

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2009)
Heft: 41

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: 02.08.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 398 Stellenangeboten



Haarige Ideen

Vorschläge für Köche und Serviceangestellte, die ihre immergleiche Frisur längst satt haben. Seite 15 und 16

Ferientag

Die Teilnehmer waren sich einig: Stadt- und Bergtourismus sollten enger zusammenarbeiten. Seite 2

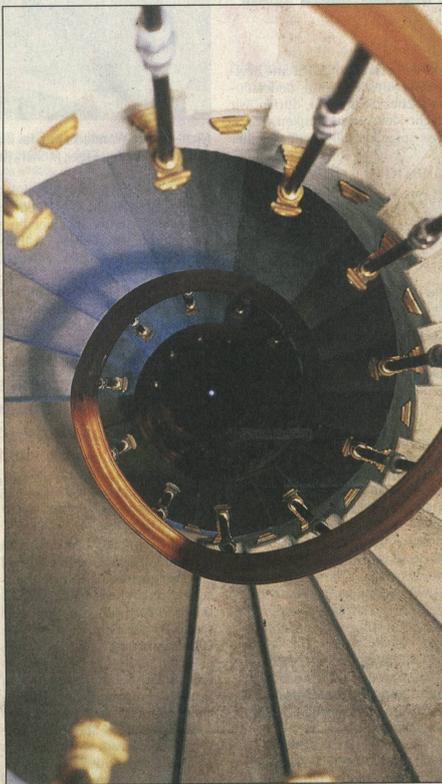
Kochen am TV

Daniel Bumann, Alfons Schubbeck und Christa Rigozzi gehen auf Sendung. Seite 18 und 19

Igeho 2009

«Es entstehen ganz neue Formen des Ausstellwesens. Wir verkaufen nicht mehr einfach nur Messe-Fläche.» Seite 7

Matthias Lagger, Igeho-Messeleiter



Hotelpreise steigen mal hoch, mal runter: Im Parkhotel Weggis findet der Gast vorläufig keine dynamischen Tagespreise.

Das Spiel mit dem Preis

Airlines seit langem, Helvetic Tours seit kurzem: Sie setzen auf flexible Tagespreise. Schweizer Hoteliers binden Gäste lieber mit Mehrwert.

CHRISTINE KÜNZLER

Natürlich spielen wir mit Preisen, aber noch lieber mit Kategorien», sagt Jörg Rudolf von Rohr, Direktor des «Schweizerhofs» in Zürich. Und die meisten seiner Branchenkollegen und -kollegen ergänzen: «Wir setzen lieber auf Mehrwert als auf flexible Tagespreise. Kettenhotels und Airlines jedoch arbeiten seit längerem mit Preisen, die sich täglich ändern. Helvetic Tours hat das neu eingeführt: Der Reiseanbieter drückt nur noch Kataloge ohne Preise, denn die wer-

den stets der Marktlage angepasst. Yield-Management, sagt Tourismusprofessor Hansruedi Müller, hat sich in der Schweizer Hotellerie noch nicht fest etabliert. Wer damit arbeiten wolle, brauche viel Know-how und Fingerspitzengefühl. Eine genaue Marktbeobachtung, wie sie das Mövenpick Hotel Zürich Airport und das «Ritz Carlton» in Berlin betreiben, sei unerlässlich. Es genüge nicht, die eigenen Kapazitäten zu kennen, sondern auch jene der Mitbewerber wollen beobachtet sein, gibt Müller zu bedenken.

Eine andere Möglichkeit, Betten zu füllen, sind Auktionsplattformen wie Ebay und Ricardo. Dort kann der Kunde zu einem günstigeren Preis einen Hotelgutschein erwerben. Andrea Strübin von der TreffHotel.AG: «Bei den Stadthotels lasten wir so die Wochenenden besser aus, in den Saisonbetrieben die Zwischensaison.» Wer sein Hotel nicht selbst auf die Plattform stellen will, bekommt Hilfe von entsprechenden Dienstleistern. Seite 9 bis 14

Kommentar

Herbstzeit. Erntezeit. Milestone-Zeit. 20 Nominierte.



ELSBETH HOBMEIER

Es ist Herbst. Wenn die Kürbisse orange prangen, wenn die Trauben schwer an den Stöcken hängen und sich die Bäume unter der Last der Früchte biegen, ist Zeit zum Ernten. Es ist Herbst. Wenn die Ideen der Schweizer Tourismusleute reif sind, dann sollen auch sie geerntet und mit Stolz präsentiert werden. Mit dem Ziel, dass sich viele andere Tourismusleute überlegen, ob dies, in abgewandelter Form, auch für die eigene Destination, fürs eigene Hotel, für den eigenen Betrieb eine gute Idee wäre.

«Die Saat ist aufgegangen. Schöner als wohl je erwartet.»

Es ist Herbst, Zeit für den Milestone, den von der hotel revue, dem Seco und dem STV verliehenen Schweizer Tourismuspreis. Er stellt die nahezu ideale Plattform dar, erfolgreiche Projekte zu präsentieren. Und mit offenen Augen und Ohren zu verfolgen, was sich in der Branche an Innovation tut. Der Milestone wird heuer zum zehnten Mal verliehen – ein kleines Jubiläum, das es zu feiern gilt. Den Grundstein zum Meilenstein hat der damalige htr-Chefredaktor Peter Kühler in weit-sichtiger Weise gelegt. Die Saat ist aufgegangen, schöner als wohl je erwartet. Fast 90 Projekte wurden 2009 eingereicht. Die meisten waren so gut, dass sich die Jury mit dem Entscheid schwertat, welche 20 Ideen zu nominieren waren. Die Wahl ist getroffen. Die Anwärter für den Milestone, den Nachhaltigkeits- und den Nachwuchspreis stehen fest. Wir stellen sie in dieser Ausgabe vor. Und freuen uns auf die Ernte.

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



Neue Produkte

Die Marke Wallis macht wieder von sich reden

Lange war es ruhig um die Dachmarke Wallis. An der «Foire du Valais» in Martigny warteten die Verantwortlichen aber fast täglich mit einer Neuigkeit auf. So gibt es neu ein Mineralwasser der Marke Wallis, das vor allem über die gehobene Hotellerie und Gastronomie vermarktet werden soll. Später soll ein Fendant der Marke Wallis folgen. Die Idee dieses Pilotprojekts in Zusammenarbeit mit dem Branchenverband für Walliser Weine ist, das Image des Fendants in der breiten Bevölkerung aufzuwerten. Yan Aymon, Direktor des Vereins Marke Wallis, setzt dabei auf hohe Qualitätsansprüche. tl Seite 3

10 Jahre Tourismuspreis

Milestone: Die besten Projekte des Jahres sind nominiert

Am 17. November werden die Gewinner des Milestone 2009 feststehen und im Rahmen eines Jubiläumsanlasses im Kultur-Casino in Bern prämiert. Heute präsentiert die htr hotel revue die 20 Projekte, welche die Jury aus den 89 eingegangenen Bewerbungen zu den möglichen Gewinnern des diesjährigen Tourismuspreises zählt. Die Fachjury mit Richard Kämpf vom Seco, Mario Lütolf vom Schweizer Tourismus-Verband STV und Elsbeth Hobmeier von der htr hotel revue hatte die nicht leichte Aufgabe, die aussichtsreichsten, besten, überraschendsten und auch öko-

nomisch gewinnbringendsten Projekte zu küren.

Die Milestone-Jury und der Projektleiter Alberto Vonaesch sind mit der Anzahl der eingegangenen Projekte und deren Qualität zufrieden. Besonders positiv sei die diesjährige, relativ hohe Anzahl von Bewerbungen aus der Roman-



Der begehrte Milestone wird am 17. November verliehen. Seite 4 bis 6 und 27

MIRELA – die Backoffice-Gesamtlösung von MIRUS und HOTELA.

M@IRELA

www.mirela.ch



Aus der Region

Solothurn

Start der Studie zur touristischen Wertschöpfung

Im Auftrag des Dachverbandes Kanton Solothurn Tourismus erarbeitet Rütter & Partner, sozio-ökonomische Forschung und Beratung in Rüslikon, eine Wertschöpfungsstudie zum Stand des Tourismus im Kanton. Ziel ist laut Jürgen Hofer, Geschäftsführer Kanton Solothurn Tourismus, die Schaffung von Grundlagen für die zukünftige kantonale Tourismuspolitik. Der Schlussbericht wird Ende April 2010 erwartet. Er könnte die Grundlage für allfällige Projekte im Rahmen der 2. Phase der Neuen Regionalpolitik des Bundes (NRP) 2012-15 bilden. kjv

Bern

Grindelwald erzielte im August Rekordergebnis



Swiss-Image

Grindelwalds Logiernächte legten im August gegenüber dem Vorjahr um 6 Prozent zu: 3589 Logiernächte mehr. Die Jungfrau Region Marketing AG zeigt sich insgesamt mit einem leichten Minus von 0,8 Prozent zufrieden. Grund ist der Einbruch von minus 23 Prozent bei den Engländern, dem zweitgrössten Herkunftsmarkt der Jungfrau-Region. Dafür besuchten deutlich mehr Schweizer die Region und verzeichneten mit 3773 mehr Logiernächten ein Plus von 17 Prozent. kjv

Bio-Restaurant Vatterland schliesst

Das Berner Bio-Restaurant Vatterland über dem gleichnamigen und zum gleichen Unternehmen gehörenden Bio-Supermarkt schliesst per Ende Jahr. Grund ist die mangelnde Tragfähigkeit des Gastro-Konzepts, bei dem ausschliesslich mit Produkten aus biologischem Landbau gekocht wird. Im März 2010 eröffnen dann die Zürcher ZFV-Unternehmungen über dem Bio-Supermarkt ein Mishio-Restaurant. Es ist das vierte seiner Art. Das Konzept bietet thailändische, vietnamesische und chinesische Garküche mit integriertem Take-away. gsg

Korrigendum: Alle sitzen am gleichen Tisch

Katherine von Ah ist Direktorin von Jura bernois Tourisme und nicht wie irrtümlich geschrieben Präsidentin von Jura Région (Artikel «Berner wollen noch nicht fusionieren», htr Nr. 39). Jura bernois Tourisme ist zusammen mit Jura Tourisme und Tourisme neuchâtelois in der Destination Jura Région (ehemals Watch Valley). Katherine von Ah hält fest, dass die Betroffenen seit bald 10 Jahren am selben Tisch sitzen. Die neue Marketingkooperation Jura & Drei Seen-Land, wird zurzeit aufgebaut. «Wir diskutieren nicht dezentral, haben jedoch unsere Arbeitsplätze dezentral», stellt Katherine von Ah richtig. Wir bitten, das Missverständnis zu entschuldigen. ck

Stadt Bern trifft Jungfrau

Die Beziehung von Stadt- und Bergtourismus war Thema am Tessiner Ferientag. Dabei kam es zu einem kuriosen Vorschlag aus dem Berner Oberland.

GERHARD LOB

Braucht der Berg die Stadt oder braucht die Stadt den Berg? Diese Frage bildete den Leitfadn

am 3. Tessiner Ferientag, der soeben in Lugano stattfand. Urs Kessler, Chef der Jungfrauabahn, sprach als Gastredner über die Bergwelt «als Ergänzung zur Stadt». Was früher als Gegensatz empfunden wurde, werde heute immer mehr als gemeinsamer Lebensraum erfahren. Die Berge bildeten Erholungsraum für die Stadt, und die Stadt biete ein zusätzliches Potenzial für Besucher in den Bergen.

Aufhorchen liess vor allem, welche Schlussfolgerung Kessler aus

dieser Betrachtung für seine Region zog: «Bei der Bildung neuer touristischer Strukturen dürfen wir nicht kleinkariert denken.» Konkret sprach er die Schaffung einer einzigen Destination

«Die Destinationen Bern und Jungfrau verfügen über das Gütesiegel (Welterbe).»

Urs Kessler
CEO Jungfrauabahn

«Bern-Jungfrau» an, welche das Jungfrau-gebiet und die Stadt Bern unter einem Dach vereinen solle. Berner Ober- und Unterland sollten an einem Strang steigende Übernachtungszahlen. Berns Stadtpräsident Alexander Tschäppät – ebenfalls als Redner eingeladen – freute sich über diese Vision und insbesondere das Berner Wappen im Logo der neuen, imaginären Destination Bern-Jungfrau. «Der Städtetourismus ist im Kommen», so Tschäppät. In Bern jedenfalls konstatierte man



Swiss-Image

Nicht nur die Wanderer auf der Bussalp, sondern die Touristiker der Stadt Bern sollen Eiger, Mönch, Jungfrau neu ins Blickfeld nehmen.

«Der neue Ansatz zum Destinationsmarketing ist momentan wohl der richtige Weg.»

Markus Lergier
Direktor Bern Tourismus

Berns Stadtpräsident Alexander Tschäppät – ebenfalls als Redner eingeladen – freute sich über diese Vision und insbesondere das Berner Wappen im Logo der neuen, imaginären Destination Bern-Jungfrau. «Der Städtetourismus ist im Kommen», so Tschäppät. In Bern jedenfalls konstatierte man steigende Übernachtungszahlen. Berns Stadtpräsident Alexander Tschäppät kam zum Schluss: «Wir müssen uns nicht gegenseitig bekämpfen, unsere Konkurrenz befindet sich ausserhalb unseres Landes.»

nungszeiten erhielt jedenfalls reichlich Applaus.

Doch zurück zur Destination Bern-Jungfrau. Wiesieht man diese Idee bei Bern Tourismus? Direktor Markus Lergier erklärt auf Anfrage: «Wenn wir bei Null beginnen und die touristische Destinationsarchitektur auf ein weisses Blatt zeichnen könnten, würde ich diese Frage mit einem imperativen Ja beantworten.» Bern-Jungfrau wäre ein Branding-Dream-Team der Extraklasse: Seen, Berge, Täler, Stadt, Kultur

wäre unter einer Dachmarke. Es wäre die Maximalvariante. Die Realität sieht laut Lergier aber anders aus: «Das Blatt ist nicht mehr weiss, im Gegenteil. Die regionalen, subregionalen und lokalen Destinationen und Marken sind historisch gewachsen und haben sich verfestigt. Fusionen scheiterten immer noch. Immerhin habe die heutige Touristiker- generation den Trend zur stärkeren Zusammenarbeit erkannt und setze auf Vernetzung. «Deshalb ist der neue Ansatz zum Destinationsmarketing momentan wohl der richtige Weg.» Will heissen: Regionale Vermarktung unter einem Dach – die subregionalen Tourismusorganisationen bleiben bestehen – und es gibt offene Strukturen.



