Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2009)
Heft: 38

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

261

1002893
Schweiz. Nationalbibliothek
Periodikadienst
Hallwylerstrasse 15
3005 Bern

006
01311
30

htr hotelrevue

avec cahier français

17. September 2009
Nr. 38 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
www.htr.ch

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Heute mit 271 Stellenangeboten**

Hotelwelten
Zwei Themen aus der Beilage: Modisches für Mitarbeitende, und Cleveres F&B-Management.
Beilage

Grossanlässe
Was jährlich wiederkehrende Gross-Events Hotels bringen. Und was nicht.
Seite 4

Brunetti & Co.
Venedig, Triest, Paris: Wie man mit dem Krimi als Reiseführer Städte entdeckt.
Seite 19

Hotelkette
«In St. Gallen kämpfe ich seit zehn Jahren um einen guten Standort – und kriege nie etwas.»
Seite 7

Georges Schneider, Generaldirektor Accor Hospitality Schweiz

Alain D. Boillat

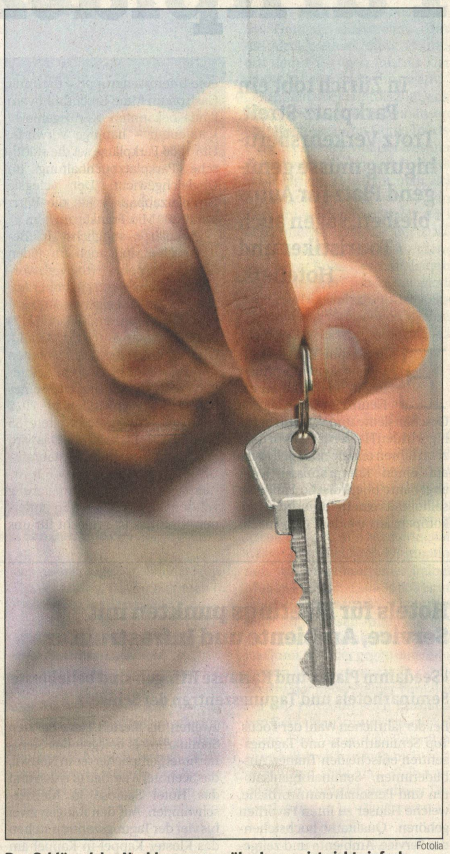
Junge an die Macht

In Familienbetrieben ist die Schlüsselübergabe oft mit schwierigen Ablöseprozessen verbunden. Für beide Seiten.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Jungen kommen mit neuen Ideen, neuen Plänen. Die Eltern mit ihrer jahrelangen Erfahrung fühlen sich möglicherweise vor den Kopf gestossen. Es sei denn, sie ändern ihre Einstellung. Werner Hofmann, Besitzer des Hotels Stella in Interlaken, macht sich immer wieder bewusst, dass «mehrere Wege zum Ziel führen». Das räumt seinem Sohn Bastian Hofmann, der das Hotel im Dezember übernimmt, Freiraum ein und hilft dem Vater, loszulassen. Nicht einfach ist die Situation auch dann, wenn mehrere Kinder das elterliche Hotel übernehmen möchten, wie im «Waldhaus» in Sils. Hier hat der Familienrat entschieden, welche zwei Nachfolger eine Führungsfunktion haben sollen. Hoteliers ohne Nachfolger oder mit Söhnen und Töchtern, die den Betrieb nicht übernehmen wollen, müssen ihr Haus verkaufen, vermieten, verpachten oder sonst halt umnutzen. Schwierig bei allen Nachfolgeregelungen ist: Die Familien stecken oft nicht nur Herzblut, sondern auch ihr gesamtes Vermögen in den Betrieb. Hier kann eine frühzeitig durchdachte Regelung helfen, Druck wegzunehmen.

In Familienbetrieben gibt es noch andere Herausforderungen zu meistern. Etwa jene, genug Rendite zu erwirtschaften. Die Grächener Matterhorn-Valley-Kooperation macht es vor, wie und wo der Hotelier Geld sparen kann, wenn er mit anderen zusammenspannt. Eine typische Eigenheit der familiengeführten Hotels ist auch, dass ein Paar praktisch Tag und Nacht zusammen ist. Das kann zu Konflikten führen, muss aber nicht, wie Beispiele aus Thusis und Carona zeigen.
Seite 9 bis 13



Fotolia

Den Schlüssel den Nachkommen zu überlassen, ist nicht einfach.

Destinationen

Aletsch verlässt «Gottardo», Luzern stärkt Dachmarke

Der geografische Bogen von der «Aletsch Arena» zum Dachmarken-Projekt «San Gottardo» war wohl zu weit gespannt. Die Arena verlässt den touristischen Vermarktungspool. Ihr Präsident Ignaz Imhof sagt: «Wir waren immer dezidiert dagegen, dass man aus San Gottardo eine eigenständige Destination und Marke kreiert.» Im Goms entschied man sich noch nicht. Dort ist man dem touristischen «Gottardo»-Kernland näher.

«Luzern – Die Stadt. Der See. Die Berge.» Mit diesem Claim und mit Innotour-Support soll Luzern sich zur Dachmarke der gesamten Innerschweiz entwickeln. kjv
Seite 3 und 5

Kurzfilm-Wettbewerb

Bühne frei: Der erste Swiss Hotel Film Award verliehen

Zweifellos, etwas Hollywood-Stimmung kam auf, letzte Woche in der Arena Filmcity (Sihlcity) in Zürich: Zum ersten Mal wurde der Swiss Hotel Film Award verliehen und feierlich zelebriert. Anfang Jahr lancierte hotelleriesuisse diese Idee und punktete nicht nur bei den Jungfilmern, auch die Hoteliers waren begeistert. Schliesslich ist das Hotel eine Bühne. «Wir Hoteliers inszenieren Auftritte für unsere Gäste. Unabhängig von Sternen und Positionierung. Das macht Hotels einzigartig», begrüsste Guglielmo L. Brentel, Präsident von hotelleriesuisse und geistiger Vater des Swiss Hotel Film Awards die rund 500 Gäste. Die grossen Emotionen blieben denn auch nicht aus. Als der erste Preis an den Kurzfilm «Chindersach» von Fanny Vázquez und Olivier Brandenberg übergeben wurde, flossen Freudentränen. Die «verkehrte», im Basler Grandhotel Les Trois Rois gespielte Hotelwelt, in welcher Kinder in die Erwachsenenrollen schlüpfen und einen Gast in die Verzweiflung treiben, überzeugte die Jury und gewann.

Glamour verlieh dem Anlass auch der international bekannte Schweizer Schauspieler und Rapper Carlos Leal. Er war eigens für die Verleihung des Swiss Hotel Film Awards nach Zürich gereist und unterhielt das Publikum bestens. sls

Filmpreis: Die Schweizer Hotellerie zeigte sich glamourös. Alain D. Boillat

Seite 8, 15 und 25

Kommentar

Parkplätze in der Stadt: Mass nehmen, Mass halten

ANDREAS GÜNTERT

In Zürich wird ein altes Kriegsbeil wieder ausgegraben: es geht um Parkplätze in der Innenstadt. Erboste Gewerbler monieren, dass die Stadtregierung ständig Parkplätze abschaffe und nicht für gleichwertigen Ersatz sorge. Eine Diskussion mit hoher touristischer Relevanz.

Parkplätze sind ein klarer Wettbewerbsvorteil für City-Hoteliers. Diese spielen eine wichtige Rolle im Schweizer Tourismus: vier von zehn Schweizer Logiernächten werden in kleinen und grossen Städten generiert. Der Gast, der mit dem

«Parkplätze sind ein klarer Wettbewerbsvorteil für die City-Hoteliers.»

eigenen Wagen anreist, will diesen sicher, preisgünstig und nahe versorgen. Hierzulande oft unmöglich. In der Absicht, Innenstädte lebenswerter und fussgängerfreundlicher zu machen, radieren Stadtregierungen Parkplätze meist im Dutzend aus. Das macht es für Hospitality-Profis schwierig, motorisierte Gäste angemessen zu empfangen. Die neu entfachte Parkplatz-Diskussion in Zürich zeigt, dass für Gewerbler, Gastronomen und Hoteliers einiges im Argen liegt. «Lücke finden. Den Verkehr nicht behindern. Mass nehmen. Einzirkeln», mahnen Fahrlehrer, wenn's ans heikle Manöver geht. Mass nehmen und Mass halten ist auch von Schweizer Stadtregierungen gefordert. Eine lebenswerte Innenstadt: das ist eine gute Idee. Deswegen aber blindwütig und ohne Augenmerk Parkplätze abzuschaffen – das kann nicht die Lösung sein.
Seite 2

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

9 771662 334000 38

ANZEIGE.

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

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

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

aduno easy
das beste Zahlterminal finden:
www.aduno.ch
aduno

UNSCHLAGBARE HERBSTAKTION
PRIMO MINIBARS
&
SMARTBOX SAFES
www.minibar.ch
>Neuigkeiten<

Ihr Yield-Management Partner.
t +41 31 302 70 90
www.hotelpartner.ch
HotelPartner
BE PART OF OUR SUCCESS

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

Aus der Region

Wallis

Gewinn der BVZ Holding sank um ein Viertel

Die Sanierung der Pensionskasse und die Wirtschaftskrise drückten den Umsatz der Walliser BVZ-Gruppe im ersten Halbjahr 2009: Die Dachgesellschaft der Matterhorn-Gotthard-Bahn und Gornergrat-Bahn setzte 60,9 Mio. Franken um, 7 Prozent weniger als 2008. Der Gewinn sank um gut ein Viertel auf 1,8 Mio. Franken, was die BVZ Holding allerdings mit den einmaligen Buchgewinnen aus Landverkäufen im Vorjahr begründet. Der Personal- und Betriebsaufwand stieg vor allem durch die Rückstellungen für die Vorsorgestiftung um 8 Prozent auf 52,1 Mio. Franken. sda/kjv

Museum in altem Winzerhaus: Weinbau im Wallis

In Siders VS ist am Freitag das neue Weinbaumuseum eingeweiht worden. Es ist in einem total renovierten alten Winzerhaus untergebracht. Anwesend war unter anderen der scheidende Bundesrat Pascal Couchepin. Das Museum bietet auf drei Etagen rund 240 Quadratmeter Ausstellungsfläche. Die Umbaukosten und jene für die Ausstellung beliefen sich auf 2 Mio. Franken, welche die Gemeinde Siders trägt. Trägerschaft ist eine 1982 gegründete Stiftung. Das Museum ist zweigeteilt, der Teil in Siders ist dem Wein gewidmet. Dem Rebstock gewidmet ist das Museum in Salgesch, im deutschsprachigen Teil des Wallis. Ein sechs Kilometer langer Lehrpfad durch die Rebberge verbindet die beiden Stätten. sda/kjv

Ostschweiz

«Heidi»-Musical macht eine Pause bis 2012

In Walenstadt werden künftig nebst «Heidi – das Musical» auch «bekannte und auserlesene Musical-Produktionen von internationalem Format » inszeniert. So zitiert die «Südostschweiz» ein Papier der TSW Musical AG zur Neuausrichtung der Strategie. Für 2010 werde die Aufführung von «My Fair Lady» genannt, bevor 2012 dann die Rückkehr zu «Heidi – Das Musical» denkbar wäre. kjv

Wettbewerb

Es war das Grand Hotel Villa Castagnola (1949)

Hotelarchiv Schweiz/zvg

Unter den 22 Einsendungen waren 21 richtige: Es ist das Grand Hotel Villa Castagnola in Lugano, auf einem Foto von 1949. Als Gewinner ausgelost ist Fabiano Valtulini aus 6924 Sorengo. Der Gewinn – eine Übernachtung – wird gesponsert vom Grand Hotel. Die Villa Castagnola wurde Mitte des 18. Jahrhunderts als Winterresidenz einer russischen Adelsfamilie gebaut. In den 1880er-Jahren baute die Luzerner Hotelier-Familie Schnyder sie zu einem Hotel um. In den 1980er-Jahren ging es an eine Tessiner Familie über. kjv

Kampf um Parkplätze

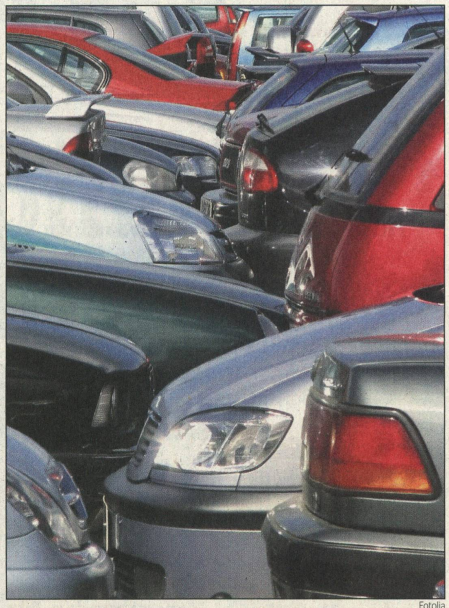
In Zürich tobt ein Parkplatz-Streit. Trotz Verkehrsberuhigung müsse genügend Platz für Autos bleiben, sagen auch Touristiker und Hoteliers.

ANDREAS GÜNTERT

Ein Disput um Parkiermöglichkeiten erinnert in Zürich derzeit an die Neunziger-Jahre, als sich Geschäftsleute und Verkehrsberuhiger in den Haaren lagen. Vor über zehn Jahren einigte man sich dann auf einen Kompromiss»: Jeder abgebaute oberirdische Parkplatz sollte mit einem unterirdischen kompensiert werden. Nun macht eine Interessengruppe – darunter Gastronom Marc Brechtbühl vom landesbekannten Ausgehlokal Kaufleuten – happige Vorwürfe: Um 1006 Parkplätze sei die städtische «Parkplatzbuchhaltung» im Ungleichgewicht. Der «illegale Parkplatzabbau» koste die Wirtschaft 500 Mio. Franken im Jahr.

Parkplätze, möglichst in Betriebsnähe, sind auch für jeden City-Hotelier ein Wettbewerbsvorteil. Vor allem, wenn ein hoher Anteil der Gäste im eigenen Auto anreist. Auf 30 Prozent für sein Haus beziffert diesen Anteil Jörg Arnold, Direktor des Hotels zum Storchen und Präsident des Zürcher Hoteliervereins. In Schrittweite seines Betriebes verschwinden im 2012 auf dem Münsterhof weitere 55 oberirdische Parkplätze. «Das wird uns unter anderem Restaurant-Gäste am Mittag kosten.» Für Arnold steht fest: «Die Stadtregierung will den Verkehr aus der City entfernen – und das ist schlecht für uns Hoteliers.» Auf 10 bis 20 Prozent schätzt man in den Stadtzürcher Best-Western-Betrieben Zürcherhof, Glockenhof und Montana den Anteil motorisierter Gäste. Von einer Misere spricht man zwar nicht, aber problematisch sieht man die Situation ebenfalls; weil trotz gleichem Bestand an Parkplätzen im eigenen Umfeld die Nachfrage stark zugenommen habe.

Die Krux für Frank Bumann, Chef von Zürich Tourismus: «Es ist richtig, die Innenstadt lebenswert und zu einem guten Teil verkehrsfrei zu halten. Andererseits ist klar, dass Parkplätze wichtig sind für die Hotellerie.» Nachhaltigkeitsstreben hier, Autofreundlichkeit dort. Von den total 1,4 Millionen Gästen im Jahr 2008 seien gut 60 Prozent per Flugzeug angekommen, vom Rest «wohl der grössere Teil im Auto, besonders deutsche Gäste.» Was hiesse, dass letztes Jahr rund 300 000 Touristen im eigenen Wagen anreisten. Das kann Bumann nicht ändern. Er fordert aber mehr gesunden Menschenverstand: «Die Stadt darf Hotels, die heute schon ein Park-Problem haben, nicht noch zusätzliche Parkplätze in der Nähe wegnehmen.»



Fotolia

Wie zum Kampf aufgereiht: geparkte Autos in einer Stadt.

Hotels für Meetings punkten mit Service, Ambiente und Infrastruktur

«Seedamm Plaza» und Kartause Ittingen sind beliebteste Seminarhotels und Tagungszentren der Schweiz.

Bei der jährlichen Wahl der Focus Top Seminarhotels und Tagungszentren entscheiden Trainer, Ausbilderinnen, Seminarorganisatoren und Personalverantwortliche, welche Häuser zu ihren Favoriten gehören. Qualitativ hochstehender Service, Ambiente und zeitgemässe Infrastruktur werden so mit Punkten belohnt, die ein aussagekräftiges Ranking ergeben. Den zweiten bis vierten Platz bei den Seminarhotels belegen das Seminarhotel Sempachersee in Nottwil, das Seehotel Wilerbad in Wilen und das Hotel Seerose in Meisterschwanden. Auf den Rängen zwei bis vier der Tagungszentren stehen das Kloster Kappel in Kappel am Albis, das Ausbildungszentrum der SBB in Murten und das Gwatt-Zentrum am Thunersee. kjv

Historisch und einmütig

In ihrer «Kreativen Kurz Klausur» beschlossen die Swiss Historic Hotels ein leichtes Abrücken von Schweiz Tourismus. Und eine eigene Pressearbeit.

ELSBETH HOBMEIER

Der Verein der Swiss Historic Hotels (SHH) wird für ihre Vermarktung ab 2010 eine Flatrate an Schweiz Tourismus bezahlen, die sich nach der Mitgliederzahl richtet. Im momentanen Stand (bis 43 Hotels) sind dies jährlich 220 000 Franken. Dieser Marketingbeitrag wird von den Mitgliedern nach einem neuen, eigenen Schlüssel aufgebracht, der sich nach Klassifizierung und Zimmerzahl richtet. «Damit liegt das Risiko bei uns, das heisst, wir sind auf Eure pünktlichen Zahlungen angewiesen», betonte Präsident Claude Buchs («Bella Tola», St-Luc). Die SHH-Mitglieder, die sich am Montag auf der St. Petersinsel zur Beschlussfassung trafen, hiessen diese Variante gut. Und beschlossen auch eine intensivere Pressearbeit, welche vom Verein selber gesteuert wird. Teil davon ist die neue «Woche der Swiss Historic Hotels», welche Ende August erstmals organisiert wurde und die im Juni 2010 wiederholt und künftig jeweils unter ein Thema – etwa Historische Küchen oder Keller – gestellt werden soll.

Entrée: Veytaux (VD), Hôtel Masson. Mehr auf **www.htr.ch/hotelarchiv**

Hotel Masson/zvg

Gottardo: Aletsch Arena steigt aus

Swiss-Image

Die Aletsch-Arena will ihre Marketingkräfte nicht verzetteln und stellt ihre Zahlungen an das Tourismusprojekt San Gottardo ein.

Die Walliser Destination Aletsch Arena stellt per sofort sämtliche Zahlungen und Aktivitäten rund um das überkantonale Tourismusprojekt San Gottardo ein.

ROBERT WILDI

Sinneswandel im Oberwallis. Noch im letzten Jahr ist die Aletsch Arena, der Marketingverbund der Destinationen Riederalp, Bettmeralp und Fiesch-Eggishorn, dem touristischen Vermarktungspool San Gottardo beigetreten und hat Beiträge einbezahlt. Jetzt ist plötzlich alles anders. Anlässlich einer Aletsch-Arena-Vorstandssitzung wurde jüngst mit 6:0 Stimmen beschlossen, per sofort alle Aktivitäten und Zahlungen an San Gottardo einzustellen. Was ist passiert?

Die Sache habe sich anders entwickelt, als ursprünglich angenommen, sagt Ignaz Imhof, Präsident Aletsch Arena. «Wir waren immer dezidiert dagegen, dass man aus San Gottardo eine eigenständige Destination und Marke kreiert.»

Genau dies ist jedoch die Absicht der führenden Köpfe bei San Gottardo. Die Pläne, im Rahmen dieses branchenübergreifenden Projekts für die Gotthardregion eine neue Destinationsmanagement-Organisation (DMO) aus der Taufe zu heben, würden sicher umgesetzt, sagt Projektleiter Jean-Daniel Mudry. Davon hält man in der Aletsch Arena wenig.

Wallis Tourismus steht hinter dem Austritts-Entscheid

«Eine Teilnahme an dieser DMO würde für uns zu einer Verzettelung der Marketingkräfte führen», sagt Imhof. Dabei denkt er vor allem an den Gast. «Wenn wir im Ausland unter den Marken Aletsch, Wallis und San Gottardo auftreten, herrscht dort totale Verwirrung.» Darum: «Wir positionieren uns auch in Zukunft als Aletsch Arena unter der Dachmarke Wallis.» Bei Wallis Tourismus unterstützt man den Entscheid. Als Vehikel zur Lancierung gemeinsamer Produkte und Angebote sei das überkantonale Projekt zwar geeignet, findet Direktor Urs Zenhäusern. «Es wäre für Walliser Destinationen aber definitiv der falsche Weg, unter dem Marken- oder Destinationsnamen San Gottardo aufzutreten.» Dass die Aletsch Arena diese Haltung mit dem sofortigen Austritt klargemacht habe, sei für ihn positiv.

Ein klares Bekenntnis zur Dachmarke Wallis erwartet Zenhäusern sehr rasch auch von Goms Tourismus, der zweiten Walliser Destination, die im Projekt San Gottardo involviert ist. Dort hält man sich noch bedeckt. «Wir können im Moment weder bestätigen noch dementieren, dass wir der DMO San Gottardo beitreten werden», sagt Maya Kobi, Geschäftsleiterin von Goms Tourismus. Man werde vor Ende November und der Volksabstimmung zum neuen Walliser Tourismusgesetz diesbezüglich keine Entscheidung treffen.

Austritt von Aletsch Arena ohne Folgen

Diese Haltung begrüsst San-Gottardo-Projektleiter Jean-Daniel Mudry, der den Ausstieg der Aletsch Arena unaufgeregt zur Kenntnis nimmt. «Das ändert gar nichts an unserer Marschrichtung und unseren Plänen.» Die Aletsch Arena habe zu den Marketingbeiträgen der beteiligten Destinationen von insgesamt einer halben Million Franken «nur» 30 000 Franken beigesteuert. «Wir kommen auch ohne diesen Anteil gut voran.» Der bevorstehende Entscheid im Goms für oder gegen eine Integration in die neue DMO dürfte Mudry, der neben seiner Funktion bei San Gottardo auch Präsident von Goms Tourismus ist, nicht kalt lassen. Dem Vorwurf der Beeinflussung will er sich jedoch nicht aussetzen und stellt klar: «Selbstverständlich werde ich bei dieser Diskussion in den Ausstand treten.»

Kantone treiben Expoprojekt voran

Die Idee einer Expo im Gotthard-Raum anlässlich der Eröffnung der NEAT erhält Aufwind. Die Kantone Tessin, Uri, Wallis, Graubünden und Luzern haben beschlossen, das Projekt mit dem Arbeitstitel Gottardo 2020 zu vertiefen.

KARL JOSEF VERDING / SDA

Es gebe in den fünf Kantonen einen grundsätzlichen Konsens, was die Idee betreffe, sagte der Tessiner Regierungspräsident Gabriele Gendotti auf dem Gotthard-Pass vor den Medien. Noch nicht einig sei man sich bei inhaltlichen Fragen. Als Diskussionsbasis dient ein Konzept, das ein Steuerungskomitee unter der Leitung von Marco Solari, dem Präsidenten von Ticino Turismo, ausgearbeitet und Ende April präsentiert hat.

Darin wird die Schaffung von vier thematischen Eingangstoren zum Gotthard-Raum angeregt. Diese sollen in Bellinzona, Luzern, Brig und Chur zu stehen kommen. In jedem dieser Orte sollen bestimmte Themen präsentiert werden.

Dem Tessiner Hauptort Bellinzona hat man die Kultur zugewiesen. In Luzern soll die Mobilität thematisiert werden, in Brig die Energie und in Chur die Natur.

«Wir wollen nun dieses Konzept verfeinern und mit eigenen Ideen anreichern», sagte der Bündner Regierungsrat Martin Schmid auf Anfrage. Er bemängelt, dass in der Projektskizze der Ost-West-Aspekt zu kurz komme. Es gebe noch keinen Link zwischen Chur und der Surselva.

«Wir wollen nun dieses Konzept verfeinern und mit eigenen Ideen anreichern.»
Martin Schmid
Regierungsrat Graubünden

Auch über die thematische Zuordnung ist man in Chur nicht glücklich. «Für Graubünden sind Themen wie Energie, Tourismus oder Kultur von zentraler Bedeutung», sagte Schmid.

Vorbehalte bezüglich des Inhalts und des Stellenwertes seines Kantons machte auch der Urner Regierungsrat Isidor Baumann geltend. Er bezeichnete die Idee einer Gotthard-Expo aber als «Chance, die wir nutzen müssen».

Wichtig sei, dass man nicht Kulissen aufstelle, die nach dem Event wieder abgebaut würden. In diesem Punkt sind sich die Vertreter der Kantone Tessin, Uri, Wallis, Graubünden und Luzern einig. Die siebte Landesausstellung seit 1883 wäre die erste, die in einem Berggebiet stattfinden würde.

Mehr als eine Million RailAway-Angebote verkauft: Rekord

Die RailAway AG als Freizeitanbieterin der SBB verkaufte im ersten Halbjahr 2009 über eine Million ihrer Angebote, 45 Prozent mehr als im ersten Halbjahr 2008. Der markante Zuwachs ist vor allem der Eishockey-WM 2009 zu verdanken. Im Juli und August 2009 ergab sich unterdessen ein Plus von 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr. kjv

«Am Wasser»: 50 000 Schweizer nutzten den Denkmaltag

Gegen 50 000 Schweizer nutzten letztes Wochenende Veranstaltungen, Führungen und Besichtigungen des 16. Europäischen Tags des Denkmals; Motto: «Am Wasser». Landesweit luden 257 Orte zu über 750 Veranstaltungen ein. Pfahlbauten und Wasserschlösser waren ebenso Thema wie die Schifffahrt und die Wasserkraft. kjv/sda

KMU finden günstige Situation für die Energieoptimierung

Für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) eröffnen sich neue Wege im Energiebereich. Viele haben ihre Anlagen und Prozesse energetisch optimiert und sparen damit viel Geld. Das neue Extrablatt für KMU (Download auf www.bfe.admin.ch) von Energie Schweiz stellt einige dieser KMU vor. kjv

Agra: Sanatorium wird Hotel

In dem historischen Gemäuer eines ehemaligen Sanatoriums in Agra über dem Luganersee soll eine Hotel- und Wellnessanlage entstehen.

ANTJE BARGMANN

Fünf Jahre lang musste der Tessiner Unternehmer Silvio Tarchini warten, bis er die erforderlichen Genehmigungen erhielt, um das ehemalige Sanatorium von Agra in einen modernen Hotel- und Wellnesskomplex umzubauen. Jetzt haben Kanton und Gemeinde mit einigen Auflagen ihre Zustimmung gegeben. Bereits für Oktober 2011 ist die Einweihung vorgesehen.

Zu den Details will sich Unternehmer Silvio Tarchini, unter anderem Inhaber des Outlet-Centers Fox Town in Mendrisio, erst im Oktober äussern. Dann sollten auch die zusätzlichen Auflagen integriert sein, die unter anderem vorsehen, dass die schmale Anfahrtsstrasse nicht überbelastet wird. Insgesamt kalkuliert der Unternehmer, der das insgesamt 400 000 Quadratmeter grosse Grundstück im Jahr 2004 für 7 Millionen Franken erworben hat, zwei Jahre für den Umbau.

Das Sanatorium von Agra, heute Teil der Gemeinde Collina d'Oro, blickt auf eine bewegte Geschichte zurück, die nicht zuletzt schuld daran ist, dass der herrschaftliche Bau in den vergangenen vierzig Jahren leer stand. Das «Deutsche Haus» hatte in den Jahren 1913/14 als Lungenheilanstalt eröffnet, die lange Zeit einen guten Ruf genoss. Allerdings war der Chefarzt in den 30er-Jahren aktives Mitglied der deutschen NSDAP, was dem Ansehen der Klinik nach dem Zweiten Weltkrieg nachhaltig schadete. Wegen des Fortschritts in der Medizin ging zudem der Bedarf an Luftkuren zurück. 1969 schloss die Anlage.

Aus der Region

Graubünden

Bergbahnen von Arosa mit mehr Gewinn

Die Arosa Bergbahnen haben den Gewinn im Geschäftsjahr 2008/09 gegenüber dem Vorjahr um 3,9 Prozent auf 558 000 Franken gesteigert. Der Cashflow sank um 10,8 Prozent auf 7,1 Mio. Franken. Beim Ertrag hat die Unternehmung wie im Vorjahr die 30-Mio.-Franken-Grenze knapp überschritten und damit den Rekordumsatz 2008 egalisiert. 17,7 Mio. Franken wurden mit dem Personentransport erwirtschaftet, 35 Prozent in der Gastronomie und der Beherbergung. Insgesamt besuchten 602 000 Gäste oder 2,1 Prozent weniger als im Vorjahr das Skigebiet. sda/kjv

Sawiris in Sedrun: Kooperation mit Andermatt

zvg

Anlässlich eines Gesprächs in **Sedrun** in Anwesenheit von Samih Sawiris haben die Andermatt Alpine Destination Company AG (AADC), die Gemeinde Tujetsch und die Sedrun Bergbahnen AG eine Zusammenarbeit vereinbart. Die AADC beteiligt sich mit einem Anteil von rund 10 % am Aktienkapital der Sedruner Gesellschaft, im Zeichen der Skigebietsverbindung Andermatt–Sedrun. kjv

Zürich

Zürichsee-Insel: Kompromiss für Zumthor-Bau

Der Neubau eines Ausflugsrestaurants auf der landschaftlich heiklen Insel Ufenau im Zürichsee ist überarbeitet worden. Die Eigentümerin der Insel, das Kloster Einsiedeln, hat den Kompromiss präsentiert. Das Volumen wurde um rund 30 Prozent verkleinert. Hauptelement des Neubaus bleibt aber ein Holzdach in Form eines Blattes. Jetzt steht auch der Heimatschutz dahinter. Das Kloster Einsiedeln hatte eine Projektgruppe ins Leben gerufen, an der die entscheidenden Kräfte beteiligt waren. sda/kjv

Switzerland Meeting Trophy startete in Zürich

Swiss-Image.ch

An der **Switzerland Meeting Trophy** lernen potenzielle Kunden mehrere Seminar- und Kongressdestinationen auf spielerische Art kennen: Sie treten an einer Rallye in Teams an. Diesmal starteten die 70 Teilnehmer aus 7 Märkten ihre Trophy in Zürich. Die Limmatstadt bot Besichtigungs-Touren, die erste Übernachtung und den Eröffnungs-Anlass auf dem Ledischiff. Souveräner Trophy-Sieger ist das Team «Nordic Countries». kjv

Aus der Region

Berner Oberland

Trauungen auf dem Rellerli: für Erhalt des Lokals

zvg

Das Angebot, mit der geschmückten **Hochzeitsgondel** ins Eheleben zu schweben, kommt hervorragend an. Die Bergbahnen Destination Gstaad AG bewirbt sich um den Erhalt des urigen Berghauses Rellerli als aussergewöhnliches Lokal für zivile Trauungen. kjv

Gstaad: Bahnen brauchen eine Restrukturierung

Trotz Umsatzrekord von 27,6 Mio. Franken (plus 7 Prozent) schliesst das Geschäftsjahr 2008/09 der Bergbahnen Destination Gstaad (BDG) AG mit einem Verlust in Höhe von 0,9 Mio. Dazu Richard Kummrow, Präsident des BDG-Verwaltungsrats: «Die Zahlen entsprechen der Planung des Konzepts Konzentration und belegen die Notwendigkeit, die Restrukturierungsmassnahmen so schnell wie möglich umzusetzen.» kjv

Nachhaltigkeit: Schindeldächer für 5 Mio. Franken

Innerhalb von 23 Jahren sind auf Initiative des Berner Heimatschutzes Beiträge von über 5 Mio. Franken an 1850 Objekte im Berner Oberland geflossen. Die mit Schindeln eingedeckte Fläche beträgt rund 154 600 Quadratmeter. Die Aktion Holzschindeldach gilt als beispielhaft für nachhaltiges Handeln. Mit dem einheimischen Rohstoff Holz und viel Eigenarbeit der ortsansässigen Bevölkerung wird hier ein wichtiger Beitrag zur Erhaltung der traditionellen Kulturlandschaft geleistet. kjv

Viel Volk, wenig Ertrag

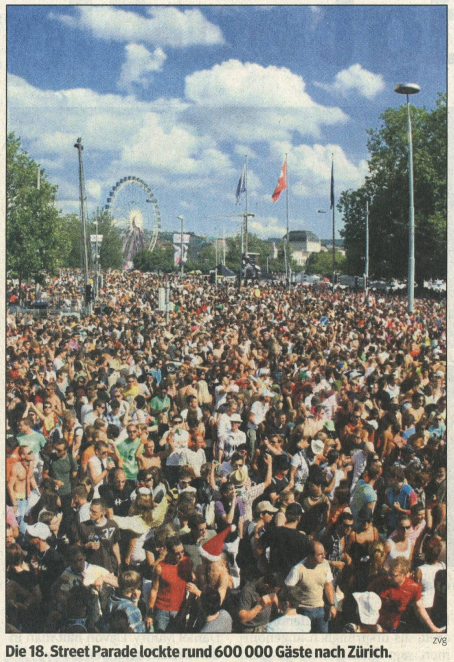
Grossanlässe sind für Städte eine gute Chance, um wahrgenommen zu werden. Doch werden Events auch überschätzt.

SULAMITH EHRENSPERGER

Euro '08, Eishockey-WM oder Van-Gogh-Ausstellung, Mega-Events wie diese sind in aller Munde. Sie bringen volle Betten und Kassen sowie Image-Werbung in einem. Was ist mit wiederkehrenden Grossanlässen wie der Street Parade, Messen oder Sport-Events?

Viel Prominenz aus dem In- und Ausland wird nächste Woche zum Zürcher Film Festival erwartet. Das Festival bringe zusätzliche Logiernächte, viel mehr besteche es aber durch eine indirekte Wertschöpfung. «Es transportiert die Image-Botschaft von Zürich als lebendige Stadt bis über die Landesgrenzen hinweg», erklärt Maurus Lauber, Marketingleiter Zürich Tourismus.

Damit ein Grossanlass Logiernächte generiert, sind laut Maurus Lauber zwei Aspekte wichtig: «Eine internationale Ausstrahlung sowie Besucher, die mit Begleitung anreisen». Die meisten Übernachtungen zählt Zürich im Juli und August – mit der Street Parade als Höhepunkt. Lauber: «Sie ist die Nummer eins. Vom Anlass profitieren inzwischen Hotels in allen Kategorien». Rund 700 000 Besucher aus dem In- und Ausland reisen jeweils an. Wie viele Logiernächte auf ihre Rechnung gehen, ist allerdings nicht erhoben.



zvg

Die 18. Street Parade lockte rund 600 000 Gäste nach Zürich.

Jährlich finden schweizweit 67 grosse Sportanlässe statt

Die ökonomische Bedeutung von Sportgrossanlässen wurde vom Bundesamt für Sport Baspo untersucht. Die Studie zeigte: die wirtschaftlichen Auswirkungen von grossen Sportveranstaltungen sind sehr unterschiedlich. Viele davon haben nur kurzfristig eine stimulierende Wirkung auf das Wirtschaftsgeschehen. Jährlich finden in der Schweiz insgesamt rund 400 000 Sportveranstaltungen statt, 67 davon gelten als gross. Zu den grossen zählen in Zürich das Leichtathletikmeeting, Zurich Open, das CSI Zürich, wie auch der Zürcher Marathon. «Manche Hotels haben sich auf Marathongäste spezialisiert», so Jörg Arnold, Präsident der Zürcher Hoteliers. Die Teilnehmer reisen meist mit einer Begleitperson an, wie Bruno Lafranchi, OK-Präsident Zürich Marathons betont: «Studien belegen, dass Marathonläufer im Schnitt 2,4 Nächte am Ort bleiben.»

Die Eishockey-WM hat Bern im Vergleich zur Vorjahresperiode 25 Prozent mehr Logiernächte beschert. «Die WM war in dieser Hinsicht erfolgreicher als die Euro», so Tourismusdirektor Markus Lergier. Bern setzt weiterhin auf grosse Sportanlässe: Im 2011 steht die Eiskunstlauf-EM auf dem Programm. Bei wiederkehrenden Events punktet Bern mit einem Standortvorteil: «Als Politikzentrum finden hier zahlreiche Sitzungen statt». Hochbetrieb ist während den vier Sessionen zu drei Wochen. Lergier rechnet: «Logieren 150 der Politiker zirka drei Nächte *pro Session*, macht das 1000 bis 1800 zusätzliche Übernachtungen pro Jahr».

Basels Rezept: Messen und Kulturanlässe mit internationalem Flair

Basel verzeichnet die meisten Logiernächte während den grossen jährlichen Messen Baselword und Art Basel: «Diese liegen noch vor Ausstellungen wie Van Gogh oder Tutanchamun», sagt Tourismusdirektor Daniel Egloff. Tutanchamun generierte der Basler Hotellerie einen Umsatz von 6,7 Millionen Franken bei rund 50 000 zusätzlichen Logiernächten. Basels Grosserfolg führt Egloff auf ein Rezept mit viel Tradition zurück: «Im Messebereich besteht eine jahrzehnte lange Aufbauarbeit. Im Kulturbereich ein langfristiges Engagement der öffentlichen Hand.»

«Berner Oberland» am Start

Vier Destinationen aktivieren die Marke Berner Oberland.

CHRISTINE KÜNZLER

Die vier Destinationen Adelboden-Frutigen, Lenk-Simmental, Lötschberg und Thunersee vermarkten sich ab 2010 unter der Dachmarke Berner Oberland. Die Mittel, welche die Tourismusorganisationen durch die gemeinsame Gästeakquisition einsparen, wollen sie in die Vermarktung stecken. Alle Tourismusorganisationen bleiben bestehen und widmen sich der Gästebetreuung vor Ort. Zudem übernehmen sie klar definierte Aufgaben der Marketingkooperation.

Mit der neuen Kooperation Berner Oberland werden die vier Destinationen der kantonalen Tourismuspolitik gerecht, die eine Reduzierung der Anzahl Destinationen will. Deshalb wird der Zusammenschluss vom Kanton Bern mit insgesamt 600 000 Franken unterstützt, verteilt auf drei Jahre. Die vier Destinationen ihrerseits füllen den Marketingtopf im gleichen Zeitraum je mit rund 300 000 Franken. Inklusive Manpower (insgesamt rund 100 000 Franken) stehen der Gruppe im Startjahr 2009 sowie in den nächsten zwei Jahren je knapp 700 000 Franken zur Verfügung. Nach Ablauf der drei Jahre wird Bilanz gezogen und entschieden, ob die Kooperation fortgesetzt und eine Destinationsmanagement-Gesellschaft gegründet wird.

Grindelwald: Wie viele Dossiers sind wirklich missbräuchlich?

Der Grindelwalder Gemeinderat spricht von 59 Fehldossiers und widerspricht damit dem Kanton Bern.

Im Ferienort Grindelwald sind in den letzten 20 Jahren nur in 59 Fällen die Vorschriften zum Schutz vor kalten Betten falsch angewendet worden, nicht in 92, wie vom Kanton Bern behauptet. Das sagt der Gemeinderat nach einer eigenen Nachbearbeitung. Bei den betreffenden 59 Dossiers besteht der Erstwohnungsanteil entweder nicht ganz wie vorgeschrieben 35 Prozent, machten die Behörden schlicht Fehler oder aber der Grundbucheintrag unterblieb. Der Grindelwalder Gemeindepräsident Emanuel Schläppi anerkannte am Dienstag an einer Medienkonferenz in Bern, dass 59 Dossiers eine stattliche Zahl darstellen. Niemand habe aber vorsätzlich gehandelt. Der Grindelwalder Gemeinderat hat nun «dringend notwendige» Ausführungsbestimmungen erlassen. dst/sda

ANZEIGE

Riesenauswahl an Gastrogeräten!

FUST
der zuverlässige Partner für Beratung, Lieferung, Anschluss und Service von Gastrogeräten!

Profitieren Sie von der Möglichkeit, die Geräte zu mieten!

- 5-Tage-Tiefpreisgarantie (Details www.fust.ch)
- Laufend günstige Ausstell- und Occasionsmodelle

Auch als Kreditkarte ohne Jahresgebühr! www.supercard.ch

Alle Geräte sind mietbar!
*Mindestmietdauer 3 Monate (Alle Preise inkl. MWST)

Weinlagerschrank
FUST PRIMOTECQ
KSWF 52_IB SW/SI
- Für ca. 16 0,75 Liter-Flaschen
- H/B/T: 49 x 47 x 51 cm

Verkauf der Ausstellungsgeräte! Solange Vorrat!

nur 278.–
(exkl. MwSt.)
Aktionspreis!
Art. Nr. 203020

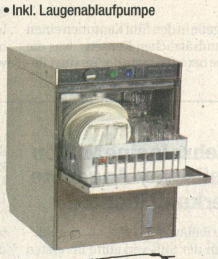
Rucksackstaubsauger
NOVAMATIC RS 05
- Ergonomisch angepasstes Rückengestell
- Leicht und bequem
- Kabellänge von 15 Meter

nur 371.–
vorher 464.– (exkl. MwSt.)
Sie sparen 20%
Art. Nr. 175510

Flaschenkühlschrank
NOVAMATIC KSU 471.1-IB
- Mit Umluftsystem
- 333 Liter Nutzinhalt
- H/B/T: 185 x 60 x 60 cm

nur 1115.–
vorher 1207.– (exkl. MwSt.)
Sie sparen 92.–
*Miete pro Monat Fr. 62.–
(inkl. MwSt.) Art. Nr. 108316

Saubere Gläser in 2 Minuten!
NOVAMATIC BHC 26.1
- Korbgrösse: 40 x 40 cm
- Inkl. Flüssigwaschmitteldosiergerät
- Inkl. Glanzmitteldosierung
- Inkl. Laugenablaufpumpe



nur 2999.–
vorher 4080.– (exkl. MwSt.)
Sie sparen 26%
*Miete pro Monat Fr. 160.–
(inkl. MwSt.) Art. Nr. 106521

Fust gastro professional
Auch im Fust: Superpunkte sammeln.

AG: Fust Supercenter Oftringen, 062 788 98 88, Spreitenbach, 056 418 14 40, Wettigen Tägipark, 056 437 06 20 **BE:** EUROFust Biel/Bienne, 032 344 16 00, Niederwangen,031 980 11 11 **BS/BL:** EUROFust Basel, 061 686 93 60, Füllinsdorf, 061 906 95 00, Oberwil,061 406 90 00 **GE:** Genève, 022 817 03 80 **GR:** Chur, 081 257 19 30 **LU:** Emmenbrücke,041 267 33 11, Luzern, 041 419 73 10, Sursee, 041 925 86 40 **NE:** La Chaux-de-Fonds, 032 924 54 24 **TG:** Frauenfeld, 052 725 01 40 **SG:** Mels Fust Supercenter, 081 720 41 21, Jona-Rapperswil 055 225 37 00, Oberbüren, 071 955 50 50, St.GallenNeudorf Fust Super ter, 071 282 37 60, St. Margrethen,071 747 54 00 **SO:** Zuchwil, 032 686 81 20 **SZ:** Schwyz, 041 818 70 50 **TI:** Giubiasco, 091 850 10 20, EUROFust Grancia, 091 960 53 70 **VD:** Romanel-sur-Lausanne, 021 643 09 70 **VS:** EUROFust Conthey, 027 345 39 85, Visp-Eyholz, 027 948 12 40 **ZH:** Dietikon, 044 745 90 10, Glattzentrum, 044 839 50 80, Hinwil Fust Supercenter, 044 938 38 68, Horgen, 044 718 10 40, Regensdorf, 044 843 93 00, Volketswil, 044 908 31 41, Winterthur, 052 269 22 70, Zürich (Badenerstr.), 044 295 60 70, Zürich-Oerlikon, 044 315 50 30, Zürich (Jelmoli), 044 225 77 11. Weitere Fust-Filialen: Telefon 0848 559 111 (Ortstarif) oder www.fust.ch

Per 1. Januar wird die Region Weggis-Vitznau-Rigi voll in die LTAG integriert. Und ein neues Innotour-Projekt soll «Luzern» zur kantonsübergreifenden Dachmarke entwickeln.

ROBERT WILDI

Alain D. Boillat

Die ganze Region um den Vierwaldstättersee soll vom Bekanntheitsgrad der Stadt Luzern profitieren können.

Stadt. See. Berge.

Über mangelnde Bekanntheit kann sich die Tourismusstadt in der Mitte der Schweiz wahrlich schon heute nicht beklagen. Gemäss einer kürzlich durchgeführten Umfrage des internationalen Reiseportals «Trip Advisor» belegt Luzern weltweit Rang 25 und in Europa sogar Rang 8 der beliebtesten Reisedestinationen. Auf Position 72 hat es aus der Schweiz einzig Interlaken noch unter die weltweit Top-100-Ferienziele geschafft.

Für Luzerns Tourismusdirektor Marcel Perren ist klar: «Von dieser grossen Bekanntheit der Marke Luzern sollen in Zukunft nicht nur die Stadt, sondern auch die umliegenden Destinationen profitieren.» Der Weg dazu ist eine «offene Dachmarkenpolitik», die es allen Zentralschweizer Ferienregionen ermöglichen soll, am Brand Luzern zu partizipieren.

Die Umsetzung einer solchen wurde unter anderem auch im neuen Luzerner Tourismusgesetz, welches am 1. Januar 2010 in Kraft tritt, als wichtige Aufgabe festgehalten. Aus diesem Grund wird die Luzern Tourismus AG (LTAG) mit Unterstützung des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) bereits im Oktober 2009 ein so genanntes Innotour-Projekt lancieren, welches die Marke Luzern mit den zusätzlichen Claims «Die Stadt. Der See. Die Berge.» zur übergeordneten Dachmarke in der gesamten Zentralschweiz entwickeln soll. Ein wichtiger Schritt zur schrittweisen Vereinigung des Zentralschweizer Tourismus ist auch die vollständige Integration von Weggis Vitznau Rigi Tourismus in die LTAG. Diese wird per 1. Januar 2010 vollzogen.

Zwei wesentliche Punkte sind gemäss Luzerns Tourismusdirektor Perren neu am Innotour-Projekt. «Erstens wollen wir die Marke Luzern neu sogar kantonsübergreifend, also in Schwyz, Ob- und Nidwalden und eventuell Uri etablieren. Zweitens sollen davon nicht nur touristische, sondern auch andere Sektoren wie Transportwesen, Handel, das produzierende Gewerbe und die Landwirtschaft profitieren.» Erfolgreiche Beispiele für derart umfassende Dachmarken sind etwa «Tirol» oder «Südtirol», von denen in den jeweiligen Regionen heute weit mehr als nur touristische Leistungsträger profitieren. Auch Graubünden und das Wallis haben in jüngster Vergangenheit ihre Dachmarken gestärkt und entsprechende Kampagnen durchgeführt «Eine Entwicklung in diese Richtung schwebt uns auch für Luzern vor», sagt Marcel Perren.

Zentralschweiz Zurückhaltung bis grundsätzliche Zustimmung

In den umliegenden Zentralschweizer Tourismusregionen stossen Innotour-Projekt und Dachmarken-Strategie von Luzern mehrheitlich auf Anklang. Vierwaldstättersee Tourismus wirbt schon heute mit der Marke «Luzern-Vierwaldstättersee». Es sei ein Privileg, so nahe bei der Stadt zu liegen, weshalb eine gemeinsame Vermarktung auf der Hand liege, sagt die Direktorin Esty von Holzen. Eine Vollintegration in die LTAG indes sei für Vierwaldstättersee Tourismus noch nicht realisierbar. «Unser Tourismusmarketing betrifft auch Destinationen in den Kantonen Ob- und Nidwalden, wo es noch eigenständige Tourismusvereine gibt», so von Holzen. Bevor man an eine Integration in die LTAG denken könne, müsse daher zuerst ein Zusammenschluss der verschiedenen Leistungsträger innerhalb von Vierwaldstättersee Tourismus stattfinden.

Ihre grundsätzliche Zustimmung zur Luzerner Dachmarken-Strategie des Innotour-Projekts haben die Tourismusorganisationen von Ob- und Nidwalden wie auch Schwyz indes zugesagt. «Wir versprechen uns von einer stärkeren Marke Luzern touristische Synergien für unsere Region», sagt Monica Müller, Geschäftsführerin von Schwyz Tourismus. Leistungsvereinbarungen bezüglich punktueller Marketing-Kooperationen unterhalten die Tourismusorganisationen der Zentralschweizer Kantone schon heute mit der LTAG.

