten Adressen der Luxushotellerie an den eindrücklichsten Orten der Schweiz; und das nicht allein für unsere Gäste sondern auch für Sie, als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter.
Unsere Traditionen, echte Gastfreundschaft und das permanente Streben nach Perfektion führen uns gemeinsam in eine erfolgreiche Zukunft.

In unserer Collection mit 4 führenden Hotels der Luxusklasse bieten wir einen innovativen, einzigartigen Arbeitsort mit Potential für eine engagierte, initiative Persönlichkeit als:

VICTORIA-JUNGFRAU Grand Hotel & Spa
Night Auditor
Réceptionist/In
Massage-Therapeut/In 40% - 80%
Kosmetiker/In 40% - 80%
Küchenchef JUNGFRAU BRASSERIE / LA PASTATECA

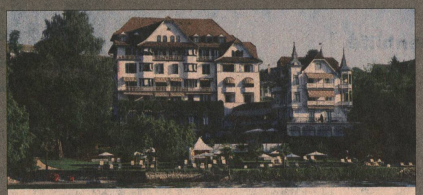
PALACE LUZERN
Chef pâtissier
Chef de partie

Unter www.victoria-jungfrau-collection.ch/jobs finden Sie alles Weitere. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

VICTORIA-JUNGFRAU Grand Hotel & Spa
Höheweg 41, 3800 Interlaken
Personalbüro, Frau Nadine Müller, Telefon 033 828 26 77
hr@victoria-jungfrau.ch, www.victoria-jungfrau.ch

PALACE LUZERN
Haldenstrasse 10, 6002 Luzern
Personalbüro, Frau Dominique Schürmann, Telefon 041 416 10 04
hr@palace-luzern.ch, www.palace-luzern.ch

VICTORIA-JUNGFRAU COLLECTION



Spare
Park Hotel Weggis
Für alle Zeiten

Park Hotel Weggis – wo Träume übertroffen werden!

Wir verstehen uns als vielseitigen, einzigartigen Ferienerlebnis-Anbieter mit aussergewöhnlichen Beherbergungs- und vielfältigen Verpflegungsmöglichkeiten sowie zahlreichen Freizeitaktivitäten inmitten einer intakten Natur.

Mit einem überaus freundlichen, dynamischen und flexiblen Team wollen wir unseren Kunden einen unvergesslichen und erholsamen Aufenthalt ermöglichen. Der Gast steht immer im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 15. Oktober oder nach Vereinbarung in Jahresstelle eine/n

Stv. Teamleiter Front Office (m/w)

In dieser Funktion unterstützen Sie die Teamleiterin in allen administrativen und operativen Aufgaben wie Reservations- und Korrespondenzkontrolle, Debitorenverwaltung und Dienstplangestaltung und übernehmen die Abwesenheitsvertretung.

Unsere Anforderungen an Sie:
- Schweizerdeutsche Muttersprache
- Kaufmännische Ausbildung, Hotelhandels- oder Hotelfachschule
- Einige Jahre Berufserfahrung in der Schweizer 5-Sterne-Hotellerie
- Erfahrung in der Mitarbeiterführung von Vorteil
- Selbständige, strukturierte und organisierte Arbeitsweise
- Hohe Sozialkompetenz
- Gute EDV Kenntnisse (MS-Office), Protel von Vorteil
- Gute Sprachkenntnisse in D/F/E, Italienisch von Vorteil
- Verkaufsstarke, belastbare, teamorientierte Persönlichkeit mit kundenorientiertem Denken und sicherem Auftreten.
- Idealalter: 25 – 30 Jahre

Wenn Sie Sich angesprochen fühlen und dem Anforderungsprofil entsprechen, freuen wir uns sehr, Sie bald kennen lernen zu dürfen.

Elisabeth Isenegger
Leiterin Human Resources
Hertensteinstrasse 34
6353 Weggis / Switzerland

Telefon +41 (0)41 392 07 01
Fax +41 (0)41 392 07 08

elisabeth.isenegger@phw.ch
www.phw.ch

Restaurant KunstHof
8730 Uznach

KunstHof

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung noch folgende qualifizierte und motivierte Mitarbeiter:

Koch / Patissier m/w

Sind Sie interessiert, in einem jungen Team tatkräftig mitzuwirken?

Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Restaurant KunstHof
Zürcherstrasse 28
8730 Uznach

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau Janine Hausmann oder Herr Christoph Köhli, Telefon 055 280 30 00, gerne zur Verfügung.

www.kunsthof-uznach.ch

3540-1832

Mr. Pickwick Pub - The place where people meet

Mr. Pickwick Pub – The place where people meet

Hotel Pickwick – Where people sleep

Hotel Pickwick - Where people sleep

Zur Unterstützung unseres Teams für das Mr. Pickwick Pub/ Hotel Mr. Pickwick in Luzern suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/-n junge/-n und dynamische/-n

Allrounder/-in

Mr. Pickwick Pub
Jolanda Merx
Rathausquai 6
6004 Luzern

Sie bringen Erfahrung im Gastgewerbe mit und sind zwischen 25 und 30 Jahre alt. Im Umgang mit unseren Gästen macht es Ihnen Spass, sich in Deutsch und Englisch zu unterhalten - we care for our guests. Neue Aufgaben betrachten Sie als willkommene Herausforderung. Als flexible/-r Mitarbeiter/-in arbeiten Sie sowohl an der Bar, in der Küche als auch im Hotel.

www.pickwick.ch
piwi.luzern@gastrag.ch

Sind Sie interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

3518-1830

JUNGFRAU LODGE
SWISS MOUNTAIN HOTEL
Grindelwald

Wir, das Hotel Jungfrau Lodge, ein 3*-Haus mit total 90 Betten im Herzen von Grindelwald, bieten für die kommende Wintersaison folgende Arbeitsstellen an:

Tournante
für Réception & Service (Eintritt ab sofort oder nach Vereinbarung)

Servicefachkraft
für Frühstück & Halbpension mit Aushilfe an unserer Skibar (Eintritt Mitte Dez.)

Allrounder
für Küche & Etage (Eintritt Mitte Dez.)

Servicemitarbeiter/in
für unsere Skibar «Bärgelegg» (Eintritt Mitte Dez.)

Sind Sie motiviert, bereit, eine überdurchschnittliche Leistung in einem eingespielten, einsatzfreudigen und jungen Team zu erbringen? Dann wollen wir SIE kennen lernen! Auf Ihre schriftliche Bewerbung freut sich:
Jungfrau Lodge,
Renata Märkle, 3818 Grindelwald
Info@jungfraulodge.ch
www.jungfraulodge.ch

3534-1827

Hotel Restaurant in Basel

sucht ab sofort:

Koch und Küchenhilfe

für unser italienisches Restaurant mit Pizzeria. Wir erwarten einige Jahre Berufserfahrung sowie motivierten Arbeitseinsatz.

Haben Sie Interesse? Dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbungsunterlagen an: Hotel Restaurant Resslirytti, Uwe Laurentius, Theodorsgraben 42, 4058 Basel

3472-1802

CUCAGNA hostel

Cucagna hostel – ab Dezember 2009 ist das die neue Adresse in Disentis.

Ein einfaches, gepflegtes hostel mit 50 Betten und einer integrierten Bar soll die jungen und erlebnissuchenden Gäste ansprechen.

Damit das hostel zu einer einzigartigen Adresse wird suchen wir Dich! Du bist jung, motiviert und flexibel, bringst Erfahrung im Barbereich mit und idealerweise ein Hotelfachschulabschluss. Die Stelle als

LEITER HOSTEL UND CHEF DE BAR

ist die ideale Chance nach einer Ausbildung wieder in die Arbeitswelt einzusteigen. Zu den täglichen Arbeiten gehört das Arbeiten hinter der Bar, Getränkebestellung, Tagesabschlüsse und allgemeine Führungsarbeiten.

Wir freuen uns auf eine ausführliche Bewerbung mit Foto an:

Cucagna SA
Sina Schneller & Fabian Schwarz
Via Alpsu 10 · 7180 Disentis/Mustér
Telefon 081 929 55 55 · hostel@cucagna.ch

3544-1830

Svizzera italiana

Hotel Ascona

Albergo 4 stelle a conduzione familiare situato sulla leggendaria collina di Ascona
cerca un/a:

ricezionista

con esperienza.

Ottime conoscenze des tedesco, italiano, francese ed inglese e comprensione dello svizzero tedesco.

Data da convenire.

Inviare curriculum a:
A. Biasca-Caroni
Hotel Ascona
6612 Ascona

booking@hotel-ascona.ch
www.hotel-ascona.ch
tel.: 091 785 15 15
fax: 091 785 15 30

3526-1825

Stellenvermittlungen

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

484-289

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

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

hoteljob.ch

IMPRESSUM

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

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

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

Termine:

	Nr. 34/2009	Nr. 35/2009	Nr. 36/2009	Nr. 37/2009
– Ausgabe				
– Erscheint	20.8.2009	27.8.2009	3.9.2009	10.9.2009
– Anzeigenschluss **Mo. 12.00 Uhr**	17.8.2009	24.8.2009	31.8.2009	7.9.2009

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

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

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