Nachgefragt

Moritz Leuenberger

Funktion: Bundesrat, Vorsteher des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK

1. Am Ferien-Tourismus-Tag war das Verhältnis Stadt/Berge ein Thema. Haben Sie lieber Stadt oder Berge? Die Schweiz lebt von beiden, Berge und Städte sind attraktiv und ergänzen sich wunderbar.

2. Sie sprachen in Lugano über Profis und Amateure im Tourismus. Was wollten Sie damit aufzeigen? Jeder Wirtschaftszweig, insbesondere der Tourismus, lebt nicht nur von brillanter Professionalität, sondern muss mit dem Herzen betrieben werden. Die Freundlichkeit der Menschen auf der Strasse, in den Zügen oder in Läden spielt für die touristische Attraktivität eines Landes eine wichtige Rolle.

3. In Ihre Kompetenz fällt ein wichtiges Plus des Tourismus-Angebots der Schweiz: Die Infrastruktur mit Zügen, Strassen, Seilbahnen. Kann deren Qualität in Zukunft gewährleistet werden? Es wäre kurzfristig gedacht, hier sparen zu wollen. Wenn der Unterhalt der Infrastruktur verspätet nachgeholt wird, kostet es doppelt so viel. Alle Regionen der Schweiz verlangen nach einem Ausbau und klagen über volle Züge. Wir müssen das beheben, aber auch bezahlen.

4. Wie stehen Sie zur Tessiner Idee «Gottardo 2020 als Landesausstellung zur Eröffnung des neuen Gotthard-Basistunnels?» Ich finde es toll, dass dieses Projekt lanciert wird. Wir müssen aufpassen, dass wir den neuen Gotthard-Tunnel nicht nur als Zeitersparnis im Sinne einer technischen Innovation sehen, sondern als Bauwerk, das unser Land intern und mit den Nachbarländern verbindet. gl

Entrée: Hôtel de la Dent-Blanche et d'Evolène. Mehr auf www.htr.ch/hotelarchiv



Harald Bichler/Schweiz/ZZG

Marke Wallis will durchstarten

Ein Buch, ein Mineralwasser und bald eine spezielle Flasche Wein: Die Promotoren der Marke Wallis haben in den letzten Tagen gleich mehrere Neuigkeiten präsentiert.

HERES LAGLER

Der Sprachenstreit rund um die Dachmarke Wallis sorgt vor etwas mehr als einem Jahr für nationale Schlagzeilen. Die Oberwalliser Volksseele kochte, weil das Logo der Marke nur noch französischsprachig vorgesehen war. Mittlerweile haben sich die Wogen geglättet, wie Yvan Aymon, Direktor des Vereins Marke Wallis, betont. «Die Unternehmer und Veranstalter arbeiten mit der Marke. Das ist an der Foire du Valais in Martigny schön zu beobachten.» Aymon selbst nutzt die Messe, die noch bis am 11. Oktober dauert, um Neuigkeiten zu präsentieren und die Akzeptanz der Marke voranzutreiben. «Man muss zuerst die eigene Familie überzeugen, erst dann kann man auch die Welt überzeugen», so Aymon. Waren bisher vor allem Grundlagenpapiere vorhanden, so punktet der Verein Marke Wallis nun mit konkreten Produkten. Da ist zum einen das Buch «Wallis, Leib & See-

le», das in der französischen Schriftenreihe «Corps & Ame» erschienen ist (siehe Box). Es porträtiert den Kanton Wallis auf 96 Seiten und hält sich dabei strikt an die Bildwelten der Marke. Der Verein Marke Wallis nutzt den Bildband als Give-away, der Vertrieb selber läuft über den französischen Verlag.

Hohe Qualitätsansprüche auf allen Ebenen

Zum andern gibt es neu ein Mineralwasser der Marke Wallis. «Das ist für uns ein ideales Marketingmittel. Wasser steht für die Werte Reinheit und Wohlbefinden»,

Fakten Eine ganz spezielle Visitenkarte

Das Buch «Wallis Leib & Seele» versteht sich als kulturelle Visitenkarte. Es will ein hochwertiges Image vermitteln, zur Verbreitung der Kultur beitragen und alle Akteure unter einem Dach vereinen. In der



Schriftenreihe des französischen Verlags «Corps & Ame Edition – Comanaging» sind mit der Normandie, der Champagne und der Picardie bisher nur französische Regionen porträtiert worden. Der Wallis-Bildband kostet 39 Franken. t

hält Yvan Aymon fest. Das Spezielle am neuen Mineralwasser: Involviert in die Herstellung sind nur Walliser Unternehmen, die mit dem Qualitätsgütesiegel «Valais Excellence» ausgezeichnet sind. Während die Firma Univerre Pro Uva mit Sitz in Sierre für die Flaschenproduktion zuständig ist, liefert die Aproz Source Minérales SA den Inhalt. Für Yvan Aymon ist der hohe Qualitätsanspruch unabdingbar: «Unsere Marke ist an Valais Excellence gekoppelt. Ich bin überzeugt, dass dies der richtige Weg ist.» Begeistert vom neuen Produkt ist jedenfalls Vincent Bornet, Vizedirektor von Wallis Tourismus. Das einheimische Mineralwasser entspreche den Erwartungen der Gäste, die auf der Suche nach Authentischem seien. Bornet bezeichnet das Wasser schlicht als «Must» für Hoteliers und Gastronomen. Erhältlich ist es in Halbliter- und Literflaschen.

Image-Kur für Fendant in Angriff genommen

Doch beim Wasser soll's nicht bleiben. Der Verein Marke Wallis hat am Dienstag gemeinsam mit dem Branchenverband der Walliser Weine bekannt gegeben, dass ein Fendant der Marke Wallis in den Verkauf kommen soll. Geplant ist,

den aus den Trauben von 2010 und 2011 gekelterten Fendant entsprechend zu vermarkten.



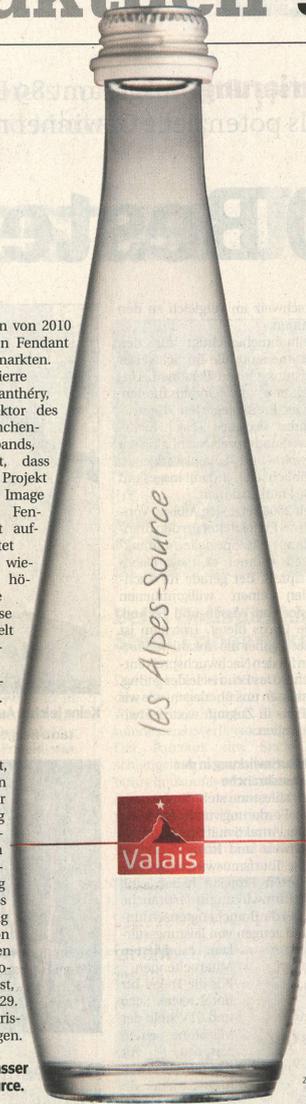
«Unsere Marke ist ans Qualitätsgütesiegel gekoppelt. Das ist für uns der richtige Weg.»

Yvan Aymon
Direktor Verein Marke Wallis

Handlungsspielraum noch offen

Unklar ist zurzeit, mit welchen Mitteln die Promotoren der Marke Wallis künftig arbeiten können. Geplant ist, den Verein in die neue Organisation Wallis Werbung zu überführen. Dies hätte eine Erhöhung des Jahresbudgets von 1,5 auf 10 Millionen Franken zur Folge. Voraussetzung dafür ist, dass die Walliser am 29. November das Tourismusgesetz genehmigen.

Das neue Mineralwasser Valais les Alpes-Source.



Aus der Region

Zentralschweiz

Weggis Vitznau Rigi und Luzern: vereinte Zukunft.



Die Luzern Tourismus AG (LTAG) und Weggis Vitznau Rigi Tourismus (WVRT) werden per 1. Januar 2010 zusammen gehen. Die Mitglieder von Weggis Vitznau Rigi Tourismus haben an einer ausserordentlichen GV der vorbereiteten Kooperations- und Leistungsvereinbarung zwischen den beiden Tourismusorganisationen zugestimmt. kjv

Zürich

Flughafen Zürich statt «Unique»: Neues Firmenlogo

Der Flughafen Zürich schafft den Markennamen «Unique» ab. Ab Frühjahr 2010 treten der grösste Schweizer Flughafen und dessen Betreiberin nur noch unter «Flughafen Zürich» auf. Das neue Logo mit blau-schwarzer Schrift werde ab der GV im April 2010 schrittweise eingeführt. Die Doppelbezeichnung von Flughafen Zürich AG und dem Zusatz Unique habe häufig zu Konfusionen geführt, räumte Flughafen-Sprecherin Sonja Zöchling ein. kjv/sda

Graubünden

Flims konkurriert mit Davos als Kongressstandort



Mit der Eröffnung der neuen Event- und Curlinghalle des Luxushotels «Waldhaus» hält Flims Einzug in die Liga der grossen Kongressorte im Schweizer Alpenraum. Die so genannte Waldhaus Arena bietet Platz für Veranstaltungen mit bis zu 1800 Personen. Zusammen mit der Infrastruktur des «Waldhaus» ist das Tagungsraum-Angebot laut Direktor Christoph Schlosser neu mit dem Davoser Kongresszentrum vergleichbar. Dort wird das WEF durchgeführt. kjv/sda

Zürichs Potenzial für Kongresse

Zürich hat noch Potenzial im Kongresstourismus. Eine GDI-Studie kommt sogar zum Schluss, dass die Stadt auch zwei Kongresshäuser vertragen könnte.

GUARDRIN SCHLENZCEK

Der Kongresstourismus in Zürich hat einen schweren Stand. Das alte Kongresshaus ist technisch nicht mehr zeitgemäss, und es wurde



Das alte Kongresshaus könnte zum Nischenprodukt im Zürcher Kongresstourismus werden.

schon diskutiert, daraus ein Musikzentrum zu machen. Der Plan eines neuen, direkt neben dem alten, wurde vom Zürcher Stimmvolk

letztes Jahr bachab geschickt. Nun kommt eine Studie des Gottlieb Duttweiler Instituts (GDI) zum Schluss, dass die Stadt sogar durchaus zwei Kongresshäuser vertragen könnte. Denn Zürich habe eine gute Lage und sei in Städte-Rankings auf den ersten Plätzen zu finden. Mit zwei Kongresshäusern könnte Zürich dann auch das mögliche Potenzial ausschöpfen: Heute entfallen 3 bis 5 Prozent der jährlich 2,4 Mio. Logiernächte in der Stadt auf Kongresstourismus (ganzes MICE-Geschäft: 10%). Würde

doch noch ein neues Kongresshaus an einem noch zu definierenden Standort realisiert, rechnet der Direktor von Zürich Tourismus, Frank Bumann, mit einer Verdoppelung der Logiernächte von Kongressgästen. Das Nebeneinander vom alten und einem möglichen neuen Kongresshaus sieht Bumann jedoch nicht ganz unproblematisch und warnt vor einer möglichen Konkurrenzsituation.

Eine Lösung dafür liefert die GDI-Studie mit zwei Szenarien für das heutige Kongresshaus: Die

«Boutique»-Variante positioniert den Ort für ausgewählte, hochkarätige Anlässe. Das Szenario «Klasse für Masse» sieht einen Mehrzweck-Ort für Schweizer KMUs vor. Ein etwages neues Kongresshaus müsse dagegen internationalen Veranstaltungen mit bis zu 3000 Personen Platz bieten, so Bumann. «Wenn Zürich nichts macht, könnten andere Städte der Stadt beim Kongresstourismus das Wasser abgraben», warnt Alain Egli vom GDI: «Mehr als ein Standort macht für eine Kongressstadt Zürich Sinn.»

August verliert 3,5 Prozent seiner Logiernächte

Laut BFS hatten die Hotels im August 2009 insgesamt 4,1 Mio. Logiernächte, gegenüber der Vorjahresperiode ein Rückgang von 3,5 Prozent (-150.000). Mit 1,7 Mio. Logiernächten weisen die Schweizer Gäste eine Abnahme von 2,1 Prozent auf (-35.000). Die Gäste aus dem Ausland verbuchten 2,5 Mio. Logiernächte, ein Minus von 4,5 Prozent (-115.000). kjv

Familienorte und -destinationen ausgezeichnet

Gütesiegel Familien willkommen: Dieses Jahr wurden 25 Familien-

orte und -destinationen nach den überarbeiteten Qualitätskriterien geprüft und ausgezeichnet. Die Auszeichnungen werden für die Jahre 2009-2012 vergeben. Neu beworben hatten sich die Feriendestinationen Diemtigtal Tourismus und Flims Laax Falera Tourismus AG mit den Orten Flims, Laax Falera, Trin und Sagogn. kjv

Referendum gegen Cassis-de-Dijon ist gescheitert

Die nötigen 50.000 Unterschriften seien nicht zusammengekommen, teilte die Grüne Partei mit. Das Referendum war von einem Komitee um den Genfer Winzer Willy Retegnay ergriffen worden. Das Cassis-de-Dijon-Prinzip soll im Import aus der EU erleichtert. t/sda

Mehr staatliche Prävention

Der Bundesrat will ein Institut für Prävention und Gesundheitsförderung realisieren. Den Wirtschaftsverbänden gefällt dies gar nicht.