Das gilt auch für Uri, wo man sich als einziger Kanton mit einer Unterstützung der Luzerner Dachmarken-Strategie noch zurückhält. Claudia Zgraggen, Geschäftsführerin bei Uri Tourist Info: «Wir sind auch im Projekt San Gottardo involviert, das bezüglich Markenführung ähnliche Ziele wie Luzern verfolgt». Bis Ende 2009 sollte in Uri der wegweisende Entscheid für künftige Kooperationen und die Markenstrategie gefallen sein. row

Nachgefragt

Marcel Perren

Direktor von Luzern Tourismus und Mitinitiator der Dachmarken-Strategie

1. Plötzlich klappt es bezüglich touristischer Zusammenarbeit in der Zentralschweiz viel besser. Haben Sie die Fronten aufgeweicht?
Das liegt nicht nur an mir, aber ich habe auch meinen Beitrag geleistet. Für eine gute Kooperation braucht es Vertrauen, aber auch konkrete Ergebnisse und Mehrwerte. Dass eine gute Kooperation mit der LTAG diese Mehrwerte bringt, konnten wir den Partnern in den letzten Monaten und Jahren gut darlegen.

2. Wird die neue Eintracht auch vom Innotour-Projekt nicht getrübt?
Im Gegenteil, würde ich sagen. Denn der grosse Wert der starken Marke Luzern ist in den Regionen der Zentralschweiz unbestritten. Alle können diese Dachmarken-Strategie nachvollziehen und erhoffen sich davon sogar eigene Vorteile. So etwas fördert das Zusammengehörigkeitsgefühl.

3. Hat die Region nicht Angst, von Luzern touristisch verschluckt zu werden?
Davon wäre mir nichts bekannt, denn mit dem Claim «Luzern. Die Stadt. Der See. Die Berge.» werden wir den unterschiedlichen Angeboten der ganzen Region gerecht. Zudem verschwinden Namen und Marken der übrigen Destinationen nicht. Sie erhalten mit «Luzern» einfach ein attraktives Zugpferd.

4. Mit der Integration von Weggis Vitznau Rigi Tourismus setzt die LTAG auf Anfang 2010 ein Zeichen. Wie steht es um die Integration weiterer Regionen?
Die Integration von Weggis Vitznau Rigi Tourismus sollte bis Ende 2010 abgeschlossen sein. Arbeitsplätze gehen nicht verloren, da die neun Angestellten vor Ort operative Aufgaben und die Gästebetreuung weiter führen. Ab 2012 prüfen wir die Integration weiterer Regionen. Etwa Biosphäre Entlebuch, Sempachersee Tourismus, Willisau und Seetal. Auch eine verstärkte Zusammenarbeit mit überkantonalen Organisationen wie Vierwaldstättersee Tourismus könnte ein Thema werden. row

Hotelpreise fallen weltweit um 17 Prozent

Die Preise für Hotelzimmer sind weltweit so niedrig wie seit fünf Jahren nicht mehr. Laut neuestem Hotelpreisindex (HPI) von Hotels.com fiel der durchschnittliche Preis für ein Hotelzimmer im ersten Halbjahr 2009 um 17 Prozent, in Europa um 16 Prozent. kjv/sda

Steigenberger zieht sich aus Meran zurück

Die Steigenberger Hotels AG mit Sitz in Frankfurt wird das 2006 eröffnete Steigenberger Hotel Meran nicht weiter führen. Der Managementvertrag mit der Therme Meran AG wird im gegenseitigen Einverständnis per 20.9. aufgelöst, damit das Hotel vertragsfrei veräussert werden kann. dst

Tamiflu-Millionen für Lifestyle-Resort im Bregenzerwald

Der Erfinder des Schweinegrippe-Impfstoffs Tamiflu, Norbert Bischofberger, will den Ort Mellau im Bregenzerwald zu einer attraktiven Feriendestination machen. Laut «St. Galler Tagblatt» investierte er 11 Mio. Euro in das Viersternehotel «Lifestyle Resort Sonne». kjv

L-GAV: Kontrolle notwendig

Das Gastgewerbe macht bei der Einhaltung der Vorschriften zur Arbeitszeiterfassung Fortschritte. Die Mindestlöhne werden dagegen weniger gut eingehalten.

DANIEL STAMPFLI

Die Kontrollstelle für den Landes-Arbeitsvertrag des Gastgewerbes hat vom 1. Juni 2008 bis zum 31. Mai 2009 in 2000 Hotels und Restaurants Stichproben-Kontrollen durchgeführt. Diese ergaben, dass bei 81,7% (Vorjahr 84,5%) der Betriebe oder 92,6% (9,4%) aller kontrollierten Arbeitsverhältnisse alle Mindestlöhne eingehalten werden. Ein brauchbares System zur Erfassung der geleisteten Arbeitszeit war in 68,6% (65,8%) der Betriebe vorhanden, und in 87,7% (88,9%) wird der 13. Monatslohn allen anspruchsberechtigten Mitarbeitern entschädigt.

Gemäss Hansjürg Moser von der Kontrollstelle führt also jeder dritte Betrieb keine Arbeitszeitkontrolle, jeder siebte Betrieb hält nicht alle Mindestöhne ein, und in jedem dritten Betrieb wird der 13. Monatslohn nicht oder nicht korrekt gewährt. Dies habe dazu geführt, dass in 1154 Betrieben Nachkontrollen durchgeführt werden mussten.

Die Kontrollstelle für den L-GAV des Gastgewerbes muss jedes Jahr Kontrollen in 2000 durch Zufall gewählten Betrieben durchführen. Nicht korrekt handelnde Betriebe müssen Mitarbeitenden vorenthaltene Lohnguthaben nachzahlen und darüber hinaus mit Konventionalstrafen bis zum doppelten Betrag der vorenthaltenen Lohnguthaben rechnen.

Aus der Region

Zentralschweiz

Start der Arbeiten an Luzerns Schweizerhofquai

Die Neugestaltung der Luzerner Prachtpromenade, des Schweizerhofquais, hat am Montag begonnen. Damit findet eine über zehnjährige Planungsgeschichte ein Ende. Die Bauarbeiten dauern bis Herbst 2010. Das Quai gehört zu den schützenswerten Ortsbildern der Schweiz. Für Radfahrerinnen und -fahrer ist es allerdings eng und gefährlich. Verschiedene Anläufe zu einer Sanierung scheiterten. Jetzt wird das «Vorzeigezimmer» Luzerns für 7,3 Mio. Franken neu «möbliert»; 6,0 Mio. Franken trägt der Kanton, 1,3 Mio. die Stadt. sda/KJV

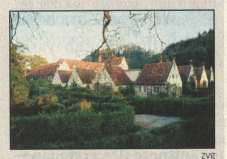
Engelberg sagt Naturparkprojekt «adieu»

Engelberg verabschiedet sich während der laufenden Gesuchsphase vom Projekt eines Naturparkes Urschweiz. Grund ist, dass die betroffenen Interessenvertreter und touristischen Organisationen nicht hinter dem Projekt stehen. Damit ist auch der Kanton Obwalden nicht mehr dabei. Mit von der Partie sind jetzt noch zwölf Gemeinden in Uri und Nidwalden. dst/sda

Swiss-Image

Ostschweiz

Tourismus-Preis des Thurgaus an Kartause Ittingen



zvg

Die Thurgauer Kantonalbank und Thurgau Tourismus verliehen den mit 10 000 Franken dotierten Preis an die **Kartause Ittingen**. Sie wird für ihre ständige innovative Angebotsentwicklung seit der umfassenden Renovation und Wiedereröffnung 1983 prämiert. Besucher aus den unterschiedlichsten Interessensgruppen reisen zur Kartause nach Warth-Weinigen, nahe Frauenfeld. kjv

Aus dem cahier français

IT-unterstütztes Sigtseeing in der Léman-Region

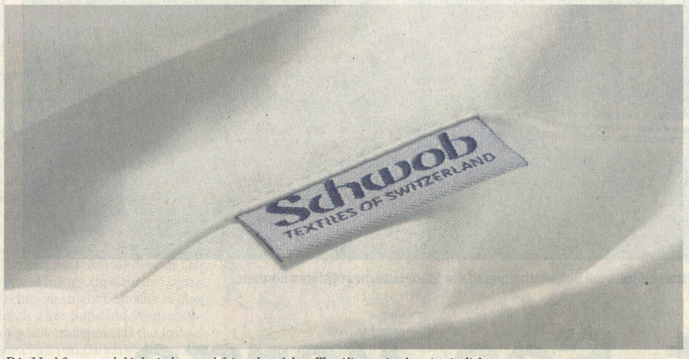
Nach Lausanne und Genf setzt auch Morges auf Audioguides, genauer: iPods. Diese sind mit diversen Berichten, Klängen und historischen Bildern geladen, die den Besucher auf einem Spaziergang zu 13 Sehenswürdigkeiten begleiten. Morges Tourismus wollte damit ein ganzjährig attraktives Angebot schaffen, das bereits rege genutzt werde – auch von älteren Leuten, sagt Laetitia Chapuis vom Tourismusbüro. maz

Seite 23

Hoteltextilien von Schwob für ein doppelt gutes Gefühl

Schwob AG macht in diesem Herbst gleich mit zwei Produktehöhepunkten im Bereich der ethischen Textilien von sich reden.

Dem Grundsatz «Tradition und Innovation» verpflichtet, übernimmt Schwob Verantwortung: mit einer Tischwäschelinie aus kontrolliert biologischem Anbau sowie einem Bettwäschesortiment aus Bio-Baumwolle, das überdies mit dem Fairtrade-Gütesiegel Max Havelaar ausgezeichnet ist.



Die Nachfrage nach biologischen und fair gehandelten Textilien steigt kontinuierlich.

Die Nachfrage der Konsumenten nach Produkten, die unter ethischen Gesichtspunkten produziert und vermarktet werden, ist in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen. Noch bis vor wenigen Jahren hat sich der Markt für fair gehandelte und ökologisch produzierte Erzeugnisse in erster Linie auf Lebensmittel beschränkt. Inzwischen hat das gute Gewissen beim Konsum immer mehr Bereiche erobert, so auch den Textilsektor.

Biologisch zu Tisch

Eine neue Linie mit Tischwäsche von Schwob verwendet Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau (kbA). Bei der Herstellung dieser Stoffe werden weder Kunstdünger, Pestizide noch Entlaubungsmittel verwendet. Auch keine umweltschädlichen Hilfsmittel und Produktionsverfahren kommen zum Einsatz. kbA-Baumwolle wird organisch gedüngt und in Fruchtfolge angebaut, also im Wechsel mit verschiedenen Feldfrüchten. Somit kommt auch beim ökologischen Anbauplan Abwechslung auf den Tisch, die den Genuss für den Gast nochmals erhöhen dürfte.

Fair im Bett

Mit ihrer Fairtrade-zertifizierten Bettwäschelinie aus Bio-Baumwolle steht Schwob als Pionierin da. Als erste Schweizer Weberei hat sie mit einer schönen Portion Weitblick in die strenge Fairtrade-Zertifizierung von Max Havelaar investiert. Ein Engagement, das sich in jedem Fall auszahlt. Denn fairer Handel bedeutet, dass Kleinbauern in Indien für ihre Baumwolle einen stabilen Preis erhalten. Zudem können sie mit der Fairtrade-Prämie eigene Projekte wie z.B. Schulhäuser, Trinkwasserversorgung usw. umsetzen und damit ihr Leben verbessern. Die Verarbeitungskette der Baumwolle ist transparent und entspricht anerkannten sozialen Kriterien. Die Baumwolle stammt aus der jungen indischen Kleinbauernkooperative «Mahima», die beste Qualität aus fairem Anbau herstellt.

Ausgezeichnete Designfreiheit

Die neuen Produkte im Tisch- und Bettwäschesortiment können dank modernster Jacquardtechnologie weitgehend frei gestaltet werden. Der Fantasie der Gestalter sind somit keine Grenzen gesetzt, im Gegenteil. Das ist Designfreiheit, die richtig gut tut und angesichts der ethischen Idee und der positiven Prozesse, die mit solchen Produkten ausgelöst werden, die Kreativität der Designer bestimmt noch weiter beflügeln und befruchten wird.

Little Japan auf dem Hasenberg

Seit 2003 bietet das Hotel Ryokan Hasenberg in der Nähe von Zürich japanische Gastlichkeit auf hohem Niveau.

Auf dem Hasenberg unweit von Zürich hat Masafumi Kurahayashi ein kleines Paradies wie aus einem japanischen Märchen errichtet. 2003 öffnete das erste japanische Hotel – ein «Ryokan» – Europas seine Pforten.

Als Masafumi Kurahayashi vor knapp 6 Jahren das erste Ryokan-Hotel in Europa eröffnete, war die traditionelle japanische Hotellerie noch kaum bekannt. Seitdem darf sich das Hotel Ryokan Hasenberg über steigende Gästezahlen im Beherbergungsbereich wie auch in der japanischen Kaiseki-Gastronomie freuen. Der Japaner führt das Ryokan-Hotel zusammen mit seiner Frau Yoshiko Kurahayashi, die als Gastgeberin an der Front auftritt, während er die Fäden im Hintergrund zusammenhält.

Westliche Behaglichkeit und japanischer Komfort

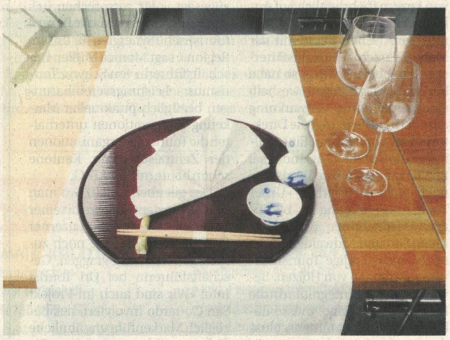
Bewusst sollte das Hotel nicht nur das klassisch japanische Beherbergungskonzept beinhalten. Neben den japanischen Zimmern mit Futon-Matten auf Tatamiboden bietet das Haus auch komfortable Zimmer westeuropäischen Stils – auf höchstem Qualitätsniveau. Im Hotel erwartet den Besucher internationales Flair: Alle Mitarbeiter der verschiedenen Bereiche stammen aus Japan, die Gäste grösstenteils aus der Schweiz sowie aus dem EU-Raum und aus Japan. In den komfortablen Ryokan-Zimmern kommt der Gast voll auf seine Kosten. Eine «Nakai», die japanische Zimmertochter, betreut den Gast vom Empfang, über Dinner, Frühstück bis zur Verabschiedung.

Kaiseki-Küche für höchste kulinarische Ansprüche

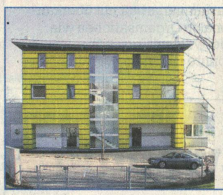
Dass japanisches Essen nicht immer nur Sushi sein muss, beweist das vielfältige Speisenangebot aus der traditionell japanischen Kaiseki-Küche. Die Auswahl an köstlichen Suppen, erstklassigen Grilladen, variantenreichen Fischgerichten und anderen japanischen Spezialitäten war dem Guide Michelin 1 Stern wert.

Schwob auf Tuchfühlung mit japanischer Gastlichkeit

Die Wahl und die Inszenierung der passenden Stoffe im Bereich der Tisch- und Bettwäsche runden das harmonische Bild kompromissloser Qualität ab. Herr und Frau Kurahayashi haben sich bewusst für den Mietwäsche-Vollservice von Schwob entschieden, weil das Gesamtpaket perfekt auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten war: Textilien in Topqualität, kombiniert mit einem verlässlichen Wäscheservice. Auch die Freiheit im Design der speziellen Bettwäsche sowie die schmalen Tischdecken und Servietten, passend zu den Tischen aus Kirschbaumholz, haben die Gastgeber restlos überzeugt. «Die ideenreiche Beratung im Vorfeld der Eröffnung und die kreativen Möglichkeiten, unser Logo einzuweben, haben uns schlichtweg begeistert!», so das Hotelierpaar.



Grenzenlose Gestaltungsfreiheit: schmale Tischwäsche von Schwob.



Hotel Restaurant Ryokan Hasenberg
Yoshiko und
Masafumi Kurahayashi
Hasenbergstrasse 74
8967 Widen
Tel. +41 (0)56 648 40 00
www.hotel-hasenberg.ch

Schwob AG Textiles of Switzerland

Textilherstellung und -pflege

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

Erstklassiges Sortiment

Schwob AG produziert Textilien für Bett, Tisch und Bad. Bei der Tischwäsche stehen Qualitäten in Leinen, Halbleinen und Baumwolle zur Auswahl. Schlafkomfort der Extraklasse bereitet die Bettwäsche aus Baumwolldamast. Alles ist auf Wunsch mit eingewebtem Schriftzug beziehungsweise Logo des Hotels erhältlich.

Feines aus dem Herzen der Schweiz

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

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

«80 Hotels sind möglich»

Accor-Schweiz-Chef Georges Schneider über Top-Lagen, weisse Flecken auf der Karte und sein Anliegen an Bundesrat Moritz Leuenberger.

ANDREAS GÜNTERT

Georges Schneider, Sie sind mit 39 Betrieben und 4400 Zimmern hierzulande quasi der grösste Hotelier. Was sind für Ihre Gäste die drei Top-Prioritäten bei der Hotelwahl?
Am wichtigsten ist eine gute Lage. Zweitens wollen Gäste die Sicherheit, dass sie bei Ankunft keine bösen Überraschungen punkto Preis und Reservation erleben. Weil wir zu 30 Prozent auf Stammkunden zählen können, ist drittens wichtig, dass diese erkannt und begrüsst werden – und zwar durch all unsere Sterne-Kategorien hindurch. So wirkt Kundenbindung.

Accor ist mit Konzepten wie Etap und Ibis stark in der preisgünstigen Hotellerie vertreten. Macht Sie das zum Krisengewinner?
Auch wir verlieren im Viersternebereich stärker als im Zwei- und Einstern-bereich. Aber Gewinner in der Krise gibt es nicht. Beim Umsatz liegen wir derzeit 11 Prozent hinter 2008 zurück. Wobei zu sagen ist, dass die Vorjahre alle super liefen. Wir kommen insgesamt auf gleich viele Gäste wie 2008, doch in der Zwischenzeit bieten wir mehr Zimmer und mussten teils die Preise nach unten anpassen.

Gibt es regionale konjunkturelle Unterschiede?
Und wie! In Bern, wo wir mit einem Novotel, einem Ibis und einem Etap unter einem Dach logieren, läuft es sehr gut. A Berne, la crise n'existe pas! Wobei uns natürlich die Eishockey-Weltmeisterschaft im April geholfen hat. Sion macht viel Freude. Schwierig ist es im Raum Zürich, insbesondere um den Flughafen. Bis September 2008 konnten wir quasi einfach die Tür öffnen und das Geschäft kam zu uns. Jetzt müssen wir richtig hart arbeiten. Auf einem Platz notabene, der neue und die härteste Konkurrenz der ganzen Schweiz bietet.

Vor drei Jahren noch sprachen Sie davon, im Jahr 2010 über 6000 Zimmer zu verfügen. Davon ist man weit entfernt.
Ich gehe heute davon aus, dass wir per Ende 2010 in 47 Schweizer Hotels 5300 Zimmer haben werden. Dass wir nicht wie gewünscht gewachsen sind, hat nichts mit der Krise zu tun. Aber in den letzten drei Boomjahren schossen Immobilien- und Baukosten so irrsinnig in die Höhe, dass wir einige Projekte nicht umgesetzt haben.

«Bundesrat Moritz Leuenberger ist der heimliche Tourismusminister.»
Georges Schneider
Genaldirektor Accor Schweiz

Gibt es ein Fernziel für eine ausgebaute Accor-Schweiz?
80 Hotels in der Schweiz sind möglich. Vielleicht sogar noch vor 2020.

Wo sehen Sie noch weisse Flecken?
Zum einen gibt es Orte, wo wir noch gar nicht sind und gerne hin möchten. In St. Gallen etwa kämpfe ich seit zehn Jahren um einen guten Standort – und kriege doch nie etwas. Es ist die letzte grosse Schweizer Stadt, wo wir noch nicht sind. Ein Traum wäre ein Standort in Zermatt, wo es noch keine Kettenhotels hat. Zum zweiten gehen wir gerne dorthin, wo es schon viele andere Hotels und Gäste hat – und also auch Platz für mehr Hotels. Deshalb werden wir in Lugano-Paradiso drei Betriebe eröffnen.

Worauf schauen Sie bei der Standortwahl?
Früher war uns die Nähe einer Autobahnausfahrt wichtiger, heute ist es die Lage im Stadtzentrum. Grob gesagt, soll ein Accor-Kunde nicht mehr als 100 Meter gehen müssen zur nächsten Haltestelle von Bahn, Bus oder Tram. Bundesrat Moritz Leuenberger ist der heimliche Tourismusminister.

Wie meinen Sie das?
Der öffentliche Verkehr ist fürs Image und das Funktionieren der Schweiz extrem wichtig. Deshalb regt mich die Preispolitik der SBB auf: Das Halbtax-Abo ist weit verbreitet, die vollen und hohen Preise bezahlen nur die Dummen und viele ausländische Touristen. Deshalb habe ich Herrn Leuenberger im Frühling einen Brief geschrieben.

Mit welchem Inhalt?
Ich habe angeregt, im Juli und August 2009 halbe Preise auf dem gesamten Schweizer Schienennetz zu machen – als Feriengeschenk für alle. Aggressiv kommuniziert hätte das zur Förderung des Schweizer Tourismus beigetragen.

Und wie hat Bern geantwortet?
Mit einem freundlichen Brief und einer freundlichen Absage. Leider.

Hat es Sie nie gereizt, in der Schweiz ein Prestige-Projekt zu verwirklichen?
Unsere Top-Marke Sofitel steht an bester Lage in Weltstädten wie New York, Peking und Buenos Aires. Es wäre schön, einmal ein Sofitel in Zürich oder Genf am allerbesten Platz zu eröffnen. Doch diese Standorte sind leider alle schon besetzt. Oder noch.

Zur Person Von der Kochlehre zum Grosshotelier

Georges Schneider (58) ist seit 2003 Generaldirektor der Accor Hospitality Schweiz. Nach einer Kochlehre bei Mövenpick und der Hotelfachschule Lausanne kam er über Stationen bei Intercontinental und Holiday Inn 1976 zu Accor. 2008 machte die französische Gruppe hierzulande mit den Marken Ibis (18 Hotels), Mercure (6), Novotel (5), Etap (5), MGallery (2), Adagio City Aparthotel (1), Formule 1 (1) und Suitehotel (1) 168 Mio. Fr. Umsatz. In der Schweiz werden 1000 Personen beschäftigt. ag

Der Preispolitik der SBB kann Accor-Chef Georges Schneider wenig abgewinnen: «Die vollen und hohen Preise bezahlen nur die Dummen und viele ausländische Touristen.»

Alain D. Boillat

Standpunkt

Kaffee machen will gelernt sein: «Faszination Cappuccino»

HEINZ TRACHSEL

So heisst das Motto des zweiten Schweizerischen Tags des Kaffees am Freitag, 25. September 2009. Warum eigentlich Cappuccino? Im Ausserhauskonsum machen Cappuccino, Schale, Latte Macchiato bereits 34% aller Kaffeekonsumationen aus, Tendenz steigend. Schale Gold, Schale hell, Schale dunkel: Erfolg einer ganzen Generation schweizerischer Kaffeeliebhaber! Cappuccino und Latte Macchiato als Trendgetränk der Jungen und Junggebliebenen. Wenn der Cappuccino auf dem kompakten Milchschaum mit einem hingezauberten Herz oder einem stilisierten Pflanzenblatt dekoriert serviert wird, und der Latte Macchiato im Glas visuell dreistöckig mit Milch/Kaffee/Schaum zubereitet wird, ist der Gast glücklich.

«So wird man zum Betrieb, der den besten Kaffee in vollendeter Form serviert.»

Es ist daher erfreulich, dass sich viele junge Menschen für die Aus- und Weiterbildung auf dem Sektor Kaffeezubereitung interessieren. Die von der Speciality Coffee Association of Europe (SCAE) durchgeführten Prüfungen zur Erlangung der international anerkannten Diplome Barista 1 und Barista 2 werden in ganz Europa sehr gut besucht. Die Diplomierten können das Kaffeegeschäft kompetent und umfassend erfolgreich gestalten. Vorbereitungskurse zu den Prüfungen führen die SCAE Schweiz, verschiedene Kaffeeröster und Kaffeemaschinenhersteller durch. Die zweitägigen Kurse werden durch autorisierte SCAE-Trainer geleitet, die umfassendes fachliches, didaktisches und methodisches Können besitzen. Auf www.swissscae.ch findet man mehr Informationen.

Im Frühstücks- und Seminarbereich wird der tadellose Filterkaffee sehr geschätzt. Hier bestehen neue Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in Gold-Cup Brewmasterkursen bei Kaffeeröstern. Es kann das europäisch anerkannte SCAE Brewmaster Diplom erlangt werden. So wird man zum Betrieb, der den besten Kaffee in vollendeter Form serviert.

Heinz Trachsel ist Coordinator der Speciality Coffee Association of Europe, Swiss Chapter.

Warum Ruhezonen für Unruhe sorgen

SULAMITH EHRENSPERGER
REDAKTORIN

Zum Thema
Ruhewagen

Wer kennt sie nicht, die Zugabteile mit den lustigen Klebern an den Fensterscheiben. Ein Gesicht mit einem Finger vor dem Mund. Ein durchgestrichenes Handy. In den so genannten Ruhezonen der doppelstöckigen SBB-Zügen wird das Ruhebedürfnis vorgeschrieben. Sprechen ist verboten. Ebenso Telefonate oder Musikhören. Wozu brauche ich diese vorgeschriebene Ruhe? Vielleicht kann ich mich hier besser aufs Texten konzentrieren, denke ich. Und wundere mich doch, weshalb es diese Ruhewagen gibt. Denn kaum fährt der Zug los, beginnt ein kleines Mädchen zu quengeln. Wahrscheinlich ist es müde. Die Mutter redet beschwichtigend auf ihre Tochter ein. Bereits schaut eine ältere Frau scharf in ihre Richtung. Je mehr die Mutter aufs Kind einredet, desto lauter werden seine Proteste. Von einem Kind kann man schliesslich nicht erwarten, dass es sich an die Ruhewagenregeln hält.

«Verschriebene Ruhe bringt eher Unruhe. Denn Ruhesuchende geraten in Ruhezonen regelmässig in Rage.»

Da startet der Herr neben mir seinen Laptop. Wahrscheinlich hat er sich kürzlich ein Video angesehen, denn die Lautstärke ist auf Maximum eingestellt. Die Windows-Startmelodie dröhnt durch das Abteil. Schon hämmert er darauf los. In regelmässigem Rhythmus klappern die Tasten. Ein Fahrgast niest. Explosionsartig. Ich zucke zusammen. In der Ruhezone erhält sogar Niesen eine andere Dimension. Je totaler die Ruhe, desto lauter scheint jedes Geräuschlein. In Konzertlautstärke quasseln zwei Teenager im Gang. Die Unterhaltung ist in der Ruhezone nicht zu überhören. Einer der beiden entdeckt das Spiel «Zeig mir deine 100 liebsten Handyrufmelodien». Um die Ruhe ist es definitiv geschehen. Schon springt die ältere Frau im Abteil auf. Die selbst ernannte Ruhepolizistin scheint nur auf diesen Moment gewartet zu haben. Ihre Schimpftirade prasselt auf die verdutzten Teenager nieder. Sind wir uns Ruhe überhaupt gewohnt, frage ich mich. Die Idee eines Ruhewagens ist nicht schlecht. Doch bringt die verschriebene Ruhe eher Unruhe, statt Stille. Denn Ruhesuchende geraten in Ruhezonen regelmässig in Rage. Immer dann, wenn sich ein Nicht-Ruhesuchender hierher verirrt.

«Filmen bedeutet nicht ausschliesslich Glamour und roter Teppich, sondern harte und fokussierte Arbeit.»
Carlos Leal Rapper und Schauspieler

Hollywood in Zürich

Elmar Ledergerber (v. l.), Präsident Zürich Tourismus; **Jürg Kessler,** HTW Chur; **Christoph Juen,** CEO hotelleriesuisse und **Samuel Salvisberg,** EHL.

Der rote Teppich und gut gelaunte Gäste gaben der Verleihung das richtige Ambiente: Der erste **Swiss Hotel Film Award** wurde in Zürich vergeben. Es flossen auch Tränen.

SIMONE LEITNER

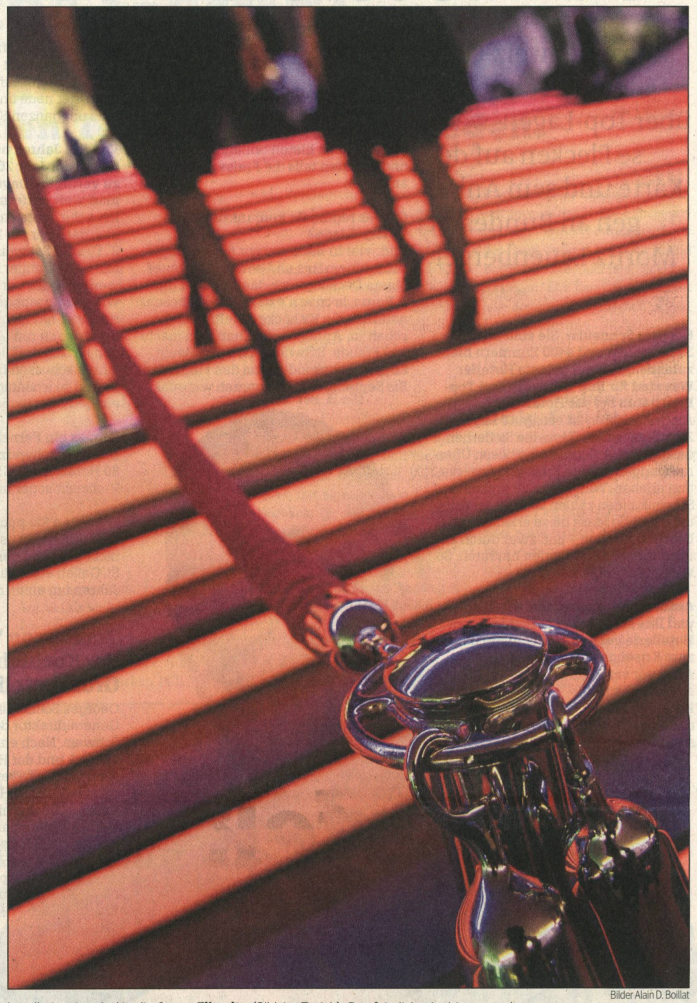
Jurymitglieder: **Hitsch Leu** (v. l.), Arosa, **Urs Kienberger,** Films und **Mohan Mani,** Präsident.

Nicoletta Müller, Direktorin Hotel Meierhof in Zürich, und **Hans E. Koch,** Direktor Hotel Palace Luzern.

David und **Miryam**, die Stars des Siegerfilms «Chindersach», zeigten Emotionen und Freudentränen.

Amüsierten sich: **Jörg** und **Joëlle Rudolf von Rohr** (v. l.), «Schweizerhof» Zürich, **Walter Berger**, Rebag Data und **Oliver Zurwerra**, Hotelpartner.

And the Swiss Hotel Film Award goes to… Was nach Hollywood tönt, hat sich auch ein wenig so angefühlt. An der Preisverleihung des Kurzfilm-Wettbewerbs der Schweizer Hotellerie in der Zürcher Arena Filmcity wurde gefeiert und gezittert. Deutliche Emotionen zeigten die kleinen Stars der Siegerproduktion «Chindersach». Für Glamour sorgte der Schauspieler und Rapper Carlos Leal. Und für einen internationalen Touch der rote Teppich und das Blitzgewitter der Fotografen. Das gefiel den rund 500 Gästen, die sich bestens amüsierten und munter netzwerkten.



Bilder Alain D. Boillat

hotelleriesuisse lud in die **Arena Filmcity** (Sihlcity Zürich): Das feierliche Ambiente an der ersten Preisverleihung des Swiss Hotel Film Awards überzeugte die rund 500 Gäste.

Sesselrücken

Hitsch und Valerie Leu nur noch eine Saison im Eden

Christian «Hitsch» Leu und seine Frau **Valerie** verabschieden sich nach 25 Jahren aus dem Hotel Eden Arosa. Die Wintersaison 2009/10 erklärt das Hoteliererehepaar zu ihrer letzten. Dies im Hinblick auf die Weiterentwicklung des Hauses, welches eine neue Ausrichtung erfahren soll.

Alain D. Boillat

Mit Schweizer Know-how nach Deutschland

Kai Kenngott (Bild) verlässt nach fast vier Jahren das Park Hotel Vitznau und übernimmt ab 1. Oktober 2009 die Leitung des 5-Sterne-Resorts Vitalhotel Alter Meierhof an der Flensburger Förde (D). Seit Januar 2006 leitete Kenngott gemeinsam mit dem geschäftsführenden Direktor **Thomas Kleber** das 5-Sterne-Grandhotel und war als Resident Manager für den gesamten Beherbergungsbereich im Park Hotel verantwortlich.

zvg

Erfahrener Mann als Geschäftsführer der Pizolbahnen AG

Klaus Nussbaumer geht per 1. 1. 2010 zur Pizolbahnen AG, wo er ab 1. 5. 2010 vollamtlicher Geschäftsführer wird. Nussbaumer ist zurzeit Standortleiter der Bergbahnen Diedamskopf im Bregenzerwald. Er verfügt über eine technische Grundausbildung und war bereits bei den Bergbahnen Brandnertal (Ö) und der Pfänderbahn Bregenz (Ö) in leitenden Funktionen tätig. maz

Berner Oberländer Tourismus dankt den Landwirten für schöne Landschaften

Neun Bewerber buhlten um den Kulturlandschaftspreis 2009. Drei davon wurden mit 2000 Franken ausgezeichnet.

Am Dienstag überreichte die Regionalkonferenz Oberland-Ost zusammen mit den Tourismusorganisationen Haslital, Interlaken und Jungfrau Region Marketing AG den 5. Kulturlandschaftspreis für aussergewöhnliche landschaftspflegerische Leistungen. Die Sieger: Familie Dähler, Halgenfluh (Hasliberg); Familie Feuz-von Allmen, Alp Stufenstein (Lauterbrunnental); Fritz und Ruedi Moser, Aellschliechtli (Grindelwald-Bussalp). maz

zvg

Die Preisträger vereint.

ANZEIGE

«Durch einen höheren Anteil an wiederkehrenden Gästen können Familienbetriebe die Auslastung besser steuern.»
Marcus Frey Managing Partner, CFB network AG

Familienbetrieb. Direktionspaar. Wenn ein Paar ein Hotel leitet, ist das eine besondere Herausforderung. Besonders schwierig ist es, sich genügend Freizeit zu gönnen.

Bilder zvg

Nicole und Thomas Rüegg führen das «Weiss Kreuz» mit viel Engagement und Gastfreundschaft.

Sie die Chaotin, er der Perfektionist

Nicole und Thomas Rüegg führen das «Weiss Kreuz» in Thusis in der dritten Generation. Mit einer Passion für Überdurchschnittliches. Und mit viel Erfolg.

CHRISTINE KÜNZLER

Eine Hotelfachschule absolviert hat keins von beiden. Thomas Rüegg hat das Nachdiplomstudium von hotelleriesuisse im Rucksack, Nicole Rüegg hatte schon als Kind einen Bezug zur Hotellerie, denn ihre Eltern und Grosseltern führten das «Weiss Kreuz» in Thusis. Er ist ein Quereinsteiger aus der Elektrobranche und folgt nun seit sieben Jahren im 3-Sterne-Hotel mit seinen 86 Betten «mit dem Lehrbuch in der Hand seinem Bauchgefühl». Das Ehepaar ergänzt sich: Sie ist die geborene Gastgeberin, eine, die weiss, was Dienstleistung bedeutet und «eher eine Chaotin», wie ihr Mann betont. Er ist der Perfektionist, der Ästhet, der Strukturierte, mit viel Sinn für Details. «Eigentlich ist klar, wer von beiden was macht», sagt Rüegg. So richtig klappen will die Aufteilung aber noch nicht. Nicht nur, weil die Zusammenarbeit des unterschiedlichen Paares «manchmal nicht ganz einfach» ist, auch, weil im «Weiss Kreuz» einige Abläufe «besser organisiert und teilweise standardisiert» werden könnten.

> «Eigentlich ist klar, wer von uns beiden was macht.»
> **Thomas Rüegg**
> Hotelier «Weiss Kreuz»

«Zukunftssicherung kommt vor Gewinnmaximierung»

Die Arbeitszeiten sind lang, sehr lang, deshalb ist die Work-Life-Balance ziemlich aus dem Gleichgewicht geraten. «Das wollen wir ändern. Wir möchten mehr Freizeit für uns gewinnen», sagt Rüegg. Das wird nicht einfach sein, denn die beiden haben sich dem Hotel ganz und gar verschrieben und setzen ihre Latte hoch. «Wir können gar nicht anders, als unsere Sache gut machen.» Herzblut, Identifikation, gelebtes Unternehmertum und Sorgfalt mit einem Betrieb, den es seit 72 Jahren gibt, das haben sich Rüeggs auf die Fahne geschrieben. «Wir sind eine Verpflichtung eingegangen, als wir den Betrieb übernommen haben. Zukunftssicherung kommt für uns vor Gewinnmaximierung», betont Rüegg. Das spürt der Gast im «Weiss Kreuz»: Herzlichkeit ist keine antrainierte Strategie, sondern echte gelebte Gastfreundschaft. Und die Küche dort ist überdurchschnittlich und regional.

Es sind auch die liebevollen Kleinigkeiten, ganz nach Rüeggs Leitsatz, «ein Zuhause für unterwegs» sein zu wollen, die das «Weiss Kreuz» aus der «toten Mitte» der 3-Sterne-Häuser hinaushebt. Und es sind Dienstleistungen, die den Hotelier wenig kosten, wie zum Beispiel, dass jeder Biker, der im Haus logiert, sein Velo-Trikot gewaschen bekommt.

Thomas und Nicole Rüegg setzen auf einen breiten Gästemix. «Wir positionieren unser Hotel also nicht klar. Das heisst, theoretisch dürfte es unseren Betrieb gar nicht geben», sagt Rüegg. Sie beherbergen auch Gruppen, zum Beispiel von Wanderferienanbieter Baumeler. Oder von Busunternehmern – vor allem unter der Woche. Mit attraktiven Ausflugsvorschlägen liessen sich diese Gäste bis sechs Nächte im Haus halten.

> «Wir können gar nicht anders, als unsere Sache gut zu machen.»
> **Thomas Rüegg**
> Hotelier «Weiss Kreuz»

Das Hotel ist gut ausgelastet

Wichtigstes Segment sind die individuellen Via-Spluga-Wanderer, die bei Rüeggs ein Package mit Gepäcktransport buchen. Oder jene, die sich die Viamala-Schlucht nachts ansehen: Die «Viamala Notte» ist eine der 72 «Erlebnis-Perlen» von Schweiz Tourismus. Auch Biker und Töfffahrer logieren im 3-Sterne-Hotel. Und manchmal auch Geschäftsleute. Zudem ist das Hotel Mitglied bei der Gruppe Typische Schweizer Hotels und bei Velotel/Wanderotel. Wichtigster Herkunftsmarkt, nach der Schweiz, ist Deutschland. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt zwei Nächte.

«Die grösste Schwierigkeit ist, die Gäste erst mal ins Haus zu bringen», sagt Rüegg. Vor allem an einem Standort, der nicht unbedingt in jedem Tourismusführer erwähnt wird. «Thusis spielt in der Drittliga mit. Das wirkt sich auch auf unsere Preise aus.» Doch wenn die Gäste einmal im «Weiss Kreuz» sind, gefällt es ihnen. «Das zeigen die positiven Rückmeldungen.» Die Buchungs-Schwankungen im «Weiss Kreuz» sind nicht leicht auszugleichen. «Deshalb müssen unsere Mitarbeitenden selbstständig arbeiten und verschiedene Aufaben erfüllen können.» Das Haus, welches das ganze Jahr über geöffnet ist, war letztes Jahr zu 65 Prozent ausgelastet, 2009 dürften es durchschnittlich 73 Prozent sein. In den drei wichtigen Sommermonaten war das Hotel dieses Jahr zu 87 Prozent gebucht. «Die Gäste schätzen das faire Preis-Leistungs-Verhältnis», hält Rüegg fest. Ehrliche, herzliche Gastfreundschaft werde geschätzt. «Die weichen Faktoren haben wieder an Bedeutung gewonnen.» Gebucht wird hauptsächlich über Internet und über die Destination Viamala. Rüegg akquiriert aber auch persönlich in den potenziellen Märkten.

Und wenn die Auslastung stimmt, so zeigt dies auch, dass Rüeggs Schwiegereltern ihre Sache gut gemacht haben. Sie haben weitsichtig und geschmackvoll renoviert. Jetzt hat das Hotel mit seinen schlichten Zimmern und dem Wohlfühlbereich seinen Investitionsbedarf gedeckt.

Das 3-Sterne-Hotel war im Sommer zu 87% ausgelastet.

Paar: «Vorteile überwiegen»

Cornelia Deubner arbeitet seit sieben Jahren mit ihrem Mann Jörg Seite an Seite. Seit vier Jahren führt sie mit ihm zusammen das 4-Sterne-Hotel Villa Carona in Carona. «Wir haben stets auch unsere zweieinhalbjährige Tochter bei uns. So können wir uns in deren Betreuung abwechseln und die Verantwortung teilen», hält Cornelia Deubner fest.

Sie hat sich mit dieser Arbeitsaufteilung einen Traum erfüllt: «Ich wünschte mir schon immer, zusammen mit meinem Partner etwas aufbauen zu können.» Klar habe man so weniger Zeit für einander, doch die Vorteile überwögen, und ihre Work-Life-Balance sei auch so ausgeglichen. «Wir geniessen es, selber bestimmen zu können, und nicht mehr in einem Sandwich eingeklemmt zu sein.»

Im Hotel ist jeder für seinen eigenen Bereich zuständig. Sie, mit ihrer kaufmännischen Ausbildung, kümmert sich um Buchhaltung, Personaladministration und Reservation. Er, Jörg Deubner, führt Personalgespräche, sorgt dafür, dass das Restaurant läuft und überwacht auch die Finanzen. «Ich bin meist jeden Tag vier bis fünf Stunden im Betrieb, mein Mann etwas länger. Doch dann gibt es auch Tage, an denen es gerade umgekehrt ist.»

Cornelia und Jörg Deubner werden von zwei Assistentinnen unterstützt. «Die nehmen uns viel Arbeit ab.» Trotzdem: Ihren Wunsch nach einem Tag frei pro Woche konnten sie sich noch nicht erfüllen. «Wir haben es bis jetzt einfach noch nicht geschafft. Ich hoffe, wir können unsere Freitage im Herbst nachholen.» Und klar sei auch in der Freizeit der Betrieb das Hauptgesprächsthema. «Das macht uns nichts aus – wir arbeiten gerne».

Von der Wesensart her seien sich die beiden Partner ähnlich, sagt Cornelia Deubner. «Manchmal allzu gleich», ergänzt sie. So reagierten eben beispielsweise beide impulsiv. «Wir können uns gegenseitig aufstellen, wenn eines von uns gerade keinen guten Tag hat.» Und, wenn sich der eine über die viele Arbeit beklage, rufe der andere in Erinnerung, wie schön doch diese Arbeit sei. ck

ANZEIGE

htr hotelrevue
Nr. 38 / 17. September 2009

Familienbetrieb. Geschwister. Sind mehrere Nachkommen da, die den elterlichen Familienbetrieb übernehmen wollen, gilt es sorgfältig abzuwägen, welche Lösung für alle die beste ist.

Ein Hotel, mehrere Anwärter

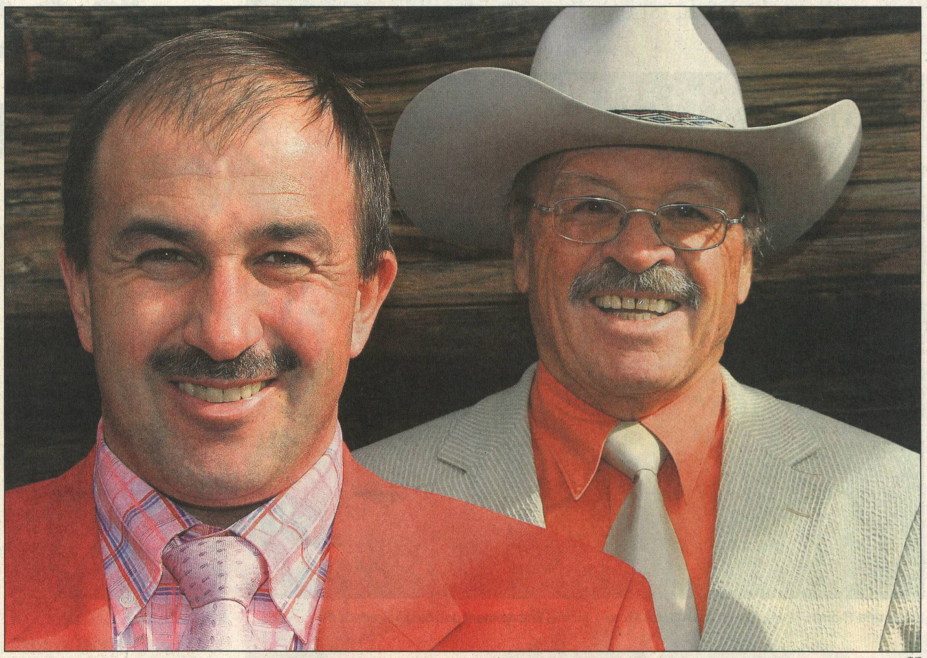
Hoteliers mit mehreren Kindern tun gut daran, die Nachfolge früh zu regeln. Stabsübergabe am Beispiel von Art Furrer und Felix Dietrich.

ROBERT WILDI

Art Furrer fühlt sich wohl in seiner Haut. Der 72-jährige Walliser Hotelier hat viel Zeit für ausgedehnte Touren in seinen geliebten Bergen. Offiziell amtet er zwar noch als Präsident der Geschäftsleitung seiner drei Hotel-Resorts mit total rund 400 Betten auf der Riederalp. «In Tat und Wahrheit bin ich aber nur noch der Hofnarr», lacht er.

Die Führungsverantwortung hat Art Furrer schon vor Jahren abgegeben, an seinen Sohn Andreas. Er ist neben Tochter Betina und Sohn Alexander das älteste der drei Kinder des Ehepaars Art und Gerlinde Furrer. Art Furrer hat schon vor über zehn Jahren mit der Evaluation der Nachfolge begonnen: «Viele Hoteliers warten viel zu lange und riskieren damit Streitereien und böse Überraschungen.»

Furrer will allen drei Kindern gerecht werden. Er gründete also die Stammhaus AG, in welcher das Aktienkapital aller drei Hotelbetriebe zusammengefasst ist. Im Testament ist geregelt, dass jedes der drei Geschwister je einen Drittel des Aktienkapitals erben werden. Um den Lebensunterhalt für sich und seine Frau zu sichern, hat Furrer Liegenschaften, die der Stammhaus AG angehörten, herausgelöst. Diese werden dann einmal als «Privatvermögen» vererbt werden.



Sohn Andreas Furrer mit seinem Vater Art Furrer: Die Übergabe ist vollzogen. Der zweite Sohn wird möglicherweise später einsteigen. ZVG

Art Furrer: «Einer muss der Chef im Hause sein»

Drei Kinder, drei potenzielle Nachfolger für die Übernahme des kleinen Hotel-Imperiums auf der Riederalp: Damit die Fortführung des Betriebes gewährleistet ist, musste eines der drei Kinder zum Geschäftsführer ernannt werden. «Einer muss der Chef sein, sonst geht es nicht», ist Furrer überzeugt. Die Wahl ist auf Andreas gefallen, der schon früh in den Betrieben mitgearbeitet und entsprechende Ausbildungen absolviert hat. Während der langjährigen und engen Zusammenarbeit zwischen Vater und Sohn habe sich dessen Führungsposition abgezeichnet. Vater Art Furrer hat ihm eine Zweidrittel-Mehrheit der Stimmrechts-Aktien an der Stammhaus AG übertragen. «Damit hat er die operative Verantwortung.»

Furrers zweiter Sohn Alexander besitzt eine Paragliding-Schule und kann sich vorstellen, wieder einmal im väterlichen Betrieb zu arbeiten. Tochter Betina Furrer hatte sich nie für die Übernahme der Hotels interessiert. «Die Möglichkeit, im Hotel einzusteigen, steht Alexander jederzeit offen», sagt Furrer, der mit der «sowohl juristisch als auch atmosphärisch hieb- und stichfesten» Nachfolgeregelung zufrieden ist. Sie sei mit dem Einvernehmen aller drei Kinder zustande gekommen.