HERES LAGLER

Die Gesundheit der Bevölkerung ist dem Bundesrat wichtig – so wichtig, dass er den Entwurf für ein neues Präventionsgesetz verabschiedet hat. Handlungsbedarf ortet der scheidende FDP-Bundesrat Pascal Couchepin beispielsweise bei der psychischen Gesundheit. Geplant ist unter

anderem, ein Schweizerisches Institut für Prävention und Gesundheitsförderung zu schaffen. Genau dieses Kompetenzzentrum



Pascal Couchepin, abtretender Gesundheitsminister.

stösst bei den Wirtschaftsverbänden aber auf Widerstand. «Wir sind der Meinung, dass mit der

Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz bereits eine Organisation vorhanden ist, die die anstehenden Aufgaben umsetzt», begründet Bettina Baltensperger, Projektleiterin Rechtsdienst von hotelleriesuisse. Der Schweizerische Gewerbeverband geht noch weiter und fasst bereits ein Referendum ins Auge. Für Direktor Hans-Ulrich Bigler ist klar: «Ein Präventionsinstitut braucht es nicht.» Umstritten ist auch die künftige Finanzierung der Präventionsmassnahmen. Um mehr Mittel zu generieren, möchte der Bund die Möglichkeit erhalten, den bestehenden Krankenkassen-Prämienzuschlag von 2,40 Franken pro Person und Jahr zu erhöhen.

Ostschweiz

Peter Zumthor baut das Klanghaus nicht

Der Kanton St. Gallen wollte den Auftrag für das Klanghaus Toggenburg direkt an den Star-Architekten Peter Zumthor vergeben. Dagegen erhoben vier Verbände und vier Architekten Beschwerde beim Verwaltungsgericht des Kantons und bekamen Recht. Zumthor seinerseits nimmt nicht an Thesen-Wettbewerb teil, den der Kanton St. Gallen stattdessen ausschreiben musste. Der Kanton bedauert, dass sich Zumthor nicht am Wettbewerb beteiligte, so Karin Meier, Leiterin des kantonalen Amtes für Kultur. sda/gsg

Milestone 2009. Jurierung. Insgesamt 89 Bewerbungen musste die Fachjury unter die Lupe nehmen. 20 Projekte wurden als potenzielle Gewinner nominiert.

Die 20 Besten sind nominiert

Von den Matterhorn Valley Hotels bis zum grenzenlosen Zürcher Shopping-Vergnügen: Die Jury hat ihre 20 Favoriten ausgewählt und für den Preis nominiert. Hier die Präsentation.

DANIEL STAMPFLE

Die wichtigste Auszeichnung der Branche – der «Milestone. Tourismuspreis Schweiz» – würdigt herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus und feiert dieses Jahr sein zehnjähriges Jubiläum. Bis zum offiziellen Schlusstermin der Ausschreibung am 31. August 2009 gingen insgesamt 89 Bewerbungen aus verschiedenen Themenbereichen und Regionen ein.

Viele Eingaben von KMUs

Der ehemalige Tourismusdirektor und Milestone-Projektleiter Alberto Vonaesch zieht eine positive Bilanz: «Mengenmässig und auch von der Qualität her bin ich sehr zufrieden.» Erstaunt hat Vonaesch die grosse Eingabenzahl von kleinen und mittleren Betrieben, von den unterschiedlichsten Arten von Leistungsträgern. Entsprechend schwierig sei es für die Jury, bestehend aus Elsbeth Hobmeier (Vorsitz), Chefredaktorin htr hotelrevue, Mario Lütolf, Direktor Schweizer Tourismus-Verband STV, und Richard Kämpf, Chef Ressort Tourismus Seco, gewesen, die besten 20 Projekte auszuwählen und für den Preis zu nominieren.

Von den 89 eingegangenen Bewerbungen stammen 14 aus der Romandie und 4 aus dem Tessin. Alberto Vonaesch: «Sehr positiv ist die Zunahme der Eingaben aus der

Westschweiz im Vergleich zu den Vorjahren.»

Teilnahmeberechtigt für den Milestone sind alle im Schweizer Tourismus tätigen Personen, Unternehmen und Organisationen. Die vier Preiskategorien «Herausragendes Projekt», «Nachwuchspreis», «Sonderpreis Nachhaltigkeit (Umwelt)» und «Lebenswerk einer Persönlichkeit» sind mit insgesamt 33 000 Franken dotiert.

Seit 2008 setzt sich Alberto Vonaesch als Projektleiter für den Branchenpreis ein. Spezielle Aufmerksamkeit widmet er dem Nachwuchspreis, der gerade für Fachschulen einen willkommenen Transfer von Wissen und Technik in die Praxis bietet. Trotzdem ist Vonaesch über die Anzahl der Eingaben für den Nachwuchspreis enttäuscht. «Das Echo ist leider gering. Wir müssen uns überlegen, wie wir den Preis in Zukunft weiterentwickeln wollen.»

Leuchtturmwirkung in der Tourismusbranche

Der Milestone steht für Innovationen, Förderung von Know-how-Transfer, Attraktivität der Destination Schweiz und Imageförderung für die Tourismuswirtschaft. Die prämierten Projekte haben eine Leuchtturmwirkung in der Branche und über die Branchengrenzen hinaus und zeugen von leistungsstarken, motivierten Mitarbeitenden.

«Sehr positiv ist die deutliche Zunahme der Eingaben aus der Romandie.»

Alberto Vonaesch
Projektleiter Milestone

Für die Träger htr hotelrevue, Seco und STV stellt der Milestone einen Ansporn für die Touristiker dar, immer wieder «in Stein Gemessenes» aufzubrechen und Neues zu erschaffen.

Die diesjährige Preisverleihung findet am 17. November 2009 im Kultur-Casino in Bern im Kreise von über 500 Entscheidungsträgern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien statt. Gastreferent ist Andreas M. Schönenberger, Country Manager Google Schweiz. Er wird zum Thema «Digital Traveler and Innovation@Google» sprechen.

www.htr-milestone.ch



Keine leichte Aufgabe für die Fachjury: (v. l.) Alberto Vonaesch (Projektleiter ohne Stimme), Elsbeth Hobmeier, Richard Kämpf und Mario Lütolf.



Die besondere Art, die legendäre Viamala-Schlucht zu erleben

Die Viamala-Notte führt als besonderes Nacht-Event mitten hinein in den schrecklich schönen Schlund der Viamala. Eine rund 90 Minuten dauernde Zeitreise beleuchtet im Schein von Laternen mittels szenischen Darstellungen und Erzählungen Ausschnitte der jahrtausendealten Viamala-Geschichte. Das Naturmonument bildet zusammen mit der einbrechenden Nacht die authentische Kulisse dazu. Die Trep-

penanlage, welche die Schlucht seit 1903 touristisch erschliesst, ist dann Zuschauererraum und Bühne zugleich. Die bedrohlichen Felswände, die tosenden Fluten des Hinterheins und der Nachthimmel tragen als einmalige Naturkulisse das Ihre zum unvergesslichen Nacht-Erlebnis bei. Die Anreise erfolgt im Postauto.

Vertreten durch: Gästeformation Viamala

www.viamala.ch



Bilder zvg

Musikwochen bringen Arosa im Sommer viele Übernachtungen

Die Musik-Kurswochen Arosa sind 1987 vom Verein Kulturkreis Arosa zu einem Zeitpunkt gegründet worden, als sich immer mehr Hotels und Geschäfte entschlossen, den Sommerbetrieb einzustellen. Die Kurse sollten den Ort beleben und dazu beitragen, einen Gegentrend auszulösen. Das Ziel konnte erreicht werden. Heute pilgern jeden Sommer 1200 Musikerinnen und Musiker, 200 Lehrkräfte und etwa 400 Angehörige für 115 siebentägi-

ge Kurse nach Arosa, wo sie alle mindestens eine Woche bleiben. Dies bei jedem Wetter. 80 Prozent der Teilnehmenden übernachten in Hotels. Viele Hotels müssten im Sommer ohne die Musik-Kurswochen ihren Betrieb wieder schliessen.

Vertreten durch: Christian Buxhofer, Gründer Musik-Kurswochen Arosa, seit 1985 Präsident Kulturkreis Arosa

www.kulturkreisarosa.ch



Frutigen: Dank Bildungsangeboten Gruppenhäuser besser auslasten

Ideale Unterlagen für Projektwochen, Bildungsangebote für Schulen und Gruppen sowie Grundinformationen für Lehrpersonen werden zur Verfügung gestellt. Das zugängliche Angebot für Wissenshungrige zu vielfältigen Themen aus dem Kantonalen fokussiert auf Schulen, die einen attraktiven Standort für die jährliche Projektwoche suchen und auf Unterrichtsmaterial für eine Woche angewiesen sind. Die leicht veraltete

Bildungsmappe wurde vollständig erneuert und mit aktuellen, attraktiven Themen ergänzt. Mit Hilfe dieses Projekts sollen im Zusammenhang mit dem Tropenhaus Frutigen die Gruppenhäuser des Kantonalen besser ausgelastet werden. Diese erzielen jährlich rund 300 000 Logiernächte.

Vertreten durch: Arthur Grossen, Geschäftsführer Frutigen Tourismus

www.frutigen-tourismus.ch



In Scuol wurde mit Hotels Erfolgsgeschichte geschrieben

Genuss, Erholung und aufmerksame Gastlichkeit: in den Belvedere Hotels Scuol erleben die Gäste pure Ferien. Vor zehn Jahren begann die Erfolgsgeschichte mit der Übernahme des Hotel Belvédère in Scuol. Seit 2004 ist das Badehotel Belvair dabei und feiert dieses Jahr sein 20-Jahre-Jubiläum. Mit dem «GuardaVal» wurde im Mai 2009 das erste Boutique-Hotel des Unterengadins wiedereröffnet und in die Gruppe inte-

griert. Drei verschiedene Konzepte mit verschiedenen Zielgruppen und unterschiedlichen Ausrichtungen wurden zu einer Gruppe zusammengefasst. Die Entwicklung ist beeindruckend: in zehn Jahren von 3700 auf 80 000 Logiernächte und von 14 Saison- auf 150 Jahresangestellte.

Vertreten durch: Belvedere Scuol AG, Kurt Baumgartner

www.belvedere-scuol.ch



Wie man kulinarische und kulturelle Seiten des Kantons Appenzell AR erlebt

Das Erlebnis Waldegg in Teufen AR bietet mit dem «Schnuggebock» (Restaurant im Innern eines traditionellen Appenzeller Bauernhauses) und dem «Tintelompe» (Schulstube aus der Zeit vor dem zweiten Weltkrieg) ein aussergewöhnliches und dennoch authentisches Erlebnis sowohl im kulinarischen Bereich als auch in der Realisierung der historischen Atmosphäre. Die ausgewogene Integration der umgebenden Flora und Fauna macht

Lust auf eine ganzheitliche Erfahrung der Umwelt, die entscheidend zum vollen Genuss beiträgt. Die Infrastruktur ermöglicht trotz der etwas ausserhalb gelegenen Lokalität die Anreise per Car oder öffentlichen Verkehrsmitteln, die konsequenterweise in den Gruppenangeboten gezielt integriert werden.

Vertreten durch: Erlebnis Waldegg AG, Peter Moser

www.waldegg.ch

Milestone 2009. Hauptpreis. Der Fächer der für den Tourismuspreis nominierten Projekte ist sehr breit. Dazu gehören Eingaben aus den Bereichen Tourismus, Hotellerie und Marketing.

Stadt-Golf, E-Bikes im Jura



Grenzenloses Shopping-Vergnügen in der Region Zürich

Für jeweils zwei Jahre wird ein Thema (2009/10 Shopping) in den Fokus gerückt. Auf dieses Thema konzentriert sich die gesamte Region Zürich (inkl. Baden, Rapperswil-Zürichsee, Winterthur, Zug) in ihren Aktivitäten und kommuniziert inhaltlich, formal und zeitlich abgestimmt. Durch diese organisationsübergreifende, integrierte Kommunikation gehen

über sämtlichen Zielgruppen wird die Marke «Zürich Downtown Switzerland» langfristig weitergestärkt, die mediale Aufmerksamkeit erhöht, die Qualität gesteigert. Neues wird umgesetzt und Ressourcen gebündelt.
Vertreten durch: Zürich Tourismus, Marianne Gut, Leiterin Kommunikation

www.zuerich.com



Ohne grosse Anstrengung mit dem Velo die Jurahöhen geniessen

Das Durchqueren des Juras mit dem Velo ist ein unvergessliches Erlebnis, im Herzen der Natur. Damit die Exkursionen über Berg und Tal auch für Nichtsportliche zum Vergnügen werden, empfiehlt sich die Miete eines Elektro-Bikes Flyer. Dieses Projekt stellt ein Netz von Mietstationen in der Nähe von Bahnstationen zur Verfügung. Dazu gehören auch

Möglichkeiten zum Aufladen der Batterien an Bahnhöfen und in Hotels. Reserviert werden kann per Internet, für Individualgäste oder Gruppen. Das Projekt verbindet die Kantone Bern, Jura, Neuchâtel, Fribourg und Waadt.
Vertreten durch: Rent a Bike AG, Stefan Maisen und Götli & Région, Matthias von Wyss

www.e-bike-park.ch



Bilder zvg

Beim Golfspiel kann man die Stadt Fribourg kennen lernen

Das Stadt-Golf entstammt der Idee des «Swin-Golf», einer Mischung von Golf und Minigolf. Es wird mindestens zwei Personen gespielt. Der Parcours des Stadt-Golfs schlängelt sich durch die Stadt Fribourg und umfasst 18 Posten. Diese bestehen aus einem Abschlagpunkt auf einer Plattform und einem Zielpunkt mit einem Loch im Boden. Die Posten sind leicht zu er-

kennen, da sie mit synthetischem Rasen bedeckt sind. Die Abschlagpunkte sind mit einem blauen, die zu erreichenden Löcher mit einem leuchtend roten Fännchen gekennzeichnet. Das einzigartige Angebot erlaubt, die Stadt Fribourg spielerisch kennen zu lernen.
Vertreten durch: Fribourg Tourisme et Région

www.fribourgtourisme.ch



Im Tierpark Goldau erhielten Wolf und Bär eine neue Heimat

Fünf syrische Braunbären und sieben Wölfe haben im Tierpark Goldau einen neuen Lebensraum. Unter anderem hatte der Bau dieser Anlage das Ziel, die Bergsturzlandschaft so wenig wie möglich zu verändern und ökologische Aspekte mit zu berücksichtigen. So wurde der Schuttbach renaturiert, eine ökologische Pflanzenkläranlage gebaut und

ein Amphibienteich angelegt. Ein Quantensprung in der modernen Tierhaltung gelang mit der eigens entwickelten Fütterungsanlage für die Bären, wie auch mit der interaktiven Ausstellung und mit dem Einbezug der Fauna.

Vertreten durch: Karin Leemann, Mitglied der Geschäftsleitung

www.tierpark.ch



Montreux Riviera mit wegweisender Lösung zur Entwicklung der Region

Die Marke Montreux Riviera – entstanden 2008 nach der Fusion der Tourismusbüros von Montreux und Vevey im 2001, und von Lavaux und Villeneuve im 2005 – beteiligt sich an der Strategie von Montreux-Vevey Tourisme. Sie wurde für die Zukunft der touristischen Region erarbeitet. Diese vorbildliche und visionäre Strategie, die 23 Gemeinden auf

einem Gebiet von 40 Kilometern umfasst, über ein Budget von 6 Mio. Franken verfügt und 40 Personen beschäftigt, ist auf eine Region mit einem der meistdiversifizierten Tourismusangebots der Schweiz ausgerichtet.
Vertreten durch: Montreux-Vevey Tourisme, Direktor Harry John

www.montreuxriviera.com



Lötschberger – einfach tolle Ausflüge dank Partnerschaftsmodell

Lötschberger ist mehr als ein Zug. Es ist eine kantonsübergreifende Zusammenarbeit von 40 touristischen Partnern. Das von der BLS initiierte Modellprojekt fördert den Ausflugsverkehr. Durch die Bündelung der Kräfte profitieren alle Partner von einem starken Marktauftritt. Bei diesem Modell steht die gesamte Dienstleistungskette, von der Reiseplanung über die An- und

Rückreise bis zum Ausflug an der Zieldestination im Zentrum. Den Gästen wird ein einfaches und übersichtliches Planungsinstrument für viele Ausflugsideen zur Verfügung gestellt.
Vertreten durch: Anna Barbara Remund, Leiterin Personenverkehr BLS, Damian Pfister, Leiter Marketing und Vertrieb BLS

www.loetschberger.ch



Zielgerichtete Infos zu Ausflugszielen und Freizeitangeboten

Ausflugsziele.ch ist unabhängig und unterstützt den Tourismus. Ziel ist, die Bekanntheit und Verbreitung von sehenswerten Ausflugszielen und Freizeitangeboten in der Schweiz unabhängig von deren Budget und Grösse zu fördern. Das Portal fördert die Vermarktung traditioneller touristischer Attraktionen ebenso wie die Vermarktung von Nischen-

produkten. Die Publikation und Promotion von Ausflugszielen wird vor allem durch inhaltsrelevante Werbung und Sponsoring finanziert. H+M Media sind die Macher und Betreiber von Ausflugsziele.ch.
Vertreten durch: H+M MEDIA, Adnan Marasigil und Yvonne Heinegger

www.hm-media.ch



Verkehrshaus der Schweiz mit emotionaler Neuausrichtung

Zum 50-Jahr-Jubiläum gönnte sich das Verkehrshaus ein Neubau- und nachhaltiges Attraktivierungsprogramm mit Investitionen von über 60 Mio. Franken. Die Finanzierung erfolgte durch eine Partnerschaft von öffentlichen und privaten Institutionen mit Industrie- und Leistungspartnern (Private-Public-Partnership). Eine Vielzahl von flankie-

renden Kommunikationsmassnahmen, Events und Angeboten unterstützen das Jubiläum. Die Neubauten ermöglichen eine strukturelle Neuausrichtung des Museumsbetriebs und Positionierung des MICE-Geschäftes im Sinne von «Tagen und Erleben».
Vertreten durch: Daniel Suter, Direktor

www.verkehrshaus.ch



Matterhorn Valley Hotels: Durch die Kooperation werden Synergien genutzt

Das Projekt Matterhorn Valley Hotels unterstützt eine Kooperationsinitiative von neu sieben Hoteliers in Grächen, welche im Jahr 2003 lanciert wurde. Aufgrund der umgesetzten Kooperationsintensität weist die Initiative in der Schweizer Ferienhotellerie Pilotcharakter auf. Die Erfolgswirkung der lokalen Hotelkooperation bzw. der definierten Massnahmen liegt in der

Kombination von umfassender Transparenz, gemeinsamen Strukturen, einem gemeinsamen Kostenmanagement, der koordinierten Investitions- und Finanzplanung sowie der gemeinsamen Marktschlagkraft.
Vertreten durch: Matterhorn Valley Hotels AG, Otto Andenmatten

www.matterhornvalleyhotels.ch

Milestone 2009. Nachhaltigkeitspreis und Nachwuchspreis. Bemühungen um die intakte Umwelt sollen belohnt werden. Der Branchennachwuchs kämpft mit innovativen Ideen um den «Nachwuchspreis».

Steinböcke und Kraftorte

Nachhaltigkeit: Steinbock-Label, das Gütesiegel für die Hotellerie

Das Steinbock-Label hat die Nachhaltigkeitsphilosophie weltweit erst- und einmalig für die Hotelbranche konkret umsetzbar und kommunizierbar gemacht. Es zeichnet Beherbergungsbetriebe, die ihre Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften überdurchschnittlich wahrnehmen, mit bis zu fünf Steinböcken aus. Überprüft wird die Nachhaltigkeitsleistung in den fünf Sparten:

- Management
- Wirtschaftlichkeit
- Umwelt
- Mitarbeitende und Soziales
- regionale Wertschöpfung und Kultur



gerechtfertigt.
Vertreten durch: Roland Zegg, Geschäftsführer und Präsident des Zertifizierungskomitees

www.steinbock-label.ch

Nachhaltigkeit: Monte-Rosa-Hütte – ein Meilenstein im hochalpinen Bauen



Schweizer Alpen-Club SAC und der ETH Zürich gemeinsam realisiertes Berghüttenprojekt. Im Vordergrund stehen neben der Architektur auch ein wegweisendes Energiemanagement sowie das ökologische Grundkonzept. Der angestrebte Autarkiegrad der Energieversorgung liegt bei 90 Prozent. Von aussen wirkt das Gebäude wie ein abstraktes, technisch-poetisches Monument. Die Kosten der neuen Monte-Rosa-Hütte belaufen sich auf über 6 Mio. Franken, wovon der SAC rund ein Drittel und die ETHZ sowie zahlreiche Gönner und Sponsoren rund zwei Drittel beisteuern.

Vertreten durch: Reto Jenatsch, Präsident Zentrale Hüttenkommission SAC

www.sac-cas.ch

Die neue Monte-Rosa-Hütte SAC stellt die gelungene Verknüpfung von hervorragender Architektur und modernster Technologie dar. Es handelt sich um ein vom

Nachhaltigkeit: Dem Klimawandel in Jungfrau-Region auf der Spur

Der Jungfrau Klimaguide ist ein GPS-gestütztes iPhone, welches auf sieben Pfaden Informationen zum Klimawandel vermittelt. Die sieben Klimapfade befinden sich rund um Grindelwald, Wengen und Mürren und bestehen aus insgesamt 43 Audio-Standorten. Sie machen Wissen dort zugänglich, wo die Auswirkungen des Klimawandels bereits heute sichtbar sind. Im Zentrum stehen kurze Hörstücke, wie sie von Museumsbesuchern her bekannt sind. Zudem stehen Videos, Bildmaterial und weiterführende Texte zur Verfügung. Blumen können zusätzlich mit Hilfe eines interaktiven Bestimmungsschlüssels identifiziert werden.

Der von der Universität Bern entwickelte Jungfrau Klimaguide ist ein touristisches Teilprojekt



der Initiative «Jungfrau Klima CO2 Operation».

Vertreten durch: Jungfrau Region Marketing AG

www.jungfrau-klimaguide.ch

Nachwuchs: Yield-Management als Dienstleistung

Die Dienstleistung der Firma HotelPartner ermöglicht die Integration des Hotelprogramms (PMS) und der verfügbaren Zimmerkapazitäten mit den wichtigsten Internetbuchungsportalen, wie Booking.com, hotel.de, Expedia, STC, Reisebüros (GDS) etc. Die Nachfrage wird über dynamische Preise auf den Buchungsportalen gesteuert. Die Nachfragesituation wird täglich verwaltet und bewertet. Diese Lösung ist wegweisend, weil sich das traditionelle Buchungsverhalten stark in den Online- bzw. Internetmarkt verlagert hat. Neuartig ist die Lösung, weil bisher kein nationaler oder internationaler Anbieter der Privathotellerie die Verwaltung und professionelle Bewirtschaftung der Internetportale in Form einer Dienstleistung und individuellen Partnerschaft anbietet. Das Projekt



erfüllt einen sehr hohen technologischen Anspruch an IT- und EDV-Ressourcen und konnte gleichzeitig einen internationalen Beitrag leisten, den Technologiestandard der Hotellerie nachhaltig zu verbessern.

Vertreten durch: Oliver Zurwerra

www.hotelpartner.ch

Nachhaltigkeit: Erfolgsgeschichte eines Walliser Hotels



Das Hotel Balance in Les Granges, ein Familienbetrieb mit 23 Zimmern, arbeitet seit 1984 als erstes Bio-Hotel der Schweiz mit dem Ziel, Ökologie und Ökonomie in

Einklang zu bringen. 25 Jahre später kann dies als Erfolgsgeschichte dokumentiert werden. Parallel zu dieser Entwicklung wurde in der Dorfgemeinschaft die Wiederherstellung des alten Schluchtweges geplant und in Fronarbeit weitestgehend realisiert. Dies passt ausgezeichnet in das Konzept des sanften Tourismus des Hotel Balance. Das Hotel Balance wurde als erstes Hotel der Schweiz mit fünf Steinböcken ausgezeichnet und wurde auch als erstes Hotel der Schweiz Mitglied bei den in Europa erfolgreichen Bio-Hotels. Mittelfristig will das Hotel unabhängig von nichterneuerbaren Energiequellen werden.

Vertreten durch: Hotel Balance, Roland Eberle, Hotelier

www.vegetarisches-hotel.ch

Nachwuchs: Geschickte Vermarktung von Orten der Kraft im Appenzell



Die Ferienregion Heildland ist mit vielen, schon oft in Büchern erwähnten Kraftorten gesegnet. Weil das Interesse an solchen in den letzten Jahren stetig anstieg, sollen die-

se nun mit viel Fingerspitzengefühl vermarktet und in das bereits bestehende Projekt «Alpine Wellness» integriert werden. Mit verschiedenen Vermarktungs- und Produktideen sollen Gäste dazu animiert werden, in die Region Heildland zu reisen. Durch Kommunikation im traditionellen, kulturhistorischen Kontext, können verschiedene Gäste angesprochen werden; so wird kaum jemand ausgeschlossen. Durch das vergrößerte Angebot wird es auch möglich, die Zahl Logiernächte in der Ferienregion Heildland zu erhöhen, da die Gäste so von einem noch erweiterten Angebot Gebrauch machen können.

Vertreten durch: Yvonne Meier und Thomas Exposito, Studenten an der Internationalen Schule für Touristik, Zürich

www.ist-zurich.ch

ANZEIGE

Riesenauswahl an Gastrogeräten!

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

Profittieren 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!

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

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. 82.- (inkl. MwSt.)
Art. Nr. 108316

Wein-klimaschrank

NOVAMATIC
KSWF 765-IB

- 2 Temperaturzonen, davon jede separat einstellbar 5 °C–22 °C
- Für ca. 113 0,75-Liter-Flaschen

nur 1578.-
vorher 1764.- (exkl. MwSt.)
Sie sparen 186.-

*Miete pro Monat Fr. 84.- (inkl. MwSt.)
Art. Nr. 108360

Saubere Gläser in 2 Minuten!

NOVAMATIC
BHC 26.1

- Korbgrösse: 40 x 40 cm
- Inkl. Flüssigwaschmittel-dosiergerät
- Inkl. Glanzmitteldosierung
- Inkl. Laugenablaupumpe

nur 2999.-
vorher 4080.- (exkl. MwSt.)
Sie sparen 26%

*Miete pro Monat Fr. 160.- (inkl. MwSt.)
Art. Nr. 106521

AG: Fust Supercenter Oftringen, 062 788 98 88, Spreitenbach, 056 418 14 40, Wettigen Täglipark, 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 Th: 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 (Badenstr.), 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

Igeho nimmt neue Form an

Ein möglichst grosser Stand ist nicht alles. Igeho-Chef Matthias Lagger zu Alternativen, die Ausstellern und Besuchern viel bieten.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Wirtschaft lahm. Matthias Lagger, rechnen Sie mit weniger Ausstellern und Besuchern?

Die Aussteller versuchen zunehmend ihren Auftritt zu optimieren, sei es punkto Fläche oder punkto Art des Auftritts. Gerade Firmen aus dem Food & Beverage-Segment suchen nach Alternativen. Zahlenmässig rechnen wir mit ungefähr gleich viel Ausstellern wie in der Vergangenheit. Besucherseitig können wir die Nachfrage noch schlecht abschätzen. Ich erwarte aber keinen Rückgang. Gerade in turbulenten Zeiten möchten sich Wirt und Hotelier an einer Messe vielleicht neue Ideen holen und Kollegen in Basel treffen.

Welche Alternativen gibt es für Aussteller zum typischen Messestand?

Es entstehen ganz neue Formen des Ausstellwesens. Es kann ein Event sein. Oder ein Restaurant, wie es Barilla statt eines klassischen Messestands neu erstmals an der Igeho 2009 führen wird. Wir verkaufen nicht mehr einfach Messe-Fläche, sondern entwickeln Projekte mit den Ausstellern. Statt Quadratmeterpreise zu verrechnen richtet sich bei solchen Projekten unsere Preisgestaltung nach den Kennzahlen des Sponsorings. Das Ganze ist eine Mischrechnung: Welchen Erlebniswert bringt der neue Auftritt dem Besucher, wie viel Werbung kann der Aussteller für sich verbuchen?

Ist das der neue Trend im Messewesen?