> **«Ich kann mir vorstellen, dass auch die anderen Nachkommen im Hotel arbeiten.»**
> **Felix Dietrich**
> «Waldhaus» Sils Maria

Maria und Felix Dietrich übergeben das «Waldhaus» im Frühling 2010 ihren beiden Söhnen Claudio und Patrick. ZVG

Stabsübergabe im «Waldhaus» steht kurz bevor

Seit Jahren schon bereitet man sich im Silser 5-Sterne-Hotel Waldhaus auf die Betriebsübergabe an die Folgegeneration vor. Im April 2010 wird Felix Dietrich-Kienberger, der den 100-Prozent-Familienbetrieb mit seiner Frau Maria Dietrich-Kienberger und deren Bruder Urs Kienberger in der vierten Generation führt, aus der Geschäftsleitung zurücktreten. Zur Wahl als Nachfolger standen die fünf Kinder des Ehepaars Dietrich-Kienberger sowie drei weitere Nachkommen aus der Kienberger-Dynastie. Urs Kienberger selbst hat keine Kinder.

Sechs der acht möglichen Nachfolger haben Ausbildungen in der Hotellerie absolviert. Die Wahl ist auf Claudio (32) und Patrick (29) gefallen, beides Söhne von Felix und Maria Dietrich. «Der Entscheid wird im Familienrat von allen Beteiligten mitgetragen», so Dietrich.

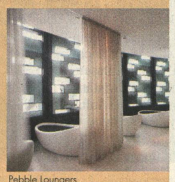
Claudio und Patrick Dietrich werden das Hotel in einer Übergangsphase an der Seite ihrer Mutter und ihres Onkels führen. Irgendwann, der Zeitpunkt ist noch offen, sollen sie die Verantwortung alleine tragen. Felix Dietrich wird auch nach seinem Rücktritt aus der Geschäftsleitung im Betrieb aktiv bleiben. Er kann sich gut vorstellen, dass auch die anderen Nachkommen der fünften Generation im Hotel arbeiten werden. Eine Tochter des Besitzerehepaars ist bereits heute im «Waldhaus» tätig.

Ein ungeschriebenes Gesetz der Familien AG im «Waldhaus», besagt, die jeweilige Geschäftsführung müsse über eine solide Aktienmehrheit verfügen. Vorderhand bleibe die Mehrheit aber auch nach dem 1. April 2010 noch im Besitz der vierten Hotelier-Generation.

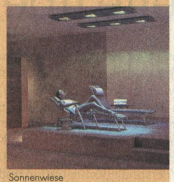
ANZEIGE

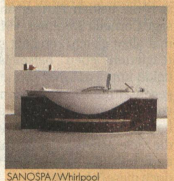
FÜR MICH.
Die KLAFS Sauna- und Wellness-Welt.

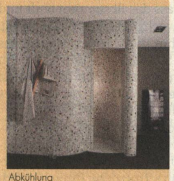
Sauna / Sanarium


Pebble Loungers

Dampfbad / Dusche


Sonnenwiese


SANOSPA / Whirlpool


Abkühlung

Weitere Informationen erhalten Sie in unserem kostenlosen 170seitigen Übersichtskatalog.

KLAFS
MY SAUNA AND SPA

Weltweit in über 30 Ländern.
KLAFS AG, Oberneuhofstrasse 11, 6342 Baar
T 041 760 22 42, F 041 760 25 35
baar@klafs.ch, www.klafs.ch
Weitere Geschäftsstellen in: Bern, Ried-Brig VS, Chur GR, Clarens VD, Dietlikon ZH, Roggwil TG.

Hotelnachfolge: Früh planen lohnt sich

Die familieninterne Hotelübergabe ist nicht einfach zu vollziehen. Wenn sie scheitert, bleibt oft nur noch der Verkauf an einen Dritten. Wurde diese Option nie in Betracht gezogen, muss das Hotel plötzlich unter Zeitdruck veräussert werden. In diesem Fall hat der Inhaber mit finanziellen Einbussen zu rechnen. Das kann vor allem dann verheerend sein, wenn seine Altersvorsorge im Betrieb gebunden ist. Die Nachfolgeregelung sollte deshalb frühzeitig angegangen werden.

Gibt es im Familienkreis einen potenziellen Nachfolger, der fähig und willens ist, den Betrieb zu übernehmen, stellen sich diverse finanzielle und rechtliche Fragen. Massgeblich tangiert werden das Ehe-, Erb-, Steuer- und Gesellschaftsrecht. Hat der Hotelier mehrere Kinder, verfügt er idealerweise über Kapital ausserhalb des Hotels, so dass die übrigen Erbteile gedeckt sind. Oder der Nachfolger ist finanzstark genug, um den Eltern den Betrieb abzukaufen.

Als Alternative bietet sich ein Wechsel der Rechtsform an. Wird das Einzelunternehmen zum Beispiel in eine Aktiengesellschaft umgewandelt, kann das Erbe in Form von Aktienpaketen verteilt werden. Um entscheiden zu können, erhält der Nachfolger in diesem Fall die Aktienmehrheit. Der Nachteil dabei: Die aussenstehenden Erben haben nur beschränkte Einflussmöglichkeiten, ihr Erbteil ist im Betrieb blockiert und verliert bei schlechtem Geschäftsgang an Wert. Wenn der Nachfolger das Hotel schlecht führt – und sei es nur aus Sicht der übrigen Erben, dann steht es mit dem Familienfrieden schnell einmal im Argen.

Justitia zeigt, wo es langgeht. Fotolia

Hoteliers sollten ihre Ziele kritisch hinterfragen und die Interessen der Nachkommen und Erben kennen. In steuertechnischen wie rechtlichen Fragen lohnt sich der Zuzug von Fachpersonen. maz

Familienbetrieb. Generationenwechsel. Übernehmen die Jungen das elterliche Hotel, braucht das viel gegenseitiges Verständnis und Respekt. Der Prozess ist für beide Seiten nicht einfach. Zwei Beispiele.

Die Pläne der Jungen

Die Jungen kommen, die Eltern gehen. Ein Prozess, der mal besser, mal schlechter gelingt. Am Beispiel von Bastian Hofmann und Gian-Andrea Schweizer.

CHRISTINE KÜNZLER

Erich Haesler/zvg

Stabübergabe im «Stella» Interlaken: Bastian Hofmann übernimmt von seinen Eltern Christine und Werner Hofmann.

Ich freue mich auf meine Aufgabe», sagt Bastian Hofmann, Sohn von Christine und Werner Hofmann, die noch bis Ende November das Hotel Stella in Interlaken führen. Was motiviert einen jungen Mann, in dieser doch relativ unsicheren Zeit das elterliche 4-Sterne-Hotel zu übernehmen? Bastian Hofmann: «Einerseits habe ich einen engen Bezug zum Hotel, zu meinem Elternhaus. Andererseits wollte ich schon als keiner Junge, im Gastgewerbe tätig sein.» Er habe während seiner Kochlehre nie mit der Idee gespielt, ein Hotel zu übernehmen, sagt er. «Erst im Gespräch mit meinen Berufskollegen, die alle einen eigenen Betrieb führen möchten, kam ich auf den Geschmack.» Bastian Hofmann wollte also seine Chance packen und bildete sich weiter: im Service und mit dem HF Hotelmanagement NDS von hotelleriesuisse.

Er ist sich bewusst, dass sein Start in Zeiten wie der jetzigen nicht einfach sein wird. Geld für Renovationen ist schwer aufzutreiben. Das haben schon seine Eltern zu spüren bekommen. Der Wechsel von der Gross- zur Raiffeisenbank schafft für den jungen Hotelier nun bessere Voraussetzungen: «Die Zinsbelastung ist wesentlich kleiner, und die Bank ist bereit, Amortisationen zu sistieren und so Geld für Renovationen frei zu machen», erklärt Hofmann. Um Innovationen zu tätigen, braucht er vorläufig noch die Zustimmung der Eltern: Sie sitzen im Verwaltungsrat (siehe Artikel unten). Pläne hätte er schon, sagt Hofmann. So möchte er das bestehende Hallenbad in ein Kreativzentrum umwandeln. Projekte, die erst auf Papier existieren. «Zuerst muss die Heizung saniert werden.»

zvg

Ursina Schweizer, Sohn Gian-Andrea und Tochter Corina mit Grosssohn Gian Arco und Vater Roland Schweizer.

Bastian Hofmann, Hotel Stella: «Ich fahre eine klassische Linie»

Was wird er anders machen als seine Eltern? «Ich arbeite bereits drei Jahre mit meinen Eltern zusammen. Viele meiner Ideen sind inzwischen umgesetzt.» Er fahre grundsätzlich eher eine klassischere Linie als seine Eltern, sagt er. «Das beginnt bei meiner Kleidung und zieht sich hin bis zum Service im Restaurant.» Geht es um die Vermarktung, dann sei er um einiges zeitgemässer als seine Eltern. «Heute läuft vieles über Internet.» Am Konzept gebe es nicht viel zu ändern: «Wir haben Erfolg damit.»

Unter Druck, das Hotel ebenso gut führen zu müssen wie seine Eltern, stehe er nicht, sagt Hofmann. «Ganz im Gegenteil: Der gute Ruf meiner Eltern erleichtert mir den Einstieg.» Er habe jedoch grossen Respekt vor seiner neuen Aufgabe und sei auch dankbar, in den nächsten Jahren noch auf das Fachwissen der Eltern zugreifen zu können.

Gian-Andrea Schweizer, La Margna: «Verschiedene Lebenswege»

Seine starke Verbundenheit mit dem Engadin und seine Liebe zum Hotel, in dem er aufgewachsen ist, ist auch für Gian-Andrea Schweizer Motivation, den elterlichen 4-Sterne-Betrieb «La Margna» in St. Moritz zu übernehmen. Er arbeitet seit letzten Winter dort als stellvertretender Direktor und ist vor allem für F+B verantwortlich. Vorher war er im «Giardino» in Ascona tätig.

Die Übergabe läuft noch nicht ganz rund. «Es kommen verschiedene Lebenswege zusammen», gibt der junge Hotelier zu bedenken. Er sei daran, seine Karriere aufzubauen und sich weiterzuentwickeln, für seine Eltern, Ursina und Roland Schweizer, die das Hotel seit 35 Jahren führen, sei die Situation jedoch «fundamental anders. Sie müssen sich neu orientieren. Das braucht Zeit». Er sei sich der einschneidenden strukturellen Veränderungen bewusst. «Meine Eltern haben sieben Tage in der Woche gearbeitet. Und ich allein bringe nur 50 Prozent der Arbeitskraft ein.» Denn verheiratet, sagt er, sei er zurzeit nur mit dem Hotel. Und falls er mal eine Partnerin habe, möchte er mit ihr nicht unbedingt Tag und Nacht zusammenarbeiten. «All das zwingt mich zu neuen Strukturen.» Diese aufzubauen und umzusetzen, sei kein leichtes Unterfangen.

Gian-Andrea Schweizer: «Tradition heisst eine neue Flamme schüren»

Um den Übergabeprozess zu erleichtern, haben Schweizers (siehe auch Artikel unten) neben dem externen Unternehmensberater auch einen Mediator engagiert, der die beiden Parteien im zwischenmenschlichen Bereich unterstützt. Der Umgang miteinander sei nicht einfach, hält Gian-Andrea Schweizer fest. Besonders dann, wenn die Eltern das Gefühl hätten, alles falsch gemacht zu haben, wenn er eigene Ideen einbringen möchte. «Es geht mir keineswegs darum, zu werten, ich möchte nur ein funktionierendes System weiterentwickeln», stellt er klar. «Tradition heisst für mich nicht, Asche zu bewahren, sondern eine neue Flamme zu schüren.» Ideen hat der junge Hotelier einige. So möchte er das «La Margna», neu Mitglied der Swiss Historic Hotels, klar in diesem Themenbereich positionieren. Und er will den F+B-Bereich rentabler gestalten und auf mehr Gästeerlebnis ausrichten.

Gian-Andrea Schweizer weiss, dass der Familienbetrieb eine wichtige Einnahmequelle ist, sowohl für ihn als auch für seine Familie. Unter Druck steht er deswegen nicht. «Wichtig ist, dass die Familie dahinter steht.» Alles andere lasse sich rechtlich regeln. Er lässt sich und seinen Eltern Zeit: Bis spätestens in fünf Jahren möchte er das Hotel übernehmen können.

Übergabe: Die Sicht der Eltern

Die Eltern von Bastian Hofmann, Christine und Werner Hofmann, werden weiterhin im «Stella» arbeiten. «Da wir unser ganzes Geld ins Hotel gesteckt haben, lassen wir uns von unserem Sohn anstellen, bis wir die AHV beziehen können», sagt Werner Hofmann. «Wir haben mit unserem neuen Chef einen Vertrag abgeschlossen, in dem wir Tätigkeit, Ferien und Arbeitszeit geregelt haben.» Christine Hofmanns Arbeitszeit ist etwas reduziert, dafür übernimmt sie teilweise den nächtlichen Telefon-Ringruf. «Ich bin ab 1. Dezember als Chef de Service angestellt und bin für den Unterhalt des Gartens zuständig», so Werner Hofmann. Hofmanns werden nun eine AG gründen, der er als Präsident vorstehen und in der auch Bastians Bruder Hannes, der nicht im Gastgewerbe tätig ist, sitzen wird. Dieser nimmt auch teil an den Geschäftsleitungssitzungen, die jährlich zweimal stattfinden.

«Als Verwaltungsratspräsident kann ich noch strategisch Einfluss nehmen», hält Hofmann fest. Aus dem operativen Geschäft wollen sich die beiden jedoch zurückziehen. «Ich weiss, dass das Einmischen nichts bringt.» Wohnen werden beide Parteien im Hotel. «Wir haben uns je eine Wohnung gekauft.» Hofmanns haben den Übergabeprozess vor einem Jahr eingeleitet. «Ab dann überliess ich meinem Sohn meinen Platz am Schreibtisch. Damit zeigten wir auch den Mitarbeitenden, wer bald das Sagen hat.»

Die «La-Margna»-Besitzer Ursina und Roland Schweizer haben ebenfalls eine Familien-AG gegründet. Mit drin sind auch Ursina Schweizer Geschwister. Sie ist als Verwaltungsratspräsidentin verantwortlich für die strategischen Belange. «Zurzeit stockt unser Übergabeprozess», zieht sie Bilanz. «Das Ganze läuft nicht so, wie wir uns das vorgestellt haben.» Schweizers haben deshalb externe Berater beigezogen. Vorgesehen war, dass Sohn Gian-Andrea das Hotel in drei bis fünf Jahren übernehmen wird. Doch nun möchte sich der 64-jährige Vater sofort zurückziehen. «Er mag einfach nicht mehr», so Ursina Schweizer. Sie verschweigt nicht, dass unterschiedliche Ansichten von Vater und Sohn zu Konflikten führen. «Will unser Sohn grössere Neuerungen einführen, führt das zu langen Diskussionen.» Verstehen kann sie beide, Sohn und Ehemann. Im Moment sei es für sie etwas unklar, wohin der ganze Prozess führen soll. «Wir haben unser Geld immer in das Hotel investiert. Trotzdem haben wir noch eine lange Investitions-Wunschliste», legt sie dar. «Und die Ansprüche der Gäste werden immer höher.» Letztlich müssten drei Familien vom Familienbetrieb leben können: Sohn Andrea, seine Schwester, die nicht im Gastgewerbe tätig ist, sie selber und ihr Mann. ck

ANZEIGE

Valentinez®
Friteusen Tellerwärmer Teigwarenkocher
Was hält länger ?
www.bertschi-valentine.ch

Familienbetrieb. Rentabilität. Wenn sich fünf Familienbetriebe zusammentun, haben sie bessere Karten. Sie sparen bares Geld. Das zeigt die Kooperation Matterhorn Valley Hotels.

Bilder zvg

Sandra und Olivier Andenmatten, hier mit Mutter Martha Andenmatten, begrüssen die Gäste im «Hannigalp».

Gemeinsam hat man mehr Chancen

Dank Kooperation mit anderen Grächener Hotels kann die «Hannigalp» Kosten senken und für die Zukunft investieren.

GUDRUN SCHLENCZEK

Hotel Hannigalp, seit 100 Jahren in der Hand der gleichen Familie.

Genau 100 Jahre besteht der Familienbetrieb «Hannigalp» in Grächen. Das 3-Sterne-Superior-Hotel wird von Olivier Andenmatten und seiner Frau Sandra in der vierten Generation geführt. Vor drei Jahren hat man das Einzelkämpferdasein aber aufgegeben und sich mit fünf anderen Hotels in Grächen zur Kooperation «Matterhorn Valley Hotels» zusammengeschlossen. Vor einem Monat kam der siebte Betrieb dazu. Olivier Andenmatten möchte sich nicht mehr ohne seine Kollegen aus dem Dorf behaupten müssen. «Als Familienbetrieb alleine hat man langfristig keine Chancen», so der Chef des 60-Betten-Hauses.

Geld vom Kanton, weil Projekte zusammen eingereicht

Ohne seine Kollegen hätte er nur schwerlich den Anbau mit den sechs Superior-Zimmern in den letzten beiden Jahren realisieren können. «Nur weil wir gleich zu viert ein Bauvorhaben eingereicht haben, kamen wir in den Genuss des vollen Investitionshilfedarlehens des Kantons», meint Andenmatten. Ein zinsfreies Darlehen, das bis zu 25 Prozent des Bauvolumens ausmacht und in 18 Jahren zurückgezahlt werden muss. Grund für den Goodwill des Kantons, so Andenmatten: Die vier Betriebe hätten gemeinsam ein gewisses Logiernächtevolumen und könnten so mit ihrer Investition dem Ort einen echten Schub geben. «Das ist für den Kanton kein Tropfen auf den heissen Stein.» Immerhin generierten alle Hotels der Kooperation über 50 Prozent der Logiernächte in Grächen und 6 Mio. Franken Umsatz im Jahr.

Bessere Karten habe man auch bei der Raiffeisenbank im Tal. Alle sieben Hotels legen ihre Zahlen zweimal pro Jahr gemeinsam vor, das schaffe Vertrauen und biete dem Geldgeber einen gewissen Benchmark. Den schätzt Andenmatten selber auch, mit seinen Kollegen. «Man weiss immer, wo man steht.» Mindestens zweimal im Monat treffen sich die Matterhorn Valley Hotels. «Das bringt sehr viel. Wir besprechen direkte operative Themen. Wir haben alle die gleichen Schwierigkeiten», so das Vereinigungs-Gründungsmitglied.

> «Wir generieren über 50 Prozent der Logiernächte in Grächen. Das gibt uns Gewicht.»
>
> **Olivier Andenmatten**
> Hotel Hannigalp, Grächen

Konkurrenz? Angst dass der andere einem zu sehr in die Karten blickt oder Kunden wegschnappt? Nein. Im Gegenteil, so Andenmatten. «Wir geben einem Gast sogar den Tipp, vielleicht lieber in einem anderen Hotel zu buchen, wenn das seinen Wünschen eher entspricht.» Da sich die Kooperationsmitglieder alle auf ein spezifisches Segment, wie Familie, Kulinarik oder Wellness ausrichten, deckt man den Markt gut ab und kommt sich nicht in die Quere. Und verhindert, dass ein Gast, wenn er das Gewünschte nicht findet oder das gewählte Haus bereits besetzt ist, in einen Nachbarort abwandert. «Ist ein Hotel voll, erscheinen auf der Website automatisch die anderen Hotels als Vorschlag», so Andenmatten.

Gemeinsame Sache: Beim Einkauf, bei der Buchhaltung, bei der Küche

Gemeinsame Sache macht man auch bei der Gastronomie – der Gast isst in einem Partnerhotel 10 Prozent günstiger – oder beim Aktivitäten-Programm für die Gäste. «Jeder Hotelier investiert nur einen Nachmittag, kann aber ein ganzes Wochenprogramm offerieren», betont Andenmatten. Das spart Kosten. Diese konnte man auch beim Einkauf senken. Andenmatten verzeichnet dank der Rahmenverträge mit Lieferanten nun 6 bis 8 Prozent tiefere Warenkosten. Günstiger kommt ihn zudem heute die Buchhaltung: Dank gemeinsamem Treuhänder hätten sich die Kosten pro Betrieb ungefähr halbiert.

1 Prozent investieren die Matterhorn Valley Hotels ins Marketing. Dafür kann man sich eine Werbeagentur in Zürich leisten. «Mit einem Budget von sechs Hotels kann man viel mehr bewirken», so Sarah Küng von der Ming-Agentur. Und werde als Verhandlungspartner ernst genommen. Zum Beispiel wenn man sich bei Leserwettbewerben beteiligen möchte. Damit die Familienhotels auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben.

1. Haben Familienbetriebe wirtschaftlich überhaupt eine Chance?
Auf jeden Fall. Durch einen höheren Anteil an wiederkehrenden Gästen können Familienbetriebe die Auslastung besser steuern und einen höheren Preis durchsetzen. Dank der emotionalen Bindung der Gäste an den Betrieb sind inhabergeführte Hotels weniger dem Preiskampf ausgesetzt. Wenn die weichen Faktoren auch entsprechend gepflegt werden.

2. Welche Gefahr birgt die Familienbetriebsform in finanzieller Hinsicht?
Oft fehlt das nötige betriebswirtschaftliche Rüstzeug. Das operative Geschäft absorbiert alle Kräfte. Es gibt häufig weder ein Budget, noch eine Investitions- oder Liquiditätsplanung. Wenn aber nicht stichhaltig nachgewiesen werden kann, dass eine Investition Mehrwert schafft, also entweder Kosten senkt oder Umsatz erhöht, fliesst auch kein Geld von den Banken. Es kommt zu einem negativen Kreislauf.

Nachgefragt

Marcus Frey (40)

Funktion: Der studierte Ökonom ist Managing Partner bei CFB network AG in Zürich und Projektleiter und Coach der Matterhorn Valley Hotels seit 2003.

3. Wären die meisten Familienhotels bei Vollkostenrechnung in den roten Zahlen?
Das Betriebsergebnis I reicht oft nicht aus, um Ersatzinvestitionen und ein leistungsgerechtes Entgelt für den Hotelier und seine mitarbeitenden Familienangehörigen abzudecken.

4. Was kann einen Familienbetrieb retten?
Die Kooperation kann ein Ansatz sein, um Kosten zu senken und Umsatz zu steigern. Und sie kann einen Hotelier motivieren, über die eigenen Bücher zu gehen. Sie ist aber kein Rettungsanker für strukturschwache Betriebe. Jeder Familienbetrieb benötigt immer sein eigenes Profil. gsg

ANZEIGE

igeho

21.–25. November 2009 | Basel | www.igeho.ch

Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum

HIER SETZT MAN HOTELTRENDS!

Sonderpräsentationen 09:
Hotellerie im Gesundheitswesen, Igeho Forum, World of Inspiration, Genuss ohne Kompromisse

Neu: Filmprojekt «Kleines Hotel, grosses Design»

Powered by

Offizielle Medienpartner Igeho

Familienbetrieb. Vermietet. Was, wenn die Nachkommen nicht in die Hotellerie einsteigen wollen? Georges Amstutz hat für sich eine Lösung gefunden: er vermietet sein Hotel.

Die Kinder wollen nicht

Georges und Gini Amstutz-Bernet vom Hotel Schwanen in Wil. zvg

Nicht die Kinder, aber vielleicht die Grosskinder werden das Hotel Schwanen in Wil SG übernehmen. Es wird nicht verkauft, sondern vermietet. Und soll seine Kontinuität wahren.

KARL JOSEF VERDING

Das Hotel Schwanen in Wil SG war 80 Jahre lang ein Familienbetrieb. «Ich bin darin aufgewachsen, wir hatten immer 365 Tage im Jahr geöffnet, Hotel und Gastronomie haben zur Familie hinzugehört», sagt Georges Amstutz. Noch bis zum 30. September 2009 führt er seinen traditionsreichen Betrieb.

Ab dem 1. Oktober vermietet er das Hotel an Donat Kunz-Wartmann, der es auch betreiben wird. «Mein Nachfolger will das Hotel mit dem gleichen Ziel und Geist weiterführen», so Georges Amstutz: «Der ganze Personalstab bleibt, es wird einen fliessenden Übergang geben, Die Kontinuität wird trotz der Vermietung des Hotelbetriebs gewahrt.»

«Höchstens wenn ein Grosskind noch will, gibt es einen Nachfolger»

Amstutz will das Hotelgeschäft nur vermieten, nicht verkaufen. Es sind noch weitere Mieter aus anderen Branchen in dem Geschäftshaus, von welchem das Hotel ein Teil ist. Die Kinder von Georges Amstutz, zwei Töchter, können das ganze Geschäft später einmal erben. Das Hotel, das Amstutz jetzt in Miete abgibt, wollen sie nicht betreiben.

«Es gibt keine Nachfolger, höchstens wenn ein Grosskind noch will, aber wir sind noch nicht so weit», sagt Amstutz. Die eine Tochter lebt in Los Angeles, die andere in Wil. Der geschiedene Schwiegersohn der Letzteren, so Georges Amstutz, «wohnt im Betrieb und wird hier bleiben – als rechte Hand des neuen Hotel-Mieters und -Betreibers. Er kennt alle Leute im Betrieb.»

«Die beste Geschäftslage in der Fussgängerzone von Wil»

Der «Schwanen» hat 24 Zimmer. Speziell grosszügig ausgestattet sind die Zimmer in der Bel Etage. Angegliedert ist dem Hotel ein Restaurant im ersten Stock. Am 3. November 2008 wurde es nach einem kurzen Umbau in neuer Gestalt eröffnet. Es wurde vergrössert und mit einer klimatisierten, von einer neuen Wintergarten-Verglasung umgebenen Terrasse versehen. Es ist das Restaurant «Swan 21» (nach der Adresse Obere Bahnhofstrasse 21). Für grössere Geschäftsessen und Bankette stehen im Hotel Gesellschaftsräume für bis zu 80 Personen zur Verfügung. Ausserdem hat das Hotel einen Seminarraum.

Das ganze Haus hat, wie Amstutz festhält, «die beste Geschäftslage in der Fussgängerzone von Wil». Das zweite Restaurant, im Parterre, wurde umgewandelt und ist seit dem 1. November 2008 als Laden vermietet. Insgesamt enthält die Liegenschaft heute drei Läden, wo sich die Marken Bata Schuhe, Bonita, und Mobilezone eingemietet haben.

Ein Betrieb verbleibt in der grossen Familie: das Hotel Orselina

Der Besitzer und zukünftige Vermieter des Hotels Schwanen, Georges Amstutz, ist ehemaliger Präsident des kantonalen St. Galler Hotelier-Vereins. Der Grossvater von Georges Amstutz betrieb das Waldhotel Bürgenstock und hatte 15 Kinder, wovon die meisten im Gastgewerbe arbeiteten und eigene Betriebe aufbauten. Davon ist ausser dem Hotel Schwanen nur noch ein einziger Betrieb übrig geblieben: das Resort & Suite Hotel Orselina oberhalb von Locarno. Es steht seit 1921 im Besitz und unter der Leitung der Familie Amstutz. Geleitet wird es von Alberto Amstutz, dem ehemaligen Präsidenten des Schweizer Hotelier-Vereins.

Fakten Eine weit verzweigte Familie von Gastronomen

Von Thalwil bis Cordoba. Eines der 15 Kinder des Grossvaters von Georges Amstutz baute das Hotel Thalwilerhof in Thalwil auf. Es wurde verkauft und abgerissen. Heute steht an seiner Stelle das Hotel Sedartis.
Einer der Onkel von Georges Amstutz lebt schon 103 Jahre. Als «Privatchauffeur», wie er sich selber stolz nennt, hat er mit seinem Taxi die Gäste auf den Bürgenstock gefahren.
Eine Tante führte 30 Jahre lang ein Hotel im andalusischen Cordoba.
Es gab nur ein «schwarzes Schaf» in der Familie von Gastronomen, so Georges Amstutz, und zwar in einem speziellen Sinn: Der jüngste Sohn des Grossvaters wurde Pfarrer. kjv

Sorgfältiges Farbkonzept: Réception und Lobby des «Schwanen» zeugen davon, dass immer wieder ins Hotel investiert wurde. zvg

ANZEIGE

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

Zum Verkauf steht auf IBIZA

1. Reihe Yachthafen – Ibiza-Stadt

Grosses Objekt von ca. 450 m², zurzeit als Restaurant geführt. Schönes Bistro an der Strandpromenade von Ibiza-Stadt, ca. 100 Sitzplätze.
Aus Altersgründen abzugeben.
Evtl. Wohnung (Penthouse), ca. 170 m², vorhanden.

Info: Tel. 0034 666 106170 oder Fax 0034 971 300863

3797-1968

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Wir verkaufen in grosser CH-Stadt

Hotel-Restaurant
mit CHF 7 MIO Umsatz

und einem überdurchschnittlichen Betriebsergebnis. Der Betrieb könnte auch schrittweise übernommen werden.

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

3964-2084

zu vermieten, an Skigebiet grenzend Hotel in Obersaxen (Surcoulm)

ab Juli 2010; schönes Wander- / Bike- und Skigebiet mit 18 Bahnen; traumhafte Aussicht, öV-Anschluss; Restaurant (65 Plätze), Säli mit Bar (25 Plätze), 10 Zimmer (total 32 Betten), Personalzimmer (2 Betten)

Heinz Blatter
079 432 38 58
BlatterIMMO AG www.blatterimmo.ch

3898-2043

HESS

Gelegenheit! Zu verpachten per Wintersaison 2009/2010

erstklassiges Restaurant in Engelberg OW

Das **Restaurant Hess** besitzt eine grosse Stammkundschaft und ist vom Ortsbild Engelberg nicht wegzudenken. Es liegt im Dorf des Ortes nahe zum Bahnhof. Hier finden Sie ein interessantes Gästeumfeld aus Einheimischen, Wochenendgästen und Feriengästen, die sich gerne kulinarisch verwöhnen lassen möchten.

Das Restaurant bietet den Gästen:

einen Saal mit 72 Plätzen
einen kleinen Saal mit 35 Plätzen
eine Aussichtsterrasse mit 32 Plätzen

Das Angebot wird mit einem hübschen Weinkeller für Aperitifs abgerundet. Genügend Parkplätze sind beim Haus vorhanden. Die durchdachte Logistik im Restaurant sorgt für effiziente Arbeitsabläufe, die Küche ist modern, grosszügig und praxisorientiert konzipiert.

Eine 4½-Zimmer-Einliegerwohnung kann angemietet werden.

Wir suchen charmante Persönlichkeit (eine/n Pächter/in oder ein Ehepaar) mit entsprechenden Erfolgsnachweisen, die motiviert ist und Freude hat, diesen tollen Betrieb weiterhin auf dem Erfolgskurs zu bewirtschaften und die Gäste zu verwöhnen.
Den neuen Wirtsleuten wird die Gelegenheit geboten, ein eigenes Gastronomie- und Betriebskonzept, welches qualitativ an die Tradition des Betriebes anknüpft und dessen Lage berücksichtigt, zu verwirklichen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Gerne vereinbaren wir mit Ihnen einen Termin.

Interessenten wenden sich bitte an Tel. 041 666 38 48
Eberli Partner Generalunternehmung AG, Hr. Geny Hess

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

4033-2124

TÄSCH
BEI ZERMATT

Zu vermieten oder zu verkaufen

Restaurant Monte Rosa, Täsch

Bestens geeignet als Familienbetrieb.

Amstutz Christian
www.matterhorn-immobilien.ch
info@matterhorn-immobilien.ch

Telefon 079 375 54 43

3660-1908

aus- und weiterbildung

COOLE DRINKS HESS GELIEBT
DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE
DER BAR KURS
2009
DATEN
6 Seminartage in Form eines Blockkurses
KURS 1 31.08. bis 05.09.2009
KURS 2 09. bis 14.11.2009
CHF 1'100.– inkl. Diplom
WEITERE INFORMATIONEN?
GastroSuisse · Berufsbildung · 8046 Zürich
T 0848 377 111
F 0848 377 112
weiterbildung@gastrosuisse.ch
www.gastrosuisse.ch
GASTRO SUISSE

137-58

Sprachaufenthalte
Top Angebote von
Annemarie + Rolf Frischknecht
Tel 044 926 39 58
www.sprachausbildung.ch

113-47

Sprachaufenthalte weltweit

Über 200 Top-Sprachschulen mit Tiefpreisgarantie!

Tel. 044 211 12 32
www.boalingua.ch

686-396

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

1532-589

Gelesen von Entscheidungs-trägern!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

dolce vita
htr hotelrevue Nr. 38 / 17. September 2009

Spurensuche
Krimis inspirieren drei Städte: Touristische Spurensuche in Venedig, Triest und Paris.
Seite 19

Bilder Alain D. Bollat

Als Siegerin freut sich Filmerin Fanny Vázquez mit Moderator Sven Epiney, ihren «Schauspieler-Kindern» und dem Direktorenpaar Céline und Reto Kocher vom «Trois Rois» Basel.

«Das Hotel ist eine Bühne»

Lustige, glückliche, berührende Momente im Hotel sind ein idealer Filmstoff. Dies zeigten die Kostproben am 1. Swiss Hotel Film Award in Zürich. Ein glamouröses Event.

ELSBETH HOBMEIER

Jurypräsident Mohan Mani präsentierte die Filme.

3. Preis für Jason Brandenberg, der im «Allegro» in Bern drehte.

«Fortsetzung folgt», versprach Präsident Guglielmo L. Brentel.

Das Hotel ist eine Bühne. Wir Hoteliers inszenieren Auftritte für unsere Gäste. Unabhängig von Sternen und Positionierung. Das macht Hotels einzigartig.»

So begrüsste Guglielmo L. Brentel die gut 500 Gäste letzte Woche in der Filmarena im Einkaufszentrum Sihlcity in Zürich. Als Mann der ersten Stunde hatte er die Idee eines Swiss Hotel Film Awards unbeirrt entwickelt und verwirklicht. Und durfte sich jetzt als Präsident von hotelleriesuisse und «Vater des Gedankens» freuen, dass diese Idee auf ein äusserst grosses Interesse gestossen war. 150 Drehbücher aus allen Landesteilen wurden eingereicht, 100 Mitgliederbetriebe aller Grössen und Kategorien bewarben sich als Drehort. Im Juni gab die Jury unter dem Vorsitz des Filmredaktors Mohan Mani die Nomination jener zwanzig Konzepte für Kurzfilme bekannt, welche dann während je zwei Tagen in zwanzig von der Filmcrew auserwählten Hotels gedreht wurden. «Sie können sich vorstellen, dass diese Dreharbeiten für alle Beteiligten ziemlich turbulent waren – neben einem reibungslosen Hotelbetrieb», betonte Brentel.

Die Idee glückte, alle zwanzig Projekte wurden realisiert, juriert und unter grösster Spannung letzte Woche in Zürich prämiert. Als bester Kurzfilm wurde «Chindersach» von Fanny Vázquez und Olivier Brandenberg ausgezeichnet – eine «verkehrte», im Basler Grandhotel Les Trois Rois gespielte Hotelwelt, in welcher Kinder in die Erwachsenenrollen schlüpfen und damit einen Gast in die Verzweiflung treiben. Den zweiten Platz belegte «Hotel Art» von Robert Lathion, der für seine Komödie um billige Kunst im Hotelzimmer das Best Western Eurotel Riviera in Montreux gewählt hatte. Und Platz drei ging an «Night Within» von Jason Brandenberg, gedreht im «Allegro» Bern (siehe Interview unten). Die drei ausgezeichneten Filmenden erhielten eine Preissumme von insgesamt 10 000 Franken.

Für Glamour sorgten nicht nur die vielen festlich gekleideten Gäste, sondern auch der Schauspieler und einstige Sens-Unik-Rapper Carlos Leal, der eigens für den Anlass nach Zürich angereist war und sich mit Moderator Sven Epiney ein fulminantes und amüsantes Wortduell rund um seine Erlebnisse in der Film- und Hotelwelt lieferte.

Nicht wie ursprünglich geplant verliehen werden konnte der Publikumspreis: Mit «unsportlicher Manipulation des Votings», so Brentel, hatten Internet-User die Ranglisten derart massiv verändert, dass die Rangliste nicht mehr aussagekräftig genug war. Mit dem Entscheid, auf die Bestimmung des «Films mit der grössten Fangemeinde» zu verzichten und die Preissumme gerecht auf alle zwanzig Nominierten zu verteilen, zeigte sich das Premierenpublikum mit grossem Applaus einverstanden.

Die Siegerin «Chindersach» überzeugte die Jury

Fanny Vázquez erhielt den ersten Swiss Hotel Film Award.

Fanny Vázquez arbeitet seit Ende der 90er-Jahre als freie Übersetzerin und Autorin in der Film-, TV- sowie Medienbranche. Nun gewann sie mit ihrer Kurzfilm-Produktion «Chindersach» den Swiss Hotel Film Award. «Das ist wirklich wunderbar», sagt die Filmerin kurz nach der Preisverleihung in Zürich. In ihrem Kurzfilm, den sie mit Olivier Brandenberg realisiert hat, arbeitete sie vor allem mit Kindern. Bekanntlich kein leichtes Unterfangen: «Mit Kindern zu drehen, braucht viel Einfühlungsvermögen und Geduld».

Für Fanny Vázquez stand daher Diplomatie auf dem Programm: «Meine Aufgabe war es, die Kinder bei Laune zu halten. Auch dann, wenn wir die Szene immer wieder spielen mussten.» Zufall war es aber nicht, dass die Filmerin das Thema Kinder fokussierte. «Eigentlich schrieben wir die Geschichte sogar für diese Kinder», so Vázquez. Alle Jungschauspieler sind aus dem Bekanntenkreis der Gewinnerin.

Das gefiel der Jury: «Die Idee wurde hervorragend umgesetzt», urteilte sie. sls

1. Patrik Scherrer, wie war der Dreh in Ihrem Hotel? Nervenaufreibend?
Da vor allem nachts gedreht wurde, waren die Gäste nur am Rande tangiert. Aber sie alle fanden die Dreharbeiten total spannend. Ein Hotel eignet sich ja so gut als Filmkulisse: Es ist täglich eine Projektionsfläche für Gäste und Mitarbeitende aus den verschiedensten Kulturen.

2. Gefällt Ihnen «Ihr» Film am besten? Oder gab es einen persönlichen Favoriten?
Natürlich ist «Night Within» meiner Meinung nach der Allerbeste! In diesem mutigen Schwarz-Weiss-Film prallen zwei gegensätzliche Welten aufeinander, jene eines tamilischen Réceptionisten und die eines weiblichen, einsamen Gastes im Zimmer. Bei uns arbeiten ja auch Menschen aus insgesamt 30 verschiedenen Nationen.

Zur Person

Patrik Scherrer

Direktor/CEO der Kongress+Kursaal AG mit dem Hotel Allegro in Bern.
Ausbildung: Kochlehre, Hotelfachschule Luzern, diverse Kaderstellen in der Hotellerie.
Film-Award: Der im Allegro gedrehte Film «Night Within» gewann den 3. Platz.

3. Wie vermarkten Sie nun den Film? Versprechen Sie sich einen Werbeeffekt?
Er war ja nicht als Promotionsfilm gedacht, und deshalb steht auch nicht die Vermarktung im Vordergrund. Wir sind jedoch sehr stolz auf den Award, den Regisseur Jason Brandenberg damit gewonnen hat. Und wir stellen den Film natürlich auf unsere Website. Die Gäste machen wir mittels Newsletter darauf aufmerksam.

4. Plädieren Sie für eine Wiederholung des Swiss Hotel Film Award?
Hotel und Film bilden eine natürliche Symbiose. Beide leben von Geschichten und Erlebnissen – man könnte ein Buch schreiben darüber. Oder eben einen Film machen. Ich finde die Idee gut und befürworte ein Weitermachen – ich freue mich auf eine Fortsetzung in zwei Jahren. eho

Pressestimmen zum Film Award

«Vielleicht hätte Michael Steiner sein verfluchtes ‹Sennentuntschi› in einem Hotel absteigen lassen sollen und dann wäre ‹The Shining 2› entstanden.»

Tages-Anzeiger, 12.09.2009

«Mit dem Swiss Hotel Film Award lancierte hotelleriesuisse erstmals einen Wettbewerb für Kurzfilme, die in einem Hotel spielen.»

Basler Zeitung, 12.09.2009

«Die Geschichte konnte lustig oder dramatisch sein, mit grosser Besetzung ausgestattet sein oder ganz ohne Schauspieler auskommen.»

Berner Zeitung, 12.09.2009

«Gestern Abend sind in Zürich die Gewinner des ersten Kurzfilm-Wettbewerbs der Schweizer Hotellerie bekannt gegeben worden.»

Der Bund, 11.09.2009

«Reto Kocher, General Manager des Grand Hotel Les Trois Rois, freut sich, dass der Film, der in seinem Hotel gedreht wurde, gewonnen hat.»

www.baizer.ch, 11.09.2009

«Die Gewinner des ersten Kurzfilm-Wettbewerbs der Schweizer Hotellerie stehen fest – und die beiden Oberländer Beiträge gehören nicht dazu.»

Berner Oberländer, 11.09.2009

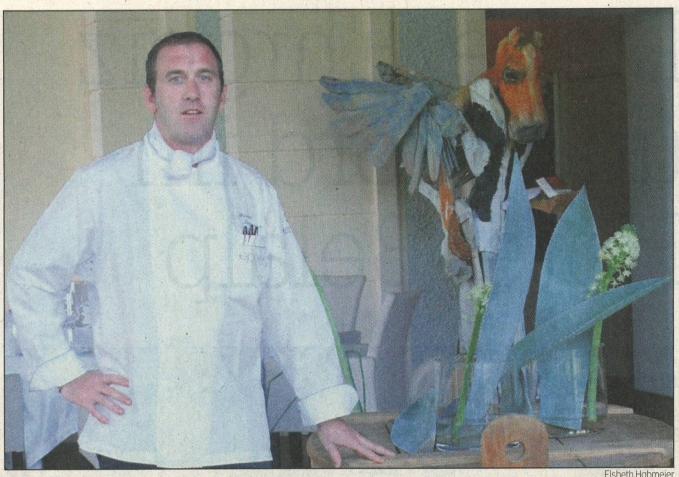
"TIEF ROTER RIOJA"
Philippe Lardy, Schweiz. 2009

PHILIPPE LARDY, VOM RIOJA BERÜHRT

Dank unserer 900-jährigen Erfahrung in der Weinherstellung haben wir nun die Vollendung des Geschmacks erreicht. Mehrmals sogar. Aber noch nicht oft genug, um es dabei zu belassen. Unsere Aufgabe ist es nicht nur, den besten Wein herzustellen, sondern unsere Leidenschaft mit anderen zu teilen. Jederzeit und mit jedermann.

Ein Rioja existiert erst nach dem Probieren.

RIOJA
Denominación de Origen Calificada



Elsbeth Hobmeier

Sandro Steingruber stieg 2008 mit dem Restaurant Epoca auf 17 GM-Punkte auf und wurde zudem «Bilanz-Hotelkoch des Jahres». Nun kreiert, kocht und verpackt er das Globus-Weihnachtsmenü 2009.

Das Kochtalent von Flims

Das besondere Rezept Sandro Steingruber hat das «Epoca» in Flims auf 17 GM-Punkte gebracht. Und kreiert jetzt das Globus-Menü 2009.

ELSBETH HOBMEIER

Er ist jung, er ist voller Tatendrang und Ideen und er hat in Flims eine ideale Wirkungsstätte gefunden; Sandro Steingruber, der Küchenchef des Gourmetrestaurants «Epoca» im Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa.

Erst 25-jährig, wurde der Tessiner bereits Küchenchef im damaligen «La Cena» im Waldhaus Flims. Er brachte einen guten Schulsack mit, hatte im Hotel Reber in Lugano Koch gelernt und dann bei grossen Köchen wie Beat Bolliger im «Waldhaus» Klosters und Bruno Hurter im «Seehus» Stäfa gearbeitet. Letztes Jahr wurde das «La Cena» völlig umgebaut: Steingruber, heute 34-jährig, erhielt eine nagelneue Küche und ein hübsches kleines Gourmetlokal mit 32 Plätzen. Er bedankte sich mit «einer grossartigen Leistungssteigerung», wie Gault Millau schreibt und ihn deshalb 2009 auf 17 Punkte hochhob.

«Der Gast soll bei mir etwas erleben. Das kann er nicht mit nur einem Gang, da braucht's schon mehr», ist Sandro Steingruber überzeugt. Sein Konzept ist glasklar: Er legt jeden Abend ein Gourmetmenü mit sechs Gängen vor. Diese sind kurz und knapp positioniert, an einem Testabend Ende August lautete das so: Thunfisch. Scampo. Kalb. Reh. Käse. Schokolade. Als Erklärung dazu werden die wichtigsten Zutaten genannt, zum Beispiel: Scampo, Rote Thai Currysuppe, Mango, Grüner Reis, Koriander. Serviert wird dann eine himmlisch gewürzte Suppe mit einem Scampo im Reismantel, wunderschön angerichtet, und begleitet von einem Riesling x Sylvaner '07 von Christian Obrecht aus der Bündner Herrschaft.

«Der Gast soll bei mir etwas erleben. Da braucht's schon mehr als einen einzigen Gang.»

Sandro Steingruber
Küchenchef «Epoca» Flims

Die Formel «zu jedem Gericht ein Glas passender Wein» hat sich mehr als bewährt. «Wir verkaufen kaum noch flaschenweise Wein», sagt Steingruber, «die Gäste sind begeistert von unserer Auswahl.» Als Ergänzung zum Menü liegt eine «Austauschkarte» mit einigen weiteren Gerichten auf. Der Preis bleibt immer gleich, 125 bis 155 Franken (Vier- bis Sechsgänger), mit Wein 175 bis 225 Franken.

Sandro Steingruber ist ein grosses Talent. Und er hat, das spürt der Gast auf Anhieb, auch grossen Spass an seinem Job. Dieser wird momentan noch um eine Dimension reicher: Steingruber kreiert das Weihnachtsmenü '09 von Globus delicatessa. Acht verschiedene Produkte hat er entwickelt, «drei davon gibt's noch nicht auf dem Markt». Im Waldhaus Flims steht ein Extra-Team bereitet, um die ganze Palette vor Ort zu kochen und zu verpacken. «Wir rechnen mit mindestens je 1000 Portionen», freut sich Steingruber.

Das Rezept

Apéro-Gemüse gedörrt mit Tomaten-Mango-Dip

Rezept von Sandro Steingruber, ab Mitte November als Produkt erhältlich bei Globus delicatessa.

Zutaten:
Gemischtes Apéro-Gemüse, im Ofen oder Dörrex getrocknet
20 g Schalotten gehackt
1/2 Knoblauchzehe
20 g Tomatenöl
50 g Mangopüree
120 g Tomatenwürfel
50 g getrocknete Tomaten
120 g Mangowürfel
Salz, Pfeffer aus der Mühle

Zubereitung:
Verschiedenste Gemüse, in Streifen geschnitten und 24 Stunden getrocknet, werden in einer Schüssel serviert und mit dem Dip zusammen genossen. Für den Dip die fein gehackten Schalotten und Knoblauch im Tomatenöl dünsten. Mangopüree, Mango- und Tomatenwürfel mitdünsten, dann die getrockneten Tomaten zugeben. Mit Salz und Pfeffer würzen, vor dem Servieren auskühlen lassen.

Weit mehr als Planschen im Wasser

Man muss keine Wasserratte sein, um hier ins Schwärmen zu geraten: bei den Top 10 Hotels mit aussergewöhnlichem Pool.

FRANZISKA EGLI

Bilder zvg

Prächtiger Poolausblick vom Hotel Continental Hongkong (1. Platz).

Die Rechnung ist denkbar einfach: Pool ist nicht gleich Pool, sagt das deutsche Reiseinformationsportal Trivago und stellt Hotel-Schwimmbäder vor, die mehr als nur Wasser bieten. Ob Planschen vor Alpenpanorama, zusammen mit Delfinen oder mit Blick auf die Skyline, eines ist gewiss: Die Top-10-Pool-Hotels bieten ihren Gästen ein ganz besonderes Erlebnis.

Von prächtiger Skyline und hängenden Gärten

An der Spitze steht das **Hotel Intercontinental Hongkong**, das einen atemberaubenden Blick auf die Millionenstadt bietet. Ein Infinity-Pool auf der Hausterrasse macht das Erlebnis perfekt: Der abgesenkte Beckenrand sorgt für ein Gefühl der Unendlichkeit. Zimmer ab 175 Euro.

An zweiter Stelle folgt das **Hotel Adler Dolomiti Spa & Sport Resort in St. Ulrich im Südtirol**. Das 5-Sterne-Haus fährt mit einer grossen Erlebnis-Wasserwelt mitten in den Dolomiten auf. Ob die Gäste im Sole-Aussenbecken oder im Hot-Whirlpool entspannen, alles ist inklusive Panoramablick auf die Alpenkette. Zimmer ab 108 Euro.

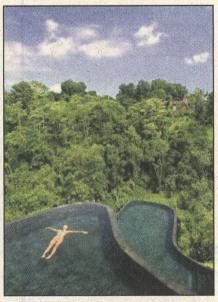
Bronze erhielt das **Hotel Ubud Hanging Gardens in Ubud auf Bali**. Hier erstreckt sich eine Badelandschaft gleich über mehrere Etagen, wie hängende Gärten. Die Hotelgäste baden nicht nur mitten in der imposanten Hotel-Landschaft, jedem Zimmer steht auch ein eigener Infinity-Pool zur Verfügung, mit prächtigem Blick auf die exotischen Gärten. Zimmer ab 327 Euro.

Im «Golden Nugget» in Las Vegas führt die Wasserrutsche mitten durchs Aquarium, vorbei an Haien.

Von hauseigener Salzwasser-Lagune und 65 000 Meerestieren

Auf den weiteren Plätzen finden sich das **Gran Hotel La Florida in Barcelona** mit seinem Pool hoch über den Dächern der Stadt, das eine atemberaubende Sicht auf Spaniens Touristen-Metropole verspricht, das **5-Sterne-Hotel Cavo Tagoo auf Mykonos**, an dessen Pool-Lounge-Deck die Gäste der Illusion verfallen, der Pool gehe in den Horizont über, das **Hotel Rogner Bad Blumenau in der Steiermark**, das – inspiriert durch den Maler Hundertwasser – ein Kunstwerk für sich ist und mit Farben und Formen aus der Berglandschaft hervorsticht, die **Hotelanlage Rio Calma auf Fuerteventura** mit ihrer hauseigenen Salzwasser-Lagune, das **Hotel Golden Nugget in Las Vegas**, wo die Wasserrutsche des Hotelpools mitten durch das Aquarium «The Tank» vorbei an Haien führt, das **Enchantment Resort and Mii Amo Spa in Sedona (Arizona)**, das inmitten imposanter Felsformationen der Red Rocks liegt, sowie das **«Atlantis» in Dubai**, das Flaggschiff unter den Hotels auf der künstlich angelegten Insel The Palm, das mit Wasserpark, Delfin-Bucht und Riesenaquarium auftrumpft. In den «Lost Chambers» können Besucher den Namensgeber, das sagenumwobene Inselreich Atlantis, das vor mehr als 11 Jahrtausenden versank, erleben: mit 65 000 Meerestieren.

Inklusive Alpenkette: Hotel Adler Dolomiti im Südtirol (2. Platz).



Jedem Zimmer sein eigener Pool: Hotel Ubud auf Bali (3. Platz).

Erste Fachmesse für Barprofis in der Schweiz

zvg

Am 21. und 22. September wird Winterthur zum Mekka für **Barprofis**. Erstmals findet in der Schweiz die Fachmesse «Swiss Bar World» statt. Die Veranstaltung soll Barkeepern, Gastronomen, Hoteliers und F&B-Managern eine Plattform bieten. Rund 30 Referenten aus der Schweiz, Deutschland oder auch Schweden geben Tipps an das Fachpublikum weiter. Als Abschluss wird am 22. September um 20 Uhr in der City-Halle der Swiss Bar Award verliehen. sls

www.swissbarworld.ch

Wagamama kreiert ein Kinderangebot

Die Noodle-Bar-Kette Wagamama bietet neu ein Kids-Package an. Der Name verpflichtet: Wagamama heisst übersetzt so viel wie «unartiges Kind». Doch gerade diese Erfahrung sollen die Eltern, die mit ihren Kids in der Noodle-Bar essen gehen, natürlich nicht machen. Eine kinderfreundliche Atmosphäre soll dafür sorgen, dass Auswärtsessen für die ganze Familie «zum Spass» wird, schreibt Wagamama Schweiz in ihrer Mitteilung. sls

www.wagamama.ch

Nominiert für Leaders Club Award: «Seven»

Die Nominierten für den Leaders Club Award 2009 sind bestimmt. Folgende Locations wurden ausgewählt: Aus der Schweiz wurde das Konzept «Seven» in Ascona von Birgit und Stefan Breuer nominiert. Und in Deutschland das «Qivasou» in München von Michael Schottenhamel, das «Supergood» in Berlin von Christian Baha, Hannes Schlögl und Christian Halper sowie in Hamburg die «Bullerei» von Tim Mälzer, das «Tschebull» von Yvonne und Alexander Tschebull und das «Mutterland» von Jan Schawe. sls

ANZEIGE

Neu
Jet-Cut

dispensert
glatt, faltenfrei und blitzschnell !

Jet-Cut und Jet-Cut mit Reserve
die revolutionäre Frischhaltefolie
jetzt bei Ihrem CC- und Belieferungspartner

ANZEIGE

ConCardis

your gate to success

MasterCard VISA V PAY Maestro VISA ELECTRON

Bargeldlos bezahlen

» Ihr unabhängiger, neutraler Partner mit mehr als 25 Jahren internationaler Erfahrung in der Hotellerie
» Kredit- und Debitkarten-Akzeptanz aus einer Hand
» EMV/ep2-zertifizierte Zahlungsterminals für Ihren Point of Sale
» DCC – automatische Währungsumrechnung für Ihre Kunden

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf – wir freuen uns auf Sie!

Paiements sans numéraire

» Votre partenaire indépendant et neutre, fort de plus de 25 années d'expérience internationale dans le secteur de l'hôtellerie
» Un seul prestataire pour l'acceptation des cartes de crédit et de débit
» Terminaux de paiement certifiés EMV/ep2 pour votre point de vente
» DCC – conversion automatique dans la monnaie de vos clients

Au plaisir de vous conseiller. N'hésitez pas à nous contacter!

ConCardis Schweiz AG | Leutschenbachstrasse 95 | 8050 Zürich | Schweiz
ConCardis Suisse SA | Leutschenbachstrasse 95 | 8050 Zurich | Suisse
✆ +41 44 308 36 22 | 🖷 +41 44 308 35 00
www.concardis.ch | cc@concardis.ch

stars&hotels Swiss Hotel Film Award

sponsored by ConCardis your gate to success

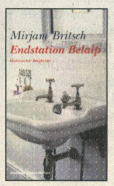
presented by hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

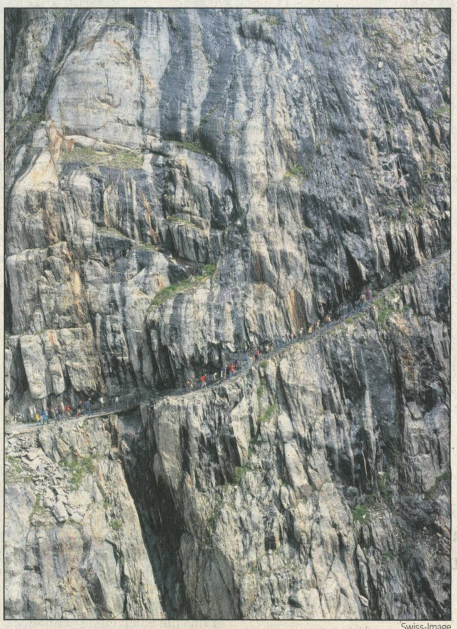
Liebe, Ehrgeiz und Mord im Hotel Belalp

Die Belalp nahe dem Aletschgletscher war im 19. Jahrhundert ein Magnet für englische Alpinisten. Diese Woche erscheint das Buch «Endstation Belalp», ein historischer Bergkrimi.

ELSBETH HOBMEIER

Wir Engländer sind manchmal etwas zu mutig», gibt Sir Butterworth, ein englischer Ingenieur und angefressener Alpinist zu. Wir schreiben das Jahr 1862. Und der London Alpine Club hat beschlossen, seine jährliche Hauptversammlung in die Schweizer Berge zu verlegen, genauer: Ins Hotel Belalp beim Aletschgletscher.





Swiss-Image

Eine wilde Gegend und eine ideale Kulisse für einen historischen Bergkrimi: Der Felsenweg zwischen der Belalp und dem Grossen Aletschgletscher im Wallis.

Die Hotelière Amalia Germanier ist glücklich: Dadurch, so hofft sie, wird ihr Haus «mit einem Schlag in der ganzen Welt» bekannt. Doch es kommt anders. Ein berühmter Professor wird schon am Tag nach seiner Ankunft Opfer einer tragischen Medikamentenverwechslung. Der Dorfpolizist, ein englischer Arzt und die Hotelière versuchen, die Vorfälle aufzuklären. Dies gelingt auch – doch anders als gedacht: Am Schluss stehen zwei Särge da, im einen der Professor, im andern eine in ihn verliebte Älplerin.

Der spannend geschriebene Bergkrimi der Oberwalliserin Mirjam Britsch beleuchtet eine wichtige touristische Epoche und erscheint diese Woche im Zürcher Verlag Xanthippe.

zvg

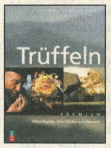
Das Hotel Belalp heute.

Mirjam Britsch, «Endstation Belalp», 250 Seiten, Verlag Xanthippe, Fr. 34.–

Neue Bücher

Rezepte zu und Historie über duftende Diamanten

Sagenumwoben sind die Geschichten rund um die Trüffel. Diesem Pilz haben sich Thuri Maag und Annette Frei Berthoud verschrieben: Er, 17-Punkte-Koch im Restaurant Neuen Blumenau in Lömmenschwil, steuert Rezepte wie Bohnensalat mit Périgord-Trüffeln oder Blaue-Kartoffeln-Ravioli mit weissen Trüffeln bei. Sie, Historikerin und Autorin, widmet sich dem geschichtlichen und kulturellen Teil. Fotografiert haben Andreas Thumm und Markus Dlouhy. fee



Thuri Maag, Annette Frei Bertoud, **Trüffeln**, Fona Verlag, 138 Seiten, Fr. 34.–

Porträts von den freien Weinbauern Südtirols

Die in diesem Fotoband porträtierten 39 Winzer aus dem Weinland Südtirol verfügen alle über einen unschlagbaren Trumpf: In der Zeit der globalisierten Weinproduktionen verarbeiten sie praktisch ausschliesslich eigene Trauben. Zum Beispiel Franz Pratzner vom Weingut Falkenstein, Franz Gojer vom Glögglhof oder Peter Pliger vom Kuenhof. Ihnen allen hat der Weinjournalist Martin Kilchmann in dem von Jörg Wilczeks mit stimmungsvollen Bildern ergänzten Werk «Freie Weinbauern» eindrückliche Porträts gewidmet. fee

Martin Kilchmann, **Südtirols Freie Weinbauern**, Folio Verlag, 152 Seiten, Fr. 60.–

Der Klassiker unter den Gewürzen: das Salz

Bis heute ist es weltweit das wichtigste Würzmittel in der Küche, und sein Geschmack ist durch nichts zu ersetzten: Salz. Ob Fleur de Sel oder Koch-, Meer-, Lava- oder Himalaya-Salz – Salz ist nicht gleich Salz, zeigt «Das kleine Buch vom Salz» auf, das dieses einmalige und qualitativ hochwertige Produkt – auch das «weisse Gold» genannt – umfassend vorstellt. Nebst Historie, Warenkunde und viel Küchenpraxis bietet das Büchlein auch unzählige Rezepte von grossen deutschen Köchen, wie Johann Lafer oder Markus Bischoff. fee

Das kleine Buch vom Salz, Teubner Kleine Edition, 192 Seiten, Fr. 44.90

Auf Spurensuche von Brunetti & Co

Bilder Ingrid Schindler

Der Krimi als Tourismusfaktor: Der Canale Grande in Venedig bietet eine wahrlich prächtige Kulisse für alle Fans von Donna Leons Commissario Brunetti.

Drei Kommissare, drei Ansätze: Auf den Spuren von Brunetti, Laurenti und Maigret durch Venedig, Triest und Paris wandeln und Krimis als Städtereise erfahren.

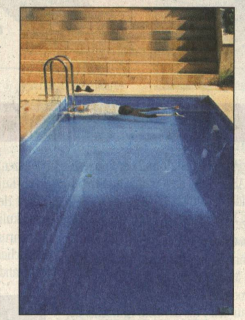
INGRID SCHINDLER

Donna Leon und ihr Commissario Brunetti sind profunde Kenner Venedigs. Manche ihrer Fans wandeln auf den Spuren des Commissario durch die Lagunenstadt. Und lernen dabei eine Menge Bars, Cafés und Restaurants kennen, in denen der Genuss noch eine echte Chance hat. Selbst bei rund 15 Millionen Touristen im Jahr, Tagestouristen nicht eingerechnet. «Die lassen sich nicht zählen», sagt Dottore Stefano Sisto, Chef der Tourismusbehörde der Region Veneto. Ob auch Leon einen Beitrag zu den stolzen Zahlen leistet, bezweifelt Sisto, denn die Serenissima biete selbst genug an Kunst und Kultur: «Da braucht es keinen fiktiven Kommissar als Köder.»

Mit einem Brunetti-Stadtplan durch Venedig

Nichtsdestotrotz kann man bei der Cooperativa Guide Turistiche, dem Verband der offiziellen Stadtführer Venedigs, Brunetti-Touren buchen. «Die Nachfrage kommt fast ausschliesslich aus dem deutschsprachigen Raum», sagt Dottoressa Fiona Giusto, eine von rund 200 konzessionierten Stadtguides. «Vor allem Frauen über 30 interessieren sich für Donna Leon.»

Mit einem Brunetti-Stadtplan vom Diogenes Verlag und Spickzetteln mit Passagen aus den Krimis gewappnet, führt Giusto durch das Venedig Brunettis. Dabei erfährt man, dass die opernbegeisterte Amerikanerin Leon bei einem Besuch von «La Traviata» in der Fenice ihrem Begleiter versprochen habe, den miserablen Dirigenten zu ermorden, was das «Venezianische Finale», Brunettis ersten Fall, zur Folge hatte. Oder dass die Italiener gar nicht wüssten, dass es einen Commissario Brunetti gäbe. Die

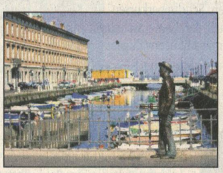


Könnte genausò gut der Tatort aus einem Brunetti-Krimi sein: Kunstleiche auf der Biennale.

Bestsellerautorin, deren Bücher in über 32 Sprachen erschienen sind, publiziert nämlich nicht auf Italienisch. Dass es wegen der Diskretion sei, um unbehelligt durch die Calli und Campi Cannaregios, wo sie wohnt, streifen zu können, nimmt man ihr hier nicht recht ab. «Die Venezianer wollen, wie alle anderen, Leons Bücher lesen», kritisiert Stefano Sisto, selbst Venezianer.

Mit dem Autor selber auf kulinarische Spurensuche in Triest

Der aus dem deutschen Donaueschingen stammende Wahltriestiner Veit Heinichen hält es mit sei-



Statue von James Joyce am Canal Grande in Triest.

nen Krimis um Commissario Laurenti anders als Leon. Die bisher erschienen sechs Triest-Krimis wurden alle ins Italienische übersetzt und in Italien viel gelobt und prämiert. Der Autor ist in Triest stadtbekannt und lässt sich gern an den Orten blicken, die er in seinen Büchern beschreibt. Die kulinarischen Vorzüge Triests fasst er so anschaulich in Worte, dass Laurenti den Kollegen in Venedig als Feinschmecker übertrifft. Immerhin ist Veit Heinichen im realen Leben mit der Triestiner Spitzenköchin Ami Scabar liiert.

Auch in Triest lotst neuerdings ein Stadtplan Leser zu Laurenti-Schauplätzen, die nicht zu Verbrechern, sondern eher zu Wirten vom Format Geheimtipp führen. Herausgegeben hat ihn der Zsolnay Verlag mit dem «Duchi d'Aosta», dem ersten Haus am Platz. In diesem Grandhotel an der Piazza dell'Unità d'Italia wird der Tourist, anders als in Venedig, als gern gesehenes Wesen behandelt und kann sich mit einem attraktiven Krimipaket verwöhnen lassen, das zwei Übernachtungen, ein Abendessen bei Ami Scabar und in einem typischen Triestiner Lokal, einen Apéro in einer Trendbar und ein signiertes Exemplar des neuesten Falls beinhaltet. Auf dem Zimmer stehen ausserdem ein Navigationsgerät, um die gut versteckten Locations in der Region zu finden, und eine Flasche Prosecco von Edi Kante bereit, dem Favoriten des Commissario, der, wie der Autor, real existierende Winzer aus dem Karst und Triestiner Wirte zu seinen Freunden zählt. Das Tourismusamt bietet ebenfalls Laurenti-Touren durch die schöne Hafenstadt an der Adria an, die bisher – zu Unrecht – als Reiseziel weitgehend übersehen wurde.

Das Hotel Duchi d'Aosta in Triest bietet ein ganzes Krimipaket.

Tatort Molo Audace, der Quai am alten Hafen von Triest.

Fakten Venedig – auf Brunettis Spuren

Donna Leons Kriminalromane und der Titel «Mit Brunetti durch Venedig» von Toni Sepeda, alle bei Diogenes erschienen, sind eine Fundgrube wertvoller Tipps und breite Grundlage für eine profunde kulinarische Spurensuche. Nur die Stadtführungen mit Toni Sepeda hat die Autorin selbst autorisiert. Ansonsten bietet die Cooperativa Guide Turistiche (www.guidevenezia.it) Stadtführungen mit und ohne Brunetti-Bezug an. is

Das «Atmosphère», ein wichtiger Schauplatz von Maigret.

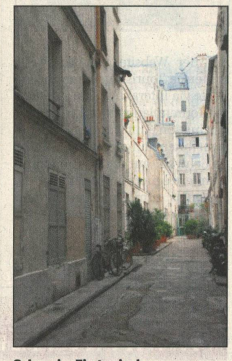
Die «Taverne Henry IV», in der Simenon selbst verkehrte.

Fakten Triest – auf Laurentis Spuren

Das Grand Hotel Duchi d'Aosta bietet ein 3-tägiges Krimi-Package für 199 bzw. 218 Euro/Person an (siehe unter www.duchi.eu). Friuli Venezia Giulia Turismo (www.turismofvg.it) veranstaltet Führungen auf Laurentis Spuren durch die Stadt. Die Krimis von Veit Heinichen sind bei Zsolnay/dtv erschienen, der kulinarische Stadtführer «Triest, Stadt der Winde» von Veit Heinichen und Ami Scabar 2005 bei sanssouci, «Triest, eine literarische Einladung», hrsg. von Gaby Wurster, 2009 bei Wagenbach. is

Fakten Paris – auf Maigrets Spuren

Kuoni bietet vom 18. bis 20. September 2009 und vom 12. bis 14. März 2010 die Literatur-Reise «Paris auf den Spuren von Kommissar Maigret» unter der Führung von Anna von Planta für Fr. 1990.– an (siehe www.cultimo.ch). Wer lieber auf eigene Faust Maigret nachspüren will, hat im Hotel Les Jardins du Marais (www.lesjardinsdumarais.com) einen guten Ausgangspunkt für Streifzüge durch das Paris Simenons (weitere Infos siehe www.paris-info.com). Der Diogenes Verlag gibt im September die letzten Bände der 75-bändigen Maigret-Gesamtausgabe heraus, im Oktober «Simenons Leben in Bildern» sowie den Rezeptband «Simenon und Maigret bitten zu Tisch», der die klassischen französischen Bistrorezepte der Madame Maigret enthält (www.diogenes.ch). is



Schaurig: Ein typischer Hinterhof in Paris à la Maigret.

Auf Tatort-Trip und kulinarischen Pfaden in Paris

Das alles nimmt sich bescheiden aus gegenüber dem Feuerwerk, das der Diogenes Verlag diesen Herbst dem Grossmeister des Genres widmet: eine neue Gesamtausgabe. Damit würdigt man den 80. Geburtstag Kommissar Maigrets und den 20. Todestag seines Schöpfers Georges Simenon (1903–1989), der in punkto Popularität und Auflage alle übertrifft. Mit einer geschätzten Weltauflage von 1,4 Milliarden Exemplaren in 41 Sprachen ist Simenon der erfolgreichste Schriftsteller des 20. Jahrhunderts.

Die grosse Mehrzahl der 75 Maigret-Romane spielt in Paris. Deshalb gibt es bei Diogenes, natürlich, einen Paris-Stadtplan auf Maigrets Spuren. Anna von Planta, die Maigret-Lektorin des Verlags, zeigt Reisenden, die bei Kuoni eine Maigret-Reise an die Seine buchen, die mörderischsten Ecken der Stadt, die zugleich sehr romantisch sein können. «Simenon hat nichts beschrieben, was er nicht selbst erlebt hat», erzählt die quirlige Lektorin. Seine kulinarischen Vorlieben galten der traditionellen Pariser Bistroküche. Einige der Brasserien und Bars, in denen Maigret alias Simenon verkehrte, gibt es heute noch, wie die «Taverne Henry IV» am Pont Neuf oder das «Ma Bourgogne» an der Place des Vosges.

Wie viele Reisende eine Lektüre anlockt, lässt sich in Venedig und Paris nicht in Zahlen messen. Dazu gibt es zu viele andere Attraktionen. In Triest dagegen können Krimis ein Tourismusfaktor sein. Sonst wüsste man vielleicht gar nicht, wie attraktiv die Stadt tatsächlich ist.

Erstes Schweizer Edelbrandfestival in Bad Ragaz

Am Wochenende vom 19. und 20. September findet im Grand Resort Bad Ragaz das erste Schweizer Edelbrandfestival Bad Ragaz statt. 14 Brennereien präsentieren ihre Edelbrände und Spezialitäten der Öffentlichkeit, über 200 Destillate können die Besucher degustieren. Zudem präsentiert die Distiswiss der Öffentlichkeit 80 goldprämierte Destillate, und am Samstag um 11 Uhr steigt die Distiswiss-Edelbrand-Prämierung. fee

www.resortragaz.ch/de/home/business-events/events

Kostenloses Kartenmaterial zum Downloaden

zvg

Auf der Website von Vierwaldstättersee Tourismus können sich Gäste via interaktive Erlebniskarte mit Tourenplaner über ihre Ferien-destination informieren. Dabei steht ihnen Kartenmaterial von Topo Schweiz, auf dem das offizielle Wanderwegnetz integriert wurde, kostenlos zum Downloaden und Ausdrucken zur Verfügung. fee

www.lakeluzern.ch

Kreativ und langatmig jammern

Sarah's

Sarah Quigley ist Schriftstellerin. Sie wuchs in Neuseeland auf, machte ihren Doktor der Literatur in Oxford und lebt jetzt in Berlin. Für die htr schreibt sie einmal pro Monat über die schönen Seiten des Lebens.

Schriftsteller sind notorische Jammerer. Aus einem einfachen Grund, sie haben einen lausigen Job: Schlechte Bezahlung, grauenhafte Arbeitszeiten, unbezahlte Ferien, keinen Bonus am Ende des Jahres, keine goldenen Fallschirme – und das alles nur, wenn man berühmt ist. Wenn man nicht berühmt ist, ist es noch schlimmer.

Belletristik-Autoren neigen dazu, die langatmigsten und einfallsreichsten Jammerer zu sein, weil es zu ihrer herkulischen Aufgabe gehört, langatmig und einfallsreich zu sein. Sie brauchen gerne Metaphern, um zu beschreiben, wie schwierig das Schreiben ist und vergleichen sich oft mit Spinnen. «Wie eine Spinne», führen sie aus, «müssen wir alles, was wir produzieren, von irgendwo aus unserem tiefsten Inneren heraufholen.» Das tägliche Spinnen führt zu langanhaltender Erschöpfung, und schliesslich – wie in der Geschichte «Charlotte's Web» – könnte man sich zu Tode schreiben.

Es ist nie eine gute Idee, einen Schriftsteller darauf hinzuweisen, dass auch andere Berufe schwierig sind. Wenn beispielsweise ein Koch es zu sagen wagte, Koch sein sei stressig, würden Schriftsteller darüber spotten. Sie würden darlegen, dass Köche Zutaten und Rezepte und verschiedenste Küchenhilfen haben. Schriftsteller hingegen haben nur ihr spinnenartiges Vorstellungsvermögen und zwei unzulängliche Hände, die öfter als nötig unter periodischen Stressverletzungen leiden.

Das Schreiben von einem Roman erfordert zwei Grundvoraussetzungen: Zeit und Ruhe. Über beides verfügt man praktisch nie, was Schriftstellern noch mehr Grund zum Jammern gibt. Aufträge, die Geld einbringen, haben immer Vortritt; ebenso Aufträge, die mit der Frist «Morgen» statt mit «Nächstes Jahr» oder «Nie» eintreffen. Lärmende Partner, die zu früh nach Hause kommen, schreiende Kleinkinder, tosender Verkehr, kreischende Türklingeln; die ganze Welt hat sich gegen Schriftsteller verschwört.

Im seltenen Fall, in dem ein Schriftsteller jemandes Haus für eine Woche angeboten bekommt, ist die plötzliche Stille ohrenbetäubend. Es gibt gar nichts mehr, worüber man jammern könnte! Das Problem das sich stellt, wenn man in jemandes Haus zieht: man muss ziemlich viel mitnehmen. Man könnte meinen, Schriftsteller brauchen bloss einen Computer und ein Hirn – aber, wie alle anderen auch, brauchen sie ihren persönlichen Komfort. Erstens eine Espressomaschine und ganz viel Kaffee, um den Schreibtag mit einem Kick zu starten. Dann Kekse, um zum Schreiben etwas zum Knabbern zu haben; Popcorn, um in den Pausen etwas zum Knabbern zu haben – und schliesslich eine Popcorn-Maschine, falls das Haus der Freunde nicht mit kleinen Küchenhilfen ausgerüstet ist.

Das Haus einer anderen Person ist fremdes Territorium, und dieses kann kühl sein. Eine Kaschmir-Pashmina, Schaffell-Hausschuhe und ein Paar fingerlose Handschuhe für kalte Morgen oder Michael-Jackson-Momente wandern in die Kiste mit den notwendigen Dingen zum Mitnehmen. Ein Kissen, für den Fall, dass es bloss harte Küchenstühle zum Sitzen hat – oder vielleicht, weil das Haus ja bloss am anderen Ende der Stadt liegt, könnte man seinen Bürostuhl hinüber rollen?

Einen Gehörschutz, für den Fall, dass der Lärmpegel so hoch wie überall ist. Einen Hut, falls der Garten der einzige Ort ist, wo man arbeiten kann. Eine Yogamatte für das Stretching vor der Arbeit und DVDs für danach. Bequeme Hosen zum Schreiben, die mit Schnur zusammengehalten werden, wie bei Steinbeck. Beim Namen Steinbeck erinnert man sich daran, ein paar Bleistifte einzupacken, für Randbemerkungen in Büchern. Und natürlich ein paar Bücher, damit man etwas hat für die Randbemerkungen.

Bald türmen sich die Schachteln im Korridor, und man ist erschöpft vom Bestreben, für alle möglichen Arbeitsumgebungen vorzusorgen. «Aber du gehst doch bloss eine Woche weg», sagt der überrascht aussehende Ehemann. Zum 101. Mal erklärt man, und zeigt dabei auf die 101 Notwendigkeiten, welch schwierige Aufgabe das Schreiben ist. «Ich weiss, ich weiss», sagt der Gatte schnell, «wie eine Spinne. Bloss mit viel mehr Sachen.»

Deutsch von Renate Dubach. Das englische Original: www.htr.ch/dolce-vita

fotolia

Schriftsteller brauchen ganz viel Kaffee, um den Schreibtag mit einem Kick zu starten.

ANZEIGE

MARKTNOTIZEN

Mehr Komfort mit jederzeit griffbereiter Frischhaltefolie

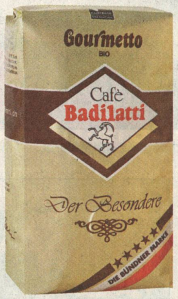
Das neue Profi-Frischhaltefolienkonzept Jet-Cut bringt ganz neuen Anwender-Komfort und damit entscheidenden Effizienzgewinn in die Profiküche. Glatt, absolut faltenfrei, blitzschnell und messerscharf entnimmt man die transparente Jet-Cut Haftfolie. Ob im mobilen oder stationären Einsatz – die Gastroküche erhält mit Jet-Cut das Frischhaltefolien-System das professionellen, kommerziellen und ökonomischen Ansprüchen gerecht wird.

Der Jet-Cut ermöglicht nicht nur präzises schneiden der Folie, er hält auch stets genügend Reserve für den raschen Einsatz bereit.

Mit dem Systemintegrierten «always ready to use» hat der Profi die Wahl zwischen einer oder zwei Reservestufen bis zur dreifachen Ausgiebigkeit der Initialmenge und damit die Garantie der angemessenen Nachdispositionsfrist – die das «out of stock» Risiko eliminiert. Jet-Cut von Freshstar ist beim Gastropartner in den Breiten 30 und 45 Zentimeter erhältlich, mit erster oder zweiter Reservestufe, in robuster, stand-und rutschfester sowie umweltfreundlicher Verpackung.

Edler Genuss aus Engadins engagierter Kaffeerösterei

«Engiadina», «Bernina», «St. Moritz Café», «Dormabain» – wer seinem Röstkaffee diese Namen verleiht ist fest mit dem Engadin verwurzelt. Daniel L. Badilatti führt das grösste Bündner Kaffeeunternehmen in dritter Generation, dem Erfolg nach zu urteilen mit einer guten Nase. Denn Kaffee ist Geschmackssache und über Geschmack und Aromavorlieben lässt sich bekanntlich streiten, über Qualität hingegen nicht. In Badilatti's Röstkaffees werden nur die besten Kaffeebohnen verwendet: Arabica und Robusta, persönlich ausgesucht in den Anbauländern. Daniel Badilatti kennt die Länder und den internationalen Rohkaffeehandel genau so gut, wie die Bedürfnisse seiner Kunden und Kaffeeliebhaber in der Schweiz. Oberstes Gebot ist immer Spitzenqualität und faire Preise für die Kaffeebauern am andern Ende der Welt. Wer im Kaffeehandel tätig ist, trägt auch globale Verantwortung. Somit ist Badilatti Kaffee nicht nur ausserordentlich gut, sondern den Produzenten gegenüber auch fair.



«Der Besondere» verdient diesen Namen auch: Badilatti's Kaffe aus der engadiner Rösterei.

Kaffee Badilatti & Co. AG
Chesa Cafè, 7524 Zuoz
Tel. +41 (0)81 854 27 27
www.cafe-badilatti.ch

Aroma und Kaffee aus einem System – Neues für modernen Genuss

Gastronomen bieten ihren Kunden gerne den Kaffee nach persönlicher Vorliebe und individuellem Geschmack an. Mixgetränke aus Kaffee, Milch und Schokopulver gehören zum Standardangebot auf der Getränkekarte. Vor allem jüngere Gäste probieren gerne auch neue Aromen und die unterschiedlichsten Geschmacksrichtungen aus. Der Anteil der Sirupe im Kaffeebereich ist deshalb weltweit am Wachsen. Franke wird diesem Trend optimal gerecht und bietet intelligente Siruplösungen – auf Knopfdruck entstehen individuelle Mixgetränke aus Kaffee, Milch und Sirup. Dem Flavoured Coffee sind praktisch keine Grenzen gesetzt.

Aromasirupe und Kaffee werden in der Flavour Station von Franke vollautomatisch zusammengeführt.

Möglich macht das die Flavour Station von Franke, die mit der Spectra S und der Evolution Plus erhältlich ist. Auf Knopfdruck wird die Zuführung der Sirupe in die Tasse durch den Kaffee-Milch-Sirup-Kombiauslauf gestartet. An die Franke Flavour Station lassen sich verschiedene Flaschenformen anschliessen und es können nebst zahlreichen Sirupsorten sogar alkoholische Getränke eingesetzt werden.

Die automatisch gesteuerte Sirupzuführung hat den Vorteil, dass die Sirupmenge exakt nach den individuellen Geschmacksbedürfnissen programmiert werden kann. Eine konstante Dosierung und Getränkequalität ist damit gewährleistet. Das System garantiert so auch die volle Kostentransparenz: Der Gastronom kann jederzeit exakt kontrollieren, wie viel Sirup er für Kaffeemixgetränke mit Flavour verbraucht. Ist die Kaffeemaschine mit einem Zahlungssystem ausgestattet, können dank dem Franke Pre-Selection Plus-Konzept separate Preise pro Getränk hinterlegt werden.

www.franke-cs.com

Ramseier Burehöfler gibts auch alkoholfrei

Auserlesene Apfelsorten und der traditionelle Gärprozess machen den Ramseier Suure Moscht (klarer Apfelwein) und den Ramseier Burehöfler (trüber Apfelwein) zu einmaligen Schweizer Spezialitäten. Neben der alkoholfreien Variante Ramseier Suure Moscht gibt es jetzt auch den trüben Apfelwein Ramseier Burehöfler ohne Alkohol. Er überzeugt mit seiner Aromenvielfalt und der feinperligen Spritzigkeit. Ab sofort ist das Produkt im Schweizer Getränkehandel erhältlich.

Bewährt feiner Inhalt ohne Alkohol, dafür mit neuer Optik: Der Ramseier Burehöfler.

Die vier Schweizer Spezialitäten präsentieren sich zudem in neuem Glanz. Der neue Auftritt verbindet Tradition und Innovation und passt damit perfekt zum Inhalt. Die Marke Ramseier steht für natürliche, gesunde Produkte und beste Rohstoffe – und trifft damit genau den Puls der Zeit. Erfrischende, natürliche Getränke sind gefragt. Ramseier verbindet Tradition mit Innovation.

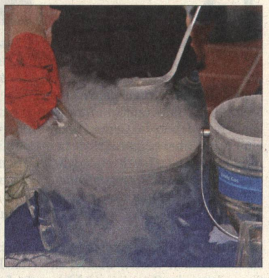
www.ramseier.ch
www.ramseier-suisse.ch

Molekular kochen in der Gemeinschafts-Gastronomie

Molekular kochen ist nicht unbedingt etwas völlig Neues, ist doch jeder Kochprozess auch ein molekularer Prozess. Dennoch ist bei vielen Profiköchen die Skepsis gross: zu teuer, zu aufwändig, zu chemisch. Mit diesen Klischees aufräumen will der Gastrozulieferer Pistor mit kürzlich angebotenen Schnupperkursen für Köche aus der Gemeinschaftsgastronomie. Mit überwältigendem Erfolg.

Schon vor 20 Jahren experimentierten Pioniere mit Hilfsstoffen und Texturen aus der Lebensmittelindustrie und veränderten damit beim Kochen die Form und Struktur eines Lebensmittels. Ein Einsatz in der Alltagsgastronomie oder gar in der Gemeinschaftsverpflegung? Für viele nicht vorstellbar: Laborküche für Feinschmecker, eine Spielerei.

Dass die Molekularküche mehr kann als mit kulinarischen Spielereien in der Erlebnisgastronomie für Furore zu sorgen, davon ist Rolf Caviezel überzeugt. Der Küchenchef im Alterszentrum Kastels in Grenchen und Molekularkoch-Kursleiter leistet hier Aufklärungsarbeit. In seiner Heimküche setzt er mit Erfolg verschiedene molekulare Techniken ein. Denn gerade für die Ernährung betagter Menschen sind molekulare Häppchen prädestiniert, können sie doch direkt von der Hand in den Mund gesteckt werden.



Die Skepsis geht im Stickstoff schnell verloren: Am Kochkurs für Molekulare Küche lernen Gemeinschaftsverpfleger was mit der neuen Technik alles möglich ist.

Die erfinderische Kochtechnik kann durchaus mit gängigen Küchengeräten angewendet werden. Allerdings bewegt man sich bei der Zubereitung in Temperaturbereichen, die Fachkenntnis und ein gutes Gefühl für Lebensmittel voraussetzen. Den gewünschten Effekt erzielt auch nur, wer genau arbeitet und die Bindemittel nach Rezeptur einsetzt. «Man kann seinen Horizont erweitern und ich garantiere, dass man Spass haben wird am Kochen. Im Heim hat man ebenso viel Freiheit, kreativ zu sein, wie in einem Restaurant» ist Rolf Caviezel überzeugt.

Der Kurs von Pistor bot die Gelegenheit, sich mit den theoretischen Grundlagen vertraut zu machen, aber auch die Risiken im Umgang mit den ungewohnten Texturen kennen zu lernen. Vier Köche zeigen verschiedene Zubereitungsarten: Niedergaren im Vakuumbeutel, Kaviarherstellung mit speziellen Bindemitteln, Glacé mit Stickstoff und Räuchern. Die anfängliche Skepsis war nach Abschluss des Kurses verflogen. «Jetzt weiss ich endlich, was Molekularküche ist. Der Kurs war ein guter Einstieg», meinte ein Heimkoch.

www.pistor.ch

Betty backt für Bebbis

Nach Zürich hat nun auch Basel eine Betty Bossi Kochschule: Lars Feldmann über die «Gelinggarantie» und Gastronomen als Trendsetter.

FRANZISKA EGLI

Bilder zvg

Seit Anfang Monat wird hier gekocht und gebrutzelt, was das Zeug hält: die neue Betty-Bossi-Kochschule in Basel.

Lars Feldmann, soeben wurde in Basel die zweite Betty-Bossi-Kochschule eröffnet. Es ist ja schon erstaunlich, wie die Marke Betty Bossi seit Jahrzehnten «ihre Frau» steht. Was ist ihr Geheimnis?
Das Wichtigste ist wohl ihre Konstanz in der Qualität. Wir nennen das «Gelinggarantie». Das heisst, wir möchten so weit wie möglich garantieren, dass die Rezepte auch gelingen. Das beginnt nur schon bei der Rezeptsprache, die permanent auf Einfachheit und Verständlichkeit überprüft wird. Punkto Kochkurse bedeutet es zudem, dass wir Zutaten verwenden, die einfach erhältlich sind, und mit Gerätschaften arbeiten, die es in jedem Haushalt gibt.

Betty Bossi Der Hausfrau grosses Vorbild

Was koche ich heute? Mit dieser Frage nahm die Geschichte von Betty Bossi **1956** ihren Anfang: Erfinderin von Betty Bossi war eine junge Werbetexterin, die nach US-Vorbild («Betty Crocker») und für die Firma Sais/Astra die «Betty Bossi Post» entwickelte. Diese **kostenlose Konsumenteninformation** versorgte die Hausfrau mit Menü-Wochenplan, mit Fragen/Antworten und Budgetplanung. Betty Bossi, heute ein eigenständiges Unternehmen, gibt seit 1973 Kochbücher heraus, bietet seit 1986 Kochkurse an und produziert seit 2001 die Kochshow «al dente». fee

www.bettybossi.ch

Nach Zürich wurde nun die zweite BB-Kochschule in Basel eröffnet. Warum ausgerechnet Basel?
Wir haben festgestellt: Die Menschen wollen wieder kochen. Sei es, weil viele Leute nicht mehr kochen können, sei es, weil Kochen zum Lifestyle geworden ist, auf jeden Fall aber ist das Bedürfnis der Leute nach Kochkursen gross, die Anzahl Kurse in unseren Zürcher Räumlichkeiten aber limitiert. Und da wir in Basel bereits eine Küchenlokalität samt Team haben und wir das Basler Publikum kulinarisch sehr vielseitig interessiert einschätzen, lag dieser Standort auf der Hand.

«Wir nehmen Kochtrends rasch auf und bieten dann entsprechende Kurse an.»
Lars Feldmann
Leiter Marketing Betty Bossi Verlag

Welche Kurse sind bei Betty Bossi zurzeit hoch im Kurs?
Im Moment machen wir drei Bereiche aus, die zu Selbstläufern geworden und deren Kurse meist ausgebucht sind: Kurse zum Thema «Niedergaren». Kurse in trendigen Themenbereichen wie Sushi. Der dritte Bereich sind spezifische Ernährungsthemen, wie die Kurse «Glutenfreie Küche», die wir in einer Partnerschaft mit Coop anbieten.

Kurse wie «Mezze – Libanesische Häppchen» werden angeboten.

Geben Kochschulen vor allem Trends der grossen Küchen wider?
Ich denke schon. Die Wegbereiter neuer kulinarischer Themen sind die Gastronomen, denn bevor jemand einen Kurs in «Thailändisch Kochen» besucht, hat er mindestens ein paar Mal thailändisch gegessen. Wir nehmen aber Koch- und Kulinariktrends rasch auf und bieten dann entsprechende Kurse an.

Prättigauer Alpspektakel mit Miss-Rinder-Wahl

Das Prättigau rüstet zum 4. Alpspektakel: Dieses beginnt am 8. und 9. Oktober in Küblis mit einem grossen Älplerznacht. Das grosse Spektakel im beschaulichen Seewis geht schliesslich am 10. und 11. Oktober über die Bühne, und zwar samt Alpabzug mit 100 geschmückten Kühen, Ziegen und Schafen, dem Alpmarkt, dem Älplerbrunch, diversen Musikkapellen sowie der Auszeichnung der schönsten Vierbeinerin mit dem Titel «Miss Rinder Spektakel 2009». fee

www.alpspektakel.ch

Dampfende Kochtöpfe in Grindelwald

zvg

Am 20. September, am 4. Cocolino Champion Festival, werden Kinder zu Chefköchen. Da wetteifern in Grindelwalds Hotelküchen die Kleinen um die Cocolino-Urkunde. Wer zwischen sieben und zwölf Jahre alt ist: Es hat noch Plätze frei. fee

www.cocolino.ch

Oregon sucht genussfreudige «Praktikanten»

Wer schon immer davon geträumt hat, weit, weit über den Tellerrand blicken zu dürfen, der sollte sich bis 18. September um die «Cuisinterships» von Travel Oregon bewerben. Sieben Gewinnern winkt eine Woche im US-Pazifikstaat an der Seite einer kulinarischen Grösse samt Kost und Logis als Artisan Food Producer, Braumeister, Rancher, Fischer, Winzer, Gourmetkoch oder Destillateur. fee

http://bounty.traveloregon.com

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.

ANZEIGE

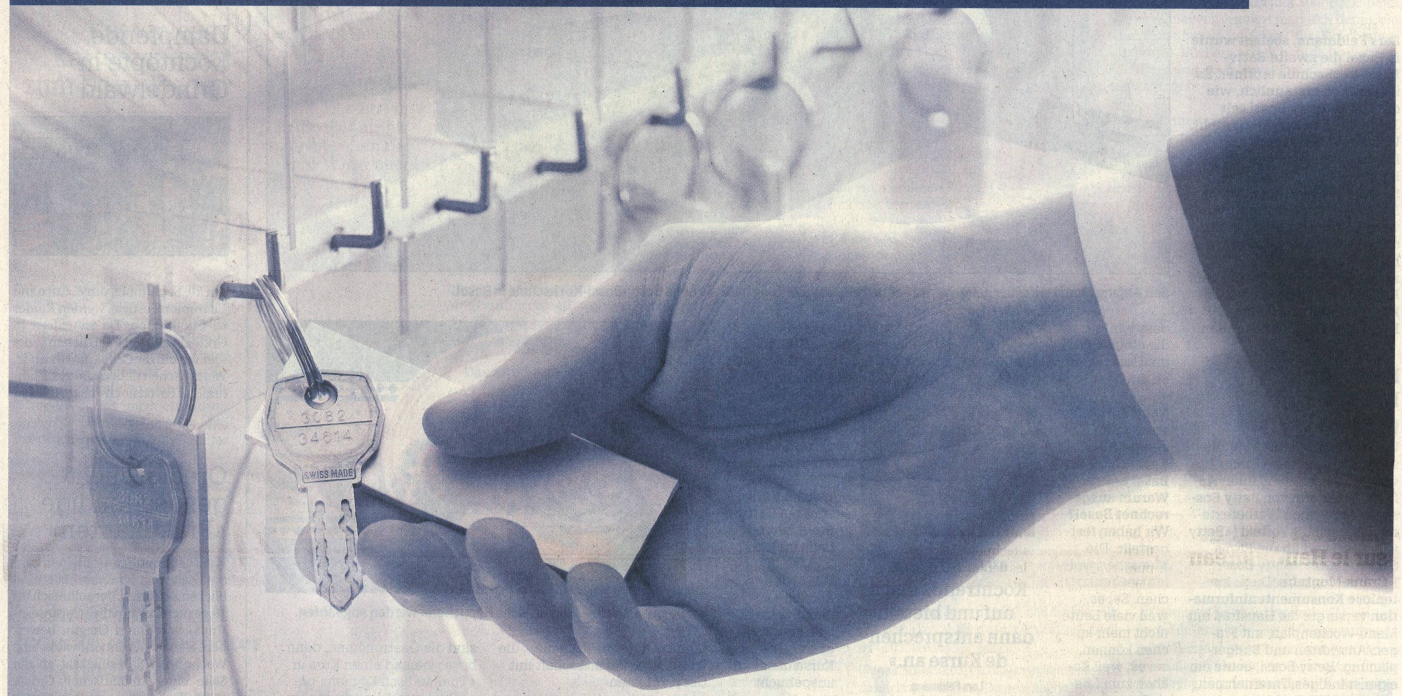
THE LINDE GROUP
PanGas
Gas & More

Heizgeräte-Ausstellung in 30 PanGas-Fachmärkten

Alle Standorte unter **www.pangas.ch**

* Aktion gültig bis 30.11.2009 oder solange Vorrat.

ERFAHRUNG, DIE SICH AUSZAHLT.



stars&hotels
Swiss Hotel Film Award

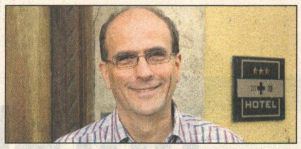
HOTELA

WWW.HOTELA.CH

cahier français

htr hotelrevue No 38 / 17 septembre 2009

Jacques Bettex
C'est dans son hôtel qu'a été tourné le 2e meilleur film du Swiss Hotel Film Award.
Page 25



Matthias von Wyss
Le directeur de l'Hôtel de l'Aigle croit fermement dans le potentiel du Val-de-Travers.
Page 27

Des infos sur votre portable

Transmettre des informations touristiques sur les téléphones portables, c'est possible mais loin d'être simple.

ISABELLE BAGNOUD LORETAN

Bienvenus à Morges, jolie ville au bord du Léman qui propose depuis peu une visite guidée sur iPod, faite de récits, de sons, d'images et d'histoires. La balade, qui coûte 5 francs, au rythme souhaité et au moment qui convient, propose 13 points d'intérêt. Entre les arrêts, vous entendrez des musiques du cru, des informations sur les mets de la région… Une véritable valeur ajoutée pour Morges qui peut désormais proposer à ses visiteurs une activité toute l'année. La jeune équipe de l'office du tourisme désirait un produit dynamique, facile à utiliser; c'est fait.

«Nous cherchions à créer une offre hors saison, la réception est excellente, le système s'est avéré simple d'utilisation, les personnes âgées, après quelques explications, ont apprécié…», raconte, ravie, Laetitia Chapuis, de Morges Région Tourisme. C'est un bon début car le produit poursuit son développement, on veut y introduire d'autres informations et on espère qu'il puisse être rapidement téléchargeable sur le site de la région. A y réfléchir, ces nouvelles technologies numériques offrent des débouchés illimités pour le tourisme. Encore faut-il savoir lesquelles utiliser.

Les nouveaux audioguides sont de véritables guides touristiques

Les expériences en matière de communication numérique dans le secteur du tourisme sont relativement récentes et les moyens de diffusion évoluent vite à travers les nouvelles technologies: internet, iPhone, bluetooth, tag… Les dernières générations d'audioguides sont devenues de véritables guides touristiques électroniques, intégrant le GPS, qui permet d'adapter automatiquement le commentaire et les informations audiovisuelles à l'endroit où est situé le visiteur. Les villes et les stations sont encore sous-équipées. Mais les produits créent une belle effervescence. Car ces outils répondent au besoin des touristes, qui partent moins longtemps mais plus souvent, désirent choisir un produit accessible et adapté au temps dont ils disposent. Si, en théorie, tout est possible, dans la pratique, les expériences ne sont pas toujours concluantes.

Grimentz avait été l'un des précurseurs en testant l'année dernière un nouveau système de renseignements par natel. Il suffisait de composer un numéro inscrit sur l'un des huit panneaux des lieux les plus fréquentés pour obtenir un maximum de renseignements sur l'endroit visité. Malheureusement, les utilisateurs ont été peu nombreux. «La clientèle âgée, plus sensible à la culture, a préféré un guide, mais surtout les tarifs des communications locales se sont avérés trop élevés pour certains touristes étrangers», explique Simon Wiget, directeur de l'Office du tourisme de Grimentz. Déception aussi à Lausanne où les dix lecteurs MP3 à disposition dans les deux guichets pour 10 francs n'ont pas convaincu. Malgré les trois itinéraires de visites proposés. L'engin s'avère difficile à programmer. «Nous désirions rapidement un système peu coûteux mais nous sommes aujourd'hui à nouveau en pleine réflexion, obligé de revoir notre copie», confie Sébastien Schmidt de Lausanne Tourisme. Genève, de son côté, dispose depuis le 24 août d'un audioguide pour la visite de la vieille-ville, vendu 15 francs et que le visiteur conserve.

Comment choisir la bonne technologie?

Vincent Bornet, directeur adjoint de Valais Tourisme n'est pas étonné par ces balbutiements, les technologies se bousculent, comment choisir? «Il faut définir ce que l'on veut offrir, valider une technologie et lui assurer un développement, intégrer les éléments de la communication déjà existants afin de ne pas créer de doublons. Sans compter que ces nouveaux produits sur mesure ont un coût. Valais Tourisme, qui participe actuellement à un projet pilote à Crans-Montana, estime ainsi qu'une réflexion est toujours nécessaire.