Wichtig ist, dass der Kunde individuell beraten wird. Was will der Kunde mit dem Messeauftritt erreichen, welche Präsenzform ist die richtige? Natürlich haben grosse Marken an der Igeho eher eine Chance für einen alternativen Auftritt. Schliesslich ist es für uns als Messe wichtig, die Leader-Firmen mit im Boot zu haben.

So ein Barilla-Restaurant konkurrenziert aber die Messegastonomie?

Der Messecaterer muss bei dem Projekt natürlich eingebunden sein.

Pro Quadratmeter verdient die Messe bei so einem Modell aber weniger?

Wir verdienen vielleicht zum Teil weniger pro Quadratmeter. Wie kompensieren das mit den Zusatzträgen, die wir aus den Alternativen zum Messeauftritt generieren. Es ist nicht so, dass das Ganze weniger lukrativ ist. Es ist vor allem eine Verlagerung im Portemonnaie des Ausstellers.

Das heisst?

Wenn der Aussteller bei den Standkosten einsparen kann, hat er Budget

get, um vielleicht mehr in die Werbung zu investieren. Wir bekommen aber auch ganz neue Unternehmen ins Boot, wie Kraft-Foods: die Firma sponsert die etwa 1500 VIP-Karten mit Rundum-Paket, welche wir an die Top-Entscheidungs-träger der Branche verschicken.

Verlagert sich die Messe mit dem neuen Igeho-24-Auftritt zudem ins Web?

Die Idee ist eine Ergänzung zur physischen Messe. Im Internet kann der Aussteller das ganze Jahr seine Leistung präsentieren, der Auftritt erfährt so mehr Nachhaltigkeit. Der Aussteller hat die Möglichkeit, auch in der messelosen Zeit hier seine Neuheiten zu präsentieren. Er wird von uns diesbezüglich regelmässig kontaktiert. Via Newsletter an unseren Adressstamm informieren wir dann die Branche über die News.

Geht das nicht auf Kosten der Messe? Nein. Die Online-Präsenz ist eine Ergänzung. Der Aussteller spricht häufig zusätzliche Gelder dafür.

Sie versuchen, immer mehr Messen unter dem Igeho-Dach zu bündeln. Kommt nach der Metzger-Messe Mefa irgendwann noch die Bäcker- und Konditorenmesse FBK nach Basel?

Unser Ziel ist, alle Aussteller, die für die professionelle Verpflegung und Beherbergung zuständig sind, für die Igeho zu gewinnen. Für uns ist der Bäcker heute schon ein Besucher, den wir aktiv bewerben. Vielleicht ergibt sich das mal, dass auch die Bäcker-Branche an die Igeho andocken will. Denn es braucht eine gewisse Grösse, um eine Messe interessant gestalten zu können.

«Es ist vor allem eine Verlagerung im Portemonnaie des Ausstellers.»

Matthias Lagger
Igeho-Messeleiter

Welches ist Ihre Hauptkonkurrenz?

Die Messen, die uns geographisch am nächsten liegen. Inter-gastra in Stuttgart, Hogatec in Düsseldorf, Internorga in Hamburg, Host in Mailand. Aber auch die anderen regionalen Gastgewerbemessen in der Schweiz, wie die Zagg.

Macht Ihnen die Ankündigung der Zagg, ab 2010 neben Luzern eine Messe in der Westschweiz durchzuführen, Bauchschmerzen?

Bauchschmerzen sicher nicht. Wir nehmen das sportlich. Schliesslich ist die Messe Schweiz mit der geplanten Integration von Beaulieu Exploitation SA in Lausanne, die die Gastronomie veranstaltet, nun in der Westschweiz präsent.

Der Gastronomie im Beaulieu Lausanne sind massiv die Aussteller davon gelaufen. Wie wollen Sie der Messe wieder neuen Schwung verleihen?

Im Bewusstsein der schwierigen Ausgangslage müssen wir das Vertrauen der Aussteller und Besucher gewinnen. Die Gastronomie soll sich auf den Westschweizer Markt konzentrieren.

Ist die Westschweiz kein Zielmarkt mehr für die Igeho?

Doch, durchaus. Im Gegenteil: Sowohl der Westschweizer als auch der süddeutsche Raum sind Märkte, die wir neu verstärkt bewerben. In den beiden Märkten erhoffen wir uns am meisten Potenzial. Wir arbeiten neu mit der «Dehoga Schwarzwald-Boden-see» zusammen und veranstalten an der Igeho erstmals einen Tag Baden-Württemberg, um der Region zu zeigen, dass die Igeho auch ihre Messe ist.

Fakten Igeho 2009 erwartet 80 000 Fachbesucher

An der Gastgewerbe-Messe Igeho in Basel, vom 21. bis 25. November 2009, werden 800 Aussteller (ein Drittel Food & Beverage, zwei Drittel non-food) aus 20 Ländern und 80 000 Fachbesucher erwartet. Seit 2007 wird parallel die Metzger-Fachmesse Mefa veranstaltet (Kombiticket), 6800 Besucher zählte man an der ersten Mefa in Basel. Die Gastronomie in Lausanne soll neu ebenfalls zur Messe Schweiz gehören. gsg

Standpunkt

Spieglein, Spieglein... Die Natur spiegelt unser Handeln



RAIMUND
RODEWALD

Über Jahrhunderte waren die Gletscher für den Menschen Inbegriff einer jungfräulichen Natur, die bewundert, aber auch als Schrecknis wahrgenommen wurde. Erst mit der Romantik und dem beginnenden Bergtourismus wurden die Gletscher auch kulturell entdeckt und symbolisch aufgeladen. Der Gletscherückgang hat nun die Symbolik der Eismeeere kräftig durchgeschüttelt. Waren die Gletscher vor dem 18. Jahrhundert noch oft als Landzerstörer bezeichnet (Merian, 1642, über den unteren Grindel-

«Die Strategie braucht keine durchgeheizten Zweitwohnungen und Wellnessstempel.»

waldgletscher, der dergestalt wachse « dass wo zuvor eine schöne Maten oder Wiesen gewesen/ dieselbe davon vergehe/ und zum rauhen wüsten Berg werde», sind sie heute – im Wissen des enormen Schwundes – Sinnbild für eine verlorene Unschuld im Umgang mit der Natur. So widerspiegeln sie das Sein und Tun des Menschen. Spieglein, Spieglein an der Wand... Bis 2050 werden wir gemäss Szenarien noch etwa 1/4 des Gletscherolumens von 1850 in den Alpen vorfinden. Das Landschaftsbild wird sich dann markant gewandelt haben, die Wasserstände in den Flüssen werden im Frühjahr umso höher und im Sommer umso tiefer sein, die Naturereignisse werden zunehmen, die aquatischen Lebensräume verarmen. Dies zeigte kürzlich eine Fachtagung der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (SL) und der Cibra in Crans-Montana. Die Auswirkungen auf den Tourismus sind schwierig abschätzbar. Aber eines scheint geboten: Nutzen wir die Gletscher als Symbol für einen neuen Wertemasstab auch im Tourismus, der die Ressourcen und das Klima schon! Hierzu braucht es eine neue Strategie, die von Schneekanonen, durchgeheizten Zweitwohnungen, Wellnessstempeln und Rundflügen Abschied nimmt und auf klimaschonende Bergerlebnisse setzt, ganz nach dem Motto: «Tourismus Schweiz – unseren Gletschern zuliebe.»

Raimund Rodewald ist Geschäftsleiter der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (SL).

Eine Laufstrecke durch den Sommer in den Herbst



KARL JOSEF VERDINGER
REDAKTOR

Zum Thema Jahreszeiten

Meine Berner Lieblings-Piste für das Joggen führt vom Dählhölzli zur Auguetbrügg, über welche ich zur anderen, Belpser Seite der Aare quere, um zurück in die Stadt Bern zu laufen. Die Auguetbrügg ist eine versetzte, aus dem Verkehr gezogene und restaurierte Holzbrücke von 1836, die einst bei Rubigen stand und eben zu viel Verkehr hatte. Sie steht unter dem Schutz des Bundes. Auch für die heutige Umgebung der Brücke gilt höchste Schutzwürdigkeit. Das histo-

rische Monument steht mitten in einer Jahreszeiten-Landschaft. Es ist die schier unglaubliche Auen-Landschaft längs der Aare zwischen Thun und Bern. An heissen Sommertagen würde man sich gern – was zu Recht untersagt ist – in die sanften, schattigen, wenig tiefen Gürbefluten parallel der Aare stürzen oder auf den zarten Bewuchs des Gürbe-Ufers legen. Unterdessen ist Oktober auf der Piste und man ist zufrieden, im Duft der frühherbstli-

«Das historische Monument steht mitten in einer Jahreszeiten-Landschaft.»

chen Blätter und auf der in dieser Jahreszeit noch grössteils weichen Piste des Damms zu laufen, der Gürbe und Aare trennt. Auf der Belpser Seite der Aare, meinem Rückweg in die Stadt, ist das Ufer ein naturfilmreifes und besonders

beliebtes Gelände für Bewegung. Auch für diejenige der cleveren und auf Tarnung bedachten Biber, die längs dem Damm, der den Laufweg trägt, beim Zwielficht der Dämmerung im Wasser der Gürbe schwimmen und Zweige heimbringen, die noch Herbstlaub tragen. Kürzlich begegnete mir ein Jogger auf der beliebten Piste zweimal, er war also doppelt so schnell wie ich. Voraus an seinen Gürtel hatte er, gegen das olympische Reglement, einen starken Hund geleit.

Die Gürbe hingegen nimmt sich für den Zufluss zur Aare angenehm viel Zeit. Sie verliert sogar vorübergehend die Orientierung und geht in den verzweigten «Selhofenzöpfen» über. Der Jogger fragt sich vor der Beschilderung jedes Mal, worum es geht. Um ein geflochtenes bayerisches Biergebäck? An welches die verzweigte Gürbe erinnert? Nein, das ist nur Wunschdenken. Und unpassend. Man läuft ja, um die Verbrennung der bereits gespeicherten Nährstoffe zu optimieren.



«Ich koche sogar sehr gerne! Spaghetti al pomodoro con basilico ist übrigens Auroras Lieblingsmenü.»

Michelle Hunziker Wetten, dass...? Co-Moderatorin

Wodka in Leder gefeiert



Regina Schläpfer (l.) und Julia Schmidt von der Firma Danone.

«Absolut Vodka» präsentierte letzten Freitag in Zürich ihre aktuelle Special Edition. Mit dabei: die Rockband «Sugarplum Fairy».

MATHIAS ZUAGG



Sandra Keller (l.), Pernod Ricard, mit Ann-Katrin Netzer von Trimedia.

Die diesjährige Special Edition des Wodka-Labels «Absolut» kommt in einem rockigen Leder-Outfit auf den Markt. Die Kunstlederhülle liegt hauteng am Körper der Flasche und ist standesgemäss mit glänzenden Metallnieten besetzt. Über einen Reissverschluss am Rücken gelangt man an den bekannten Inhalt.

Die Firma aus dem Schwedischen Åhus hat schon mit dem bekannten Rockmusi-



Victor Norén (l.) und David Hebert von der Band «Sugarplum Fairy».

ker Lenny Kravitz zusammengearbeitet. Die Zusammenführung der Marke mit dem Musikstil hat also durchaus Tradition. Ausserdem habe Rockmusik die Gesellschaft nachhaltig geprägt und sei nach wie vor eine Inspiration für Kulturschaffende aus allen Bereichen, sagte Sandra Keller anlässlich der Präsentationsparty in Zürich. Für die Senior Brand Managerin von Pernod Ricard Schweiz Grund genug, eine «Hommage an den Rock» zu lancieren.

Nach Bling-Bling, Disco und Masquerade jetzt die Rock Edition.



Markus Affolter und Simone Portmann vom Kofmehl Solothurn.



Daniel Hunziker (l.), Hotel Schiller, Luzern; Martin Herman, Dettling & Marmot AG.

Für den entsprechenden Anlass im «Kaufleuten» lag nichts mehr auf der Hand, als eine Schwedische Rockband auf die Bühne zu holen, erläuterte die Medienverantwortliche Ann-Katrin Netzer. Die Wahl fiel auf «Sugarplum Fairy», mit den beiden jüngeren Brüdern von «Mando-Diao»-Star Gustaf Norén. Obschon das Gänse der jungen Band dem von «Mando Diao» noch hinterher hinkt, konnten «Sugarplum Fairy» aus dem Vollen schöpfen. Drei Alben haben die fünf jungen Schweden seit 2004 veröffentlicht – genug für eine gute Stunde Rock'n'Roll mit lauten Gitarrenriffs und lasziven Posen. Dazu gab es diverse Wodka-Kreationen als Longdrink zu degustieren, und eine Menge Gesellschaft. Der Kaufleutensaal war fast voll.

Sesselrücken

Neuer Direktor für das Hotel Rhodania in Crans-Montana

Dirk Koehler (Bild) übernahm am 2. Oktober die Direktion des Lindner Golf & Ski Hotel Rhodania in Crans-Montana. Koehler hat in den



letzten 27 Jahren viel Erfahrung in der deutschen Hotellerie gesammelt. Er war unter anderem F&B-Manager im Holiday Inn Frankfurt und im Queens Hotel Heidelberg. Als Direktor führte er das Nestor Hotel Ladenburg und zuletzt das Lindner Parkhotel & Spa im allgäuischen Oberstaufen.

Tourismuskurator von Disentis Sedrun geht nach Engelberg

Frédéric Füssenich (Bild) wird per 1. Februar 2010 neuer Geschäftsführer der Engelberg-Titlis Tourismus AG. Füssenich hat von



Dezember 2002 bis Dezember 2005 bereits als Sales Manager für die Destination gearbeitet und sich am Auf- und Ausbau der internen Seminarabteilung beteiligt. Nach seinem Studium in Betriebsökonomie (FH) war er bis März 2008 in der Buchhaltungsabteilung der Kühne & Nagel AG tätig. Erfahrungen als Tourismuskurator sammelte der 35-Jährige bei Sedrun Disentis Tourismus, wo er noch bis zu seinem Stellenantritt sämtliche Marketing- und Verkaufsaktivitäten koordinieren wird.