Valais: un projet pilote est à l'étude sur le Haut-Plateau

Crans-Montana Tourisme (CMT), avec les partenaires de la station (les remontées mécaniques CMA, les transports publics SMC, l'Association des six communes…), se sont associés à la HES-SO Valais pour débuter une réflexion globale sur sa communication. «Il s'agit de prendre en charge le client dès son entrée dans la station et jusqu'à son lieu d'arrivée ou d'activité», explique Dominique Fumeaux, le directeur de CMT. Dans les grandes lignes, Crans-Montana améliorera sa signalétique mais, surtout, le client pourra, aux points stratégiques de la station, télécharger via son téléphone portable et gratuitement (technologie bluetooth) sur des bornes interactives les infos qui l'intéressent: événements, horaires, météo, visites guidées… Le projet est ambitieux mais l'on prévoit des phases de test. La prudence reste en effet de mise. ibl

Isabelle Bagnoud Loretan

A Crans-Montana, un projet pilote étudie actuellement la possibilité de transmettre des informations touristiques sur les téléphones portables.

Les manufactures horlogères en vedette

Eveline Perroud/ldd

Le 7 novembre, lors de la Journée du patrimoine horloger, 25 à 30 manufactures ouvriront leurs portes au Locle et à La Chaux-de-Fonds.

Inscription à l'Unesco oblige, la Journée du patrimoine horloger devrait avoir beaucoup de succès cette année.

VALÉRIE MARCHAND

La Journée du patrimoine horloger aura le lieu le samedi 7 novembre 2009, un jour après la remise officielle du label Unesco. Pour la troisième édition de cette journée, la manifestation prévoit comme d'habitude la visite guidée d'ateliers et de manufactures à La Chaux-de-Fonds et au Locle. Il s'agit de découvrir 25 à 30 adresses horlogères mais également les musées et les autres lieux d'intérêt des deux villes. En 2008, plus de 3000 personnes avaient pris part à cet événement. Cette année, la participation devrait être encore plus nombreuse.

Profiter de l'inscription au patrimoine mondial de l'Unesco

«Nous avons en effet bénéficié d'un important battage médiatique après l'inscription, le 27 juin, de La Chaux-de-Fonds et du Locle au patrimoine mondial de l'Unesco», précise Anouk Hellmann, coordinatrice des Journées du patrimoine horloger. Les médias, mais aussi le nombre important d'activités organisées depuis cet été, donnent un dynamisme et une image positive à la région. Par exemple, à la même période, à savoir au 21 décembre, se dérouleront les Journées de la métropole horlogère à La Chaux-de-Fonds. «Durant presque deux mois, nous proposerons ainsi des activités liées à l'horlogerie. Du coup, les visiteurs, qui, en principe, ne passaient que quelques heures dans la région, seront incités à séjourner sur place lors de la Journée du patrimoine horloger», déclare Vincent Matthey, coordinateur de Tourisme neuchâtelois pour les Montagnes.

Les hôteliers se préparent progressivement à ce changement. Le Grand Hôtel des Endroits proposera d'ailleurs différents forfaits «week-end». Autre aspect intéressant de la Journée du patrimoine horloger cette année: elle pourrait attirer davantage de touristes étrangers. Jusqu'ici, cette journée a surtout drainé la population locale mais la médiatisation de la région pourrait avoir des retombées touristiques et économiques non négligeables.

La vente de montres sur place en tant qu'atout touristique

«Il devrait notamment être possible d'acheter des montres directement à l'usine. La demande est déjà bien réelle», indique Vincent Matthey. Dans les ateliers, les horlogers sont eux-mêmes surpris de voir tout l'intérêt porté à leur travail. «S'ils peuvent montrer à des clients potentiels la façon dont est réalisée une montre, ils auront d'autant plus d'opportunités de la vendre», estime Vincent Matthey.

hoteljob.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Le changement commence ici!

www.hoteljob.ch

Maintenant aussi en français.

La plate-forme de l'emploi pour l'hôtellerie,
la gastronomie et le tourisme.
Novatrice, moderne et fonctionnelle.
Grâce à elle, les rencontres sur le marché du travail
deviennent plus conviviales.

Un monde d'émotions

Près de cinq cents invités ont participé à la remise des prix du premier Swiss Hotel film Award. Un hommage au monde plein d'émotions qu'est l'hôtellerie

MIROSLAW HALABA

Alain D. Boillat

Les organisateurs avaient déroulé le tapis rouge pour recevoir leurs invités.

L'initiateur du projet, le président d'hotelleriesuisse, Guglielmo Brentel, ne cachait pas sa joie, jeudi soir, à l'issue de la cérémonie de remise des prix du premier Swiss Hotel Film Award à l'Arena Filmcity à Zurich. «C'est un projet destiné à montrer que l'hôtel est un monde d'émotions, de gens et d'histoires. Et, à entendre les réactions, je pense que nous avons réussi», a-t-il déclaré.

La satisfaction était, en effet, nettement perceptible parmi les quelque cinq cents invités venus voir notamment, sur grand écran, les films gagnants et quelques-unes des œuvres nominées. Grâce aux talents des réalisateurs, ces projections ont permis de constater qu'un hôtel est bien plus qu'un immeuble où l'on sert à manger et où l'on offre l'hébergement.

Le jury, présidé par le journaliste cinématographique, Mohan Mani, avait à se prononcer sur vingt courts-métrages d'une durée maximum de cinq minutes et dont le concept avait été choisi parmi les 146 projets qui lui avaient été présentés. C'est dire l'intérêt que le concours d'hotelleriesuisse a suscité parmi les cinéastes.

Le premier prix, d'une valeur de 5000 francs, est revenu à Fanny Vasquez et à Olivier Brandenberg qui ont filmé l'arrivée d'un client stressé dans un hôtel de luxe tenu par des enfants. Le jury a notamment relevé que les acteurs s'étaient montrés convaincants, sachant changer d'humeur selon la situation.

> «Nous espérons que les hôteliers utiliseront plus les films pour montrer leurs hôtels.»
>
> **Guglielmo Brentel**
> Président d'hotelleriesuisse

A noter, qu'outre le montant du prix, les réalisateurs se sont vus offrir la possibilité de faire un film, d'un budget de 5000 francs, pour les besoins du Milestone, le Prix du tourisme suisse.

Le deuxième prix, d'un montant de 3000 francs, a été attribué au Lausannois Robert Lathion – absent lors de la cérémonie – pour son film «Hotel Art». Tourné à l'Hôtel Best Western Eurotel Riviera à Montreux, il montre un policier et un professeur d'histoire de l'art qui «libèrent» l'hôtel des «affreux tableaux» qu'il avait dans ses chambres. Un film comique et divertissant qui, a estimé le jury, répond aux clients qui se sont déjà offusqués en voyant les tableaux bon marché qui ornent parfois les murs de leur chambre.

«Night Within», du Bernois Jason Brandenberg, a obtenu la troisième place. Seul film en noir et blanc, ce dernier met en scène un réceptionniste tamoul qui téléphone dans son pays en guerre et une cliente qui attend un appel. Pour le jury, une œuvre «courageuse et d'une grande finesse».

Un prix des internautes devait aussi être remis, mais des manipulations ont incité les organisateurs à renoncer à l'attribuer.

Par les retombées médiatiques qu'il génère, le Swiss Hotel Film Award doit promouvoir l'image de l'hôtellerie. Les scènes de tournage dans les hôtels ont ainsi donné lieu à divers articles dans les journaux locaux. Mais, le concours doit aussi montrer aux professionnels de la branche que le film est un véhicule promotionnel de première importance. «Nous espérons que les hôteliers utiliseront plus les films et les manières de filmer pour montrer leurs établissements», explique Guglielmo Brentel. Il pense là tout particulièrement aux petits et moyens hôtels. «C'est avec les émotions et non pas les immeubles que ces établissements peuvent concurrencer les grands hôtels», ajoute-t-il. C'est dans cet esprit qu'hotelleriesuisse lancera un projet en collaboration avec Suisse Tourisme visant à présenter, sur le site MySwitzerland.com, des films promotionnels sur des hôtels. La première édition du Swiss Hotel Film Award sera maintenant analysée par les organisateurs en vue des éditions futures. Celles-ci pourraient être organisées tous les deux ans.

Photos de la soirée: www.htr.ch

Voir aussi en pages 8 et 15

A chaud

Jacques Bettex

Directeur de l'Hôtel Best Western Eurotel Riviera, à Montreux, hôtel qui a servi de cadre au tournage du film classé 2e: «Hotel Art». Ce court-métrage a été réalisé par le Lausannois Robert Lathion, absent lors de la remise des prix.

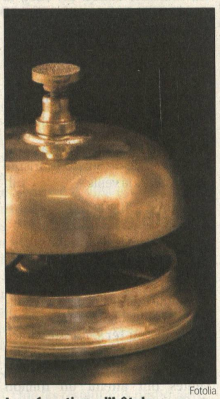
1. Que pensez-vous du film qui a été tourné dans votre hôtel?
Ce film, que j'avais vu d'abord sur internet et ensuite sur le grand écran, m'a impressionné et m'a fait énormément plaisir. Il est court et il présente des scènes brèves. Il est pétant et sonnant. Le scénario est très bon et il est bien tourné.

2. Cette réalisation a-t-elle mis en évidence des caractéristiques de votre établissement que vous ne connaissiez pas?
Non, pas du tout, car je connais très bien l'hôtel. J'ai toutefois remarqué, en voyant le verso du tableau soustrait par les deux principaux personnages du film, qu'ils s'agissait d'une œuvre d'art bon marché.

3. Qu'est ce qui vous a motivé à mettre votre établissement à disposition de ce concours?
Vu la situation favorable de notre hôtel au bord du lac, je me suis dit que cela pouvait être intéressant pour nous, cela d'autant plus que nous disposons d'une chambre dont l'aménagement n'a pas changé depuis 1967, date de l'ouverture de l'hôtel. J'ai aussi participé pour soutenir un projet lancé par les gens d'hotelleriesuisse. J'aime en général ce qu'ils font et je les trouve très dynamiques.

4. Pourrez-vous utiliser cet événement et ce film dans votre promotion?
Dans un premier temps, je mentionnerai sur notre site internet que ce film existe, qu'il a gagné le deuxième prix du concours et qu'il a été tourné dans notre hôtel. Je verrai ensuite avec le réalisateur de quelle manière je pourrais en disposer.

Réceptionnistes bienvenues



Fotolia

Les réceptions d'hôtels manquent de personnel.

La formation de réceptionniste est prête à être lancée en Suisse romande. Il manque toutefois encore quelques candidats.

MIROSLAW HALABA

Les quatre enseignants engagés pour cette première en Suisse romande sont prêts à recevoir les candidats à une formation de réceptionniste (htr du 23 avril) en emploi. Lancée par hotelleriesuisse pour combler tant soit peu le manque de réceptionnistes, cette formation, qui porte le label «reception@hotelleriesuisse», se déroulera en octobre dans les locaux de l'Ecole Jeuncomm à Lausanne où se donnent déjà les cours de l'Ecole de secrétariat hôtelier.

Le cours débutera même avec six élèves

Pour l'heure, trois inscriptions sont parvenues aux organisateurs. Responsable du projet, Regula Fischer admet que c'est peu, mais se montre toutefois optimiste: «Plusieurs formateurs nous ont dit que les inscriptions ont tendance à arriver à la dernière minute». Elle note aussi que le nombre d'intéressés reflète les proportions linguistiques de notre pays. «En Suisse alémanique, nous avons commencé cette formation avec dix-sept élèves», dit-elle. Pour les cours romands, le quota d'élèves minimum a été fixé à six, ce qui est nettement sous la barre des «quinze à vingt étudiants» dont il était encore question ce printemps. Qu'à cela ne tienne. «Même si le nombre d'étudiants est moins élevé que prévu initialement, nous organiserons ce cours, car nous voulons véritablement offrir des possibilités de formation en Suisse romande», indique Regula Fischer.

Au programme: trois modules et nonante périodes

Ce cours de réceptionniste comprend nonante périodes réparties entre le 12 octobre et le 21 novembre. Il propose trois modules. Le premier (intitulé «réception») et le troisième («communication»), d'une durée d'une semaine chacun, sont dispensés les après-midis et les samedis durant toute la journée à l'Ecole Jeuncomm. Le deuxième module, prévu entre le 17 octobre et le 16 novembre, pourra être effectué à domicile grâce à la plate-forme électronique «ritzy-campus». Durant cette période, les élèves devront notamment préparer un dossier de présentation d'un hôtel qui pourrait être destiné aux médias ou à de futurs clients. A l'issue du cours et si leurs notations sont suffisantes, les étudiants recevront une attestation.

www.hotelleriesuisse.ch/reception

En bref

Suisse

Respect de la CCNT: du mieux et du moins bien

L'Office de contrôle de la Convention collective nationale de travail pour les hôtels, les restaurants et les cafés (CCNT) a procédé à une série de contrôles. Celle-ci lui a permis de constater des améliorations quant à la saisie du temps de travail (68,6% des établissements contrôlés contre 65,8% précédemment ont un système de saisie). La part des établissements payant correctement tous les salaires minimums a toutefois «légèrement» diminué. Elle a passé de 84,5% à 81,7%. Deux mille entreprises, choisies au hasard, ont été contrôlées. mh

Genève

Le Groupe DSR présent aux Vernets

Propriété de la ville de Genève, le restaurant du Centre sportif des Vernets a rouvert ses portes sous le nom de «McSorley's Pub & Steak House». Elaboré conjointement par le Groupe DSR et le Genève-Servette Hockey Club, cet établissement intègre trois concepts de restaurants: un take-away, un steak house, ainsi qu'un pub avec sa terrasse. Il est exploité par ArenaCatering SA, propriété des deux partenaires. Un «important programme» d'animation a été prévu pour garantir la fréquentation du restaurant, du jeudi au samedi soir notamment. mh

Alpes vaudoises

Une campagne pour vendre l'automne

Swiss-Image

Les sept stations des **Alpes vaudoises** viennent de lancer une campagne publicitaire destinée à attirer la clientèle indigène durant l'automne. Au cœur de cette opération figure une offre, valable jusqu'au 31 octobre, proposant deux nuitées en chambre double avec petit déjeuner, une carte de randonnée et un sac contenant du vin et du fromage. Les prix s'échelonnent, suivant la catégorie d'hôtel, entre 100 et 180 francs. mh

Valais

Restructuration touristique à Bagnes

Dans le cadre de la création de la destination «Verbier St-Bernard», la commune de Bagnes et la SD de Verbier ont restructuré certains services. Les infrastructures touristiques étant désormais de la compétence des communes, les deux entités ont créé un service dédié à ce secteur. Ce service est placé depuis le 1er septembre sous la responsabilité de Patrick Messeiller qui a assumé durant 22 ans la direction du tourisme de Bagnes. Cette solution assure la continuité de la gestion des infrastructures et permet de profiter de l'expérience du terrain acquise par Patrick Messeiller, ont indiqué les deux parties. mh

htr hotelrevue
No 38 / 17 septembre 2009

Alain Vaney/ldd

La visite du Lavaux en petit train permet de découvrir de magnifiques points de vue.

Les trains touristiques de Lavaux font le plein

Ce n'est certes pas la cohue des grandes lignes CFF aux heures de pointe mais, depuis ce printemps, les trois trains touristiques qui sillonnent les vignes du Lavaux font souvent le plein.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Aux visiteurs qui le traversaient, Lavaux offrait, jusqu'à il y a un lustre deux seuls itinéraires: les grandes voies (route et chemin de fer) longeant le Léman, ou celle de la ligne CFF Lausanne-Berne, surplombant le vignoble. Ceux qui voulaient le découvrir privilégiaient les bateaux de la CGN, la Compagnie générale de Navigation sur le lac Léman, qui longent la rive et qui offrent de splendides vues sur les vignobles en terrasse ou, plus près, la Corniche et les vues, parfois vertigineuses, sur la région. Ça, c'était jusqu'à il y a cinq ans, lorsque s'est créée l'Association du Lavaux-Express.

Les différents petits trains de Lauvaux sont complémentaires

Pour découvrir la région de Lavaux par ses vrais chemins de traverses, l'Association du Lavaux-Express a proposé une balade d'un peu plus d'une heure en train touristique, un convoi automobile (une motrice et deux wagons décorés) à travers les chemins de vignes, entendez par d'autres voies que celles déjà citées, entre murs et coulisses, entre Lutry, Cully et Chexbres. Voilà pour l'ouest de la région.

Depuis le printemps de cette année, il faut également compter sur le Lavaux-Panoramic qui est basé à Chexbres et qui permet de visiter l'est de la région, notamment les villages de Chardonne, de Rivaz et de Saint-Saphorin. Ces deux offres sont «complémentaires», insiste-t-on de part et d'autre lorsqu'on ne parle pas de «cousinage». Et ça marche. Les deux rames (une trentaine de passagers chacune) de l'ouest et, à une fréquence moins soutenue, celle de l'est (la même capacité) font le plein.

Cela vaut tout particulièrement pour les courses spéciales organisées pour les groupes, les entreprises, etc… «Au 15 septembre et depuis l'ouverture au début du mois d'avril, nous avons enregistré 268 de ces courses spéciales et, jusqu'à fin octobre, nous avons encore une soixantaine de réservations», se réjouit Katia Jobin, du Point I de Montreux-Vevey Tourisme à Cully.

Autre dimension à Chexbres pour le Lavaux-Panoramic. Si lors de l'inauguration, au début du mois d'avril, le président de l'association exploitante voyait grand en prévoyant 9000 passagers transportés, le cap des 6000 devrait être atteint au terme prévu du 25 septembre.

Ce sont les courses spéciales qui assurent la fréquentation

Comme pour le Lavaux-Express, ce sont pour beaucoup les courses spéciales qui assurent la fréquentation du Lavaux-Panoramic. Coordinateur de l'association, Eric Pétremand en annonce 28 pour le seul mois de septembre. Il se réjouit aussi de la constante progression des chiffres-passagers depuis le 11 avril. «Il est vrai», reconnaît-il cependant, «que les visiteurs sont plus attirés par nos «cousins» du bas, plus tournés vers le lac.» Sans regret pourtant, l'association prévoyant d'ores et déjà des mesures de promotion pour l'année prochaine, notamment des contacts avec des tour-opérateurs.

Pas question, en revanche de… fusion. On est en Lavaux. Il faut laisser du temps au temps pour que la volonté s'en manifeste.

ldd

Les courses spéciales marchent très bien. Eric Pétremand, du Lavaux-Panoramic, en annonce 28 pour le seul mois de septembre.

Les Genevois vont revoter

Le canton de Genève se prononcera la semaine prochaine sur le bannissement de la fumée des lieux publics. Cela, pour la 2e fois.

VÉRONIQUE TANERG

Le 27 septembre, les Genevois se rendront aux urnes pour dire s'ils acceptent d'interdire la fumée dans les lieux publics. Le problème, c'est qu'ils ont déjà répondu à cette question. En février 2008, près de 80% des votants avaient dit oui. Après quelques péripéties juridiques, le Grand conseil avait voté, en janvier 2009, une loi interdisant la fumée, mais autorisant l'installation de fumoirs, fermés et ventilés, sans autoriser de service.

C'est alors que la Société des cafetiers et restaurateurs de Genève, associée aux «dissidents de Genève», s'est remise en selle pour lancer un référendum contre la loi. Ils ont recueilli 15 000 signatures, ce qui donnera lieu à un nouveau vote.

Les référendaires réclament que la loi genevoise n'aille pas plus loin que la loi fédérale, et donc, que les établissements de 80 m² puissent choisir d'être fumeurs ou non fumeurs. Leurs arguments tournent autour de trois axes: préserver les libertés, sauver les petits établissements qui animent la vie de quartier et préserver des emplois. Ils estiment que l'entrée en vigueur de l'interdiction de fumer se traduirait à Genève par la perte de 2000 emplois.

Les référendaires demandent que les établissements de 80 m² puissent choisir de rester fumeurs.

La Société des hôteliers de Genève ne s'est pas engagée dans la bataille. Les hôteliers ont rapidement obtenu la reconnaissance du fait que les chambres d'hôtel faisaient partie de la sphère privée et donc qu'elles pouvaient être considérées comme un espace «fumeur». Du coup, ils se sentent moins concernés par cette interdiction. «Je peux comprendre que cette loi affecte un petit établissement où les gens du quartier viennent boire leur café et fumer une cigarette», concède Paul Muller, président des hôteliers genevois. «La plupart des hôtels accueillent une clientèle qui voyage beaucoup et qui a l'habitude d'aller dans des pays ou l'interdiction de fumer est en vigueur depuis longtemps. Cela ne pose donc aucun problème.»

Le plus souvent, les hôtels ont banni la fumée dans les espaces publics, comme le lobby ou les restaurants. «Notre établissement est non fumeur», explique Mirco Iada, directeur du Novotel à Genève. «Il l'est resté pendant tous les changements législatifs et cela s'est très bien passé. En ce qui concerne les chambres, 4 étages sont non fumeurs et 3 étages sont fumeurs.» Et d'ajouter: «Nous n'avons par remarqué de baisse de notre chiffre d'affaires.» Des cendriers ont été placés à l'extérieur de l'établissement pour les fumeurs invétérés.

Si elle est acceptée, la nouvelle loi autorisera la création de fumoirs, ce qui n'était pas le cas dans la mouture précédente. Mais aucun service n'est autorisé dans ces locaux fumeurs. «Ce peut être un plus pour un établissement qui a suffisamment de place pour créer par exemple une bibliothèque vitrée où l'on pourrait fumer», note Paul Muller. Autre formule possible: un local pour vendre des cigares. Mais échaudés par les rebondissements de ce dossier, les hôtels n'ont pas fait de projet pour créer un espace fumeur. Ils attendent le 27 septembre.

La raclette en vedette à Ovronnaz

Ce sont quelque trois mille personnes qui ont participé dimanche à la 5e édition de «Fromage & Cime» à Ovronnaz (VS). Cette manifestation leur a permis de découvrir trente fromages présentés par vingt producteurs valaisans. Cette année, c'est le fromage à raclette de brebis qui était présent en exclusivité. Au total, 10 000 **raclettes** (un record), contre 8000 l'an passé, ont été dégustées. Cette manifestation annuelle est considérée comme la «Vinéa du fromage», allusion à Vinea, la fête du vin qui se tient à Sierre. mh

ldd

Le STM et la Journée suisse des vacances à Genève en 2011

En 2011, Genève sera un haut lieu du tourisme suisse. En effet, la Cité de Calvin accueillera le 16e Switzerland Travel Mart (STM) du 28 au 30 avril et, le 2 mai, la 14e Journée suisse des vacances, a indiqué Suisse Tourisme. Quant à la Journée suisse des vacances de l'an prochain, elle aura lieu le mercredi 5 mai à Flims sur le thème «réinventer l'été». L'assemblée générale de Suisse Tourisme se déroulera la veille. mh

Sensible hausse des ventes chez RailAway

Prestataire de loisirs des CFF, RailAway a sensiblement augmenté ses ventes au 1er semestre. Grâce notamment au championnat du monde de hockey sur glace, ces ventes ont atteint un million d'offres environ, soit une hausse de 45% par rapport à 2008. mh

Alain D. Boillat

Matthias von Wyss, devant son hôtel à Couvet: «Je n'ai plus vécu de mauvaises années depuis l'Exposition nationale de 2002.»

«Je suis un passionné»

Matthias von Wyss, à la tête de l'Hôtel de l'Aigle à Couvet, est à la fois passionné et très actif.

VALÉRIE MARCHAND

Directeur de l'Hôtel de l'Aigle à Couvet depuis 1992, Matthias von Wyss a dû trouver des offres additionnelles à cet hôtel de 18 chambres. Il a ainsi lancé l'organisation «Goût & Région» dont les prestations sont diversifiées. Agé de 51 ans et marié à Thérèse, logopédiatre, il a travaillé plusieurs années à Lenzerheide (GR), où il était responsable de l'animation pour les enfants. Interview.

Les prestations que vous proposez à l'Hôtel de l'Aigle sont-elles limitées?
Nous offrons tout ce dont un client peut avoir besoin. L'offre ne concerne certes que la région des Trois-Lacs. Mais si un touriste souhaite des activités dans d'autres régions nous lui cherchons une personne de contact qui soit en mesure de le renseigner.

Malgré tous vos efforts, le Val-de-Travers reste une région isolée…
Oui, mais je suis un passionné. J'ai tellement anticipé et j'ai tellement été actif que je suis content du résultat. D'ailleurs, je n'ai plus vécu de mauvaises années depuis l'Exposition nationale de 2002.

Les apprentis ont un rôle important à jouer chez vous. Plus particulièrement lorsqu'ils gèrent seuls l'établissement durant les fêtes de Pâques. N'est-ce pas délicat de leur laisser autant d'autonomie?
Non, la taille de l'établissement est facilement gérable et, pour moi, cette notion d'autonomie est essentielle lors de l'apprentissage. Très vite, nous leur apprenons à avoir des responsabilités et à bien s'organiser. Le fait de les laisser seuls ne nous pose donc pas de problème particulier.

Matthias von Wyss fait attention à utiliser le plus souvent possible des produits de la région.

En cuisine, vous suivez une éthique quant aux produits alimentaires utilisés?
Je tiens une politique de développement durable et j'y suis toujours très attentif. J'utilise ainsi des produits Max Havelaar ou tout autre article ayant une bonne traçabilité. J'utilise le plus souvent des produits provenant de la région.

Quels sont vos objectifs?
Je suis aussi président du conseil d'administration du Louverain, centre de rencontres et d'hébergement situé aux Geneveys-sur-Coffrane. Mon but est de voir se réaliser, l'année prochaine, les travaux pour le rendre accessible aux handicapés. L'autre objectif est

«Le potentiel touristique du Val-de-Travers est largement sous-estimé.»
Matthias von Wyss
Directeur de l'Hôtel de l'Aigle à Couvet

de développer le Val-de-Travers en tant que destination touristique reconnue par le monde politique. Cette région a un potentiel largement sous-estimé.

Une voiture Mobility mise à la disposition des clients de l'hôtel

Depuis juillet, Matthias von Wyss offre en première suisse, un véhicule Mobility à ses clients. S'ils arrivent à son hôtel en train, ils disposent ainsi d'un véhicule pour visiter confortablement la région. Cette voiture est aussi prévue pour le transport, effectué par l'hôtel, des valises des cyclistes ou des promeneurs qui se rendent chez lui. Autre moyen de transport disponible pour découvrir la région: les vélos électriques et des vélos pour handicapés ou personnes à mobilité réduite. Toutes ces prestations sont proposées par l'hôtelier grâce à la structure Goût & Région. La philosophie de cette organisation, qui fonctionne 7 jours sur 7 et qui comprend un Call Center de nuit, est d'animer les cinq sens. Elle regroupe différentes «prestations-entreprises» actives dans le tourisme. Dotée d'un équipement moderne et réunissant plus de 40 collaborateurs maîtrisant une multitude de métiers, elle propose des activités régulières ou uniques, culturelles ou sportives. vm

Des vins trop chers au resto

45% des Suisses estiment que le prix des vins est excessif au restaurant. C'est ce qui ressort du troisième sondage sur la consommation des vins en Suisse.

PIERRE THOMAS

Cette étude, menée par téléphone, a été conduite par l'institut MIStrend pour le compte de Swiss Wine Promotion (SWP). 45% des consommateurs réguliers de vin estiment que le prix des vins est «excessif» dans les restaurants. Il y a quatre ans, ils étaient 51% dans ce cas. Au fond, la tendance n'a guère changé et l'impression reste la même. Les 45 ans et plus sont les plus excédés par les prix pratiqués, ainsi que les étrangers. Comme il y a quatre ans, les Alémaniques (46%) sont plus sévères que les Romands (41%), mais les plus durs restent les Tessinois (67% à juger le prix des vins excessif). Que les restaurants pratiquent un prix justifié n'est admis que par 15% des sondés. En revanche, 50% des mêmes sondés trouvent le prix des vins suisses justifié, 33% un peu trop cher et 9%, seulement, excessif. En général, le prix des vins indigènes est mieux apprécié qu'auparavant et leur qualité est plus largement reconnue.

Au restaurant, 21% des consommateurs réguliers ne boivent que des vins étrangers: c'est plus de deux fois plus qu'en 2004; leur position s'est radicalisée. Ceux qui ne boivent que des vins suisses sont 16%, soit une proportion inchangée. L'étude montre aussi que le restaurant n'est pas le lieu où l'on boit en premier du vin: 62% des consommateurs réguliers en boivent à domicile, contre 24% dans des établissements publics. Les jeunes de 18 à 29 ans sont près de 30% à préférer les cafés-restaurants.

Ce sont les invitations chez soi (80%) qui sont prétexte à boire du vin, surtout les soirs de week-end. L'importance des repas d'affaires (36%) est stable, en revanche, on boit moins de vin en semaine durant les repas de midi (8%), les apéritifs du soir (9%) et, surtout, les apéritifs de midi (5%). Et si on modère sa consommation, c'est par crainte de l'alcootest (62% des consommateurs réguliers redoutent le 0,5‰), davantage que pour des raisons de santé (invoquées par 35% des sondés) ou le prix.

Sur l'ensemble des 2998 personnes interrogées, de 18 à 74 ans, dans toute la Suisse, le vin reste la boisson alcoolisée la plus prisée (80% de réponses), devant la bière (59%) et les alcools distillés (42%). Cette étude est la troisième du genre depuis 1999. L'évolution des opinions recouvre les statistiques: la consommation de vin a tendance à stagner. En 2008, les Suisses ont bu 38,61 de vin par habitant, soit 7 dl de moins qu'en 2007, selon la Régie fédérale des alcools.

Le hit-parade des vins suisses

Au moment où l'idée de relancer une Interprofession des vins suisses rejaillit, entre les acteurs de filière (production et négoce) et les interprofessions des six régions viticoles, cette étude doit permettre à Swiss Wine Promotion de mieux orienter la publicité. Même si l'aide fédérale ne peut concerner que des projets servant l'ensemble des vins suisses, l'étude situe la popularité des régions. Le Valais reste le canton qui produit les meilleurs vins rouges (51% d'opinion favorable), devant le Tessin (39%) et Vaud (25%, en net recul); pour les vins blancs, le Valais (53%) dépasse de peu Vaud (52%) et Neuchâtel (16%).

Si la notion d'appellation d'origine contrôlée (AOC) est mieux comprise, surtout par les consommateurs romands, la notoriété des cépages (principalement valaisans) et des appellations (surtout vaudoises) s'érode. Le fendant et la dôle (91% de taux de notoriété) devancent le merlot du Tessin (85%), tandis qu'Aigle (75%) devance Féchy (74%) et Epesses (71%) pour les appellations vaudoises les plus connues. pt

ANNONCE

Nouveau
Jet-Cut

coupe
lisse, sans plis et ultra rapide !

Jet-Cut et Jet-Cut avec réserve
le Film fraîcheur révolutionnaire
maintenant chez votre CC et fournisseur

la «der»

htr hotel revue No 38 / 17 septembre 2009

«Accor Suisse a aussi souffert. Jusqu'ici, notre chiffre d'affaires de 2009 est inférieur de 11% à celui de 2008.»

Georges Schneider (Page 7)

28

Une animation insolite

Les ballons de la **53e Coupe Gordon Bennett** ont proposé, la semaine passée à Genève, un spectacle sortant de l'ordinaire.

ALEXANDRE NICOULIN

La Gordon Bennett est, avec la Coupe de l'America, le plus ancien trophée sportif encore organisé», note Christian Colquhoune, responsable du département manifestations de Genève Tourisme, lui-même féru d'aéronautisme. A Genève Tourisme, on n'en fait d'ailleurs pas mystère. La chargée de presse Joëlle Snella confie ainsi que «sa mise sur pied rentre complètement dans le mandat de Genève Tourisme, puisque, outre l'accueil et la promotion, nous avons aussi pour mission d'animer la ville, le fait qu'il s'agisse de la grande passion de Christian Colquhoune a également joué un rôle dans notre désir d'organiser cet événement.»

Genève était en concurrence avec Londres et Stuttgart

La partie n'a cependant pas été aisée. En effet, il a fallu batailler ferme l'an passé face aux convoitises de Londres et de Stuttgart. Mais Genève s'est finalement imposé dans une procédure d'attribution semblable à celle des JO. C'est grâce au soutien de la Ville et de l'Etat, de Skyguide, de l'aéroport et l'Aéroclub de Genève, qui fêtait en 2009 son 100e anniversaire, que le budget de 300 000 francs a pu être réuni.

Le principe de la Gordon Bennett Cup est des plus simples. Chaque ballon à gaz, à ne pas confondre avec les montgolfières qui, elles, volent à l'air chaud, est chargé de 1000 m³ d'hydrogène. Le ballon parcourant le plus de km avant d'avoir épuisé ses réserves de gaz est déclaré vainqueur.

Les deux premiers n'ont été séparés que de 17 km au Portugal

Cette année, ils étaient 16 équipages à s'envoler du parc des sports de Vessy le 5 septembre vers 23 h, sous les yeux ébahis de quelques centaines de passionnés bravant la fricasse. Quatre jours et 1587 km plus tard, les Suisses Kurt Frieden et Pascal Witpraechtiger se voyaient ravir la victoire pour 17 km par un ballon français au sud du Portugal. D'autres ballons se sont retrouvés coincés au pied des Pyrénées, voire perdus en Sardaigne. Trois ballons ont même traversé la mer Méditerranée. Jusqu'en Algérie, où ils ont dû se poser pour des raisons de sécurité.

Samedi dernier, exactement une semaine après le départ, les équipes, après avoir été rapatriées à Genève, participaient, douchées et rasées de près, à la cérémonie de remise des médailles. Pour faire la fête ensemble mais, surtout, pour se raconter sa «Gordon Bennett». «Une superbe édition», dit-on à Genève Tourisme. A l'année prochaine, en Angleterre.

Les **équipages** mettent la main aux derniers préparatifs avant l'envol qui a eu lieu le samedi 5 septembre, vers 23 heures.

Photos Michel Bobillier /ldd

La Coupe Gordon Bennett n'est ouverte qu'aux **ballons à gaz** qu'il ne faut pas confondre avec les montgolfières qui, elles, volent à l'air chaud.

Le succès a été au rendez-vous

Avec 37 500 visiteurs accueillis en six jours, le Salon des goûts et terroirs de Bulle confirme son rôle de chef de file des manifestations suisses du genre.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Pierre Schwaller/ldd

Le salon bullois a connu à nouveau **une belle affluence**.

Les organisateurs attendaient 40 000 visiteurs pour la 10e édition du Salon des goûts et terroirs qui s'est terminé ce lundi à Bulle. Un objectif bien fixé car ils ont enregistré 37 500 entrées en cette période inhabituelle, le salon se déroulant habituellement fin octobre.

Les visiteurs ont découvert et apprécié le travail et les produits de 250 artisans venus de toute la Suisse puisque, pour cette 10e édition, un accent tout particulier avait été mis sur les produits du pays, notamment au niveau des invités, la Fête de l'abricot de Saxon, la bénichon et les producteurs céréaliers qui, avec leur champ de blé planté au milieu du salon, ont étonné le public.

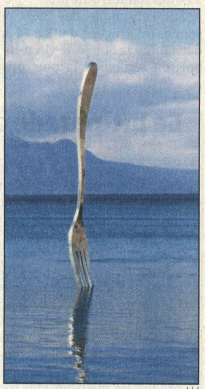
Incontestable vedette, Irma Dütsch a, elle aussi, fait le plein de spectateurs. Dans son «Arène gourmande», une vingtaine de personnalités romandes ont apprêté des recettes inédites. L'initiative de la marraine du salon sera reconduite en 2010 avec d'autres surprises.

Autre succès réjouissant, celui des concours et ateliers. Les visiteurs ont ainsi pu déguster des miels, des fromages de montagne et des inventions culinaires des apprentis des métiers de bouche sur le thème de la bénichon. Si le concours du meilleur sommelier de Suisse a été remporté par Fabio Micoli, de la vinothèque Lavinia à Genève, devant Benjamin Wolf, de l'Hôtel d'Angleterre à Genève, et Reza Nahaboo, du Restaurant Philippe Rochat à Crissier (nous y reviendrons), les ateliers ont été très suivis, de la cuisine moléculaire à la découverte de baies scandinaves.

Créée à l'attention particulière des professionnels des métiers de bouche, la journée supplémentaire du lundi a également permis aux professionnels et aux personnes dont le lundi est un jour de congé de visiter le salon dans une ambiance détendue et très conviviale hors de l'ambiance du week-end. Elle sera reconduite pour la prochaine édition, alors que le Salon des goûts & terroirs retrouvera ses dates habituelles. Il se déroulera en effet du 28 octobre au 1er novembre 2010.

Vevey: l'installation définitive de la fourchette valait bien une cérémonie

Si Copenhague a sa Petite sirène, Vevey a sa fourchette, symbole du Musée de l'alimentation.



ldd

La **fourchette géante** de Vevey mesure huit mètres de haut.

Après de longues querelles, la célèbre fourchette de Vevey – une œuvre d'art de huit mètres de haut plantée dans le lac devant l'Alimentarium, le Musée de l'alimentation, dont elle est le symbole – a désormais officiellement acquis son droit de cité. Son installation définitive a donné lieu la semaine passée à une cérémonie officielle.

On rappellera que cette fourchette avait été installée une première fois en 1995 afin de marquer le 10e anniversaire du musée, puis enlevée en 1996 à cause du refus du canton d'une installation définitive. Réinstallée en 2007 à l'occasion de l'exposition temporaire «Couverts découverts», elle avait bénéficié d'un large soutien grâce à une pétition qui demandait qu'elle ne quitte plus les lieux. Cette seconde tentative a été la bonne.

D'une langue à l'autre

Les Swiss Historic Hotels passent à l'offensive

Réunis lundi à l'Hôtel de l'Ile de St-Pierre à Cerlier, les Swiss Historic Hotels (SHH) ont décidé d'intensifier leur marketing avec Suisse Tourisme en 2010. Ils lui verseront à cet effet 220 000 francs par an. La collaboration avec la presse sera elle aussi plus importante et sera pilotée directement par les SHH. Quant à la «Semaine des hôtels historiques», organisée pour la première fois cette année à fin août, elle aura lieu en juin en 2010. lm

Page 2

Marcel Perren: «Ensemble, nous seront plus forts»

Alain D. Boillat

Ancien directeur-adjoint de Valais Tourisme, **Marcel Perren** est à la tête de Lucerne Tourisme depuis 2006. Il s'y est récemment mis en évidence en étant l'un des artisans de l'intégration des offices du tourisme de Weggis-Vitznau-Rigi au sein de Luzern Tourismus AG (LTAG). «Cette intégration sera effective dès le 1er janvier 2010 et elle a demandé aux partenaires de faire preuve de beaucoup de confiance», a relevé Marcel Perren. lm

Page 5

Art Furrer: «Pensez suffisamment tôt à votre succession»

ldd

Bien qu'il se sente encore en pleine forme à 72 ans, **Art Furrer** (à dr.) n'est plus le directeur de ses trois hôtels de Riederalp. Il en a confié la direction opérationnelle à son fils **Andreas Furrer** (à g.), il y a déjà plusieurs années. L'hôtelier au célèbre chapeau de cow-boy conseille à ses collègues de penser assez tôt à leur succession, «surtout lorsqu'il y a plusieurs héritiers». lm

Page 10

Grächen: l'union fait plus que jamais la force

La coopération hôtelière mise sur pied il y a trois ans à Grächen, dans le Haut-Valais, est exemplaire à plus d'un titre. Entamée avec six hôtels, elle a accueilli il y a un mois un septième établissement. Le fait de travailler ensemble leur donne plus de poids à tous les niveaux. Notamment en ce qui concerne le marketing. Les sept hôtels ont pu ainsi se payer les services d'une agence de publicité à Zurich. Des économies non négligeables ont également pu être réalisées lors de commandes groupées auprès des fournisseurs. lm

Page 12

stellenrevue htr
marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi de la branche

htr hotel revue Nr. 38 / 17. September 2009

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Active Gastro bringt sie sicher as Ziel!

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH, Postfach, 8048 Zürich

Hoteldirektorin gefunden

htr stellenrevue

Online unter

www.hoteljob.ch

GASTRO SUISSE JOB SERVICE

SUCHEN? VERMITTELN> FÖRDERN!

WIR VERMITTELN>

Küchenchefs für Top-Stellen.

Servicemitarbeiter für Stadt und Land.

Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich, Tel. 044 377 55 35
Fax 044 377 55 90, E-Mail jobservice@gastrosuisse.ch
www.gastrosuisse-jobservice.ch

www.gastrojob.ch

Topjobs und Gastroprofis – ganze Schweiz

GastroJob

Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

Inhalt / Sommaire

Direktion/Kaderstellen 2-3
Deutsche Schweiz 2-5
Svizzera italiana ..... -
International 8
Stellengesuche 8
Suisse romande ..... -
Marché international 8
Demandes d'emploi 8

Das Garni-Hotel Alpha mit 50 Zimmern an zentraler Lage in der Stadt Luzern ist ein Betrieb des PRO FILIA Kantonalvereins Luzern-Zug. Unser beliebtes, preisgünstiges Haus beherbergt internationale Individualreisende, Teilnehmende an Wirtschafts- Kultur- und Sportanlässen, Dozierende und Studierende der Fachhochschulen und der Universität.

Per 1. Januar 2010 suchen wir eine/n

Hotel-Betriebsleiterin / -Betriebsleiter

Sie sind verantwortlich für die betriebswirtschaftliche und administrative Leitung, die Finanz- und Lohnbuchhaltung, das Personalwesen, das Marketing und die Vertretung des Betriebs nach aussen.

Sie verfügen über einen Abschluss einer Hotelfachschule oder über eine ebenbürtige Ausbildung, eine hohe Sozialkompetenz, gute Fremdsprachenkenntnisse und einige Jahre Erfahrung in der Hotellerie.

Wir bieten Ihnen marktgerechte Anstellungs- und Arbeitsbedingungen, ein auf dem Luzerner Touristikmarkt optimal positioniertes Haus mit hoher Auslastung und moderner Arbeitsinfrastruktur. Unterstützt werden Sie durch ein motiviertes Team von 14 Mitarbeitenden.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne unsere langjährige Hotel-Betriebsleiterin Judith Seeberger. Telefon 041 240 42 80.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Referenzen an:
Hotel Alpha, Bewerbung Betriebsleitung, Zähringerstrasse 24, 6003 Luzern

4024125

GASTHOF ZUR ALTEN KANZLEI

Wir sind ein Familienbetrieb mit gutbürgerlicher Küche.
Unser Haus besteht aus einem Restaurant mit 50 Sitzplätzen, einem Saal mit 90 Sitzplätzen und einer Terrasse mit 120 Sitzplätzen. Wir verfügen auch über 29 Gästezimmer.
Wir suchen folgende Mitarbeiter:

Servicemitarbeiter/in
(mit À-la-carte-Erfahrung)
Koch/Köchin
Zimmermädchen

Beginn per sofort oder nach Übereinkunft.
Wir bieten gute Entlöhnung und geregelte Arbeitszeiten.
Zimmer im Hause möglich.
Wenn Sie u.a. Freude am Beruf und Teamfähigkeit besitzen, dann senden Sie Ihre **vollständigen** Bewerbungsunterlagen an
H. und H. Jochum
Dorfstrasse 13
8606 Greifensee
Telefon 044 940 58 87
info@gasthofkanzlei.ch

4018-2113

HOTEL SEEROSE
CLASSIC & ELEMENTS

Haben Sie Lust, an einem idyllischen Ort sich dem nächsten Karriereschritt zu widmen? Eine anspruchsvolle Aufgabe zu übernehmen, in die Sie ihr breitgefächertes Gastronomie – Wissen und ihre führungsstarke Persönlichkeit einbringen können? Dann werden Sie von den Möglichkeiten in der Funktion als

LEITUNG GASTRONOMIE

Mitglied der Geschäftsleitung

begeistert sein: Sie vertreten den Unternehmer im Bereich Gastronomie und unterstützen die Bereichsleiter der beiden Restaurants Seerose und Samui-Thai, die Verantwortliche F&B sowie unseren Executive Küchenchef in allen strategischen und operativen Anliegen. Das Restaurant Seerose führen Sie als Restaurationsleiter direkt. Dabei informieren, kommunizieren und koordinieren Sie unter Miteinbezug unserer Werte und Strukturen.

Sie selbst sind zielorientiert, verantwortungsfreudig, überzeugend und belastbar. Ein gesundes Durchsetzungsvermögen gehört genauso zu Ihren Stärken wie das unternehmerische Denken und Handeln. Ergänzt mit einer positiven Lebenseinstellung vermögen Sie sich jeder Herausforderung zu stellen. Über Ihr Alter sprechen Sie nicht - nur, dass Sie bereits 28 Jahre gewesen sind und über einen Hotelfachschulabschluss oder ein NDS verfügen.

Und wir? Sind ein 4-Sterne superior Designhotel mit 60 ausdrucksstarken Zimmern und Suiten, direkt gelegen am Sonnenufer des Hallwilersees. Positioniert als Businesshotel mit modernen Seminar- und Banketträumlichkeiten, 2 schönen mediterranen Terrassen, einem thailändischen Spezialitätenrestaurant «Samui-Thai», dem à la carte Restaurant Seerose und der trendigen Seerosen-Bar.

Interessiert? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung.
Kontakt: Frau Manuela Villiger, Verantwortliche Mitarbeiter
mitarbeiter@seerose.ch

HOTEL SEEROSE AM HALLWILERSEE 5616 MEISTERSCHWANDEN
TEL. +41 (0)56 676 68 68 (DIREKT 60) HOTEL@SEEROSE.CH
WWW.SEEROSE.CH

3997-2103

Gasthof zum Kreuz
3033 Wohlen/BE
info@kreuzwohlen.ch

Wir suchen für unseren traditionellen und lebhaften Landgasthof:

1 Servicemitarbeiterin (w)

per sofort oder nach Vereinbarung

Sie sind: kreativ, flexibel, belastbar und teamfähig
arbeiten gerne in einem aufgestellten, jungen Team
dann sind Sie unsere neue Mitarbeiterin.
Wir bieten: 2 geregelte Freitage (Montag und Dienstag)
marktgerechte Entlöhnung und 5 Wo. Betriebsferien
auf Wunsch ist ein Zimmer im Personalhaus vorhanden
Auf das erste Kennenlernen freut sich Peter Tschannen
(031 829 11 00).

4007-2108

Die Gastronomiegruppe zfv

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

Zur Ergänzung unseres Teams im

Hauptsitz

Flüelastrasse 51 in Zürich-Albisrieden

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Gruppenleiter/In

Ihre Aufgabe: Sie sind für einen Teil unserer Personalrestaurants zuständig und helfen bei der Betreuung im ganzen Bereich Business mit. Dazu gehört die Weiterentwicklung der erfolgreichen bestehenden Gastronomiekonzepte und –angebote sowie die Sicherstellung der konstant hohen Qualität der Dienstleistung, auch im Sinne von einheitlichen Standards und Prozessen. Zudem tragen Sie die Führungs- und Budgetverantwortung der zugeteilten Betriebe und helfen bei Projekten mit.

Ihr Profil: Sie haben eine Ausbildung in der Gastronomie – insbesondere in der Gemeinschaftsgastronomie – abgeschlossen, von Vorteil eine entsprechende Weiterbildung absolviert oder bereits Erfahrungen in ähnlicher Funktion gesammelt. Zudem bringen Sie gute Kenntnisse im Bereich F&B, Erfahrung beim Analysieren und Bewerten von Betriebsrechnungen sowie gute PC-Kenntnisse und langjährige Führungserfahrung mit. Sie sind eine motivierte, flexible Person mit einer selbständigen und konzeptionellen Arbeitsweise.

Wir bieten: Eine interessante, abwechslungsreiche Aufgabe im Gastronomiesektor mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit – wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Tauro, Leiterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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

4000-2105

Sporthotel Wildstrubel
CH – 3775 Lenk im Simmental

Unser 3*-Sterne-Hotel wird in den nächsten Monaten erneuert und in die 4*-Sterne-Klassifizierung gebracht. Das traditionsreiche Haus verfügt über 45 Zimmer und eine grosszügige Infrastruktur mit neuem Restaurantbereich und Hotelbar mit Kaminzimmer, Hallenbad mit Wellness und eine gut frequentierte Disco/Bar.

Nach über 30 Jahren erfolgreicher Führung des Hotels suchen wir unseren neuen

Geschäftsführer, der mit Herz und Seele Gastgeber ist (M/F)

Diese vielseitige Aufgabe beinhaltet die erfolgreiche Führung und Entwicklung des Betriebes, die Verantwortung und Förderung für ein gut eingespieltes Team sowie die Sicherstellung eines optimalen Betriebsablaufes.

Für diese anspruchsvolle Kaderstelle suchen wir eine Gastgeberpersönlichkeit, die operative Erfahrung aus einer vergleichbaren Position mitbringt und sich in den Bergen wohlfühlt.
Eine fundierte gastronomische Ausbildung sowie betriebswirtschaftliche Kenntnisse sind Voraussetzungen, um diese Position erfolgreich zu meistern.

Sind Sie unser neuer Gastgeber?
Dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto und frühestmöglichem Eintrittstermin an:

Hotel Wildstrubel, Franz Schürch, Lenkstrasse 8, 3775 Lenk im Simmental.

3979-2092

Für unser Caffè Spettacolo im Bahnhof Luzern suchen wir:

CAFFÈ SPETTACOLO

GeschäftsführerIn 25- 40 Jahre jung

Unser zukünftiger Leader

- hat Ausbildung im Gastgewerbe und besitzt ein Wirtepatent
- ist führungsstark und arbeitet selbst gerne an der Front
- besitzt Zahlenflair sowie Organisationstalent
- übernimmt Verantwortung für die Konzepteinhaltung, Produktion, Präsentation und den Verkauf
- profitiert von einem gezielten Einführungs- und Weiterbildungsprogramm

Fühlen Sie sich angesprochen?

Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Lichtbild an: Albert Brugger, HRC Gastronomie, Hofackerstrasse 40, 4132 Muttenz oder per Mail an albert.brugger@valora.com

4021-2114

Betty Bossi | aldente Betty Bossi Verlag AG

Betty Bossi macht Appetit. Wir entwickeln die kulinarische Kompetenz laufend weiter und verfeinern unser Erfolgsrezept mit immer neuen Zutaten. Inspiriert, innovativ und kreativ. Deshalb ist Betty Bossi die Nummer 1 in der Schweiz, wenn es ums Kochen und Geniessen geht.

Für unseren Bereich Food Consulting suchen wir eine/n

PRODUKTENTWICKLER FOOD (w/m)

Betty Bossi bietet Knacknüsse.
- Aufspüren von Trends und Kreieren von innovativen Produktideen
- Erstellen von Konzepten für neue Food-Produkte
- Kulinarische und sensorische Produktentwicklung
- Degustieren und Beurteilen von Foodmustern
- Entwickeln und Testen von Zubereitungshinweisen und Rezepten für die Produkte
- Durchführen von kulinarischen Sortimentsanalysen

Betty Bossi setzt Rüstzeug voraus.
- Kulinarische Ausbildung (Koch/Hauswirtschaftslehrer mit Berufserfahrung, vertieftem kulinarischem Fachwissen und Weiterbildung wie Hotelfach)
- Erfahrung in Projektmanagement und Konzeptarbeit
- Hohes Mass an Kreativität und kulinarischer Begeisterungsfähigkeit
- Durchsetzungskraft, fachkompetentes und sicheres Auftreten
- Organisationstalent und Teamfähigkeit
- Fundierte PC-Kenntnisse (MS-Office)
- Stilsicheres Deutsch

Betty Bossi hat für Sie angerichtet.
- Anspruchsvolle, abwechslungsreiche und gestaltbare Arbeit
- Zentraler Arbeitsplatz in Basel und Zürich
- Fortschrittliche Anstellungsbedingungen

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Online-Bewerbung unter www.ringier.ch.
Ringier AG, Human Resources, Veronika Novak, Telefon 044 259 63 44

3962-2086

Wir produzieren seit 1972 küchenfertige Salate, Früchte und Gemüse und beschäftigen ca. 450 Voll- und Teilzeitangestellte aus 40 verschiedenen Ländern.

Zur Unterstützung im Qualitätsmanagement suchen wir per **1. November 2009 oder nach Vereinbarung** eine engagierte und starke Persönlichkeit als

Leiterin Hauswirtschaft 100%

In dieser verantwortungsvollen Funktion sind Sie zuständig für die Materialbewirtschaftung (Berufs- und Sicherheitsbekleidungen, Arbeitsmittel etc.) sowie für die Hygiene der allgemeinen Infrastruktur.
Sie sorgen zudem für die laufende Weiterentwicklung der Aufbau- und Ablauforganisation. Sie führen ein Team von 8 Mitarbeitenden und arbeiten prozessübergreifend eng mit Kaderpersonen zusammen.

Sie bringen mit:
- Ausbildung und Erfahrung in der Hauswirtschaft oder als Hotelfachfrau
- Erfahrung in der Personalführung
- Sie sind durchsetzungsstark, dienstleistungsorientiert sowie offen im Umgang mit Menschen
- Freude an der Weiterentwicklung der Organisation
- eigenes Fahrzeug zwingend (2 Standorte)
- Bereitschaft zu sporadischer Nacht- und Schichtarbeit, Wochenend- und Feiertagseinsätzen

Wir bieten:
- Einstieg in die Lebensmittelindustrie
- Dauerstelle mit geregelten Arbeitszeiten
- Professionelle Unterstützung
- Personalrestaurant / gratis Parkplatz

GASTRO·STAR
Küchenfertige Gemüse·Salate·Kartoffeln·Früchte

Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung per Post, z.H. Herr Julmi, Gastro Star AG, Hüttenwiesenstrasse 4, 8108 Dällikon

3981-2094

Adelboden liegt im schönsten Tal der Alpen im Berner Oberland. (Schweiz)

Unser Betrieb ist ein beliebter Treffpunk.

Zu unseren Gästen gehören alle Altersgruppen.

Um den Ansturm zu bewältigen, suchen wir auf die Wintersaison jüngere, freundliche

Mitarbeiterinnen (Barmaid)

Saison- oder Jahresstelle. **Eintritt: November oder nach Vereinbarung**

Wenn interessiert, erwarten wir gerne Ihre **schriftliche Kurzbewerbung** oder telefonisch.

Kiosk-Treff GmbH
z. Hd. Herrn **Ruedi Buchser**
Dorfstrasse 56
3715 Adelboden
Tel. 033/673 45 89
E-Mail: kiosktreff@bluewin.ch

3998-2104

HOTEL NATIONAL DAVOS

Das Hotel National ist ein klassischer 4*-Betrieb mit 65 Zimmern im Herzen von Davos. Für unser schönes Erstklasshotel mit Stil und Charme suchen wir per Mitte November 2009 oder nach Vereinbarung einen

Chef de Service (m/w)
in Jahresstellung.

Als engagierte Gastgeberpersönlichkeit sind Sie für den reibungslosen Ablauf des gesamten Restaurationsbereichs verantwortlich. Dies beinhaltet den Speisesaal mit Frühstück und Halbpension für die Hotelgäste, die Bar/Hotelhalle und das À-la-carte-Restaurant Mignon.
Sie führen ein Team von ca. 8 Mitarbeitern und bilden Lehrlinge aus. Unsere langjährige Stammkundschaft legt hohen Wert auf Qualität und persönliche Betreuung.

Sie haben erfolgreich eine Restaurationslehre abgeschlossen, besitzen Erfahrung im gepflegten À-la-carte-Service und haben bereits als Chef de Service oder als Stellvertreter gearbeitet. Als Vorbild arbeiten Sie aktiv an der Front mit, sprechen neben Deutsch und Englisch auch Französisch oder Italienisch, sind ambitioniert, durchsetzungsfähig und belastbar.

Nun liegt es an Ihnen – gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Hotel National
Corinne & Martin Koepfli
Obere Strasse 31, 7270 Davos Platz
www.national-davos.ch

3366-1760

Hotel DOM
Webergasse 22, 9001 St. Gallen
www.hoteldom.ch / www.foerderraum.ch

DOM essen und schlafen in der Altstadt

Das 3-Stern-Hotel DOM in der Altstadt von St. Gallen wird seit elf Jahren mit einem speziellen Konzept geführt: Menschen mit einer leichten Behinderung finden hier Arbeits- und Ausbildungsplätze. Vor drei Jahren wurde unser Angebot um einen Gastronomiebetrieb mit 44 Sitzplätzen erweitert. Ab Januar 2010 werden rund 30 Hotelzimmer renoviert.

Für die anspruchsvolle Leitungsaufgabe des Hotel- und Gastronomiebereiches sucht die Trägerschaft förderraum nach Vereinbarung eine ausgewiesene Fachperson als

LeiterIn Hotel 100%

Als engagierte und kreative Persönlichkeit übernehmen Sie zusammen mit unserer agogischen Leiterin die Führung des Betriebes. In dieser Funktion sind Sie für die qualitative und wirtschaftliche Führung des Hotels und Restaurants verantwortlich. Unterstützt werden Sie dabei von einem Leitungsteam, welches sich aus Fachleuten aus der Hotellerie/Gastronomie sowie aus dem Sozialbereich zusammensetzt.

Wir erwarten von Ihnen, dass Sie die Hotelfachschule absolviert haben und mehrjährige Führungserfahrung mitbringen. Zudem verfügen Sie über sehr gute Fremdsprachenkenntnisse und Erfahrung im Marketing.

Der besondere Reiz dieser Aufgabe ist die Kombination der Bereiche Hotellerie/Gastronomie und Soziales. Das setzt eine grosse Motivation und Offenheit voraus, sich auf dieses Konzept einzulassen. Hohe Sozialkompetenz und die Fähigkeit ein interdisziplinäres Team lösungsorientiert zu führen, sind die Grundlagen dafür.

Senden Sie Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen bitte bis 3. Oktober 2009 an: förderraum, Alma Mähr, Geschäftsleiterin, Poststrasse 15, 9001 St. Gallen oder per E-Mail an alma.maehr@foerderraum.ch

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau Barbara Höhn, agogische Leiterin Hotel DOM, Tel. 071 227 71 71, gerne zur Verfügung.

3972-2090

Hotel Therme | Vals

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

Hier suchen wir Sie per sofort oder nach Vereinbarung:

Im Roten Saal
Sommelier / Jungsommelier
ServicemitarbeiterIn
150 Plätze, 15 Punkte GaultMillau

In der Blauen Halle / FLEE Bar
ServicemitarbeiterIn

In der Küche
Chef de partie
150 Plätze, 15 Punkte GaultMillau

In der Therme
Disponentin
Kosmetikerin
med. Masseur/in

Im Bergrestaurant
Commis de cuisine
KassierIn
AllrounderIn

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

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung
Sonja Dietrich
Therme Vals, 7132 Vals
Telefon 081 926 89 92
Fax 081 926 80 00
e-mail: sonjadietrich@therme-vals.ch
homepage: www.therme-vals.ch

4006-2107

Auf der Halbinsel Buonas am Zugersee liegt das firmeninterne Konferenzzentrum mit 50 Gästezimmern, Seminarräumen, Auditorium für 250 Personen und Restaurant mit Terrasse zum See. Zur einmaligen Parkanlage gehört der historische Schlossbereich mit einem zum Clublokal umgestalteten ehemaligen Pferdestall. Das gediegene Zentrum bietet ein inspirierendes Umfeld und modernste Einrichtungen für audiovisuelle Kommunikation.

Roche

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir

Chef de Partie
mit einigen Jahren Berufserfahrung in der «Spitzengastronomie» und Auslandsaufenthalt (mit Vorteil Asien)

Mitarbeitender Unterhaltsreinigung / Seminar / Infrastruktur
mit Erfahrung in der Hotellerie, welcher auch schwere körperliche Arbeit verrichten kann

Eintrittstermin
nach Vereinbarung

Interessiert Sie diese vielseitige Herausforderung, sind belastbar und teamfähig?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Ihre vollständigen Unterlagen richten Sie bitte per E-Mail an:
Amanda Grospietsch, amanda.grospietsch@roche.com
Roche Forum Buonas AG, Rischerstrasse, 6343 Buonas

Für ergänzende Auskünfte steht Ihnen Frau Amanda Grospietsch (Tel. 041 798 86 03) gerne zur Verfügung.

3985-2097

hoteljob.ch hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Veränderungen beginnen hier
www.hoteljob.ch Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Wir suchen einen
VIZEDIREKTOR
mit Leitung F&B

Gute Organisation und Planung sind für reibungslose Abläufe unerlässlich. Steuerung und Kontrolle von einem grossen Team (total bis zu 120 Mitarbeiter) dienen zur Qualitätssicherung und laufender Optimierung sämtlicher Betriebsabläufe.

Wir suchen eine belastbare, zuverlässige Persönlichkeit mit höherer Ausbildung und mehrjähriger Erfahrung in der Gastronomie/Hotellerie, die mit ihrem analytischen Denken, Motivation und Kreativität unser vielfältiges Haus bereichert.

Angebotsgestaltung, Controlling, Personalrekrutierung, -schulung, Budgeterstellung, -überwachung, teilweise Betreuung der EDV-Systeme, Instandhaltung und Ausbau der Infrastruktur/Logistik sowie die Vertretung der Direktion in allen Belangen gehören zu Ihren Hauptaufgaben.
Unerlässlich sind Führungserfahrung, Referenzen aus der Saisonhotellerie und einen Leistungsnachweis in Infrastrukturprojekten.

Stellenantritt nach Vereinbarung, bevorzugt 15. 2. 2010

Möchten Sie an der Erfolgsgeschichte unseres grossartigen Traditionshauses mitschreiben und an einem der schönsten Orte der Schweiz Ihr neues Zuhause aufbauen?
Dann freuen wir uns darauf, Sie kennenzulernen!

Ihr Bewerbungsschreiben richten Sie bitte an Matthias Kögl, Direktor

70 individuell eingerichtete Hotelzimmer * Parkrestaurant (140 Plätze) mit grosser Terrasse gegenüber den Giessbachfällen * Gourmet-Restaurant Le Tapis Rouge (40 Plätze) mit der atemberaubenden Aussichtsterrasse * Hotelbar «Le Cascade» Seminar- und Konferenzräume bis 100 Personen * Banketträumlichkeiten bis 250 Personen * 22 ha parkähnlicher Umschwung, Naturschwimmbad, Tennisplatz * Europas älteste Standseilbahn zur eigenen Schiffstation

Grandhotel Giessbach****
CH-3855 Brienz BE
www.giessbach.ch

3818-1877

Mach
ich. Beim Kanton Bern.

Die Schule für Gestaltung Bern und Biel sucht:

Köchin / Koch Restaurant 2B

Beschäftigungsgrad 90 - 100 %

Sie sind zuständig für die Zubereitung der Speisen und Getränke und helfen mit bei der Produktionsplanung. Als Stellvertreterin / Stellvertreter des Betriebsleiters sind Sie verantwortlich für den Tagesbetrieb und die Einsatzplanung.

Interessiert Sie diese Herausforderung? Nähere Informationen finden Sie unter www.be.ch/stellen (Referenznummer 022507) oder Telefon 031 337 03 37 (Frau Angela Thomi).

3982-2083

hirslanden
AndreasKlinik

Die führende Privatklinikgruppe Hirslanden setzt mit ihren Kliniken Standards. Erstklassige medizinische Leistungen und das Wohl des Menschen stehen im Mittelpunkt.

Für die **AndreasKlinik Cham Zug** suchen wir per 01. Dezember 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

CHEF DE PARTIE GARDEMANGER / PÂTISSIER (w/m)

Unser Küchenchef wünscht sich zur Erweiterung seines motivierten Teams einen erfahrenen Gleichgesinnten, der gerne und kreativ auf dem Gardemanger-Posten und teilweise in der Pâtisserie arbeitet. Wir erwarten eine fundierte Ausbildung als Koch, idealerweise mit Pâtisserie-Erfahrung, Kreativität, Verantwortungsbewusstsein und Freude in einem dienstleistungsorientierten Umfeld Qualitätsarbeit zu leisten.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, zwischen 25–40 Jahre alt sind und weiter zum Erfolg der AndreasKlinik beitragen wollen, dann freuen wir uns, Sie kennenzulernen. Für zusätzliche Informationen steht Ihnen Herr Sarino Serratore, Leiter Küche, T **041 784 07 40** gerne zur Verfügung.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

AndreasKlinik Cham Zug Frau Miriam Ammann Leiterin Personal Rigistrasse 1 6330 Cham T **041 784 09 10**
F **041 784 09 19** miriam.ammann@hirslanden.ch
www.hirslanden.ch

3985-2033

Wir suchen ab Frühling 2010
Indischen Spezialitätenkoch

z. Hd. Restaurationsbetriebe
Jungfraujoch und Eigergletscher
Martin Soche
3823 Eigergletscher

3822-1855

Restaurant GRUND
Grindelwald

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir für unser beliebtes Pub/Kiosk sowie für das Restaurant mit vielen internationalen Gästen je eine aufgestellte

– Kioskverkäuferin
– Barmaid
– Servicefachangestellte

Sie sind flexibel und arbeiten gerne an einem schönen Ort, dann erwarten wir gerne Ihren Anruf oder Ihre Bewerbung.

Restaurant/Kiosk & Pub
Grund 10, 3818 Grindelwald
Tel. 033 828 75 75, 079 765 70 30
rest.grund@bluewin.ch

3965-2085

TSCHOLL
TREUHAND + REVISIONEN

Berghaus Foppa AG, Flims

Gesucht auf Wintersaison 2009/10

Gerantenpaar
Betrieb mit Sommer- und Wintersaison (Jahresstelle)

Bedientes Restaurant

Gepflegte Küche / Abendgeschäft

Sie sind der Koch, der auch in einem hektischen Betrieb die Übersicht behält. Ihre Frau/Partnerin ist die gute Gastgeberin und Sie fühlen sich angesprochen eine abwechslungsreiche Position einzunehmen.

Dann schicken Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit den kompletten Unterlagen und Fotos an:

Tscholl Treuhand + Revisionen, Chur
Telefon 081 257 07 60
www.tscholl-treuhand.ch

4031-2123

RESTAURANT
Adlisberg
Die gute Wald- und Wiesenbeiz

1x Betriebsassistent/in (100%)
4x Servicefachangestellte/r (100%)
1x Sous Chef (100%)
1x Chef de Partie (100%)
1x Commis du cuisine (100%)
1x Casserolier (100%)
1x Allrounder (50% - 100%)
(Unterhalt/Reinigung/Garten)

Eintritt per Mitte November oder nach Vereinbarung

Die beliebte Bauernhof-Wirtschaft Adlisberg liegt mitten im gleichnamigen Naherholungsgebiet am sonnigen Südhang der Stadt Zürich. Ausflügler, Freizeitsportler, Spaziergänger und Stammgäste besuchen das Restaurant ebenso gerne wie Business-Kunden. Besonders beliebt ist die idyllische Gartenwirtschaft.

Das Restaurant Adlisberg öffnet nach langer Renovationszeit wieder die Türen für seine Gäste. Wir suchen daher noch Verstärkung für unser neues Team. Flexibilität ist bei uns wichtig, denn wir sind ein dynamischer Betrieb in dem die verschiedensten Anlässe stattfinden.

Perfekte Deutschkenntnisse sind Voraussetzung, Englisch-Kenntnisse sind von Vorteil.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung (mit Foto)!

Carlton Restaurants & Bar, Andi D'Alberti
Bahnhofstrasse 41, CH-8001 Zürich
Tel. +41 44 227 19 19 Fax. +41 44 227 19 27
E-Mail: info@carlton.ch www.carlton.ch

4025-2119

Gesundheit – Wellness – Tourismus

Bad Zurzach, die grösste Gesundheits- und Wellnessdestination im Kanton Aargau und weit herum bekannt durch sein Thermalwasser, sucht für die Leitung des Tourismusbereichs den/die

GeschäftsführerIn

Bad Zurzach
Gesundheit erleben

Bedeutende Entwicklungsschritte sind in Planung und Realisierung. Zusammen mit Ihrem Mitarbeiter-Team der Bad Zurzach Tourismus AG wird es Ihr Ziel sein, die Destination in eine noch erfolgreichere Zukunft zu führen. Sie vertreten den Gesundheits-, Wellness und Tourismusort in den Zielmärkten und sind für die Umsetzung der Destinationsstrategie verantwortlich. Zu den umfassenden Aufgaben gehören Marketing, Teilnahme an Messen, Information und Gästeanimation, Eventorganisation und Administration.

Bad Zurzach Tourismus AG sucht eine

Persönlichkeit mit Potenzial

mit einem Leistungsausweis in den Bereichen Marketing, Verkauf und im Tourismus. Idealerweise verfügen Sie über ein Beziehungsnetz in der Tourismusbranche. Erfahrung in der Administration sowie im Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln sind ebenfalls wichtige Voraussetzungen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto an:
PMU Franz Nebel, z.H. Herrn Franz Nebel, Dammstrasse 7, 5401 Baden. Franz Nebel – Telefon 079 416 59 00, nebel@pmupartner.ch – sowie der VR-Präsident von Bad Zurzach Tourismus AG, Peter Andres – Telefon 056 265 11 11 – stehen Ihnen für weitere Informationen gerne zur Verfügung.

3988-2087

Central Hotel Wolter

★★★

GRINDELWALD

Familiäres 3*-Hotel an bester Lage im Zentrum.
Zur Vervollständigung unseres jungen, motivierten Teams, haben wir für die Wintersaison folgende Stelle neu zu besetzen.

Servicefachangestellte (m/w)

Für unser À-la-carte und HP-Restaurant.

Sie sind eine aufgeschlossene Persönlichkeit mit viel Freude am Beruf und sind gerne Teil eines motivierten Teams.

Initiativen und positiv denkenden Berufsleuten bieten wir eine attraktive, gut bezahlte Stelle in aufgestellter Atmosphäre. Besuchen Sie uns auf unserer Homepage.
www.central-wolter.ch
Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:

Central Hotel Wolter
A. & M. Kaufmann
3818 Grindelwald
Tel. 033 854 33 33 E-Mail: wolter@grindelwald.ch

3988-2099

HOTEL KREUZ & POST

GRINDELWALD

Für unser ****-Hotel im Herzen von Grindelwald suchen wir für die kommende Wintersaison qualifizierte Bewerber/innen

Koch / Chef Entremetier
Koch / Patissier
Chef de Bar / Barmaid
für Disco Challi-Bar
Bardame für Apéro-Bar/Hausbar

Sie sind sprachgewandt D/E, schätzen gute Arbeitsbedingungen, dann rufen Sie uns an und senden uns Ihre aussagekräftige Bewerbung.

Hotel Kreuz & Post****, 3818 Grindelwald
Frau Helena Konzett, Telefon 033 854 54 92

3995-2101

LANDGASTHOF KREUZ AG

Katharina + Herbert Balz-Michel

Oltnerstrasse 10 Tel. 062 295 20 33
4653 Obergösgen Fax 062 295 04 83
www.kreuz-obergoesgen.ch

Wir sind ein innovativer und lebendiger Landgasthof mit viel Charme. Per 1. Oktober 2009 oder nach Vereinbarung suchen wir für unser junges Team eine/n

Chef de Service / Servicefachangestellte/n

Sie verfügen über eine gastgewerbliche Ausbildung mit Berufserfahrung im Service und sind nicht älter als 35 Jahre.

Als frontorientierte Persönlichkeit sind Mitarbeiterführung und Motivation keine Fremdwörter für Sie.

Ihre gewinnende und fröhliche Art schätzt sowohl unser À la carte sowie Bankettgast.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie noch heute Ihre schriftliche Bewerbung an:

Landgasthof Kreuz AG
Familie Balz-Michel, Oltnerstrasse 10, 4653 Obergösgen
info@kreuz-obergoesgen.ch

3664-1911

BLATTER'S BELLAVISTA HOTEL AROSA

Für unser traditionsreiches Privathotel mit 121 Betten und 7 Ferienwohnungen der Luxusklasse suchen wir für die kommende Wintersaison, ab Anfang oder Mitte Dezember bis April 2010 (evtl. auch für die Sommersaison)

Housekeeping: **Gouvernante**
2. Etagengouvernante / HOFA
Zimmermädchen

Service: **2. Oberkellner**
Chef de Rang im Grand Restaurant
Chef de Rang in der Blatterstuba
Commis de Rang

Arvenbar: **2. Barman/-maid** mit fundierten Mixkenntnissen
Commis de Bar

Sie erwartet ein moderner Arbeitsplatz in einem jungen und motivierten Team. Unterkunft kann auf Wunsch zur Verfügung gestellt werden. Senden Sie uns Ihre kompletten Unterlagen mit Foto oder rufen Sie uns an. Wir freuen uns!

Doris & Thomi Blatter – Blatter's Bellavista Hotel – CH-7050 Arosa
Tel. 0813 786 666 Fax: 0813 786 600
info@blatterbellavista.ch www.blatterbellavista.ch

Arosa

3971-2099

Per Anfang November 2009 suchen wir für die Neueröffnung unseres wunderschönen und neurenovierten Restaurants, mitten in der Stadt Zürich, noch folgende Mitarbeiter:

Küche:
Sous-Chef (I-D-Kenntnisse) M
Koch (I-D-Kenntnisse) M
Hilfskoch (I-D-Kenntnisse) M
Pizzaiolo (I-Kenntnisse) M

Service/Bar:
Servicefachangestellten (I-D-Kenntnisse) M
Barfachangestellten (I-D-Kenntnisse) M/F

Der Betrieb bietet italienische Küche zu fairen Preisen, umfasst um die 50 Sitzplätze im Restaurant sowie 50 an der Bar und ist an allen Wochentagen geöffnet.

Sie besitzen eine abgeschlossene Ausbildung und haben bereits einige Jahre Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie sammeln können. Sie sprechen sehr gut Deutsch und Ihr Alter ist zwischen 23 und 40 Jahre. Wenn Sie eine neue Herausforderung suchen, dann melden Sie sich doch bei uns.

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen per Post an:
LEONI'S GASTRO AG, Herrn Giuseppe Arcamone oder
Herrn Fabio Mancini, Oberdorfstrasse 2, CH-8001 Zürich oder
per E-Mail an langolozh@gmail.com

Wir freuen uns auf Sie!

3915-2056

HOTEL SPINNE GRINDELWALD

Lebhaftes 4*-Hotel im Herzen des Dorfes.
80 Betten, 2 Restaurants, Bar & Discothek.
Zur Vervollständigung unseres jungen, motivierten Teams, haben wir auf die Wintersaison folgende Stellen neu zu besetzen.

Réceptionistin
Mit Fremdsprachenkenntnissen, Verkaufs- und Korrespondenzerfahrung.

Servicefachangestellte (m/w)
Für unser À-la-carte- und HP-Restaurant

Barmitarbeiter (m/w)
Für unsere populäre Disco Mescalero und die Espressobar

Anfangs-Pizzaiolo
Mit Erfahrung in Küchenarbeiten

Portier
Für unseren Etagen- und Kellerdienst

Sie sind eine aufgeschlossene Persönlichkeit mit viel Freude am Beruf und sind gerne Teil eines motivierten Teams.
Initiativen und positiv denkenden Berufsleuten bieten wir eine attraktive, gut bezahlte Stelle in aufgestellter Atmosphäre. Besuchen Sie uns auf unserer Homepage.
www.spinne.ch
Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:

Hotel Spinne
A. & M. Kaufmann
3818 Grindelwald
Tel. 033 854 88 88 E-Mail: hotel@spinne.ch

3987-2098

Posthotel Engiadina ZUOZ

«People will forget what you said, people will forget what you did, but people will never forget how you made them feel.» (Maya Angelou)
Um unseren Gästen UNVERGESSLICHE Ferien zu bieten, suchen wir für die Wintersaison 2009/10 zur Verstärkung unseres jungen und motivierten Teams gut ausgebildete Fachleute mit Begeisterung für ihren Job und Freude am Kontakt zu internationalen Gästen:

Für unser Küchenteam: **Souschef m/w**
Chef tournant m/w
mit guten Patisseriekenntnissen
Chef de partie m/w
Commis de cuisine m/w

Für unsere Restaurants: **Serviceleiter/-in**
verantwortlich für Organisation und Qualität des Serviceteams.
Sprachen D/E/I, F von Vorteil

Servicefachangestellte m/w Sprachen D/E, I/F von Vorteil

Für die Réception: **Réceptionist/-in**
Sprachen D/E/I, F von Vorteil,
mit Fideliokenntnissen

Bei uns erwartet Sie:
- Arbeiten in zwei aufstrebenden und zukunftsorientierten Hotels, dem 4-Stern-Hotel Engiadina und dem 3-Stern-Hotel Crusch Alva mit insgesamt 53 Zimmern und 4 Restaurants im Zentrum von Zuoz.
- Ein junges, engagiertes und qualifiziertes Team.
- Ein offenes und kommunikatives Arbeitsklima.
- Regelmässige interne Schulungen.
- Die grösste Wintersportregion der Schweiz Engadin/St.Moritz.
- Unterbringung und Verpflegung im Haus möglich.

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

4022-2115

Suchen Sie eine neue berufliche Herausforderung als

Gastronomie-Allrounder/in?

Verfügen Sie über
- eine abgeschlossene Ausbildung im Gastronomie-Bereich, z.B. als Köchin/Koch, Charcuterieverkäufer/in, Servicefachangestellte/r, Restaurantfachfrau/-mann oder Ähnliches?
- Erfahrung in einer ähnlichen Funktion, vorzugsweise in einem Personalrestaurant?
- sehr gute Deutschkenntnisse und Vertrautheit mit der Schweizer (Essens-)Kultur?
- eine zupackende, initiative, speditive, tatkräftige Arbeitsweise, Organisationstalent, Sinn für Genauigkeit?
- Verantwortungsbewusstsein, Selbstständigkeit, Führungsfähigkeiten?
- Kontaktfreude, Teamfähigkeit sowie freundliches und gepflegtes Auftreten?

Dann sind Sie möglicherweise die/der gesuchte

Stv. Leiter/in Personalrestaurant (Teilzeit, ca. 80%)

für ein bekanntes Ingenieur- und Beratungsunternehmen, das an zwei Standorten (Zürich Stadelhofen und Zollikon) je ein Personalrestaurant mit moderner gastronomischer Infrastruktur für seine rund 250 Mitarbeitenden führt.

Ihre Hauptaufgaben
- Stellvertretende Leitung des kleinen Teams von 5 Mitarbeiterinnen an den beiden Standorten
- alle in einem Personalrestaurant anfallenden Tätigkeiten, insbesondere Zubereitung von kalten und einfachen warmen Speisen, Essenausgabe, Betreuung von Gästen, Organisation von Apéros usw.
- Reinigungs-, Abwasch- und Auffüllarbeiten
- Kontrolle der Lagerbestände, Bestellwesen

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen. Volle Diskretion wird zugesichert.

RESKOM
Peter Bäbler, lic. oec., Winzerstr. 11, 8049 Zürich,
Tel. 044 342 28 10, Fax 044 342 28 40,
Email: info@reskom.ch
Unternehmens- und Personalberatung

3969-2088

Unter fünf der strahlendsten Sterne ... dem beruflichen Himmel etwas näher.

RIFFELALP RESORT 2222m
ZERMATT · SWITZERLAND
www.riffelalp.com

Ruhe, Natur und herzliche Gastfreundschaft werden bei uns hoch geschrieben – laut Medienberichten eines der besten Ferienhotels der Schweiz.

Für die kommende Wintersaison 2009/10, Anfang Dezember bis Mitte April, suchen wir folgende Mitarbeiter/innen:

Réceptionist/in
(mit Berufserfahrung und guten Sprachkenntnissen in D, F und E)

Chef de partie
(mit mehrjähriger Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie/Hotellerie)
Demi-chef de partie
Commis de cuisine

Chef de rang
Demi-chef de rang
Commis de rang

Masseurin/Wellnessbetreuerin
(Minimum Standard Behandlungen: klassische Massage, Sportmassage, Fussreflexzonenmassage, Lymphdrainage)

«Hier werden Sie geholfen...»

Riffelalp-Resort, Frau Deborah Steffen
Personalbüro, CH-3920 Zermatt
Telefon +41 27 966 87 52, d.steffen@seilerhotels.ch

The Leading Small Hotels of the World

3989-2100

Arosa –
ein renommierter Wintersportort im Herzen von Graubünden

Arosa BERGBAHNEN

Inmitten der schönen Bergwelt von Arosa auf rund 2'000 Meter über dem Meeresspiegel liegen die Tschuggenhütte und die Brüggerstuba - die richtigen Skihütten, um als Mitarbeiter in jungen Teams eine unvergessliche Wintersaison zu erleben.

Folgende Stellen sind für die Wintersaison 2009/2010 per anfangs Dezember noch zu besetzen:

- **Restaurant Tschuggenhütte: Servicemitarbeiter und Köche**
  Arosa Bergbahnen AG, Restaurant Tschuggenhütte, Alain Balbinot, CH-7050 Arosa
- **Restaurant Brüggerstuba: Köche**
  Arosa Bergbahnen AG, Restaurant Brüggerstuba, Daniela Siegenthaler, CH-7050 Arosa

Personalsonalzimmer werden von uns organisiert und die Saisonkarte wird kostenlos zur Verfügung gestellt. Neugierig? Dann senden Sie uns bitte Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto zu.

Arosa Bergbahnen AG · Seeblickstrasse · CH-7050 Arosa
www.arosabergbahnen.ch

Quality. Our Passion.

4027-2120

Restaurant Wolfbach

Haben Sie Lust, in unserem einzigartigen Restaurant, mit mediterraner Gourmet-Küche, an einmaliger Lage direkt in der Stadt Zürich eine neue Herausforderung anzunehmen?

Um unsere Crew zu verstärken, bieten wir Ihnen per sofort oder nach Vereinbarung eine Saisonstelle bis im März 2010 als

Servicefachangestellte/r und eine Praktikumstelle im Service

an. Sie lieben eine herausragende Küche als auch edle Weine und vermitteln Ihre Freude darüber ungetrübt unseren Gästen. Sie sprechen fließend Deutsch, sind 20 – 30 Jahre jung, extrovertiert, teamfähig und belastbar. Wenn Sie zusätzlich gerne in einem kleinen Team arbeiten, sind Sie genau die richtige Ergänzung für unsere Crew.

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

Ristorante Wolfbach GmbH, Wolfbachstrasse 35, 8032 Zürich, oder info@ristorante-wolfbach.ch (www.ristorante-wolfbach.ch)

3983-2096

Club zum Rennweg

Der Club zum Rennweg wurde 2005 in Zürich eröffnet und bringt herausragende Persönlichkeiten der Schweizer Wirtschaft, Politik und Kultur zum informellen Gedankenaustausch in einem geschlossenen, aber informellen Rahmen zusammen. Der Club bietet exklusiv für seine Mitglieder und deren Gäste gepflegte Essens- sowie Lounge-Infrastruktur an.

Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir eine attraktive, charmante, fachkundige und aufgestellte

Barmaid per sofort

Eine fundierte Barausbildung, sowie 2 Jahre Erfahrung, hervorragende Umgangsformen, sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse sind Vorraussetzung. Immer donnerstags ab 17.00 Uhr haben Sie Zeit, um unsere anspruchsvolle Kundschaft mit Drinks, guten Gesprächen und Ihrem Charme zu verzaubern.

&

Servicemitarbeiterin per 1. November 2009

Eine abgeschlossene Ausbildung und mehrjährige Erfahrung, sowie fundierte Weinkenntnisse, einwandfreie Umgangsformen, sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse sind Vorraussetzung, damit Sie bei unserem Mittag- und Abendservice von Montag bis Freitag mitwirken können.

Es werden nur vollständige Bewerbungen mit Zeugnissen und Foto berücksichtigt:

Club zum Rennweg, Nadja Bühler, Fortunagasse 13, 8001 Zürich
043 497 21 60
nadja.buehler@clubzumrennweg.ch

4030-2126

Fachverantwortliche/n Administration

weitere Jobs unter **www.migros.ch**

Kommt der Appetit? Die grosse Palette der Migros-Gastronomie deckt vielseitige kulinarische Bedürfnisse ab. Migros-Take Away, Selbstwahl-Restaurant und Bonaparty-Catering der Migros Ostschweiz sorgen für einen rundum feinen Genuss. Wir suchen für unseren Catering Bonaparty per 1. November 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

Fachverantwortliche/n Administration, BZ Gossau

Ihr Aufgabengebiet
- Führung der Catering Administration
- Bearbeitung des Auftrags- sowie des Rechnungswesens
- Personalplanung
- Unterstützung des Leiters Bonaparty Catering
- Unterstützung der Projektleiter
- Mithilfe bei Events vor Ort

Unsere Anforderungen
- abgeschlossene Grundausbildung in der Gastronomie/Hotellerie oder kaufmännische Grundausbildung mit mehrjähriger praktischer Erfahrung in der Gastronomie/Catering sowie in der Personalplanung
- Sorgfältige und lösungsorientierte Arbeitsweise
- Hohe Selbstständigkeit und grosser Einsatzwille, auch in hektischen Zeiten
- Gepflegtes Auftreten
- Loyalität und Diskretion
- Sehr gute Administrations- und EDV-Kenntnisse
- Flexibilität, Teamfähigkeit, Befastbarkeit

Wir bieten
Die Migros bietet die besten Arbeits- und Anstellungsbedingungen im schweizerischen Detailhandel!

Wir suchen frische und qualitätsbewusste Mitarbeitende, die gemeinsam mit uns die Zukunft der Migros erfolgreich mitgestalten.
Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Karl Metzger, Leiter Bonaparty, Tel. 0800 828 888, gerne zur Verfügung.

Gerne erwarten wir Ihre vollständige **Online-Bewerbung** unter **www.migros.ch/DE/Stellen/stellenboerse.**

Genossenschaft Migros Ostschweiz
Angelica Moser, Personelles

MIGROS

3966-2086

Kantonsspital Münsterlingen
Spital Thurgau AG

Für den Küchenbetrieb am Spitalplatz Münsterlingen (Patienten-, Veranstaltungs- und Mitarbeiterverpflegung des Kantonsspitals und der Psychiatrischen Dienste) suchen wir nach Vereinbarung eine/n

Sous-chef/ Stellvertreter/in Leiter Küchen

100%

Aufgaben In unserem Küchenbetrieb produzieren wir täglich ca. 2'000 Mahlzeiten (42 Ernährungstherpieformen). Nach der Einführungsphase im Küchenbetrieb arbeiten Sie als Kadermitglied und unterstützen dabei den Leiter Küche in sämtl. Führungsaufgaben.

Idealprofil
- 27- 40 Jahre alt
- Abschluss Berufsprüfung Gastronomiekoch
- Sie sind flexibel und ergebnisorientiert
- Sie besitzen die Fähigkeit, Mitarbeitende zu motivieren
- Bereitschaft, Abend- und Wochenenddienste zu leisten

Dieses vielseitige und interessante Aufgabengebiet erfordert mehrjährige Berufserfahrung, mit Vorteil in verschiedenen Fachbereichen. Sie sind routiniert in Führungs- und Organisationsfragen und verfügen über eine kooperative, effiziente und kundenorientierte Arbeitsweise. Sie haben ein administratives Flair und besitzen gute PC-Kenntnisse (Microsoft-Produkte).

Auskünfte erteilt Ihnen gerne Herr Christoph Lisser, Leiter Küche, Telefon 071 686 43 08.

Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen senden Sie bis spätestens 20. Oktober an das Kantonsspital Münsterlingen, Personaldienst, Postfach, 8596 Münsterlingen.

4023-2117

Wintersaison in Adelboden

Wir suchen für kommende Wintersaison folgende Mitarbeiter:

Aide du Patron
der Gastgeber & Manager an der Front

Barmaid/Barman für Skibar
mit viel Power & Ausstrahlung

Küchenmitarbeiter
die mit Leidenschaft kochen

Tschentenbahnen AG
Bellevuegässli 4 - 3715 Adelboden
www.tschentenalp.ch
restaurant@tschentenalp.ch
033 673 16 53

4010-2110

Der Landgasthof zum Löwen in Nänikon (Nähe Uster und Zürich) möchte sein Team verstärken. Einritt per sofort oder nach Vereinbarung

Commis de cuisine/ Jungkoch

Wir verwöhnen (16 Gault&Millau) unsere Gäste mit asiatisch-mediterraner Küche, mit viel Fisch und regionalen Produkten.

Samstagmittag, Sonntag und Montag: Restaurant geschlossen.

Bis 6 Wochen Betriebsferien. Sehr gute Aufstiegsmöglichkeiten.

Stephan Stalder, Zürichstrasse 47
8606 Nänikon

Bewerbungen:
info@loewen-naenikon.ch
Tel. 044 942 33 55

3207-1689

hotel altein

Das Hotel Altein bietet rund 300 Gästen Platz. Es stehen verschiedene Restaurants, eine Bar mit Live-Musik sowie eine attraktive Wellness-Abteilung mit Erlebnisbad, Solbad, Fitness, Massage, Sauna, Dampfbad usw. zur Verfügung (Fitness und Bäder sind auch für unsere Mitarbeiter gratis zugänglich). Spielräume für Jung und Alt sowie eine Kinderecke für unsere jüngsten Gäste gehören ebenfalls zum Angebot.

Sind Sie interessiert, in dieser spannenden Umgebung unsere Gäste zu verwöhnen?

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die Wintersaison 2009/10 dynamische, motivierte und teamfähige Mitarbeiter für folgende Positionen:

Stv. Chef de Réception
Servicemitarbeiter/in
Barmitarbeiter/in
Masseur
Bademeister
Saalmitarbeiter/in
Raumpflegerin

Haben Sie genau soviel Freude an der Arbeit wie unser Team und das Wohl unserer Gäste liegt Ihnen besonders am Herzen? Dann sind Sie genau die richtige Person.

Für weitere Informationen zögern Sie nicht uns anzurufen. Bei einem persönlichen Gespräch möchten wir Sie gerne kennenlernen. Bitte senden Sie uns Ihre kompletten Unterlagen mit Foto zu. Wir freuen uns auf Sie!

Hotel Altein
Dominik Stalder, Direktor
7050 Arosa
Tel. 081 377 31 51
Fax 081 377 45 75
www.hotel-altein.ch
info@hotel-altein.ch

Arosa

4011-2111

Gelesen von Entscheidungsträgern!

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

htr hotel revue

hoteljob.ch

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

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

Viel Erfolg bei der Suche!

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Geschäftsführer m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J4617
Duty Manager/in (Irland - Connemara)	International	J4551
Seminar- & Bankettadministrator/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J4651
LeiterIn Hotel 100%	Region Ostschweiz	J4674
Pächterpaar	Region Zürich/ Schaffhausen	J4568

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Consultant Permanent Placement (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J4319
Marketing & Kommunikation (80-100%)	Region Bern	J4302

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Réceptionist/in	Region Basel	J4371
2. Chef de reception	Region Oberwallis	J4429
Réceptionist	Tessin	J4269
Rezeptionist/in	Region Bern	J4397
RéceptionistIn (m/w) 4*	Region Graubünden	J4649
Rezeptionist/in	Region Zentralschweiz	J4665
Rezeptionist/in	Region Bern	J4639
Front Office Managerin	Region Graubünden	J4633
Rezeptionist/in (England - Newbury)	International	J4630
RezeptionistIn	Region Zürich/ Schaffhausen	J4083
Rezeptionist	Region Bern	J4656
Rezeptionist/int 5*	Region Oberwallis	J4668
Rezeptionist/in (England - Dunkeld)	International	J4566
Night Auditor	Region Zürich/ Schaffhausen	J4685
2. Chef de reception	Region Bern	J4666
Réceptionist/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J4437
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J4426
Receptionist m/w	Region Waadt/ Unterwallis	J4616
Chef de reception	Region Bern	J4598

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Assistent F& B Manager 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J4579
Stellvertreter Leiter Corporate F&B	Region Zürich/ Schaffhausen	J4097
F&B Assistant (m)	International	J4648
Chef de cuisine	Region Freiburg	J4442

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de partie (England - London)	International	J4657
Entremetier	Region Basel	J4372
Küchenchef	Region Zürich/ Schaffhausen	J4571
Sous Chef m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J4065
Chef Patissier (m/w)	Region Basel	J4614
Chef de partie / Jungkoch	Region Zürich/ Schaffhausen	J4317
Commis de cuisine 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J4320
Koch in Tagesstelle	Region Basel	J4409
Chef de Partie m/w	Region Waadt/ Unterwallis	J4411
Chef de Partie / Sous Chef	Region Bern	J4681
Sous Chef (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J4684
Sous Chef	Region Zürich/ Schaffhausen	J4682
Köchin / Koch 80% (m/w)	Region Ostschweiz	J4683
Commis de cuisine w/m	Region Zürich/ Schaffhausen	J4235
Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J4236
Sous-Chef	Region Zürich/ Schaffhausen	J4265
Chef de Partie	Tessin	J4267
Pizzaiolo	Region Zentralschweiz	J4313
Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J4348
Sous Chef /In 100%	Region Basel	J4380
Küchenchef	Region Mittelland (SO,AG)	J4398
Chef de partie (England - Aviemore)	International	J4382
Sous-chef	Region Bern	J4400
Chef de partie 5*	Region Oberwallis	J4401
Chef de partie	Region Bern	J4392
Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J4407
Chef patissier/ Gardemanager	Region Zürich/ Schaffhausen	J4384
Sous-chef (Deutschland - Nordrhein-Westfalen)	International	J4394
Chef de partie (Deutschland - Bayern)	International	J4424
Chef de partie saucier	Region Zürich/ Schaffhausen	J4448
Küchenchef/in junior	Region Zürich/ Schaffhausen	J4423
Sous-chef	Region Graubünden	J4416
Chef de partie	Region Oberwallis	J4422
Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J4431

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sous-chef	Region Oberwallis	J4433
Chef de partie	Region Mittelland (SO,AG)	J4421
Demi-chef patissier (England - London)	International	J4436
Commis pâtissier (England - London)	International	J4438
Commis de cuisine 5*	Region Oberwallis	J4549
Commis de cuisine (England - Evershot)	International	J4555
Commis de cuisine (Luxury river cruise liner)	International	J4564
Sous-chef junior	Region Zürich/ Schaffhausen	J4554
Chef patissier	Region Graubünden	J4559
Chef de partie	Region Graubünden	J4567
Sous-chef (England - London)	International	J4550
Commis patissier (Luxury river cruise liner)	International	J4585
Chef patissier (England - London)	International	J4589
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J4584
Chef de rang (Irland - Castlebaldwin)	International	J4597
Chef patissier (England - Evershot)	International	J4591
Commis patissier	Region Bern	J4593
Chef de partie	Region Neuchâtel/ Jura	J4596
Stv. Küchenchef w/m	Region Bern	J4611
Sous Chef m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J4615
Chef de partie	Region Graubünden	J4622
Commis de cuisine	Region Neuchâtel/ Jura	J4623
Küchenchef/in	Region Bern	J4637
Küchenchef/in	Region Graubünden	J4653
Chef de partie 5*	Region Oberwallis	J4628
Chef pâtissier	Region Oberwallis	J4640
Chef de partie (England - London)	International	J4634
Koch / Köchin (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J4650
Chef patissier (Luxury river cruise liner)	International	J4662
Chef de partie (England - Cambridge)	International	J4658
Head chef executive (VAE - Sharjah)	International	J4669
Chef de partie (England - Hook)	International	J4667
Chef de partie (Deutschland - Baden-Württemberg)	International	J4655
Küchenchef	Region Oberwallis	J4672
Chef de partie (Luxury river cruise liner)	International	J4661
Sous-chef (Luxury river cruise liner)	International	J4671
Chef de partie (Irland - Connemara)	International	J4664

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Restaurantmanager/in (England - Witney)	International	J4556
Restaurantfachfrau	Region Basel	J4578
Chef sommelier/sommelière (England - Colerne)	International	J4552
Restaurantleiter/in (Deutschland - Baden-Württemberg)	International	J4561
Maître d'hotel	Region Zürich/ Schaffhausen	J4610
Chef de rang	Region Bern	J4562
Chef de Service	Tessin	J4270
Maître d'hôtel	Region Oberwallis	J4432
Chef de service m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J4446
Chef de rang	Region Zürich/ Schaffhausen	J4415
Commis de rang (Luxury river cruise liner)	International	J4412
Restaurantmanager (Saudi-Arabien - Jeddah)	International	J4629
Commis de rang m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J4449
Chef de rang	Tessin	J4268
Chef de rang	Region Neuchâtel/ Jura	J4636
Chef de Service m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J4266
Chef de Service (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J4232
Servicemitarbeiter (m/w) 40%	Region Zürich/ Schaffhausen	J4255
Commis de rang	Region Graubünden	J4638
Servicefachangestellte(r)	Region Zentralschweiz	J4680
Servicefachangestellte	Region Oberwallis	J4441
Commis de rang 5*	Region Oberwallis	J4641
Restaurantleiter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J4557
Chef de service	Region Zürich/ Schaffhausen	J4558
Chef de rang	Region Graubünden	J4563
Bar-Serviceleiterin	Region Zürich/ Schaffhausen	J4686
Chef de Service	Region Zürich/ Schaffhausen	J4570
Commis sommelier/sommelière (England - Colerne)	International	J4553
Chef de rang	Region Oberwallis	J4679
Commis de rang	Region Bern	J4586
Chef de service	Region Basel	J4583
Chef de rang (Luxury river cruise liner)	International	J4673
Chef de rang	Region Bern	J4627
Serviceangestellte	Region Oberwallis	J4678
Commis de bar (England - Newbury)	International	J4590
Commis de rang	Region Bern	J4659
Chef de rang	Region Bern	J4588
Chef de rang Bar (England - Newbury)	International	J4595
Chef de rang - (England - Newbury)	International	J4654

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.