Der Chlotisberg erwacht aus dem Dornröschenschlaf

Die Familie Goelis-Andermatt hat das ehemalige Ausbildungs- und Sportzentrum Chlotisberg bei Hitzkirch gekauft. Die über 30 Zimmer und diverse Seminarräume wurden zuletzt nur noch sporadisch als Asylunterkunft oder Interims-Altersheim genutzt. Nun wollen Martina und Robert Goelis dem Gebäude neues Leben einhauchen – mit Seminaren, Tagungen, Firmen- und Familienfesten sowie Banketten, schreiben die neuen Besitzer in einer Mitteilung. maz

Golf, Style und Kulinarik

Ein sportliches und kulinarisches Highlight: Die Selvaggio Hotel Eden Roc Trophy in Ascona. «La-Brezza»-Küchenchef Rolf Krapf krönte das Event.

ELSBETH HOBMEIER



«La-Brezza»-Küchenchef Rolf Krapf und sein Team im Finish fürs Diner.

Die Selvaggio Hotel Eden Roc Trophy in Ascona ist nicht nur ein sportliches, sondern ebenso ein gesellschaftliches Ereignis: 120 Golfereinen und Golfer spielten dieses Jahr mit. Und hinter vorgehaltener Hand wurde kolportiert, dass bei keinem anderen Tessiner Turnier die Damen und Herren derart chic und elegant gekleidet erscheinen wie hier. Ob da wohl der fünfsterne-

glänzende Rahmen des «Eden Roc» ein Grund ist?

Glänzend war die Preisgalerie, die auf einem übergrossen Rampazzi-Stuhl auf die Sieger wartete. Und glänzender Laune war auch der Maestro Carlo Rampazzi, der himself mit Tschuggen-Group-Chefin Corinne Denzler und Eden-



Jens Wycisk, Direktor «Eden Roc», Designer Carlo Rampazzi (Mitte) und Corinne Denzler, Group Director Tschuggen Hotel Group.

Roc-Direktor Jens Wycisk die Preise verlieh. Dem Anlass die Krone aufsetzte Rolf Krapf (16 GM-Punkte), der mit seinem La-Brezza-Team ein preisverdächtiges Gala-Diner auf die Teller zauberte.

Hoteldirektorin mit «Prix de la Femme Entrepreneur» geehrt

In der Kategorie «Services» hat Maren Müller die Jury des «Club for Women Entrepreneurs» überzeugt

Maren Müller, Direktorin des Waldhotel Fletschhorn in Saas-Fee hat den «Prix de la Femme Entrepreneur» in der Kategorie «Services» verliehen bekommen. «Ich freue mich sehr über diese Auszeichnung, vor allem weil Frauen in der Gastronomie und Hotellerie häufig ein wenig im Schatten der Aufmerksamkeit arbeiten. Sie aber ganz typischerweise mit enormer Hingabe um Details kümmern», sagt Maren Müller. Und ergänzt: «ohne den Blick auf das grosse Ganze zu verlieren.» Für sie habe es sich immer gelohnt Risiken einzugehen, weil sich dadurch neue Horizonte eröffnet haben.

Der «Club for Women Entrepreneurs (CWE)» ist eine NGO und wurde im Jahr 2002 in Genf gegründet. Der Club hat sich zum Ziel gesetzt, Geschäftsfrauen zu fördern und zu unterstüt-



Geehrt: Maren Müller vom Waldhotel Fletschhorn in Saas-Fee.

zen, sei es in der Schweiz oder im Ausland.

www.fletschhorn.ch



Mit Schulthess waschen Sie für weniger als 2 Franken pro Kilo.

Unabhängigkeit, Schnelligkeit und optimale Wäscheschonung sind Faktoren, die für eine eigene Lingerie sprechen. Und auch die Zahlen sprechen für sich: In-house gewaschen betragen die Kosten durchschnittlich weniger als 2 Franken pro Kilo. Dank Wet-Clean, der modernen Nassreinigung von Schulthess, kann zudem fast alles, was z.B. in einem Hotel oder Heim anfällt, gewaschen werden.

Verlangen Sie eine unverbindliche, individuelle Kalkulation – senden Sie eine E-Mail an kostenrechnung@schulthess.ch

Schulthess Maschinen AG, CH-8633 Wollhausen
Tel. 0844 880 880, www.schulthess.ch



Swiss Made

SCHULTHESS
Wäschepflege mit Kompetenz

Es muss doch **nicht** alles so kompliziert sein.

rebagdata
hotel management solutions

8813 Horgen • Phone +41 84 711 74 10 • www.rebag.ch




Internet. Tagespreise. Flexible Tagespreise eignen sich für die Schweizer Hotellerie weniger. Wenn, dann nur für Stadthotels. So das Fazit einer Umfrage der htr hotel revue.



Der Gast im Zürcher Hotel Widder bezahlt meistens die Rack-Rate.

Höchstrate selten verlangt

Im Mövenpick Hotel Zürich Airport beschäftigt sich ein Revenue-Team von vier bis fünf Leuten damit, den Markt genau zu beobachten. «Wir wollen, dass nicht eine Person allein entscheiden muss, sondern dass die Preise gemeinsam festgelegt werden», erklärt Katrin Wolf, Executive Assistant Management. Das Hotel hält sich an eine Höchststrate, an die Rack Rate, die auch im Zimmer ausgeschrieben ist. Allerdings komme sie nur selten zum Tragen,

da sie hoch angesetzt sei. Katrin Wolf spricht von «wenigen Zeitfenstern, in denen die Rack Rate angewendet wird. Die greift nur während Messe- und Spitzenzeiten». Die Preise werden im Mövenpick meist für ein ganzes Jahr festgelegt. Je nach Nachfrage wird der Preis dann angepasst. So kann es vorkommen, dass sich der Zimmerpreis zweimal täglich ändert. «Dann, wenn zum Beispiel eine Zimmerkategorie ausverkauft ist. Doch das ist selten der Fall.»

Gebucht wird das Hotel über die eigene Homepage oder über Buchungsplattformen der Reisebüros. Der Zimmerpreis ist in allen Kanälen gleich. «Die Preise zu verwalten ist aufwendig», so die Vizedirektorin. Rund eine Stunde pro Tag sei eine Person damit beschäftigt. Yield-Management lohne sich, so ihr Fazit: «Weil in Stadthotels nur bestimmte Tage gut besetzt sind.» Das Mövenpick Hotel sei 2009 zu durchschnittlich 70 Prozent ausgelastet. ck

Flexibel, aber lieber nicht beim Preis

Flexible Tagespreise: Was Airlines und Hotelketten längst praktizieren, stösst bei den Schweizer Hoteliers heute eher noch auf Skepsis.



Jörg Rudolf von Rohr, Direktor Hotel Schweizerhof, Zürich.

CHRISTINE KÜNZLER

Flexible Tagespreise, wie sie Kettenhotels praktizieren (siehe Artikel unten und auf Seite 11), können Betten füllen. Laut Preisbekanntgabeverordnung muss der Hotelier jedoch in seiner Broschüre und im Zimmer einen Minimal- und einen Höchstpreis angeben. In dieser Spanne muss sich der Zimmerpreis bewegen. Wird der Minimalpreis unterschritten, wird sich wohl kein Gast beschweren. Zudem muss der Hotelier deutlich machen, wenn die Preise nach Wochentagen oder Saison variieren und welche Leistungen er für diesen Preis bekommt.

Stephan J. Maeder, Direktor des «Carlton Europe» in Interlaken, arbeitet mit flexiblen Preisen. Er ver-

häftigt ihre Zimmer zu Rack-Rates. «Im Sommer gestalten wir die Preise flexibler, indem wir Pauschalen anbieten.» Und diese Pauschalen enthalten alle einen Mehrwert. Flexibel sind Züllings auch in anderer Hinsicht: «Früher waren diese Pauschalen nur für zwei oder drei Nächte buchbar. Heute verkaufen wir sie auch für eine Nacht. Und wir verlangen auch keine Weekend-Zuschläge mehr.» Tiefere Zimmerpreise bieten Züllings lediglich auf booking.com an. «Die Reduktion bewegt sich bei etwa 20 Franken.»

«Für Stadthotels besser geeignet»

Auch Caroline Zagkas-Loretan vom 4-Sterne-Hotel Regina Terme in Leukerbad sieht flexible Tagespreise als kein probates Mittel, um Betten zu füllen. «Wir können uns das hier nicht erlauben. Das ist höchstens etwas für Stadthotels.» Zudem habe das Haus viele Stammgäste, was eine solche Änderung sehr schwierig machen würde. Die Hoteliers setzen nach wie vor auf Packages.

«Flexible Tagespreise mögen für grosse Hotels passen. Wir arbeiten mit Rack-Rates.»

Jan E. Brucker
Direktor «Widder»

«Wer günstiger übernachten will, den bringen wir in unserem 3-Sterne-Garni-Hotel unter.»

Jan E. Brucker, Direktor des Luxushotels Widder in Zürich: «Flexible Tagespreise mögen für grosse Hotels passen. Wir als kleineres Hotel mit mehrheitlich Stammgästen jedoch arbeiten zu 99 Prozent mit Rack-Rates.» Das sei transparenter für den Gast und den Hotelier, sagt er. «Die Dienstleistung bleibt ja auch immer die gleiche. Da ist es naheliegend, auf der Basis von Rack-Rates zu arbeiten.»

Peter Kämpfer, Direktor Park Hotel Weggis, findet diese Preispolitik «grundsätzlich für Stadthotels möglich». Wenn, dann unbedingt mit einer Maximalrate die nicht überschritten werde. «Aus Gründen der Transparenz und aus Fairness gegenüber dem Gast.» Für die Ferienhotellerie und in kleineren Hotels sei diese Preisgestaltung jedoch schwierig umzusetzen, findet Kämpfer. Er setze – im Moment zumindest – lieber auf Packages und auf Mehrwert.

«Wir spielen lieber mit Kategorien als mit Preisen»

«Wir arbeiten weiterhin mit Rack-Rates, Firmenrabatten, Verträgen mit Firmen und Individual-



Claudia Zülling, Direktorin Hotel Schweizerhof in Lenzerheide.

gästen», sagt Jörg Rudolf von Rohr, Direktor des Zürcher «Schweizerhof». «Natürlich spielen wir auch mit Preisen, aber noch lieber mit Kategorien.» Wenn das günstigste Zimmer ausgebucht ist, bekommt der Gast zum gleichen Preis ein Upgrade. «Damit können wir den Zimmerpreis halten», sagt der Direktor des 4-Sterne-Superior-Hotels. Für ihn ist es denkbar, dass Individualgäste auf flexible Tagespreise eingehen, bei den Firmen indes dürfte es schwierig sein: «Der Kunde kann den flexiblen Preis weder budgetieren noch kontrollieren. Ich frage mich, ob die Firmen mit einer solchen Preisgestaltung einverstanden wären.» Ganz von der Hand weisen will der Hotelier die dynamischen Preise nicht. «Je nach Hotel kann das sinnvoll sein. Für unser Hotel im Moment nicht.» Er räumt jedoch ein, dass sich das, was bei den Airlines schon lange üblich ist, in ein paar Jahre auch auf die Hotellerie übertragen könnte.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

hoteljob.ch

Veränderungen
beginnen hier
www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für
Hotellerie, Gastronomie und
Tourismus

Gemeinsam
ÜBER FÜHRUNG
diskutieren

Nachdiplomstudium HF
Hotelmanagement

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

hotelfachschule thun
und
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BUS CONTACT

Montreux 4.–5.11.2009

CAR-TOURISMUS
SUISSE

Jetzt anmelden:
www.thw.ch/buscontact

Salvis Premierien.

igeho 21.–25. November 2009
Halle 1.0 | Stand C02

Die Spannung steigt...
■ neue Produkte
■ innovative Technologien
■ kreative Küchenideen

SmartCooking... SALVIS

SALVIS AG CH-4655 Oftringen
Telefon +41 (0)62 788 18 18

Internet. Reiseanbieter. Die Kuoni-Tochter Helvetic Tours druckt ihre Kataloge ohne Preise. Der Reiseanbieter lässt den Markt spielen und bietet Ferien zu unterschiedlichen Tagespreisen an.



Reiseangebote zu flexiblen Tagespreisen auf der Homepage der Kuoni-Tochter Helvetic Tours.

Helvetic Tours Für kurzfristige Buchungen

Auf der Homepage von Helvetic Tours findet man unter Tagespreise für die Herbstferien Angebote wie 3 Nächte Ibiza für 495 Franken oder 7 Nächte Catania in Sizilien für 745 Franken. In der Kategorie Tagesbestpreise gibt es zum Beispiel acht Tage Marrakech für 995 Franken. Dieses Angebot gilt für festgelegte Daten. Fliegt der Gast am 3. November, bucht er zu diesem Preis. Am 6. November jedoch bezahlt er für die gleiche Leistung 1095 Franken. Eine Stichprobe der htr hotel revue zeigt: Die meisten Reisen sind nur kurzfristig buchbar. Angebote, die mehr als zwei Monate zum Voraus gebucht werden können, fanden sich keine.

www.helvetic-tours.ch

Ein Ferienkatalog ganz ohne Preise

Kuoni schafft bei Helvetic Tours die Preisliste ab und führte tagesaktuelle Tarife ein. Dieses System erlaubt eine bessere Bewirtschaftung der Kapazitäten.

ROBERT WILDI

Kuoni hat aus der Not eine Tugend gemacht. Als der grösste Schweizer Reiseveranstalter mit dem Einsetzen der Nachfragekrise im vergangenen Winter fast alle Hotel-Einkaufstärkte für die Marke Helvetic Tours neu verhandeln musste, verkam die vorab gedruckte Preisliste zur Makulatur. «Mit dem Erscheinen unseres Sommerkatalogs 2009 im Dezember waren die publizierten Preise bereits veraltet, weil wir die neuen, günstigeren Hotelzimmer-Tarife an die Kunden weiterge-

geben hatten», erinnert sich Stefan Leser, CEO von Kuoni Schweiz. Der Entscheid war rasch gefällt: Ab der bevorstehenden Wintersaison 2009/10 wird das flexible Preissystem bei Helvetic Tours vollständig eingeführt. Den Ferienkatalog von Helvetic Tours wird es weiterhin geben, die gedruckte Preisliste jedoch

«Wir können die Preise bei einer sehr guten Auslastung auch erhöhen.»