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de rang (England - Newbury)	International	J4594
Chef de rang 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J4321
Serviceaushilfe (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J4233
Chef de rang (England - Newick)	International	J4582
Commis de rang (England - Newick)	International	J4600
Sommelier (Luxury river cruise liner)	International	J4587
2. Chef de service	Region Oberwallis	J4599
Servicefachmitarbeiter/in (Sommerlière)	Region Basel	J4373
Chef de rang (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J4609
Commis de rang	Region Zürich/ Schaffhausen	J4388
Chef de rang (Deutschland - Baden-Württemberg)	International	J4389
Sommelier /Sommelière	Region Bern	J4391
Chef de rang	Region Bern	J4386
Serviceaushilfe VIP	Region Zürich/ Schaffhausen	J4619
Commis de Rang	Region Graubünden	J4677
Gastgeber	Tessin	J4299
Chef de rang 5*	Region Oberwallis	J4393
Servicemitarbeiter m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J4618
2. Restaurantmanager	Region Oberwallis	J4625
Service mit Inkasso	Region Graubünden	J4676
Commis de rang	Region Neuchâtel/ Jura	J4390
Chef de rang	Region Zentralschweiz	J4383
Chef de Rang & Bar	Region Oberwallis	J4675
Restaurantleiter/in (Deutschland - Nordrhein-Westfalen)	International	J4626
Servicefachangestellte	Region Zürich/ Schaffhausen	J4413
Chef de rang m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J4447
Commis de rang	Region Zentralschweiz	J4624
Chef de service	Region Zentralschweiz	J4670
Sommelier /Sommelière	Region Graubünden	J4632
Chef de rang	Region Oberwallis	J4419
Barmaid	Region Bern	J4349
Sommelier (Deutschland - Nordrhein-Westfalen)	International	J4417
Commis de rang	Region Oberwallis	J4420
Chef de rang (Deutschland - Baden-Württemberg)	International	J4414

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de bar	Region Oberwallis	J4631
1. Maître d'hôtel	Region Bern	J4613
Conference & events operations manager (Australien)	International	J4663
Mitarbeiterin Bankett- & Seminarverkauf	Region Graubünden	J4660
Barman (Deutschland - Nordrhein-Westfalen)	International	J4430
Barfrau / Barmann 80-100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J4577
Bartender m/w (Luxury river cruise liner)	International	J4635
Commis de bar	Region Bern	J4592
Commis de bar	Region Oberwallis	J4565

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
LeiterIn Hauswirtschaft	Region Mittelland (SO,AG)	J4381
Floor Supervisor w/m	Region Bern	J4652
3. Gouvernante	Region Oberwallis	J4581
Housekeeping Manager (Saudi-Arabien - Jeddah)	International	J4425
Leiterin Hauswirtschaft	Region Zentralschweiz	J4410

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Oekotrophologe /in	Region Basel	J4440
Chief Steward (m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J4406

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B572	1.Gouvernante	48	DE	per sofort	D|F|E
B331	Administration, Réception, F&B	29	CH	per sofort	D|F|E|ES
B477	Bankett & Seminar-Organisation/Direktions- oder Betriebsassistenz	42	DE	per sofort	D|E
B504	Barkeeper/mitarbeiter	19	CH	per sofort	D|E
B486	Betriebsassistenz, Bankettorganisation (operativ oder administrativ), Rezeption	33	DE	per sofort	D|F|E
B92	Betriebsleiterass./Chef de Service/Stev. Chef de Service/Stev. Restaurantleiter	28	CH	per sofort	D|F|E|ES
B580	Buchhalterin oder Destinations-Manager	40	CH	per sofort	D|F|E|SP/PT/TK
B21	Direktion / Rooms Division / F&B	40	AT	per sofort	D|I|E
B362	Event/Bankett/Administration	49	CH	per sofort	D|F|I|E|HU
B547	Front office Agent, guests treating, receptionist, assistant, marketing	6	BY	per sofort	D|E|RU
B432	Geschäftsführer, Einkäufer	36	DE	per sofort	D|F|E|ES
B165	Hoteldirektion/Geschäftsführung/Management	53	CH	per sofort	D|F|I|E
B521	Hotelfachfrau	34	CN	per sofort	D|E|CN
B462	Hotellerie/ Tourismus	30		per sofort	D|F|I|E
B587	Jungkoch	20	CH	per sofort	D
B385	Kauffrau oder Réception	20	CH	per sofort	D|F|I|E|ES
B172	Kaufm. Angestellter / Reception	48	CH	per sofort	D|F|E
B450	Kinderanimator, Kinderskilehrer, Privatlehrer, Pflegehelfer SRK	48	CH	per sofort	D|F|I|E
B198	Küchechef	45	AT	per sofort	D|E|/PT
B326	Maitre d`Hotel ,F&B,Chef de Service	42	DE	per sofort	D|F|E
B299	Maître d'hotel oder Chef de Service	58	ES	per sofort	D|F|I|E|ES
B528	Marketing, Direktionsassistenz	32	CH	per sofort	D|F|I|E|ES
B531	Marketing & od. Project Manager	38	CH	per sofort	D|F|E|ES
B588	Marketing, Project Manager, Sales	24	CH	per sofort	D|F|E
B577	Marketing, Sales, Corporate Com, F&B/PM	40	CH	per sofort	D|F|E|ES
B140	Personal, Geschäftsleitung, Verwaltung	43	DE	per sofort	D|E
B544	Praktikum in einem touristischen Betrieb	22	CH	per sofort	D|F|E
B542	Réception	21	CH	per sofort	D|E
B163	Réception	20	CH	per sofort	D|F|E
B557	Réceptionistin	21	CH	per sofort	D|F|E
B583	Réceptionistin/Empfang	19	CH	per sofort	D|F|E
B482	Reservationsmitarbeiter, Direktion, Réception, Buero, Marketing..	34	IT	per sofort	D|F|I|E
B505	Reservationsmitarbeiter/Réception	34	CH	per sofort	D|E|E
B157	Restaurantleiter/Chef de Service/Betriebsassistent	31	DE	per sofort	D|E|RU/ES
B553	Restaurantleiter / GF / Betriebsleiter	40	BRD	per sofort	D|E
B225	Rezeption	34	CH	per sofort	D|F|I|E
B534	Saisonstelle Marketing, Barbetrieb, Hotel	40	CH	per sofort	D|F|E
B351	Service	25	CH	per sofort	D
B554	serviceangestellte	27	CH	per sofort	D|E
B556	Servicefachangestellte / Chef de rang	24	CH	per sofort	D|F|E
B329	Servicefachangestellter mit Verantwortung, Chef de service	52	AT	per sofort	D|F|E
B525	Service, Küche, Wellness, Reception,	17	AT	per sofort	D|I|E
B570	Servicemitarbeiterin	36		per sofort	D|F
B502	Sous Chef, Küchenschef	30	HU	per sofort	D|E|HU
B552	Tourismusbranche, Eventmanagement, Marketing,	32	PL	per sofort	D|PL/RU
B519	Verkauf, Service und Hauswirtschaft	49	SR	per sofort	SR/HR
B579	Wintersaisonstelle im Bereich Hotellerie/ Gastronomie	22	CH	per sofort	

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

Stand per 14. 9. 2009. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

hoteljob.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Le changement commence ici!
www.hoteljob.ch
Maintenant aussi en français.

La plate-forme de l'emploi pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme.
Novatrice, moderne et fonctionnelle.
Grâce à elle, les rencontres sur le marché du travail deviennent plus conviviales.

Erfahrener, kunden- und dienstleistungsorientierter

RECEPTIONIST/NACHTPORTIER/ SICHERHEITSFACHMANN

sucht neue Herausforderung, vorzugsweise Region linkes Zürichsee-Ufer oder Stadt Zürich, Voll- oder Teilzeit, per 1. Oktober 09.

Offerten unter Chiffre 3976-2091 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

3976-2091

Schweizer Hotelier, 51, mit langjähriger Führungserfahrung in der Hotellerie und im Personalmanagement ist offen für eine neue

HOTELDIREKTION

in Zürich.

Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme unter Chiffre 3956-2081, htr hotel revue, Postfach, 3001 Bern.
Diskretion selbstverständlich.

3956-2081

27-jährige Slowakin mit guten Deutschkenntnissen sucht Arbeit als

Kosmetikerin

Besitze abgeschlossene Ausbildung zur Kosmetikerin plus Weiterbildung zur Maskenbildnerin und Visagistin sowie für Ganzkörper-, Lifting- und Mikromassagen der Augenumgebung. Mehrjährige Berufserfahrung in deutschsprachigen Schweizer Wellness-Hotels vorhanden.

Jana Petrikova, **Tel. 0041 79 884 38 29.**
Kontaktperson: Ueli Notz, Hotel Hippel Krone, 3210 Kerzers, **Tel. 079 566 92 31.**

3840-2031

Motiviert, einsatzfreudig, führungsstark

Tourismusfachfrau HF / eidg. dipl. Marketingleiterin

41-jährige Schweizerin – D, F, E, (I) – ungekündigt, **sucht** neue berufliche Freude ab 2010 oder später.

fachfrau@bluewin.ch
Diskretion Ehrensache Freue mich!

3949-2078

Erfahrene Ferien- / Militär- und Krankheitsvertretung hat im September und Oktober 2009 noch Termine frei.
Grossraum ZH / AG / TG / SH.
Tel. 079 358 53 38

3811-1981

Stellenvermittlungen

Coole Jobs in Flumserberg
Saison- und Jahresstellen
in Gastronomie und Gewerbe
Keine Vermittlungsgebühren
Alle Infos unter:
www.flumserberg.ch
Link „Jobs" auf Startseite

FLUMSERBERG

3850-2011

HOTEL CAREER — HORESTO Jobs

www.hotelcareer.fr **www.horesto.ch**

Offres et recherches d'emploi
sur 2 portails de recrutement spécialisés
pour l'hôtellerie et la gastronomie

Tél.: 044 721 41 31 contact@hotel-career.ch

4026-2118

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

484-280

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

Stellenvermittlungsbüro Hotelia
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
www.hotelia.ch

383-207

International

Time Square – Manhattan
New York – USA
Swiss B&B sucht **per sofort**

HOTEL TRAINEE (m/w)

Bitte schriftliche Bewerbung an
roland@1291.com
oder Telefon **001 646 234 4448**

4024-2116

Hier bestimmen Sie den Inhalt!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

IMPRESSUM

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

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

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

Termine:

– Ausgabe	**Nr. 39/2009**	**Nr. 40/2009**	**Nr. 41/2009**	**Nr. 42/2009**
– Erscheint	24.9.2009	1.10.2009	8.10.2009	15.10.2009
– Anzeigenschluss **Mo. 12.00 Uhr**	21.9.2009	28.09.2009	5.10.2009	12.10.2009

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.

htr hotel revue
Beilage 17. September 2009

hotelwelten

Modisches für Mitarbeitende **4**

Cleveres F&B-Management **7**

Auf Einkaufstour beim Grosshändler **10**

Natürlich schläft sich's besser **12**

Energiesparen im Wellness-Bereich **14**

Ökologie, Ökonomie und soziale Verantwortung

aus dem Herzen der Schweiz

«Corporate Social Responsibility», «Fair Trade» oder «Nachhaltigkeit» sind die Themen, die auch in der Textil- und Bekleidungsindustrie vermehrt zu reden geben. Alles nur Schlagworte oder Trends, die anhalten?

Das Emmental: Sitz der Textilfirma Schwob AG

Einst aus der alternativen Ecke stammend, werden Klimastandards auch im Bereich der Umweltfreundlichkeit zusehends von Luxusprodukten und deren Produzenten gefordert. Zu Recht. Wer jetzt nicht in die Zukunft unseres Klimas und Bodens investiert, verschläft den Trend und läuft Gefahr, vom Markt überholt zu werden.

Die Textilfirma Schwob AG passt von jeher ihre Produkte den ökologischen Gegebenheiten an. Seit der Firmengründung vor über 135 Jahren hat sich das Unternehmen zwei wesentlichen Werten verpflichtet: Tradition und Innovation. Diesen Attributen bleibt Schwob AG bis heute treu und unterstützt den umweltfreundlichen Anbau zu fairen Konditionen.

«Chemiefrei» Richtung Zukunft

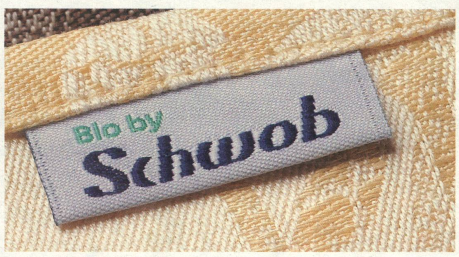
Die Baumwolle von Schwob AG stammt aus konsequent kontrolliertem Bioanbau (Organic-Baumwolle) und wird von Hand geerntet. Durch den Verzicht auf Pestizide, Kunstdünger und Entlaubungsmittel sowie durch den Anbau in Mischkultur und mit Fruchtfolgen werden die ökologischen Bedingungen der Produktionsregion verbessert. Würde nonstop dieselbe Pflanzenart auf einer Parzelle angebaut, nähmen Kultur und Boden auf die Dauer Schaden.

Bioanbau für die Baumwolle der Schwob-Produkte

Durch Fruchtfolge jedoch wird erreicht, dass die nachfolgenden Kulturen die Stoffe ihrer Vorgänger aufbrauchen – damit werden Krankheiten, Verunkrautungen oder Verdichtungen geheilt und einer möglichen Erosion des Bodens entgegengewirkt. Denn: Jede Pflanzenart verlangt andere Wachstumsvoraussetzungen. Erst im richtigen Mass decken verschiedene Spurenelemente, ätherische Öle, Nährstoffe und Bodenstrukturen die Bedürfnisse einer jeden Pflanzensorte. Beachtet man diese Grundsätze beim Anbau von Baumwolle, trägt man zu optimaler Nachhaltigkeit in den Anbauländern bei.

Organic-Baumwolle (Bio) in Kürze

- Keine chemischen Hilfsmittel für Anbau und Produktion
- Konsequente Anbaukriterien
- Faire Löhne
- Steigender Beliebtheitsgrad bei Konsumenten
- Ausgewiesene Produkte mit dem Prädikat kbA



Die Schwob AG unterstützt den Anbau und die Produktion mit Organic-Baumwolle und -Leinen und erfüllt die festgelegten Kriterien zur ökologischen Weiterverarbeitung biologischer Rohstoffe. Die Biohoteltextilien sind in einer schönen Farbpalette erhältlich. Bei der in Burgdorf hergestellten Bettdamast- und Tischwäsche sind dank modernster Jacquardtechnologie der Gestaltung kaum Grenzen gesetzt. Fazit: Organic-Baumwolle und -Leinen bedeuten umweltfreundlichen Anbau, gerechte Löhne und eine natürliche Verarbeitung. Ihre Gäste werden sich wohlfühlen.

Arbeit zu fairen Bedingungen

Die Firma Schwob AG bekennt sich nicht nur zur sozialen Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern und Partnern in der Schweiz, sie stellt auch durch die Weiterverarbeitung nachhaltig produzierter Rohstoffe sicher, dass in den Erzeugerländern gerechte Preise erzielt werden. Die Produzenten der Organic-Baumwolle müssen soziale Standards einhalten. Dadurch bleiben die Abnahmekonditionen, Löhne und Preise fair. Fair Trade gibt daher dem Konsumenten die Sicherheit, dass die Baumwollproduzenten für ihre Ware einen garantierten Mindestpreis erhalten, der über dem Weltmarktniveau liegt. So erzielen die Produzenten höhere Einnahmen, mit denen sie eine ausreichende Entlöhnung oder sogar soziale Gemeinschaftsprojekte finanzieren können. Es werden faire Arbeitsbedingungen geschaffen – ohne Kinder- und Zwangsarbeit.

Was sagen Ihre Gäste?

In zunehmendem Masse verlangen nicht nur die Konsumenten der Produkte des täglichen Bedarfs, sondern auch die Gäste von Gastronomie und Hotellerie nach Angeboten, die nachhaltig erbracht werden: ökonomisch, ökologisch und sozial verträglich. Sie wollen sich darauf verlassen können, dass die Leistungen echt und überprüfbar sind. Dabei spielt der Preis nicht die dominierende Rolle, der Gast ist bereit, den Preis zu bezahlen, wenn er davon ausgehen kann, dass die angepriesenen Leistungen oder Produkte den Standards entsprechen. Deshalb ist die Textilfirma Schwob AG sehr darum besorgt, die entsprechenden Labels konsequent zu verwenden.

Aus dem Herzen der Schweiz

«Textiles of Switzerland» ist das Bekenntnis der Firma Schwob AG zum Arbeits- und Produktionsstandort Schweiz. Mitten im Emmental entstehen in der Hightech-Leinenweberei exklusive Stoffe für die Hotellerie und die Gastronomie. Edles Tuch für Tisch, Bett und Bad aus einer der modernsten Jacquardwebereien Europas. Konsequent nach der Devise «Aus dem Herzen der Schweiz» hat die Burgdorfer Textilfirma im vergangenen Jahr die Textilpflege durch die Fusion mit drei Wäschereien in Niederuzwil, Arlesheim und Olten ausgebaut.

Exklusives Design, beste Schweizer Qualität, hohe Flexibilität und kurze Lieferzeiten haben zahlreiche Spitzenbetriebe dazu bewogen, ihre Häuser durch Schwob AG auszustatten. Der Mietwäsche-Vollservice als die rationelle Alternative zur hauseigenen Lingerie, die Mietwäsche für kurzfristige Anlässe sowie das Leasing für die kostengünstige und flexible Wäschefinanzierung runden das Produkte- und Dienstleistungsspektrum ab.

Produktionsstätte in Burgdorf

LOHAS – Konsum mit Köpfchen

Aus der Küche der Marktforscher stammt die Zielgruppenbezeichnung LOHAS. Es ist die Kurzform von «Lifestyle of Health and Sustainability» und bezeichnet einen Lebensstil und ein Konsumverhalten, welches sich an Werten wie Gesundheit, Nachhaltigkeit und Fairness orientiert.

LOHAS-Anhänger entziehen sich der herkömmlichen Zielgruppenbetrachtung, weil sie sich in allen demografischen Gruppen unabhängig von Alter oder Geschlecht finden und weil sie nicht durch äusserliche Faktoren, sondern durch Wertvorstellungen definiert werden. Für Bekenner von LOHAS gibt es neben Preis und Qualität eine neue Dimension der Markenwahrnehmung.

Der Trend betrifft alle Lebensbereiche. «Bio», «öko», «aus der Region», «Wellness» oder «fair» sind die Kaufkriterien, nach denen die LOHAS-Gruppe konsumiert. Dabei wird eine differenzierte Lebensweise zelebriert, die nicht nur das Ego in den Mittelpunkt stellt, sondern nachfolgende Generationen und die Umwelt berücksichtigt. Konsum und Luxus werden indessen nicht abgelehnt (es darf gerne auch etwas mehr kosten), nur ethisch korrekt soll es sein. Dieser Lebensstil bezieht sich nicht nur auf Lebensmittel, sondern auch auf den gesamten Konsumbereich bis hin zur Wahl der Kosmetika, des Hybridautos oder einer umweltverträglichen Reiseart wie etwa Wandern.

Bettwäsche der Schwob AG

Kurzfristiger Modetrend oder anhaltendes Konsumverhalten?

Der Wunsch der Konsumenten und Gäste nach überprüfbaren Standards betreffend die Produktion der Güter im Alltag und die Erbringung von Dienstleistungen wird nicht nur anhalten, sondern sich noch verstärken. Bereits heute werden rund 20% der Bevölkerung über 16 Jahren zur Zielgruppe von LOHAS (siehe Kasten) gezählt. Entscheidend wird dabei sein, wie glaubwürdig und überprüfbar die Qualitätssiegel für «Bio», «Nachhaltigkeit» und «Fair Trade» sein werden. Schwob AG setzt sich dafür ein und verpflichtet sich zu einer konsequenten Überprüfbarkeit der eigenen nachhaltigen Produktion.

Schwob AG Textiles of Switzerland

Textilherstellung und -pflege

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

Erstklassiges Sortiment

Schwob AG produziert Textilien für Bett, Tisch und Bad. Bei der Tischwäsche stehen Qualitäten in Leinen, Halbleinen und Baumwolle zur Auswahl. Schlafkomfort der Extraklasse bereitet die Bettwäsche aus Baumwolldamast. Alles ist auf Wunsch mit eingewebtem Schriftzug beziehungsweise Logo des Hotels erhältlich.

Feines aus dem Herzen der Schweiz

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

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

Auch das zählt, was nicht ins Auge sticht

Was entscheidet eigentlich, ob wir uns in einem Hotel wohl fühlen? Was für eine Frage! Ein Gefühl des Willkommenseins natürlich. Eine herzliche Begrüssung. Ein feines Essen. Stilvolle Zimmer. Einfach eine angenehme Atmosphäre mit guter Betreuung in einem gepflegten Haus. Oder anders gesagt: Eigentlich alles. Streng genommen bestimmt gar jedes kleinste Detail darüber, ob wir uns beim Betreten eines Hauses innerlich niederlassen oder nicht. Und gemeint sind damit nicht nur eindeutige und auf den ersten Blick sichtbare Dinge, die uns sagen lassen: Da sind wir zu Hause – egal ob wir nur eine Nacht oder zwei Wochen bleiben – und kommen gerne wieder.

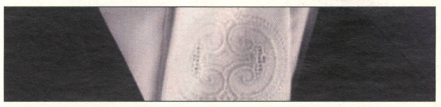
Franziska Egli
Redaktorin

Ganz oft sind es Dinge, die erst auf den zweiten, wenn nicht gar auf den dritten, vierten und unbewussten Blick erkennbar sind. Die Lichtführung im Zimmer zum Beispiel – ist sie angenehm, ist sie logisch? Die Dusche – wie ist der Wasserstrahl, ideal, zu hart oder zu dürftig? Oder das Bett: Hat der Hotelier auf Qualität gesetzt und für seinen Gast das Beste ausgewählt, das ihm den optimalen Schlaf ermöglicht? Fühlt sich die Matratze gut, die Bettwäsche angenehm an? Auch wenn sich das pingelig anhört: Solches kann ebenso matchentscheidend sein wie die Bekleidung des Personals. Dabei muss es sich nicht um eine für den Betrieb ruinöse Investition handeln. Aber wer diesem Punkt das nötige Augenmerk schenkt, die Mitarbeitenden dem Stil des Hauses entsprechend einkleidet und dem Personal damit auch gleich noch einen zusätzlichen Identifikationsfaktor gibt, der gewinnt ≠garantiert auch beim Gast Pluspunkte. Wenn auch vielleicht unbewusste, weil die Kleidung ihm nicht mal auffällt. Vielleicht weil sie schlicht stimmt und stimmig ist?

Egal. Schliesslich kann man die Sache auch umgekehrt betrachten: Es sind genau diese klitzekleinen Dinge, diese vermeintlichen, beiläufigen Details, die einen äusserst ärgerlich zurücklassen, wenn sie NICHT stimmen, und einen sagen lassen: Das war jetzt aber gar nicht gut. Das gefällt uns gar nicht. Hierher kommen wir nicht wieder. Und wer mag das schon sagen? Eben.

inhalt

Modedesignerinnen und ihr Flair für Gastrobekleidung 4



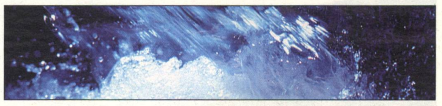
Eine smarte Warenbewirtschaftung verschafft Übersicht 7

Die Hotel-Lounge wird neu zum «Living Room» 8

Mit Müllers von der «Krone» Aarberg in der Prodega 10

Das beste Schlafmittel: Betten aus natürlichen Materialien 12

Auch im Wellness-Bereich ist Energiesparen angesagt 14



impressum

Chefredaktion: Elsbeth Hobmeier
Redaktion: Franziska Egli
Gestaltung: Regula Wolf
Verlag:
Leitung: Barbara König
Assistentin: Delia Piscopo
Anzeigenadministration: Angela Di Renzo
Anzeigenverkauf: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger
Titelbild: Alessandra Leimer / zvg
Beilage zur htr hotel revue vom 17. September 2009
Monbijoustrasse 130
CH-3001 Bern

ANZEIGE

«Ich bin überzeugt, dass man die Motivation der Mitarbeitenden mit Kleidung beeinflussen kann.»

IDA GUT
DESIGNERIN

Schön fürs Auge, wichtig für die Identität

Die eine hat die Door- und Bellmen einer internationalen Hotelkette sowie das Personal eines Trendhotels eingekleidet, die andere entwarf schon für so manch edles Haus ein folkloristisch angehauchtes Outfit: Ida Gut und Gabriela Frey über die Kleidung, die für Gast und Angestellte gleichermassen wichtig ist.

Illustration Pia Affolter

INTERVIEW: FRANZISKA EGLI

Frau Gut, legen Sie für Ihre eigene Kollektion einfach los, während Sie sich bei einem Bekleidungsauftrag für ein Hotel an tausend Vorlagen halten müssen?
So unterschiedlich sind die beiden Arbeitsweisen nicht, zumal beide nach Rahmenbedingungen verlangen. Aber der Fokus ist ein anderer. Man stellt sein inneres Auge je nachdem auf die Mitarbeitenden des Auftraggebers oder auf seine Privatkundschaft ein.

Soeben haben Sie die Door- und Bellmen der internationalen Hotelkette Swissôtel sowie das Personal vom Hotel Greulich in Zürich eingekleidet. Worin unterschieden sich die beiden Aufträge?
Nur schon in Bezug auf die Bedürfnisse der Auftraggeber: Bei Swissôtel wünschte man sich als Ausdruck von Swissness einen klar ersichtlichen Bezug zum Appenzell. Zudem waren Uniformen für Door- und Bellmen eine spezielle Herausforderung, da meine eigene Kollektion vorwiegend von Frauen getragen wird. Der Auftrag fürs «Greulich» war insofern anders, als es keine Vorgaben gab. Das Restaurant ist hier gleich um die Ecke, man kennt dort meine Mode und wünschte sich etwas in genau dem Stil. Das ist natürlich ein total anderer Ansatz.

So oder so: Wie gehen Sie vor?
In einem ersten Schritt überlegen wir uns: Was braucht der Kunde konkret? Meistens habe ich bereits früh eine Idee für die Gestalt, eine Ahnung im Sinne eines unscharfen Bildes. Danach suchen wir hier im Team den grössten gemeinsamen Nenner, schliesslich müssen die Kleidungsstücke verschiedensten Menschen passen. Beim Auftrag für Swissôtel war das nochmals anspruchsvoller, weil eine Uniform mit so hohem Repräsentationscharakter perfekt sitzen muss. Kommt dazu, dass es dabei nicht einfach um die Kleidung eines einzelnen Betriebes, sondern die eines internationalen Konzerns ging: Ein Doorman in Chicago ist unter Umständen ein kräftiger, grosser Mann, während der in Asien klein und schmal ist. Die Uniformen jedes einzelnen Door- und Bellmans werden daher noch individuell angepasst. Das ist etwas einfacher bei Service-Kleidung für einen Restaurantbetrieb, die man in Standardgrössen anbieten kann und die durchaus auch modisch und ähnlich der zivilen Kleidung sein darf.

Bluse mit eingearbeiteten Jersey-Ärmeln fürs «Greulich» (links), Hemd samt Kragenknopf für «Swissôtel».

Was haben Sie daher fürs «Greulich» gewählt?
Eine Kurzarm-Bluse mit eingenähten Jersey-Ärmeln. So kombinierten wir Pflegeleichtigkeit und korrekte Kleidung mit einem lockeren Look. Dazu entwarfen wir eine klassische schwarze Hose aus einem technischen Sportswear-Stoff, der sich an der Sonne nicht aufheizt und daher im Sommer sehr funktional ist.

Und bei den Swissôtel-Uniformen?
Für die Door- und Bellmen entwarfen wir Mantel, Veston, Gilet, Hose, Langarmhemd, Hosenträger, Hut, Handschuhe, Schuhschnalle, den Kragenknopf… Das ist wie ein Baukastensystem, aus dem sich jedes Land seine Stücke auswählen kann: Ein Mantel mit Pelzkragen beispielsweise macht in Shanghai wenig Sinn, sehr wohl aber in Estland. Überhaupt muss man bei einem Auftrag, der über die Landesgrenze hinaus geht, viel Zusätzliches berücksichtigen. So haben wir bewusst auf Tier-Darstellungen oder gar den Alpaufzug verzichtet, um kulturelle Fettnäpfchen zu vermeiden, und haben die entsprechenden Stücke wie die Hemdbrust stattdessen mit floralen Ornamenten verziert.

Personal einzukleiden ist nicht ganz günstig. Lohnt es sich auch für ein kleineres Haus, statt auf reguläre Berufsbekleidung auf die Kreationen eines Designers zu setzen?
Das ist nebst der Budget-Frage immer auch eine Frage der Führung und wie viel dem Unternehmen daran liegt. Oder anders gesagt: Es kommen vor allem Betriebe zu uns, die eine Alternative zur klassischen Berufsbekleidung suchen und eine eigenständigere Sprache sprechen möchten. Es gilt aber auch: Je grösser die Bestellmengen, desto günstiger die Stückkosten. Will heissen, eine Produktion von 500 oder gar 5000 Blusen kostet nur wenig mehr als die Herstellung von gerade mal 50 Stück.

Inwiefern profitiert ein Betrieb vom gestylten Erscheinungsbild seiner Mitarbeitenden?
Auch wenn man es nicht so bewusst wahrnimmt wie ein herzliches Willkommen oder ein freundliches Lächeln: Die Kleidung hat einen grossen Einfluss. Sie repräsentiert das Haus, sie ist Teil der Kommunikation. Aber: Sie ist kein Allheilmittel. Hat ein Mitarbeiter fettige Haare, kann das keine auch noch so stilvolle Berufsbekleidung wettmachen.

Und was kann eine sorgfältig ausgewählte Berufsbekleidung bei den Mitarbeitenden bewirken?
Zugehörigkeit, Identifikation, Stolz, Wertigkeit. Ich glaube sogar, dass die Kleidung für das Personal selber mindestens so wichtig ist wie für den Gast. Ich bin überzeugt, dass man die Motivation und Ausstrahlung mit Kleidung beeinflussen kann. Dies vor allem dann, wenn sie funktional und komfortabel ist und wenn man die Mitarbeitenden in den Entstehungsprozess mit einbezieht. Aber auch wenn Letztere Verantwortung mittragen, wie bei den Swissôtel-Uniformen, die wir trotz Vorbehalten mit Silberknöpfen versehen haben. Auch wenn diese gerne anlaufen und die Door- und Bellmen sie polieren müssen: Indem sie sich um ihr Kleidungsstück kümmern müssen, haben sie einen anderen, einen persönlicheren Bezug dazu.

zur person

Nach ihrer Ausbildung zur Schneiderin studierte **Ida Gut** an der Hochschule der Künste in Zürich Modedesign. 1993 entwarf die heute 44-Jährige ihre erste Kollektion, 1996 eröffnete sie ihren ersten Laden. Nebst ihren eigenen Kollektionen unter dem Label «Ida Gut» entwirft sie auch **Bekleidungskonzepte**, und das nicht nur für Hotels und Restaurants: 2000 hat Gut die Mitarbeitenden des Schweizer Pavillons an der Weltausstellung in Hannover eingekleidet oder die aktuelle Berufsbekleidung für das Verkaufspersonal der Migros kreiert. fee

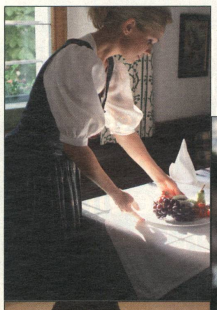
Ida Gut, Mode – Conception , 8004 Zürich, www.idagut.ch

Mit einem Hauch Folklore

Gabriela Frey, Design+Tradition

FRANZISKA EGLI

Mittlerweile kennt man ihre Handschrift auch in Österreich. Dort, wo eigentlich alles begann. Denn Gabriela Frey-von Arx, die einst selber in der Gastronomie tätig war und nie was mit Mode am Hut hatte, mag sich noch bestens erinnern, wie sie vor über 20 Jahren in Salzburg durch die Geschäfte schlenderte und es ihr wie Schuppen vor den Augen fiel, wie anders sich die Mode hier präsentierte. Damit meint sie nicht jene kitschige Alpen-Fashion à la Länderkönig und Edelweiss, sondern diese schlicht schöne, stilvolle und ja, durchaus auch traditionell angehauchte Mode. «Kleidung», erklärt sie, «mit der man in einem ‹Palace›-Hotel ebenso richtig angezogen ist wie auf einem Bauernhof.» Das, fand die Baslerin, müsse es doch auch hierzulande geben.



…, sondern verleihen auch den Herren in der Gastronomie viel Stil und Klasse.

Feinste Stoffe, handgemachte Stickereien und verspielte Details stehen nicht nur den Damen …

Und sie schritt zur Tat: Innert Kürze stellte die umtriebige Self-made-Woman die Firma Design + Tradition samt eigenem Laden in Zürich auf die Beine, in dem die Halb-Österreicherin ebendiese Mode an die Schwei-

Fortsetzung auf Seite 6

Fortsetzung von Seite 5

zerin brachte. Und nur wenige Jahre später gab sie – die gar nicht nähen kann, wie sie unumwunden zugibt, «aber genau weiss, wie jedes Stück auszusehen hat» – ihre erste eigene Kollektion heraus, die ihresgleichen sucht. Stilvolle, modern interpretierte Trachtenmode mit diesem Touch Alpenfolklore und Tradition, aus feinsten Materialien, gerne mit Stehkragen oder Rüschen, immer wieder mit floralen Stickereien.

Dass diese unverwechselbare Mischung aus Tradition und Moderne bestens in unser Land passt, hat längst auch die Gastronomie und Hotellerie bemerkt. Es überrascht daher nicht, dass so manche Serviertochter, Réceptionistin und so mancher Chef de Service an der Arbeit Kleidung trägt, die ihren Ursprung im bernischen Gümligen hat, wo die Baslerin mittlerweile wohnt und arbeitet. Gabriela Frey kann bereits auf eine lange Liste von Restaurants

und Hotels zurückgreifen, für deren Personalbekleidung sie verantwortlich zeichnet: das Hotel Ermitage in Schönried, das Hotel Bernerhof sowie das Restaurant Chesery in Gstaad, das Restaurant Alpenrose in Sils-Maria, das Hotel Margna in Sils-Baselgia, unterschiedliche Betriebe, von der kleinen Pensiun Crasta im Bündner Fextal bis zum 5-Sterne-Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken, für das sie gar noch den Stoff – feinstes, schwarzes Leinen – designt und mit dem Emblem des Hauses, einem eleganten «VJ», versehen hat.

Ihre Erfahrung dabei: Je grösser das Haus, desto schwieriger ist es, eine klare Linie herauszukristallisieren und durchzusetzen: «All diese Ränge», seufzt sie, die alle ihre gesonderten und klar erkenntlichen Details der Abgrenzung verlangen. Eine weitere Herausforderung ist, dass Personalkleidung zwar Stil verlangt, jedoch zwingend praktisch und aus hochwertigen wie

Eine von Gabriela Freys (rechts) Spezialitäten sind florale Muster in Form von Stickereien, die den Kleidern diesen Touch stilvolle Folklore verleihen.

strapazierfähigen Materialien zu sein hat.

Nun, auch wenn es noch so unterschiedliche Häuser sind, die sie bedient, ihr Stil, ihre Sprache also, dringt immer durch, speziell in den Details, für die sie mit diversen Spezialisten zusammenarbeitet, die all die gewünschten Extras, wie feinste Stickereien oder auch Knopflöcher, von Hand anfertigen. Im Gegenzug aber hat auch sie sich anzupassen, schliesslich, ergänzt sie, «hat die Personalkleidung vor allem das Haus zu repräsentieren». Trotzdem hat sie Recht behalten mit ihrer Ahnung vor 20 Jahren: Diese folkloristisch angehauchte Alpenmode passt bestens in das Alpenland Schweiz. Wo, ruft Gabriela Frey, soll die Alpenregion sonst sein, wenn nicht hier?

Design+Tradition, Gabriela Frey
3073 Gümligen
www.design-tradition.ch

adressen

Weitere Anbieter von Berufskleidung:

Marsum AG, Sumiswald, Tel. +41 (0)34 432 33 30, www.marsum.ch

Bardusch AG Basel, Tel. +41 (0)61 385 12 12, www.bardusch.ch

Gastromode Ruth Klausner, Zürich, Tel. +41 (0)44 850 25 87, www.gastromode.ch

Schichan Chefwear, Zürich, Tel. +41 (0)43 811 42 02, www.cook-in-out.com

Wimo AG, Rothrist, Tel. +41 (0)62 794 15 44, www.wimoag.ch

Overtex, Kreuzlingen, Tel. +41 (0)71 688 50 03, www.dreinaht.ch

Leinenweberei Chur, Chur, Tel. +41 (0)81 252 17 48, www.leinenweberei.ch

CWS, Tel. +41 (0)44 809 37 77, www.cws-boco.ch

Jobeline, Hotelwäsche Erwin Müller, Diepoldsau, Tel. +41 (0)848 809 809, www.jobeline.ch

Maco Handel GmbH, Chur, Tel. +41 (0)81 284 01 84, www.recotech.ch

Profi-Worktex GmbH, Bern, Tel. +41 (0)79 415 27 20, www.hammerag-bern.ch

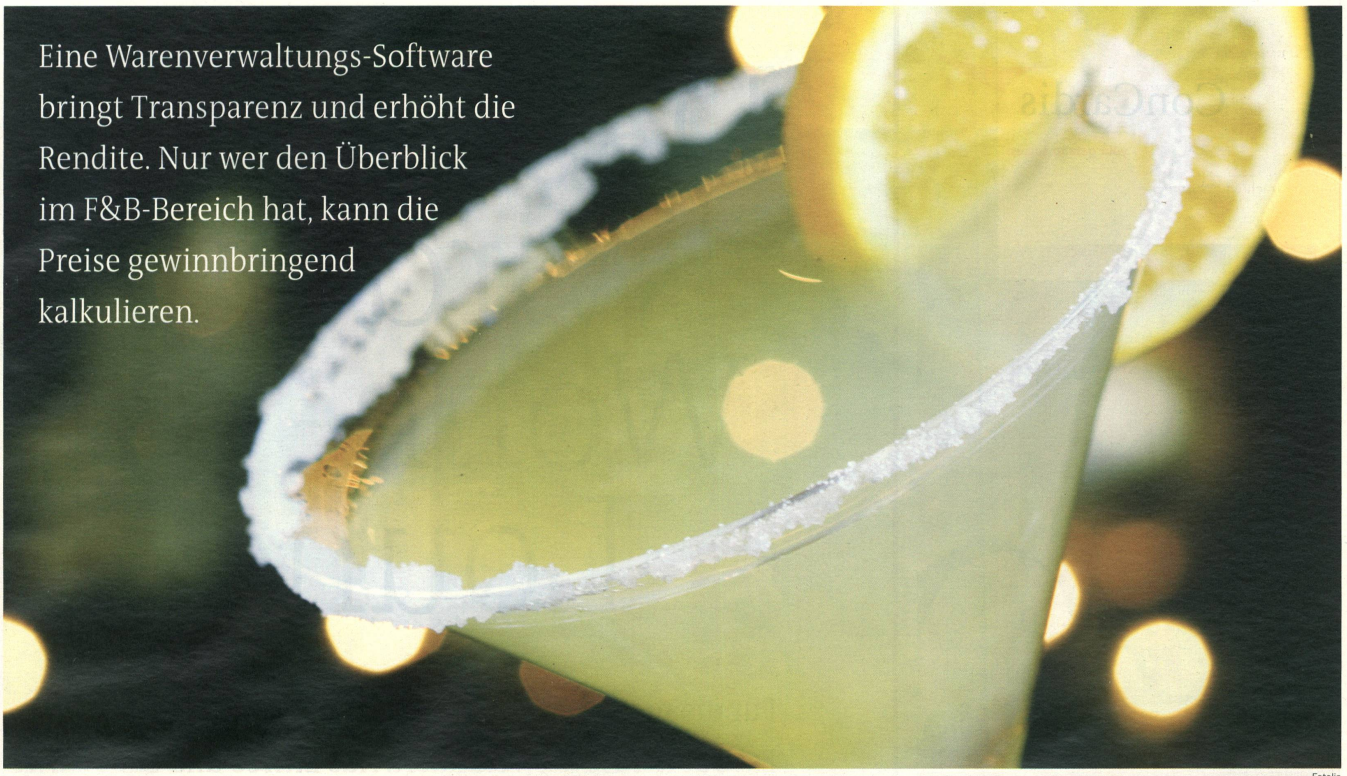
Workfashion.com AG, Hagendorn-Cham, Tel. +41 (0)41 784 84 84, www.workfashion.ch

Bragard Schweiz, Muttenz, Tel. +41 (0)61 461 56 66, www.bragard.ch

Oehrli AG, Emmenbrücke, Tel. +41 (0)41 260 55 56, www.oehrli-lu.ch

Mewa Textil-Management, Rothrist, Tel. +41 (0)62 745 88 80, www.mewa.ch

ANZEIGE



Eine Warenverwaltungs-Software bringt Transparenz und erhöht die Rendite. Nur wer den Überblick im F&B-Bereich hat, kann die Preise gewinnbringend kalkulieren.

Fotolia

Geschüttelt und rentabel

SIMONE LEITNER

Einkauf und Kontrolle stellen für jeden gastronomischen Betrieb einen entscheidenden Erfolgsfaktor dar. Nur wer über seine Bestände jederzeit auf dem Laufenden ist oder seine Verkäufe mit den Einkäufen automatisch abgleichen kann, ist auch in der Lage, per Knopfdruck einen Überblick zu haben und in kürzester Zeit entsprechend zu reagieren. Warenbewirtschaftungs-Softwares können das. Diese Programme sind praxisnah und den Bedürfnissen gastronomischer Betriebe angepasst.

Viel Erfahrung aus der Praxis ist in die Entwicklung der führenden Software-Produkte eingeflossen. Und das zu Recht, denn eine clevere Warenbewirtschaftung im Hotel oder in der Gastronomie ist gewinnrelevant. Wer zu jeder Zeit weiss, wie viele Flaschen Whisky oder Gin für wie viele Drinks an der Bar verkauft wurden, kann seine Rendite exakt berechnen und gegebenenfalls natürlich optimieren. «Da liegt nach wie vor Potenzial brach», sagt Walter Berger, Geschäftsführer von Rebag Data in Horgen. Der Software-Spezialist brachte mit seinen Entwicklern bereits 2003 ein komplexes Warenbewirtschaftungs-Programm auf den Markt. «Wir haben diese Lösung permanent analog den Kundenbedürfnissen weiterentwickelt und sie so immer auf dem neusten Stand gehalten.» Eine Warenverwaltungs-Software ist für den Food & Beverage-Profi heute unerlässlich. Schliesslich will jeder Hotel- oder Gastromanager in diesem Bereich optimal wirtschaften. Das ist aber nur möglich, wenn die Basis stimmt.

Berger zieht das Beispiel einer Bar zu Rate: Die digitale Bearbeitung von Waren und Rezepten bedeute nicht, dass der Barkeeper keine Freiheiten mehr habe. Vielmehr ermögliche eine gute Verwaltung sogar mehr Freiraum. Es sei wichtig, dass an der Bar noch Kreativität herrsche. Will heissen, dass die Rezeptur für einen Drink zwar existiert und softwaremässig erfasst ist, der Barkeeper vor dem Gast aber schlussendlich spontan sein darf oder sogar sein muss. Diese Softfaktoren dürften auf keinen Fall unterschätzt werden oder fehlen, denn gerade heute wolle der Gast Individualität spüren und sei erpicht darauf, dass der Barkeeper seinen Wunsch spontan berücksichtige. Also können durchaus Abweichungen von Rezepturen vorkommen. Aber sie werden festgehalten. Denn jeder Warenbezug wird registriert. Und mit der Qualitätskontrolle werden auch die Erwartungshaltungen der Gäste erfüllt. Mit der Warenverwaltungs-Software wird aber auch ersichtlich, wenn jemand zu individuell arbeitet und dadurch nicht rentabel ist. Berger: «Anhand einer Analyse, die mit dieser Software möglich ist, kann der Verantwortliche Abweichungen zeitnah und ohne grossen Aufwand eruieren.» Wie jede digitale Verwaltung von Daten oder Waren schafft die Software Transparenz, verhilft dazu, dass die Kostendeckung stimmt, sprich, die Rendite und vereinfacht Beteiligungsmodelle für die Mitarbeitenden zu finden, damit der Erfolg letztlich für alle stimmt.

Walter Berger, Geschäftsführer von Rebag Data.

Die Software hilft im Allgemeinen, die Übersicht im F&B-Bereich zu behalten, just-in-time einzukaufen und Bestellwesen, Inventar und Abrechnungen jederzeit auf dem neusten Stand zu halten. Mit vielen Funktionen: Lieferantendaten, Inventur, Artikeldaten, Einkauf mit Bestellwesen, Reports und einigem mehr.

www.rebag.ch

ANZEIGE

Besonderes schaffen.
Individuell auf Ihre Wünsche eingehen.
Design in perfekter Vollendung.

Hotel Seerose, Elements, 5616 Meisterschwanden

ARPAGAUS
Hotel-Concept AG
Turbistrasse 12 · CH-6280 Hochdorf
Tel. 041 914 20 80 · www.arpagaus.ch

Konzeptstudien | Hotelzimmerausbau | Bäder | Gastroausbau | Fumoirs | Konferenzräume

ANZEIGE

ConCardis
your gate to success

MasterCard VISA V PAY Maestro VISA ELECTRON

Bargeldlos bezahlen

» Ihr unabhängiger, neutraler Partner mit mehr als 25 Jahren internationaler Erfahrung in der Hotellerie
» Kredit- und Debitkarten-Akzeptanz aus einer Hand
» EMV/ep2-zertifizierte Zahlungsterminals für Ihren Point of Sale
» DCC – automatische Währungsumrechnung für Ihre Kunden

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf – wir freuen uns auf Sie!

Paiements sans numéraire

» Votre partenaire indépendant et neutre, fort de plus de 25 années d'expérience internationale dans le secteur de l'hôtellerie
» Un seul prestataire pour l'acceptation des cartes de crédit et de débit
» Terminaux de paiement certifiés EMV/ep2 pour votre point de vente
» DCC – conversion automatique dans la monnaie de vos clients

Au plaisir de vous conseiller.
N'hésitez pas à nous contacter!

ConCardis Schweiz AG
Leutschenbachstrasse 95 | 8050 Zürich | Schweiz
ConCardis Suisse SA
Leutschenbachstrasse 95 | 8050 Zurich | Suisse
✆ +41 44 308 36 22 | +41 44 308 35 00
www.concardis.ch | cc@concardis.ch

stars&hotels Swiss Hotel Film Award

sponsored by ConCardis your gate to success
presented by hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Das Entree wird zur Wohn-Lounge

Für die neuen Hotel-Lounges wird das angestammte Layout der Hotels verändert. Aus Entree und Lobby wird ein moderner, genussvoller Aufenthaltsraum. Der Gast soll sich sofort «drin» fühlen, und nicht zwischen Strasse und Abfertigung.

KARL JOSEF VERDING

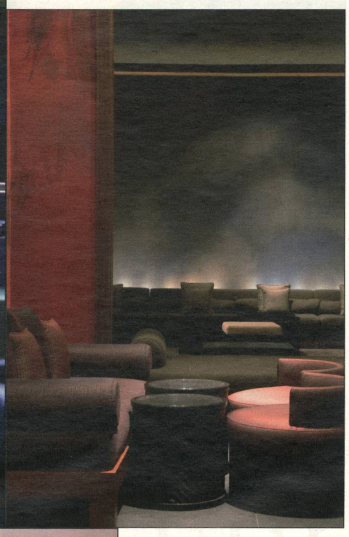
Lobby des Spa Towers – mit 56 Spa Lofts und Spa Suites – im Grand Resort Bad Ragaz, entworfen von Carbone Interior Design.

«To lounge», das englische Verb steht für bequemes Räkeln, das Hauptwort «Lounge» verlor sich bisher von der «Sitzecke» bis zur «Hotelhalle» im eher Unverbindlichen – was Platz für konkrete neue Konzepte schafft. In der Schweiz haben sich die Hotel-Gestalter Claudio Carbone und Guido Henzmann mit neuen Lounges hervorgetan.

International sorgt eine neue Auffassung von Hotel-Lounges sogar für einen neuen Namen: «Living Room», das Wohnzimmer, welches dem Gast sofort das Gefühl vermittelt, «drin» zu sein, und nicht noch zwischen Strasse und Réception. «Living Room» ist der Name, den die Design-Linie «W Hotels» des Starwood-Konzerns für den Ersatz der herkömmlichen Hotel-Lobby zugunsten eines modernen Aufenthaltsraums verwendet, der auch das Kulinarische nicht vergisst.

So wird zum Beispiel an die Stelle des abgebrochenen Swiss Centers am Leicester Square in London ein «W Hotel» mit 194 Zimmern und zehn zweistöckigen Luxus-Residenzen gebaut und im 2010 eröffnet – zur gleichen Zeit, da der weltberühmte Platz seinerseits ein 33 Millionen Franken teures Redesign erfährt. Der Starwood-Konzern nutzt die Gelegenheit, um das Living-Room-Konzept seiner W Hotels im trendigen London zu präsentieren: nämlich, «to mix, mingle and relax in a stylish social atmo-

«Living Room» des W Hotels Seoul Walkerhill. Golden Key Award für Hotel-Design: Beste Lobby. Entwurf: Studio Gaia, New York.



Oben links: Lobby des Radisson Blu Hotels, St. Gallen, von Carbone Interior Design.
Oben rechts: «Living-Room»-Lounge des W Hotels Los Angeles Westwood, Design Thom Filicia, New York.

sphere», so die Einladung ins Wohnzimmer gleich hinter dem Portal des neuen Hotels. Ausserdem wird das für die 5-Sterne-Marke «W» geborene Living-Room-Konzept nun auch auf Neueröffnungen von Starwoods bereits in der Schweiz präsenten Mittelklasse-Marke «Four Points by Sheraton» angewendet. Das erste «W» der Schweiz eröffnet im 2012, in Verbier.

Lounge des Hotels Des Balances in Luzern: Wie das gesamte Interieur des Hotels entworfen von Guido Henzmann, Ligno in-Raum AG.

Lounge des Hotels Säntispark in St. Gallen, entworfen von Carbone Interior Design.

Für Gespräche und Buchlektüre

Wie beurteilt Guido Henzmann, Innenarchitekt und Hotel-Experte, selber ein Gestalter neuer Lounges, den Anspruch der «W Hotels», aus dem Entree ein Wohnzimmer zu machen? – «Das finde ich gut, sofern nicht zu viel Betrieb und Hektik aufkommt. Service für Getränke, Apéros und kleine Imbisse gehört auch dazu», antwortet der Chef der Ligno in-Raum AG in Emmen LU.

Als Grundlage seiner eigenen Konzeption von Lounges, wie in dem von ihm insgesamt gestalteten Hotel Des Balances in Luzern, nennt Henzmann vor allem Kriterien der Beruhigung, gegen die Hektik: «Bequem, komfortabel, einladend, gute gemütliche Raumstimmung und Ambiente, gutes gemütliches Licht, Licht auch gut zum Lesen, ruhig, angenehm für Gespräche – aber auch ein Buch zu lesen, muss möglich sein.»

Claudio Carbone, Leiter von Carbone Interior Design in Wolfhalden, setzt die Nuancen in seinen Hotel-Lounges anders: «Die wichtigsten Kriterien für mich sind ‹Sehen und gesehen werden›, und doch Inseln haben, um sich zurückziehen können. Und genau bei diesem Punkt liegt die grosse Schwierigkeit. Ein Teil der Gäste möchte ungestört sein und sich am liebsten in Nischen verkriechen. Ein anderer Teil der Leute möchte sofort gesehen werden und einen Überblick über die gesamte Lounge in wenigen Sekunden erhalten. Das Licht und die Farbe sind dabei die wichtigsten Kriterien.» Und: «Eine Lounge sollte Ruhe ausstrahlen und trotzdem interessant wirken, damit sie zum Verweilen einlädt.»

Den Raum als Ganzes inszenieren

Sollte eine Hotel-Lounge zu einem Erlebnisraum werden? Oder ist das übertrieben? Claudio Carbone hat eine klare Meinung: «Selbstverständlich sollte der Raum ein Erlebnisraum werden, wie übrigens jeder Raum in den öffentlichen Bereichen der Hotellerie. Dies muss aber nicht immer spektakulär oder übertrieben werden. Oftmals genügt eine geschickte Licht- oder Farbführung. Wichtig ist vor allen Dingen auch, dass trotz verschiedenen Möblierungen der Raum als Ganzes inszeniert wird und dass die Lounge nicht zur Möbelausstellung wird.»

Claudio Carbone wie Guido Henzmann sind der Meinung, dass der Lounge-Erfolg nicht vom Budget abhängig ist und dass auch ein 3-Sterne-Hotel ein grossartiges Lounge-Konzept verwirklichen kann. Essenziell ist es gerade hier, so Henzmann, «Vorschläge erarbeiten zu lassen und mit der eigenen Zielsetzung zu vergleichen». Und Carbone betont mit Bezug auf die eingesetzten Mittel: «Eine gute Lounge hat nichts mit dem Budget zu tun. Auch mit sehr geringen Mitteln kann man Räume schaffen, die pulsieren und in denen man sich wohlfühlt.»

ANZEIGE

happy AG - Der Partner rund ums Bett

Ein Maximum an Schlafkomfort und Qualität

happy AG
Fabrikstrasse 7
Postfach
CH-9201 Gossau SG

Telefon +41 (0)71 387 44 44
Fax +41 (0)71 387 44 45

happy@happy.ch
www.happy.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

happysystems™
I wett i hett es happy-Bett.

Familienausflug der besonderen Art: Müllers sind auf Einkaufstour.

Bilder Alain D. Boillat

Wo Gastgeber einkaufen

Ob einfache Landbeiz ohne Stern oder edle Gaststätte, etwas haben alle Gastronomen gemein: Sie sind Kunde der Prodega Cash+Carry. Zum Beispiel Müllers von der «Krone» Aarberg, die rund zwei Mal wöchentlich den Abholgrosshändler aufsuchen.

FRANZISKA EGLI

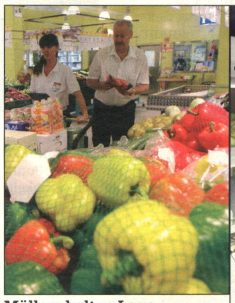
Also, wo sind wir? Wohin geht's? Müller beugt sich über den Zettel, den seine Frau zuhause im Betrieb, dem Hotel Restaurant Krone in Aarberg, ausgedruckt hat und von den Angestellten ergänzen liess: Die Küche braucht Waschtücher und Fisch, der Service Kaffeelöffel, Schöggeli und Zahnstocher, aber auch Campari und Cynar sind ausgegangen. Die Liste, ergänzt seine Frau Astrid, ermögliche ihnen ein genaues Einkaufen. Denn auch der Kunde in einem der 19 Märkte für Gastronomen, Detaillisten und Grossverbraucher, auch der bleibt nicht verschont von Aktionen und Verlockungen aller Art.

Christoph Müller lässt es ruhig angehen. Während rechts und links und hinter und vor ihm die Regale quasi in den Himmel schiessen und Sohn Corvin auf dem riesigen Einkaufswagen herumturnt, studiert er die Einkaufsliste. Ohne die, sagt der Hüne, komme er nie hierher, in die Prodega in Moosseedorf. Er wolle doch nicht überflüssige Kilometer ablaufen, meint er und grinst.

6000 Quadratmeter Tante-Emma-Laden

Überhaupt ist die Prodega, notabene das grösste Cash + Carry-Unternehmen der Schweiz, einem normalen Grossverteiler ähnlicher, als Laien vermuten. Nur einfach – grösser. Alles ist gross: Die Kartoffeln sind in riesigen Säcke zu haben, die Kopfsalate in Kisten, Käse gibt's per Kilo, Joghurts in 3-Kilo-Kübeln, und der Fleischkäse ist mindestens so gross wie ein Brotlaib. Das liegt natürlich auf der Hand, schliesslich geht es nicht darum, vier Nasen, sondern seine Kundschaft bewirten und sein Personal verköstigen zu können.

Doch bei aller Grösse ist es offensichtlich: Christoph Müller ist ein Fan von der Prodega. Und



Müllers halten Lagebesprechung: Was nehmen wir? …

… Was brauchen wir wirklich? Könnten Eierschwämme auf dem Speiseplan stehen?

das kommt nicht von ungefähr: Trotz einer Ladenfläche von 6000 Quadratmeter hätten sie den Charakter eines Tante-Emma-Ladens, bestätigt Benjamin Jtten, Leiter Marketing Services. Ihm ist ganz wichtig, dass sich die Kundschaft bei ihnen wohl fühlt, so wohl wie in einem Club. «Natürlich ist auch der tiefere Preis entscheidend», weiss er, «aber mindestens ebenso die

«Im Moment zeichnet sich ein Trend zu ‹kurzen Zigarren› ab»

Wie wirkt sich das Rauchverbot auf den Zigarrenkonsum aus?
Wir stellen in den jeweiligen Kantonen mit den leider zum Teil unterschiedlich vorhandenen Rauchverboten oder Auflagen einen markanten Umsatzrückgang fest. Vor allem unser Hauptkundensegment, die Gastronomie, kauft deutlich weniger Zigarren über unseren Kanal. Zusätzlich wird der Abverkauf natürlich auch dadurch beeinträchtigt, dass der Konsum seit geraumer Zeit sinkend ist.

Nun liegen Fumoirs im Trend. Bieten Sie für den Bau einer Cigar-Lounge besondere Beratungen an?
Nicht viele Betriebe werden sich den Bau eines Fumoirs leisten können oder mit all den Einschränkungen ein solches eröffnen wollen. Deshalb werden

Marcel Gehri ist Category Manager Spirituosen/Tabak, Prodega/Growa Cash+Carry, transGourmet Schweiz AG

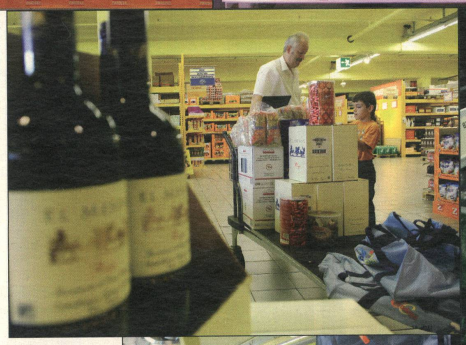
diese – mindestens ausserhalb von Städten – auch nicht wie Pilze aus dem Boden schiessen. So stellt sich die Frage, ob Fumoirs wirklich im Trend liegen. Wirkliche Bauberatungen gehören nicht zu unserer Hauptaufgabe und fallen daher nicht in unsere Kernkompetenz. Wir wollen viel eher mit einem breiten Angebot brillieren. So sind wir ständig auf der Suche nach neuen Produkten, innovativen und trendigen Angeboten, um so Zigarrenliebhabern als Berater und Ideenlieferant neue Impulse zu vermitteln.

Wird das Genussrauchen überleben?
Im privaten Rahmen und unter Gleichgesinnten wird das Genussrauchen auch in Zukunft zelebriert. Weshalb auch sollen Zigarrenliebhaber auf ihren Genuss verzichten? In der Gastronomie allerdings, wo viele Leute gerne ein feines Essen mit einer ebenso feinen Zigarre abrundeten, wird der blaue Dunst auf lange Sicht einen schwierigen Stand haben – ausser natürlich in Betrieben, welche auf Smoker Lounges spezialisiert oder auf die Bedürfnisse von Zigarrenliebhabern eingerichtet sind.

Es kommen immer wieder neue Zigarren-Kreationen auf den Markt – welche war in den letzten Jahren die erfolgreichste?
Prinzipiell hat jeder Zigarrenliebhaber seine Vorliebe für Marken, Formate und Tabakmischungen. So sind die bekannten Marken aus Kuba und der Dominikanischen Republik nach wie vor sehr beliebt. «Limited Editions» wie z. B. von AVO, sind ebenfalls sehr gefragt. Und dann erfreuen sich all die Formate unserer Eigenmarke «Santiago DLC» dank dem guten Preis-Leistungs-Verhältnis grosser Beliebtheit. In den letzten Monaten zeigte sich ein Trend zu «kurzen Zigarren» ab. Denn mit einer Petit Robusto muss der Liebhaber nicht auf den vollen Genuss verzichten und kann eine Zigarre in 20 Minuten fertig rauchen. Interview: fee/sls

Beziehung, die die Mitarbeitenden zu den Kunden pflegen.»

Und so kommt es, dass Müller vielleicht nicht gerade mit allen per Du ist, aber man sich doch kennt. Das, bekräftigt er, gefalle ihm. Er mag aber auch die Vielfalt in dem 30 000 Artikeln umfassenden Sortiment. Er schätzt es, dass trotz Grösse Sonderwünsche möglich sind. Dass er leere Kartonschachteln, PET oder Dosen zurückbringen kann und so der Recycling-Kreislauf geschlossen wird. Und er mag sich noch bestens an seine Kindheit erinnern, als man sich fast schämen musste, hier einzukaufen: «Wir haben jeweils mitten in der Nacht den Wagen mit den Einkäufen ausgeräumt, damit niemand sieht, wo wir waren», erzählt er.



Die Mengen sind riesig: Chips ohne Ende, Wurstware gross wie Brotlaibe, und der Wein wird gleich Kistenweise eingekauft.

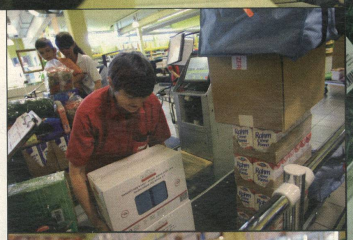
Ein Viertel seiner Wareneinkäufe

Müller zieht seine Runden und sinniert: Beim Wein, gesteht er, während er Kiste für Kiste seines Hausweins auf den Wagen hievt, habe er anfänglich Berührungsängste gehabt. Aber dann hat er zu rechnen begonnen und gemerkt, dass hier nicht nur die Qualität, sondern so auch die Marge stimmt. Überhaupt: Müller rechnet längst ganz genau, gibt er unumwunden zu. «Heute muss jeder seine Finanzen im Griff haben», rechtfertigt er die Frage nach der Unterstützung kleiner, regionaler Lieferanten. Und es sei ja nicht so, dass die von ihnen nicht berücksichtigt würden. Im Gegenteil. Aber eben in einem anderen Rahmen. Kommt dazu, dass die Prodega punkto Qualität und Regionalität ihr Licht schon lange nicht mehr unter den Scheffel stellen muss und nebst Markenartikeln und Produkten der Eigenmarke Excellency längst auch jede Menge frische und regionale Schweizer Produkte anbietet.

«Heutzutage muss jeder Betrieb seine Finanzen ganz genau im Griff haben.»

CHRISTOPH MÜLLER
HOTEL RESTAURANT KRONE, AARBERG

Jährlich würden sie wohl rund einen Viertel ihrer gesamten Wareneinkäufe hier tätigen, schätzt Müller. Das Gemüse beziehen sie aus dem Seeland, das Fleisch beim Metzger in der Umgebung. «Aber das hält mich nicht davon ab», sagt er, «zuzuschlagen, wenn ich hier ein schönes Stück Fleisch sehe.» Mit Frau Astrid, «einer super Schnäppchenjägerin», sowieso. Sie lacht und witzelt, «gell, solange es sich dabei nicht um Kleider handelt». Und so beginnen sich die Einkäufe zu türmen. Längst stösst Papa Müller die mittlerweile schwer zu steuernde Karre, während der 7-jährige Corvin auf den Weinkisten thront. Eigentlich, erzählen Müllers später in der obligaten Kaffee- und Hotdog-Pause, eigentlich werde dieser an sich so simple Akt des Einkaufes für sie immer zu einem Familienausflug der besonderen Art. Und das geniessen sie alle jeweils sehr.



Die kleine Süssigkeit, die vielerorts zum Kaffee gereicht wird, muss sich ein Betrieb auch leisten wollen, ebenso die frischen Blüten zur Dekoration.

fakten

Ihr Name steht für **PRO DEtailhandel** und **GAstronomie**, die heutige Prodega/Growa Cash+Carry, Transgourmet Schweiz AG, gegründet 1964 von Hans Edi Curti, Pierre Grandjean und Heinz Wehrli. Ihre Grundidee hat noch heute Bestand, nämlich Partner für die Gastronomie und den Detailhandel zu sein. 1965 wurde in Schönbühl BE der erste Prodega-Markt eröffnet. Heute sind es 19 Prodega- und 6 Growa-Märkte, die das Cash+Carry-Unternehmen mit seinen 1280 Mitarbeitenden und 2008 einem Umsatz von rund 1,15 Milliarden zum grössten Abholgrosshandel des Landes machen. fee

www.prodega.ch

An der Kasse wird der ganze Einkauf von einem Wagen auf den anderen gehievt, zurück bleibt bestenfalls der Einkaufszettel, ohne den der Einkauf nicht so reibungslos vonstatten gegangen wäre.

ANZEIGE

Gute Nacht. Wir sorgen für den erholsamen Schlaf Ihrer Gäste.

roviva objects – Ihr Partner rund ums Schlafen.

Matratzen, Einlegerahmen, Betten, Individual-Lösungen und FullService kombiniert mit 260 Jahren an Erfahrung und Schweizer Wertarbeit sind Garant für höchsten Schlafkomfort Ihrer Gäste. roviva – Schlafqualität seit 1748.

roviva OBJECTS

roviva Matratzen- und Bettenfabrik
3380 Wangen a.A., www.roviva.ch

Gut gebettet durch die Nacht: Schlafkomfort in den Zimmern des «The Hotel» in Luzern.

Bilder zvg

Glücklich schlafen: Das Hotel Seefeld in Zürich …

… und das «Riders Palace» in Laax setzen Produkte der Happy ein.

Nachhaltig gebettet — natürlich!

Wacht der Gast zufrieden auf, kann auch der Hotelier gut schlafen. Wer Wert auf Nachhaltigkeit legt, investiert in Betten, die aus natürlichen Materialien hergestellt sind.

BARBARA ROELLI

Ein Hotelbett muss heute vielen Ansprüchen gerecht werden – auch Nachhaltigkeit ist mehr denn je ein Thema. Die Schweizer Firma Happy AG setzt schon im Standardsortiment nachwachsende Rohstoffe ein. Immer häufiger werden Schaumstoffe unter Verwendung von Pflanzenöl – Sonnenblumen und Raps – verarbeitet. Gegenüber den herkömmlichen Matratzen aus Erdöl ist der Preisunterschied nur gering. Angesprochen werde damit das Umweltbewusstsein des Kunden, erklärt Reto Fröhlich, Geschäftsführer von Happy AG.

Jedem Hotel das passende Bett

Die Firma Happy AG ist 115-jährig und seit über 50 Jahren in der Hotellerie vertreten. Sie empfiehlt Hotels, ihre Matratzen alle 15 bis 20 Jahre auszuwechseln. Für Hotels im Ein-, Zwei-, oder Drei-Sterne-Bereich eigne sich ein Holzbett mit fix verankerten Latten. Diese Ausführung sei weniger komfortabel als das Lattensystem mit gummigelagerten Latten, dafür solide, geräuschfrei und günstig.

Keinen Kompromiss sollte der Hotelier bei der Matratzen-Auflage machen: «Ob im Ein- oder Fünf-Sterne-Hotel, der Gast schätzt es, wenn er sich auf seiner Matratze wohlfühlt», betont der Geschäftsführer. Happy AG setzt für die Auflage Hypersoft ein. Hypersoft ist ein druckentlastendes Material, das den Liegekomfort fühlbar verbessert und für ein angenehmes Mikroklima sorgt. Auch die Bettwäsche

Das passende Objekt fürs Hotel: «Dream Swiss» ist nach Hüslers System aufgebaut.

Ein gutes Bett: das natürlichste Schlafmittel

hat einen grossen Stellenwert: Happy AG arbeitet eng mit der Leinenweberei Schwob & Co. AG zusammen, die auch auf nachhaltige Produkte setzt.

Im Einklang mit der Natur

Eine eigene Philosophie des Schlafens hat Balthasar Hüsler geschaffen. Nach einem Motorrad-Unfall suchte der Architekt und Schreiner nach einem Bett, das seine Rückenschmerzen lindern würde – vergebens. So entwickelte er ein Bettsystem, auf dem die Wirbelsäule möglichst entlastet wird. Das System basiert auf drei Eckpfeilern: Erstens soll der Mensch orthopädisch gesund liegen. Dazu dient das Liforma-Federelement, das sich jedem Körper millimetergenau anpasst. Zweitens soll die Matratze, die nur zehn Zentimeter misst, die Muskulatur und die Venen schonen. Und drittens dient die Woll-Auflage dazu, die Flüssigkeitsabgabe des Schlafenden aufzunehmen und wieder abzugeben.

Das Hüsler-Nest-Bett besteht aus Naturmaterialien. «Nicht nur wegen des heute modernen Wortes Nachhaltigkeit wählte Balthasar Hüsler Naturmaterialien. Er war fest überzeugt, dass sie einfach die besten für den Menschen sind», weiss Willy André Moor, Marketingleiter von Hüsler Nest.

Hüsler Nest gibt es seit 1980. Die Firma hat vor etwa 15 Jahren angefangen, ihre Betten an Hotels zu liefern. Dabei beliefert sie längst nicht mehr nur Öko-Hotels: Für das Rocks Resort in Laax lieferte Hüsler Nest gar 450 Betten. Ebenfalls für Hüsler-Qualität entschieden haben sich Sonja und Andreas Martin vom Gasthaus Krone in La Punt. Für die sechs Suiten liessen sich die Gastgeber individuelle Hüsler-Nest-Betten aus Ahorn, Lärche und Arve anfertigen. «Hüsler Nest passt in unsere Philosophie, weil sie auf Natürlichkeit setzt», sagt Sonja Martin.

Überlange Betten im Trend

Und was bringt die Zukunft? Bei den Hotelbetten zeichnet sich ein Trend zu Boxspringbetten ab, sagt Reto Fröhlich von Happy AG. Und wenn es die Zimmergrösse eines Hotels erlaubt, werden zukünftig Betten in Überlänge – das heisst mehr als zwei Meter – eingesetzt. Ein Bett sollte mindestens 90 Centimeter breit und 2,10 Meter lang sein. «Ein wichtiger Punkt», findet Fröhlich, «schliesslich werden die Menschen immer länger».

www.happy.ch
www.huesler-nest.ch

Herr Roth, inwiefern ist bei Ihnen Nachhaltigkeit ein Thema?
Von jeher lautet doch Rovivas Claim «Das natürlichste Schlafmittel seit 1748». Meine Vorfahren haben mit einer Rosshaarspinnerei begonnen, und noch schläft es sich auf einem möglichst natürlichen Produkt am besten. Wir setzen auf Matratzen aus Naturlatex, auf natürliche Polsterauflagen und Bezugstoffe. Nachhaltigkeit ist überhaupt Thema: Die Holzspäne aus unserer Bettenproduktion werden zu Pellets gepresst und zum Heizen verwendet.

Und was verbirgt sich hinter «Nature Roviva. vantage»?
Jedes unserer Produkte, das mehr als 50 Prozent natürliche Materialien aufweist, zeichnen wir mit diesem Label aus.

Was empfehlen Sie einem mittelgrossen 3-Sterne-Betrieb, der nicht zu tief in die Tasche greifen, aber doch ein gutes, natürliches Produkt erstehen möchte?
Als Basis eine Federkern-Matratze mit einer Auflage aus Naturlatex, umhüllt mit Polsterauflagen aus Wolle oder Seide. Wichtig ist, dass vor allem die Kontaktflächen aus natürlichen Materialien sind. Nicht nur absorbieren sie Feuchtigkeit optimal und sind atmungsaktiv, sie sind auch antistatisch. Synthetische Materialien laden den Menschen statisch auf, was ihm einen nervösen Schlaf beschert.

Wie wichtig ist das Bettgestell?
Wenn Sie damit die Umrandung meinen: Die ist weniger wichtig, da nicht schlafentscheidend. Der Lattenrost und die Matratze hingegen bilden eine Art Einheit und müssen aufeinander und auf die Person abgestimmt sein.

Interview: fee

Peter Patrik Roth, Inhaber in 9. Generation und Geschäftsführer Roviva Roth & Cie AG, Wangen a. d. Aare.
www.roviva.ch

Einlegerahmen «Happy Ultra» mit Kopf- und Füsse-Hochlagerung.

tipps

Der Schlafbereich ist ein intimer Ort. Es empfiehlt sich, ihn nicht in unmittelbarer Nähe des Eingangs anzuordnen.

Am besten mit der **Wand im Rücken,** da der Mensch das Bedürfnis hat, kontrollieren zu können, was hinter ihm ist.

Idealerweise richtet man das Bett nach der **Nord-Süd-Achse** aus.

Als angenehm werden sanfte **Farben** wie Grün, Rosa, Apricot, Hellblau, Weiss und Creme empfunden.

Gerätschaften wie TV, PC, Heizaggregate oder Halogenlampen sollten möglichst fern vom Bett platziert werden.

Quelle: www.huesler-nest.ch

Schlafen im Hüsler Nest. Oben: Bei «Montage de Luxe» ist die Auflage mit der Matratze, das Federelement mit einer Kokosmatte verbunden. Unten: Klassischer Systemaufbau.

ANZEIGE

Das perfekte Instrument für
Hotel, Restaurant und Piano Bar

Für professionellste Ansprüche, unverstimmbar, Lautstärke kann an jede Räumlichkeit angepasst werden. Die Pianos gibt es in verschiedenen Ausführungen, Grössen und musikalischen Ausstattungen (Moving Keys, CD-Player...).

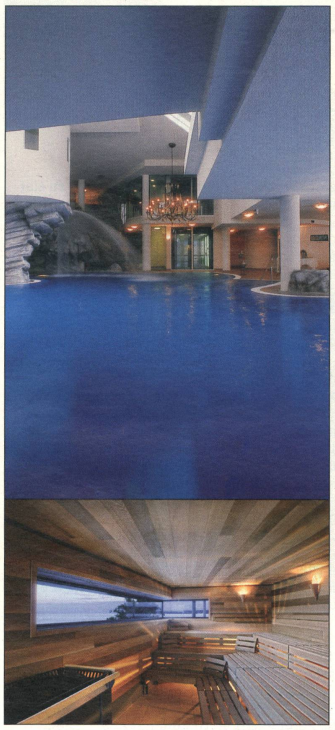
Verlangen Sie unsere ausführliche Dokumentation sowie die Hotel-Referenz-Broschüre unter **pianos@rolandmusik.ch**

Professioneller Transport und Flügel-Installation in der ganzen Schweiz, auch für Probestellungen.

Roland Digital Grand Pianos
Roland (Switzerland) AG, Landstrasse 5, CH-4452 Itingen, Tel. 061 975 99 99, www.rolandmusik.ch

Beilage **htr hotel revue** 17. September 2009

Hier geniesst der Gast nicht nur Whirlpool und Wasserfall: Im Hotel Ferienart in Saas-Fee mit seinem ausgeklügelten Minergiekonzept hilft er gar beim Energiesparen mit.



Energiesparen ist auch bei Sauna-Betrieben wie der Firma Klafs ein grosses Thema: Bodensee-Therma Saunabank.

Wellness mit Sparpotenzial

Ob Sauna oder Dampfbad: Viele Wellnessangebote entpuppen sich als teure Energiefresser. Doch mit den richtigen Massnahmen lassen sich die Betriebskosten in den Griff bekommen.

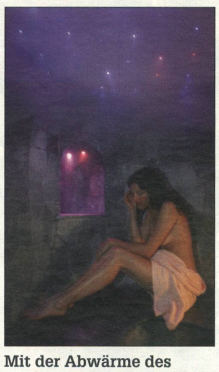
ELIAS KOPF

Bilder zvg

Kein anderer Trend verändert die Hotellerie zurzeit so radikal wie die Wellness. Die Wohlfühl- und Entspannungsoase ermöglicht es den Gästen, ihren Hotelaufenthalt als bewussten Kontrapunkt zum hektischen Alltag zu erleben. Doch der Aufbau eines Wellnessbereichs ist nicht nur mit hohen Anfangsinvestitionen, sondern vor allem auch mit teuren Betriebskosten verbunden: «Ein Fünftel des Energieverbrauchs eines Hotels entfällt auf die Wellness», konstatiert Energieberater Lorenz Perincioli vom Ingenieurbüro Energie+Umwelt in Goldiwil/BE.

Die Abwärme nutzen

Die grössten Energiefresser sind Wasser- und Raumerwärmung sowie die elektrische Dampferzeugung. Doch gerade beim Dampfbad ist es oft schwierig, den Energieverbrauch zu reduzieren, wie Caroline Wüest, Wellnessberaterin beim Saunabauer Klafs in Baar erklärt: «Das Dampfbad benötigt eine längere Vorlaufzeit als die Sauna, bis das perfekte Badeklima erreicht ist. Betriebsunterbrüche sind daher nicht optimal. Zudem lassen sie den Dampfnebel abkühlen, was zu starker Nässe führt.» Wichtig sei beim Einbau von Dampfbädern vor allem eine professionelle Abdichtung: «Wird bei den Dampfsperren gespart, kann die Feuchtigkeit
Böden und Mauern zerstören. Zudem können Hygieneprobleme entstehen», so Wüest. Die Energiekosten lassen sich vor allem reduzieren, indem man die Abwärme des Dampfbads nutzt, um das Hallenbad oder die Raumluft zu heizen.



Mit der Abwärme des Dampfbads lässt sich beispielsweise auch das Hallenbad oder die Raumluft heizen: Die Quarzitgrotte im «Ferien-Art-Hotel».

Isolation und Thermodecken

Viel besser sieht es punkto Energiesparen im Saunabereich aus. «Am meisten Wärme geht bei der Sauna mit der Lüftung verloren. Hier kann viel gespart werden, wenn man die Zu- und Abluft kontrolliert», betont Wüest. Dafür gibt es zum Beispiel den so genannten Klima-Manager, ein intelligentes Steuersystem, das die Bestandteile der Saunaluft mit Sensoren überwacht und immer nur soviel Luft austauscht, wie tatsächlich nötig ist. Ebenso wichtig ist eine gute Isolation; ohne entsprechende Ausrüstung liegt der Energieverbrauch einer Sauna rasch einmal 30 Prozent höher. Reduzieren lässt sich die unerwünschte Wärmeableitung auch durch den Verzicht auf unverhältnismässig grosse Glasflächen sowie durch den Einbau besonders gut gedämmter Decken. Wüest: «Die zusätzliche Isolierung ist von aussen kaum sichtbar, doch reduziert sie den sonst immensen Wärmeverlust drastisch.» Weiteres Energiesparpotenzial bietet die Nutzung der Abwärme. Dabei wird die heisse Sauna-Abluft durch einen Wärmetauscher geleitet, der die einströmende Frischluft schon vor dem Eintritt in die Kabine vorwärmt. Insgesamt lasse sich der Energiebedarf der Sauna mit diesen Massnahmen um rund 40 Prozent senken, so Wüest.

Bedarfsgerechter Betrieb

In Zukunft dürfte der Energieverbrauch sogar noch weiter zurückgehen. Denn bereits ist die erste Solar-Sauna für den Aussenbereich auf dem Markt. Sie nutzt thermische Sonnenergie und verbraucht – kombiniert mit den oben erwähnten Massnahmen – bis zu 70 Prozent weniger Energie als eine konventionelle Aussensauna. «Unsere Ingenieure arbeiten daran, dieses System weiterzuentwickeln, damit es in Zukunft möglichst auch in Innenräumen installiert werden kann», erklärt Wüest. Doch nicht nur mit Lüftungssensoren, Isolation und Sonnenkollektoren lässt sich der Energieverbrauch der Sauna reduzieren. Wichtig ist auch ein bedarfsgerechter Betrieb. So könne man von den Gästen allenfalls verlangen, dass sie die Benutzung der Sauna in den Randzeiten vorgängig anmelden, rät etwa der Energieingenieur Thomas Graf von GEC Graf Energie Consulting in Steffisburg/BE.

Übergreifendes Energiekonzpt

Damit sich Energiesparen bei der Wellness richtig bezahlt macht, braucht es allerdings mehr als bloss ein paar Einzelmassnahmen. Die Wellnesseinrichtungen und -bauten müssen als Gesamtsystem optimal aufeinander abgestimmt sein. Zwar wirkten die dazu nötigen höheren Investitionskosten oft abschreckend, erklärt Caroline Wüest: «Aber werden die Schnittstellen zwischen Heizung, Lüftung, Luftentfeuchtung, Abwärmenutzung und Warmwasseraufbereitung von Anfang an richtig geplant, sinken die späteren Energiekosten massiv.»

> **«Mit ein paar Massnahmen lässt sich der Energiebedarf einer Sauna um rund 40 Prozent senken.»**
>
> **CAROLINE WÜEST**
> WELLNESSBERATERIN
> FIRMA KLAFS, BAAR

Dies bestätigt auch Beat Anthamatten, Direktor des Hotels Ferienart in Saas-Fee. Bereits 2001 setzte er ein umfassendes Minergiekonzept um.

Im Zentrum steht eine ausgeklügelte Klimatisation, welche die gesamte Abluft aller Zimmer und des Wellnessbereichs sammelt. Die darin enthaltene Wärme wird über Wärmetauscher zur Aufwärmung der Frischluft genutzt. Fällt dabei überschüssige Energie an, wird sie für die Warmwasseraufbereitung verwendet. Doch müsse man auch die Gäste für ein energiebewusstes Verhalten gewinnen, betont Anthamatten: «Es ist sehr wichtig, Nachhaltigkeit und Energiesparmassnahmen aktiv zu kommunizieren. Denn ein ganzheitliches System wirkt nur, wenn der Gast aktiv mitmacht – darin liegt das grösste Einsparungspontenzial.»

www.klafs.ch
www.ferienart.ch

«Überall wo Menschen verpflegt werden sind wir dabei»

Ob Hotelier, Gastronom, Detaillist oder Grossverbraucher von Lebensmitteln und Non Food Artikeln, Prodega/Growa Cash+Carry bedient mit einem umfassenden Vollsortiment von über 30'000 Artikeln die ganze Branche. Das Angebot reicht von Grundnahrungsmitteln über alle Dinge des täglichen Bedarfs. Dazu kommt ein grosses Angebot an Wein und Spirituosen.

«352 Mitarbeiter mit Gastronomie-Erfahrung ...nur bei uns!»

Bernhard Rüeggsegger, Koch
Stellvertretender Geschäftsführer
Growa Markt Wilderswil

Mitarbeitende mit Gastronomie-Erfahrung

Wer bei der Prodega/Growa Cash+Carry einkauft merkt schnell: hier arbeiten Menschen mit einem breiten Wissen. Ob in der Food-Abteilung, im Früchte+Gemüse-Bereich, in der Metzgerei, Molkerei oder ganz einfach in allen Warengruppen. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Moosseedorf/BE legt viel Wert darauf, dass die 1'200 Mitarbeitenden die Kunden optimal beraten und bedienen. Dafür werden diese regelmässig an hauseigenen Schulungen trainiert.

Garantierte Frische dank Cool Way

Begehbare Kühlschränke findet man nicht alle Tage und nicht überall. Bei der Prodega/Growa Cash+Carry werden diese kurz «Cool Way» genannt und gehören zur Standardeinrichtung aller Märkte. Diese weisen stattliche Dimensionen bis zu 1'000 m² auf und hinter den modernen Glastüren warten über 5'000 Artikel aus den Bereichen Metzgerei/Fisch, Molkerei, Früchte und Gemüse sowie Tiefkühlprodukte darauf, entdeckt zu werden. Konstant richtige Temperaturen sind dank den unterschiedlichen Kühlzonen selbstverständlich.

Cool bleiben mit Freezy

Vom Produktionsort bis in den Kühlschrank oder Tiefkühler ohne die Kühlkette zu unterbrechen, das ist das Leitmotiv für Freezy. Die Prodega/Growa Lieferanten gewährleisten eine geschlossene Kühlkette bis in den Kühlraum sämtlicher Märkte. Für den Transport der eingekauften Frischprodukte bietet der Abholgrosshändler Kühltaschen und kostenlose Kühlelemente an. So bleiben die Einkäufe frisch und ohne Qualitätseinbussen.

«Die Geschäftsleitung hat ein offenes Ohr und unterbreitet Vorschläge, der Empfang ist persönlich und sympathisch und die Mitarbeitenden beraten die Kunden optimal.»

René Müller
Restaurant du Club Nautique
1110 Morges

Früchte und Gemüse zweimal täglich frisch

Frischer geht es kaum noch. Zweimal täglich werden Artikel im Früchte – und Gemüsebereich angeliefert. Das Angebot reicht von ganzjährig oder saisonal verfügbaren bis hin zu einheimischen und exotischen Produkten.

Dirk und Desirée Post
Hotel- und Kongresszentrum
Fürigen

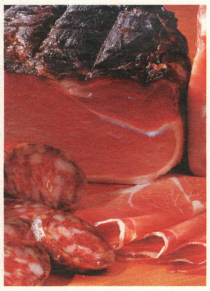
«Durch den persönlichen Einkauf kann der Warenbestand niedrig gehalten werden. Gerade im Frischprodukte-Bereich, wo die Haltbarkeitsdauer beschränkt ist, können Abschreiber auf ein absolutes Minimum reduziert werden. Und zudem ermöglicht der persönliche Einkauf in der Prodega ein rasches Reagieren auf kurzfristige Anfragen.»

Regionalität

Nebst dem Standardsortiment werden, je nach geografischer Lage, auch regionale Spezialitäten angeboten. So versteht es sich von selbst, dass der Kunde im Tessin einen typischen Mortadella di fegato crudo findet, während dem im Waadtland die Saucisse aux choux für Genuss sorgt und im Graubünden Capuns und Pizokel dem Kunden Freude bereiten. Dabei ist die Berücksichtigung von lokalen Produzenten eine Selbstverständlichkeit, denn kurze Transportwege schützen die Umwelt und erzeugen auch weniger Kosten. Letztendlich zu Gunsten der Kunden.

«Regionale Produkte sind ein wesentlicher Bestandteil unseres Angebots sowohl für die einheimische Kundschaft als auch für Touristen, die die Spezialitäten der Region beziehungsweise unserer mediterranen Küche entdecken möchten.»

Adolfo Pizzolitto
Ristorante Aeroporto
6596 Gordola/TI



Wein und Spirituosen

Vom einheimischen Pinot Noir bis hin zu Spezialitäten aus Übersee – für jeden Weinliebhaber findet sich das Passende. In einer einzigartig breiten Auswahl und zu mehr als fairen Konditionen bietet diese Abteilung auch Champagner, Cognac, Brandy, Rum, Williamine oder in einfachen Worten gesagt, über 1'400 verschiedene Spirituosen an.

Eigenmarke Excellency

Nebst den gängigen Marken führt Prodega/Growa auch Eigenmarken in ihrem Sortiment. Über 400 Artikel bieten Qualität und ein exzellentes Preis-/Leistungsverhältnis. Die Lebensmittel und Artikel wie z.B. Eistee, Kaffee, Speiseöl Pasta, Teigrollen, Reibkäse, Gewürze, Lachs, gebrannte Wasser, Papierhandtücher und vieles mehr, sind sorgfältig hergestellt und bieten auch preisbewussten Köchen hochwertige Produkte.

Marktführer in der Schweiz

Die Prodega/Growa Cash+Carry ist das grösste Cash+Carry Unternehmen der Schweiz. Vor 44 Jahren gegründet, ist sie heute eine Division der transGourmet Schweiz AG, einem Joint Venture der Detailhandelsunternehmen Coop (Schweiz) und Rewe (Deutschland).

Zurzeit ist Prodega/Growa mit 25 Märkten in der ganzen Schweiz gut vertreten. Im nächsten Jahr kommen die Standorte Basel und Winterthur dazu. Gut präsent in allen Sprachregionen, ist Prodega/Growa Cash+Carry der einzige dreisprachige Abholgrosshandel der Schweiz.

www.prodega.ch
www.growa.ch

Prodega/Growa Cash+Carry
Lochackerweg 5
3302 Moosseedorf
Telefon 031 858 48 48

cash+carry prodega

cash+carry growa

INFORMATIONEN RUND UMS BARGELDLOSE ZAHLEN

Bei SIX Multipay wird Sicherheit gross geschrieben!

In letzter Zeit sind verschiedene Schweizer Hotels Opfer von Kartendatendiebstahl geworden. In einigen Fällen benutzten die Täter einen sogenannten «Trojaner», der unbemerkt in die Computersysteme eingeschleust wurde.

Diebstahl und missbräuchlicher Einsatz von Karteninhaberdaten haben in den letzten Jahren leider zugenommen. Die finanziellen Schäden belaufen sich auf Millionen Schweizer Franken und gehen zum grössten Teil zu Lasten der betroffenen Händler.

Vor diesem Hintergrund haben die führenden Kartenorganisationen – Visa, MasterCard, American Express, Discover/Diners Club und JCB – im Jahr 2006 einen weltweit gültigen Sicherheitsstandard zum Schutz der Kartendaten eingeführt: den «Payment Card Industry Data Security Standard» (kurz PCI DSS).

Die Massnahmen

Im Zentrum stehen ein Dutzend konkrete Anforderungen für den Umgang mit Karteninhaberdaten. Die Kartenorganisationen verlangen, dass alle an der Abwicklung von Kartenzahlungen Beteiligten ihre Sicherheitsvorkehrungen überprüfen und zertifizieren. In diesem Zusammenhang hat SIX Multipay ein Webportal eingerichtet, auf dem die Vertragspartner den sogenannten Selbstdeklarations-Fragebogen (SAQ) online ausfüllen und die Einhaltung der Richtlinien von PCI DSS bestätigen können.

Mit der Umsetzung der «PAN Truncation», welche die Kartennummer bis auf die letzten 4 Ziffern unkenntlich macht, hat SIX Multipay eine weitere Sicherheitsmassnahme getroffen. Darüber hinaus kommt SIX Multipay der Forderung der Kartenorganisationen nach, die Ablösung aller Zahlterminals, die keine Chipkarten lesen können, bis Mitte 2010 zu forcieren.

SIX MULTIPAY

SIX Multipay ist das führende Acquiring-Unternehmen in der Schweiz. Als Marketing- und Verkaufsorganisation schliesst SIX Multipay Verträge mit Händlern für die Akzeptanz von bargeldlosen Zahlungsmitteln. Daneben bietet SIX Multipay zahlreiche innovative Mehrwertdienstleistungen.

SIX Multipay ist ein Unternehmen von SIX Group AG. Diese bietet weltweit erstklassige Dienstleistungen in den Bereichen Wertschriftenhandel und -abwicklung sowie Finanzinformationen und Zahlungsverkehr.

INTERVIEW MIT CHRISTIAN SCHMITZ, PCI OFFICER VON SIX MULTIPAY

CHRISTIAN SCHMITZ

Herr Schmitz, was tut SIX Multipay für die Datensicherheit?
SIX Multipay investiert viel Zeit und Energie im Kampf gegen den Diebstahl, den illegalen Handel und den betrügerischen Einsatz von Karteninhaberdaten. Wir haben uns selber einer Zertifizierung nach PCI DSS unterzogen, dabei zahlreiche Prozesse optimiert und unsere Netzwerke noch stärker segmentiert. Ebenfalls werden Mitarbeitende, die mit Karteninhaberdaten in Berührung kommen, laufend sensibilisiert.

Und extern?
Extern sind wir – trotz laufender Information in Mailings, in unserem Kundenmagazin «accept», an Fachtagungen und während Kundenbesuchen – noch nicht ganz soweit. Während grosse Händler und Unternehmen, die Kartenzahlungen im Auftrag eines Händlers abwickeln, mehrheitlich zertifiziert sind, tun sich viele kleinere Vertragspartner mit dem Thema noch schwer.

Warum?
Der Grund dafür liegt meist bei den Investitionen, die zum Schutz der Karteninhaberdaten getätigt werden müssen – zum Beispiel für die Ablösung alter Software und Zahlterminals, für die Einführung neuer Prozesse und Arbeitsabläufe oder für Beratungsdienstleistungen. Verglichen mit den Kosten, die durch einen Kartendatendiebstahl entstehen können, sind diese Investitionen allerdings klein.

Was sind denn die Folgen eines Kartendatendiebstahls?
Neben den finanziellen Konsequenzen – wie Bussen, Schadenersatz, Gerichtskosten und dem Schaden, der durch den Einsatz der gestohlenen Karteninhaberdaten entstanden ist – erleiden betroffene Unternehmen oft einen Imageschaden. Gemäss einer Umfrage würden zudem drei von vier Karteninhabern nicht mehr bei einem Händler einkaufen, der Opfer eines Kartendatendiebstahls wurde.

Welche Vorkehrungen kann ein Händler treffen?
Ein Händler kann sich auf verschiedene Weise wappnen: Indem er sensitive Daten, sofern überhaupt benötigt, verschlüsselt und von den übrigen Bereichen isoliert. Indem er in seinem Netzwerk geschützte Zonen einrichtet. Indem er nicht mehr benötigte Kartendaten laufend löscht. Indem er seine Antivirenprogramme und Firewalls immer auf dem neuesten Stand hält. Indem er die getroffenen Massnahmen laufend überprüft.
Fakt ist, dass jeder Händler Ziel eines Angriffs werden kann. Doch mit der Umsetzung der Richtlinien von PCI DSS lässt sich das Risiko markant reduzieren. Ganz wichtig ist deshalb, dass sich alle Händler über die möglichen Schutzmassnahmen informieren.

Weitere Informationen:
www.six-multipay.com/de/data-security
www.pcisecuritystandards.org

TIEFERE KOMMISSIONEN DANK DYNAMISCHER WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Empfangen Sie regelmässig internationale Gäste? Dann profitieren Sie mit der dynamischen Fremdwährungsumrechnung gleich mehrfach!

Die dynamische Währungsumrechnung (Dynamic Currency Conversion, DCC) wandelt den Rechnungsbetrag von Kredit- und Debitkarten direkt in die Währung Ihres internationalen Gastes um.

Die Vorteile für Sie als Hotelier …

Als Hotelier profitieren Sie in erster Linie vom Währungsgewinn, an dem SIX Multipay Sie beteiligt. Die Umrechnung zum attraktiven Wechselkurs reduziert Ihren Kommissionssatz spürbar. Durch die Auszahlung in Schweizer Franken entfällt das Fremdwährungsrisiko.

Dabei verursacht die dynamische Währungsumrechnung keinen Mehraufwand: Beim Einstecken der Karte erkennt das Zahlterminal automatisch das Herkunftsland der Karte. Die Verarbeitung erfolgt im Nu.

… und für Ihre Kunden

Ihr Kunde sieht auf dem Zahlterminal den Betrag in seiner Heimwährung und in Schweizer Franken. Er entscheidet mit einem Tastendruck, in welcher Währung er bezahlen möchte – und weiss bereits jetzt, was ihm auf der Kartenabrechnung belastet wird. Ihre internationalen Gäste werden diese Zusatzdienstleistung schätzen und sich zu Hause über die vereinfachte Spesenabrechnung und den vorteilhaften Umrechnungskurs freuen.

DYNAMIC CURRENCY CONVERSION

Geringer Aufwand – grosser Nutzen

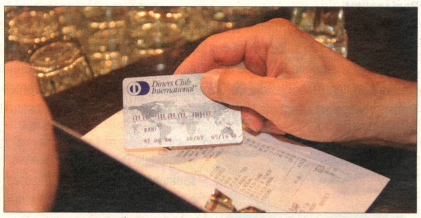
Die dynamische Währungsumrechnung funktioniert auf allen EMV/ep2-Terminals, die Chipkarten lesen können. Dazu gehören die Zahlterminals davinci, xenta und xentissimo von SIX Card Solutions. Mit einer Zusatzvereinbarung zum Akzeptanzvertrag wird die dynamische Währungsumrechnung kostenlos aufgeschaltet und reduziert vom ersten Tag an die Kommission für ausländische Transaktionen.

Fordern Sie eine Offerte an unter:
dcc@six-multipay.com
Weitere Informationen:
www.six-card-solutions.com
www.six-multipay.com/de/dcc

MEHR UMSATZ MIT DEN KREDITKARTEN DINERS CLUB UND DISCOVER

SIX Multipay bietet ab Januar 2010 auch die Verarbeitung der Kreditkarten Diners Club und Discover an. Damit erweitert SIX Multipay ihre Angebotspalette – bestehend aus den Kreditkarten Visa, MasterCard und JCB, den Debitkarten V Pay, Visa Electron und Maestro sowie der Wertfunktion CASH – um zwei bedeutende Kartenmarken.

In Europa ist vor allem Diners Club bekannt. Die Karte wird in der Schweiz von rund 40 000 und weltweit von rund 8 Millionen Karteninhabern genutzt, während auf Discover Card über 50 Millionen Karteninhaber vertrauen, vorwiegend aus den USA.



Diners Club INTERNATIONAL

DISCOVER

Händler, die sich für die Aufschaltung der Diners Club Card entscheiden, akzeptieren – zu den gleichen Konditionen – automatisch auch die Discover Card. «Mit der gleichzeitigen Akzeptanz der Kreditkarten Diners Club und Discover erschliesst sich der Händler einen interessanten neuen Kundenkreis und damit ein grosses Umsatzpotential», sagt Dön Nguyen-Quang, Head Marketing & Corporate Services von SIX Multipay.

Der anspruchsvolle Konsument will stets mit seiner bevorzugten Karte bezahlen. Tragen Sie mit der Akzeptanz der Kreditkarten Diners Club und Discover den Kundenbedürfnissen von heute Rechnung. Gerne unterbreitet Ihnen SIX Multipay eine Offerte.
Weitere Informationen:
www.six-multipay.com/de/creditcards