Stefan Leser
CEO Kuoni Schweiz

hat ausgedient. Dank flexiblen Preisen wird ein höherer Profit erzielt. Definitiv ausgedient? «Die flexiblen Preise sind kein Versuchsbal-

lon», hält Leser fest. Es gehöre zu den Aufgaben des Marktführers, Pionierarbeit zu leisten. «Wir möchten neue Trends aufnehmen und diese als Eisbrecher in der Schweizer Reisebranche einführen.» Stefan Leser ist vom System überzeugt. Die flexiblen Preise ermöglichen eine bessere Bewirtschaftung der Kapazitäten. Davon würden die Konsumenten bei einer geringeren Nachfrage in Form von höheren Rabatten profitieren. «Andererseits können wir die Preise bei einer sehr guten Auslastung auch erhöhen.» Dank den flexiblen Preisen bricht Helvetic Tours aus dem starren Tarifgefüge «Frühbuche-, Katalog-, Last-Minute-Preis» aus. «Nur so wird es der Reisebranche künftig gelingen,

wieder profitabler zu werden», ist Leser überzeugt.

Online informieren, im Reisebüro buchen

Am Kundenverhalten hat das neue Preissystem von Helvetic Tours bisher nicht allzu viel verändert. Die Konsumenten wüssten aus ihrer Erfahrung mit Airlines und Hotels – wo das System schon längst angewendet wird – gut damit umzugehen, sagt Stefan Leser. «Fast zwei Mo-

Stefan Leser, der CEO von Kuoni Schweiz.



nate nach Einführung des Systems haben sich neben den Kunden auch die Reisebüromitarbeitenden gut daran gewöhnt.» Von den Reisebüros erhalte man bei Helvetic Tours regelmässige Rückmeldungen, dass Verkaufsprüfung einfacher zu führen seien. «Immer mehr Kunden informieren sich nämlich dank den tagesaktuellen Preisen im Internet und gehen für die Buchung dann ins Reisebüro», hält Leser fest. Diese Entwicklung passt dem CEO bestens. Die ersten Erfahrungen mit dem neuen Tarifsystem sind nämlich positiv ausgefallen und bestätigen, was Leser schon von diversen anderen internationalen Veranstaltern gehört hat. Zum Beispiel in Skandinavien oder Grossbritannien. Die Einführung des Systems bei Helvetic Tours war erst ein Anfang, Leser. «An den dynamischen Preisen dürften wohl mittelfristig auch unsere Angebote der Marke Kuoni nicht vorbeikommen.»

«Bei uns enorm wichtig»

Revenue Management ist bei The Ritz-Carlton weltweit wichtig. Bei einer Hoteldichte wie in Berlin erhebt Spezialisten optimieren «in-house» den Umsatz in der Bundeshauptstadt.

SIMONE LEITNER

Flexible Preisgestaltung, optimierter Umsatz und bestmögliche Erträge sind das Ziel von Ronnie Wünsche, Market Director of Revenue Management bei The Ritz-Carlton und Marriott in Berlin. Die Hotelkette fokussiert bereits seit Jahren auf flexible Preisgestaltung. «Das

zeigt sich in der Positionierung dieser Stelle, in vielen Häusern sind wir dem General Manager unterstellt», verdeutlicht der Fachmann die Relevanz. Es sei nicht mehr zeitgemäss, Revenue Management nur nebenbei zu betreiben – vor allem in Berlin, sagt Ronnie Wünsche. Schon seit Jahren ist dort die Hoteldichte – auch im Luxussegment – ein Thema. Und in wirtschaftlich unsicheren Zeiten wie heute noch mehr. «Ich kenne kein 5-Sterne-Hotel in der Bundeshauptstadt, welches kein professio-

«Wenn ein Datum gut gebucht wird, schliesse ich zuerst stark diskontierte Raten.»

Ronnie Wünsche
The Ritz-Carlton, Berlin

nelles Revenue Management betreibt», so der Experte. «Wir im Ritz-Carlton sind ein Team von drei Spezialisten und betreuen Ritz-Carlton, das Marriott und das Courtyard by Marriott mit insgesamt 950 Zimmern.» «Die Konkurrenz ist sehr gross in Berlin, aber dennoch sind wir bestrebt, die Preise zu halten», erklärt

Ronnie Wünsche von The Ritz-Carlton Berlin.

Wünsche. Das sei nicht bei allen Hotels in Berlin der Fall. «Um 10 bis 15 Prozent purzelten die Preise im Berliner Hotelmarkt.» Dadurch habe sich der Einbruch der Belegungsrate mit ei-



Im Ritz-Carlton Berlin wird auf Yield-Management Wert gelegt.

nem Minus zwischen 1 bis 3 Prozent in Grenzen halten können. Doch spätestens beim Ertrag gehe

dann die Rechnung nicht mehr auf. Generell gelte bei The Ritz-Carlton der Grundsatz, dass die Preise für den Gast transparent und nachvollziehbar sein müssen. Ronnie Wünsche steuert das Ertragsmanagement über die Verfügbarkeit. «Wenn ein Datum gut gebucht wird, schliesse ich zuerst stark diskontierte Raten wie beispielsweise Mitarbeitereraten, um für die höheren Preise Verfügbarkeiten zu garantieren.» Die Kommissionen innerhalb der Channels sind verschieden hoch. Bedeutet das nun für den Ertragsmanager, dass er zuerst diejenigen Channels schliesst, die am meisten kosten? Ronnie Wünsche: «Ratenparität und Fairness ist für uns oberstes Gebot, daher gelten für alle Kanäle die gleichen Verfügbarkeiten, unabhängig von der Kommission.»

Internet. Buchungskanal. Hotel.com hat ein Auge auf die Schweizer Hoteliers geworfen. Und der Buchungskanal soll weltweit ausgebaut werden. Schon jetzt findet der Gast dort über 100 000 Hotels.

100 000 Hotels auf einen Klick



Erst durch die Buchungsplattformen wie Hotels.com wird die flexible Preisgestaltung transparent.

Wie wichtig ist der Schweizer Markt für Sie?
Die Schweiz ist ein sehr wichtiger Markt für uns. Als wir Hotels.com in der Schweiz gelauncht haben, war es unser Ziel, die führende Hotelbuchungswebsite am deutschsprachigen Markt zu werden.

Sie haben also einen Firmensitz in der Schweiz?
Wir haben ein Team von Hotelvermittlern in der Schweiz, das gleichzeitig auch Ansprechpartner für unsere Hotelpartner vor Ort ist. Sie sehen, die Schweizer Hoteliers sind uns wichtig.

Fakten Eine US-Firma mischt Europa auf

Als Teil der Expedia Gruppe umfasst das Portfolio von Hotels.com mehr als 100 000 Hotels weltweit. Der Hauptsitz von Expedia, Inc. ist in Dallas, Texas; die Europazentrale hat ihren Sitz in London. Die Plattform verfügt über 1,3 Millionen Gästebewertungen von Hotelgästen, die tatsächlich im Hotel übernachtet haben. Im Februar 2009 gewann Hotels.com den Gold Award in der Kategorie «Beste Hotelbuchungsseite» des «Webuser Magazine».

Hotels.com gehört zur Expedia-Gruppe. «Wir sind auf Online-Hotelbuchungen spezialisiert und betreuen 100 000 Hotels», sagt Vice President Nigel Pocklington.

SIMONE LEITNER

Sie sind eine Tochter von Expedia.com. Ihre Ausrichtung ist aber ganz anders.
Ja, Hotels.com ist Teil der Expedia, Inc. Gruppe und hat sich auf Online-Hotelbuchungen spezialisiert. Anders als Expedia, die komplette Reiseangebote anbietet.

In welchen Hotelkategorien sind Sie in der Schweiz stark?
Wir fokussieren nicht speziell auf ein Land. Wir bieten mehr als 100 000 Hotels weltweit an. Darunter sind Hotels aller Arten, Stile und Sternkategorien. Unser Ziel ist es weiterhin, das Angebot an Hotels auszubauen.

Und Ihre Ziele für die Schweiz?
Wir möchten unser Hotelangebot kontinuierlich erweitern,

um für Reisende in die Schweiz sowie für Schweizer Reisende die erste Anlaufstelle zu sein, wenn sie auf der Suche nach einem passenden Hotel im Ausland oder zu Hause sind.

Hotels.com ist mit Expedia.com und Venere.com einer der ganz grossen Marktleader. Das ergibt eine «Monopolstellung»...
Sehen Sie, der Hotelmarkt ist hart umkämpft, was für die Konsumenten natürlich gut ist, um immer die beste Qualität zum günstigsten Preis zu bekommen.

Die Wahrscheinlichkeit, dass Sie die Kommission erhöhen, ist aber ziemlich gross...
Zu Kommissionen kann ich leider keine Angaben machen.

Kommt die Zeit, in der ein Hotel ohne Buchungsplattform nicht mehr überleben kann?
In einem Hotelbuchungsportal gelistet zu sein, eröffnet einem Hotelier ein weltweites Publikum für sein Angebot, was ihm sonst eventuell verwehrt geblieben wäre. Ausserdem bieten wir unseren Partnern

Nigel Pocklington ist Vice President Marketing und Strategie von Hotels.com.

Unterstützung in Marketing und Sales sowie Expertenratschläge im Revenue Management.

Wie sieht Ihr Business in zehn Jahren aus?
Mobiles Internet wird immer wichtiger, denn immer mehr Konsumenten tätigen ihre Buchungen per Handy oder Blackberry. Wir arbeiten daran, auch weiterhin die führende Hotelbuchungs-Website zu sein.

Was machen Sie, damit der



Kunde bei Ihnen bucht und nicht bei der Konkurrenz?
Wir bieten unseren Kunden eine Bestpreis-Garantie für alle im voraus bezahlten Hotels. Sollte ein Kunde das gleiche Angebot zu einem günstigeren Preis bei einem anderen Anbieter finden, erstattet Hotels.com den Differenzbetrag.

Ist die Preisparitätät zentral?
Der Preis ist ein sehr wichtiges Kriterium. Deshalb haben wir ein weltweites Team von Market Managern, das sicherstellt, dass unsere Preise nicht unterboten werden. Das ist vor allem wichtig, weil wir, wie erwähnt, eine Bestpreis-Garantie abgeben.

Und wer handelt mit den Hoteliers die Preise aus?

Wir haben eines der grössten Hotelkontakteam-Teams in der Branche, das mit unseren Hotelpartnern rund um die Uhr die besten Raten für unsere Kunden aushandelt. Gleichzeitig zeichnet dieses Team auch für alle Hotelbeschreibungen und Bilder

der auf Hotels.com verantwortlich. Diese, sowie die Bereitstellung tausender von TripAdvisor-Kundenbewertungen helfen unseren Kunden, sich für das passende

Wie binden Sie den Gast an Hotels.com?
Sehr beliebt bei den Kunden sind die Hotelbewertungen, Fotos sowie detaillierte Beschreibungen und Karten, die sie verschicken können.

Wann stimmt der Preis?

Yield-Management ist in aller Munde. Doch wie verkauft der Hotelier sein Zimmer zur richtigen Zeit zum richtigen Preis? Und erst noch rentabel.

SIMONE LEITNER

Yield-Management, häufig mit Ertragsmanagement übersetzt, ist ein Instrument zur simultanen und dynamischen, meist rechnergestützten Preis- und Kapazitätssteuerung. Zu Beginn wurde es von Fluggesellschaften genutzt. Mittlerweile haben vor allem Kettenhotels die

Nase ganz weit vorne. Aber auch in anderen Branchen, wie Theater, Kinos und Reedereien hat die flexible Preisgestaltung Einzug gehalten.

Vom Prinzip her handelt es sich beim Yield-Management um eine spezielle Form der Preisdifferenzierung. Im Unterschied zur klassischen Preisdifferenzierung variiert es die Preise nicht nur auf Produktebene, sondern bereits für einzelne Waren (nicht: Übernachtung am Samstag-10%, sondern: Übernachtung am 1.11. -15%; 8.11. -5%). Eine weitere Besonderheit ist, dass es auf Kontingentierung basiert. Ist ein Kontingent aufgebraucht, ist der zugehörige Tarif nicht mehr verfügbar.

Ein Trend, der sich etabliert: Immer mehr Hotels verzichten auf eine fixe Preisliste – zu variabel sind die Preise je nach Buchungszeitpunkt, Zimmerkategorie und Arrangement. Kommt dazu, dass heute kein Gast mehr Preislisten vergleicht, sondern sich im Internet über Online-Buchungsplattformen in Sekundenschnelle den Marktüberblick verschafft. Die Frage des Hoteliers lautet: Wie verkaufe ich das richtige Produkt, an den richtigen Kunden, zur richtigen Zeit und zum richtigen Preis.

Die amerikanische Cornell University hat zum Thema «Der Preiswettbewerb in der Hotellerie in unsicheren Zeiten» eine umfangreiche

Analyse verfasst. Dabei wurde das Zusammenspiel von Pricing, Nachfrage, Auslastung und Ertrag untersucht. Von 2001 bis 2007 nahm das «Center for Hospitality Research» die amerikanische Hotelindustrie unter die Lupe. Die Studie belegt, dass es sich in lokalen Märkten nicht zwingend lohnt, die Preise der direkten Konkurrenzbetriebe zu unterbieten. Denn: Wer kurzfristig die Auslastung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten mit tiefen Preisen stabilisiert oder gar erhöht, arbeitet nicht immer rentabel.

Es wurden über 67 000 Betriebe untersucht. Die Erkenntnisse des Reports lassen sich auf alle Hotelkategorien übertragen.

Neu Jet-Cut

dispensert
glatt, faltenfrei und blitzschnell!

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

Internet. Auktionsplattformen. Hotels nutzen Ricardo und Ebay, um in schwachen Zeiten die Betten zu füllen. Das sind in der Stadthotellerie beispielsweise die Wochenenden.

Zimmer zu versteigern



Sich's wohlsein lassen im Ramada Hotel Regina Titlis in Engelberg. Ebay macht's möglich.

Einige Schweizer Hoteliers setzen auf Internet-Auktionsplattformen, um ihre Betten zu füllen. Warum sich dieser Verkaufskanal lohnen kann – und was es dabei zu beachten gilt.

ANDREAS GÜNTERT

Relaxen und Natur pur im Hotel Bänklialp – anmücheliche Worte, die man sich auf einem Prospekt oder auf einer Visitenkarte des Engelberger Dreisternehotels vorstellen könnte. Doch der Werbeslogan prangt auf Ebay. Der Obwaldner Betrieb nutzt die Versteigerungsplattform, um zusätzliche Logiernächte zu generieren. «Wir versteigern Gutscheine, die uns

helfen, schwache Zeiten auszulasten», sagt Martina Kollreider, Vize-Direktorin des Hotels Bänklialp. Starke Saisons, wie Weihnachten/Neujahr, seien tabu für Ebay-Kunden. In der übrigen Zeit nehme man sie nach Verfügbarkeit auf, so Martina Kollreider.

«Bei den Stadthotels füllen wir so die Wochenenden besser, in den Saisonbetrieben die Zwischen-saison», sagt Andrea Strübin von der Treff Hotel AG, wo man mit sechs Ramada-Betrieben in der Schweiz regelmässiger Gast auf Ebay ist. Zusätzliche Vorteile der Versteigerungs-Site: Hoteliers erhalten hier eine Werbefläche, und zwar bei einer Kundschaft, die Ebay und Co ähnlich einem Fernseh-Abend quasi als «digitalen Schau-fensterbummel» nutzt.



Martin Werlen von Cultuzz Schweiz.

Eine weitere Spielart fürs Pricing kennt man bei Ricardo.ch, wo gemäss eigener Auskunft «permanent zwischen 200 und 300 Angebote von Pauschalreisen und Hotelübernachtungen» online sind: «Man kann dem aktuellen Marktpreis auf den Zahn fühlen», sagt Ricardo-Sprecherin Barbara Zimmermann. «Sollte sich im Falle von Auktionen zeigen, dass der Verkaufspreis mehrheitlich von den regulären Preisen abweicht, hat die Hotelleitung Nährboden für eine Preis-anpassung.» Oder kurz: Auf Auktionsplattformen kann der Hotelier seine Preislage austesten.

Oft programmieren Hotels die Auktionen nicht selber; sie lagern die Arbeit an spezialisierte Dienstleister aus. Die Schweizer Tochter der Berliner Firma Cultuzz etwa betreut für 74 Schweizer Hotels Online-Auktionen. Rund 170 verschiedene User würden im Schnitt an ei-

ner Auktion mitmachen, was einen günstigen Werbeeinfluss erzeuge, sagt Martin Werlen von Cultuzz Schweiz. Für den Hotelier wird bei einer Versteigerung eine Kommission von 12 Prozent (7 Prozent für Cultuzz, 5 für Ebay) fällig. Weil man wisse, dass 13 Prozent äl-

ter Steigerer ihren (bezahlten) Hotelgutschein gar nie einlösen, lohne sich ein Engagement für Hoteliers zusätzlich. Das Steigerungs-Geschäft hat eine grundsätzliche Krux: Wer seine Hotel-nächte ab einem Franken oder einem Euro aus-schreibt, hat zwar viel Betrieb in der Auktion, läuft aber Gefahr, aus-schliesslich «Bil-ligheimer» anzu-sprechen.

Wer zu hoch einsteigt oder sein Package überfrachtet, wird wenig Betrieb haben. «Man fährt gut,

wenn man mit der Hälfte des Normalpreises beginnt», sagt Martin Werlen. Er schätzt, dass der Hammer in der Regel bei 60 bis 70 Prozent der Rack-Rate fällt. Hoteliers müssen wissen, dass sie via Ebay und Ricardo mit einer sehr preisaffinen Kundschaft in Kontakt geraten. So preisaffin, dass man es manchmal mit Schlaumeiern zu tun bekommt, weiss Andrea Strübin: «Manche steigern da und dort Gutscheine zusammen und wollen sie dann gleich am Stück einlösen. Das geht natürlich nicht.»

«Wir versteigern Gutscheine, die uns helfen, schwache Zeiten auszulasten.»

Martina Kollreider
Hotel Bänklialp, Engelberg



Volle Betten, leere Kassen?

Unsere E-Payment-Lösungen eignen sich hervorragend für den Tourismus und die Hotellerie. Ihre Kunden können online bezahlen und Sie erhalten das Geld schnell und ohne Delkreder-Risiko. Wie ein perfekter Zimmerservice. Mehr erfahren Sie unter Telefon 0848 848 848 (Normaltarif) oder auf www.postfinance.ch/e-payment.

Besser begleitet. **PostFinance**
DIE POST

Internet. Yield-Management. Hoteliers betreiben von jeher Yield-Management: Sie verlangen der Saison angepasste Preise. An die heutige Flexibilität müsse sich die Branche jedoch noch gewöhnen, sagt Hansruedi Müller.

Wo steht die Schweizer Hotellerie in Sachen flexibler Preisgestaltung global gesehen?
Das Yield-Management hat seinen Ursprung im Flugverkehr und stellt die Ertragsoptimierung in den Vordergrund. Die Devise lautet: «Loose least», also möglichst wenige Kunden zu verlieren, keinen Sitzplatz oder kein Bett leer zu lassen. Auch in der Hotellerie gab es nie fixe Preise. Man unterschied immer nach Saisons. An die Flexibilität wie sie heute existiert, musste sich die Branche aber gewöhnen. Noch bis vor 15 Jahren galt in der Hotellerie eine relativ

«In der Hotellerie gab es nie fixe Preise. Man unterscheidet immer nach Saisons.»

Hansruedi Müller
Professor an der Uni Bern

rigide Preisbindung. Es war üblich, Preisabsprachen zu treffen.

Das Internet hat diese Preispolitik gefördert ...
... genau. Doch trotzdem habe ich das Gefühl, dass sich in der Schweizer Hotellerie Yield-Management noch nicht so richtig etabliert hat. Denn Yields sind Kapazitäten zu kennen, sondern auch die Zimmerangebote der Konkurrenz. Dazu muss mittels Prognosen die zukünftige Nachfrage richtig eingeschätzt werden. Und das ist nicht einfach.

Wie sieht die Preispolitik in Krisenzeiten aus?
Während der Rezession ist die Preisgestaltung oft eine Frage des längeren Atems. Und da sind Kettenhotels im Vorteil. Doch in erster Linie sollte die mittelfristige Rentabilität im Vordergrund stehen und nicht die kurzfristige Auslastung.



Uniprofessor Hansruedi Müller warnt vor Lockvogel-Angeboten, die die Glaubwürdigkeit eines Hotels in Frage stellen.

Alain D. Bollat

Yielden will gelernt sein

Yield-Management ist in der Schweizer Hotellerie nicht überall etabliert. Professor Hansruedi Müller sagt, flexible Preisgestaltung brauche viel Know-how und Fingerspitzengefühl.

SIMONE LEITNER

Wo ziehen Sie die Grenze zwischen flexiblen Zimmerpreisen und Dumping-Angeboten?
Das ist schwierig zu sagen, jeder Hotelier muss das für sich entscheiden. Lockvogelangebote stellen die Glaubwürdigkeit eines Betriebes in Frage. Allerdings hat sich im Airline-Business diese Preispolitik etabliert.

Wäre es sinnvoll, die gesetzliche Pflicht einer Rack-Rate abzuschaffen?
Spontan meine ich, man könnte die Rack-Rate abschaffen, denn eine zu grosse Spannbreite hat wenig Aussagekraft, eine zu enge grenzt ein. Es gibt immer wieder Momente wie beispielsweise Grossevents, da können Höchstpreise verlangt werden.

Grundsätzlich gilt: Die Preise müssen sich an der Zahlungsbereitschaft der Gäste orientieren. So gesehen dürften eigentlich keine enge Limiten vorgeschrieben werden.

Wann ist ein Zimmerpreis definitiv zu hoch?
Immer dann, wenn das Preis-Leistungs-Verhältnis nicht stimmt und der Gast andern gegenüber schlecht darüber spricht. Doch Vorsicht: Als Leistung wird mehr als nur das Hotel mit Zimmer und Frühstück wahrgenommen. Vielmehr ist es die gesamte Erlebniswelt der Destination, die zählt. Insbesondere bei Veranstaltungen kann so eine hohe Zahlungsbereitschaft entstehen.

Kann ein Hotel heute noch ohne Verträge mit Buchungsplattformen auskommen?
Es kommt auf Grösse des Hotels an. Nischenprodukte können mit einer guten Website immer noch ohne Booking-Channels auskommen.

Ab welcher Betriebsgrösse macht Yield-Management keinen Sinn mehr?
Ich denke, Kleinstbetriebe müssen nicht auf einem Booking-Channel präsent sein. Sie können, aber müssen nicht. Yields ist zwar grössenabhängig,

heisst aber nicht, dass es eine untere Grenze geben muss.

Was braucht es um Yield-Management wirkungsvoll zu betreiben?

Es braucht sehr viel Know-how, kombiniert mit Fingerspitzengefühl. Man muss in der Lage sein, zuverlässig zu prognostizieren. Den Markt sehr gut kennen und bereits lange im Voraus die Entwicklung der Nachfrage abschätzen können. Nur so kann die Rendite optimiert werden.

«Es braucht sehr viel Know-how, kombiniert mit Fingerspitzengefühl.»

Hansruedi Müller
Institut für Freizeit und Tourismus

Die neue Website für Bilderbuch-Ferien

Die neuen «Visual Search Galleries» der Microsoft-Suchmaschine Bing machen das Internet zum globalen Reisekatalog. Die Such-Konkurrenz rüstet mit anderen Features auf.

KARL JOSEF VERDING

Der US-Softwaregigant Microsoft hat ein neues Such-Feature für seinen Google-Herausforderer Bing vorgestellt. Die «Visual Search Galleries» sollen jenen helfen, die den Suchbegriff, den sie eintippen wollen, nicht wissen – oder sowieso von Anfang an visuell mit einem Grundbegriff wie «Bergferien» suchen wollen. «Es ist, als würde man in einem grossen Online-Katalog suchen», heisst es vonseiten Micro-

softs. Das neue Feature dürfte bei bestimmten Themengebieten um bis zu 20 Prozent schnellere Ergebnisse liefern als die rein textbasierte Recherche. Es geht um «Reisen, E-Commerce, Shopping und Filme», sagt Don Dodge, Director of Business Development bei Microsoft. Das Gehirn arbeite bei Bildern schneller als bei Text. Man werde sich auf die vier Kernthemen konzentrieren. Beim Tourismus seien hohe Marketingbudgets im Spiel: Die visuelle Suche sei nutzerfreundlicher und auch das bessere Geschäftsmodell. Das neue Feature ist derzeit nur auf der US-Präsenz von Bing verfügbar. Es wird in den USA noch genauer getestet und laut IT-Dienst

«Vadian Net» zu einem späteren Zeitpunkt in Europa verfügbar sein.

Booking.com und Lonely Planet schneiden YourTour.com

Nach vielen Jahren Forschung und Entwicklung ist YourTour.com, die Website zur Erstellung massgeschneiderter Reisen, nun offiziell auf der TechCrunch50-Konferenz der IT-Branche gelauert worden. Zurzeit ermöglicht YourTour.com den Nutzern, Selbstfahrertouren in Frankreich zu planen, basierend auf den Informationen des Reisebuchverlags Lonely Planet und in Partnerschaft mit Booking.com, Europas grösstem Online-Hotel-Reservierungssystem. Andere Län-

«Es ist, als würde man Reisen in einem grossen Online-Katalog suchen.»

Don Dodge
Director Development, Microsoft

KMU-Website Travelment.com mit Prämienprogramm.

der, wie Spanien, Italien und die Vereinigten Staaten (Florida), werden in den kommenden Monaten hinzukommen, genauso wie neue Funktionen.

Portal für KMU-Geschäftsreisen mit Content von HRS bis Airlines

Die neue Website Travelment.com, ein Bonusprogramm für ReisepLANER, wendet sich an kleine und mittlere Unternehmen und soll sich von bestehender Online-Buchungs-Software im Business-Tra-vel abheben. Firmenkunden können auf Wunsch Reiseerichtlinien und eigene Nettoraten hinterlegen. Bucher können an einem Prämienprogramm teilnehmen. Die ganze Geschäftsreise wird gebucht: Flug, Hotel, Bahn, Mietwagen und auch Taxi. Mit Hilfe von Geo-Daten wird die komplette Reise von Tür zu Tür dargestellt, wie Travelment-Geschäftsführer Michael Grimm-

erklärt. Hinter Travelment stehen neben Grimme weitere Investoren, darunter der ehemalige Inhaber der Fluggesellschaften LTU und DBA, HansRudolf Wöhrli. Das Portal greift auf den Content diverser Anbieter zurück, darunter Amadeus, HRS und Booking.com. Partner sind zudem Partners Software und Cologne Systems. Pro Reise inklusive aller Bestandteile erhebt Travelment eine Buchungsgebühr von 15 Euro plus Mehrwertsteuer und Kreditkartengebühr. Per Schnittstelle können die Rechnungsdaten an die interne Buchhaltung der Kunden weitergeleitet werden.

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

Internet. Tools. Hoteliers und Destinationen sind von Google Street View begeistert. Viele Tourismusorte wurden aber noch gar nicht im neuen Dienst aufgenommen. Einige könnten noch lange warten.

Warten auf das Dreirad

Street View ist sehr wichtig für den Schweizer Tourismus. Seit Street View veröffentlicht worden ist, wurden wir mit positivem Feedback von unseren lokalen Tourismuspartnern überhäuft. Dieses Statement von Thomas Winkler, Schweiz Tourismus, dürfte Balsam für die Seele von Google-Presse-sprecher Matthias Meyer sein. Seit Google nämlich im August den neuen Dienst auch in der Schweiz anbietet, hagelt es Kritik von Seiten der Datenschützer. Der Grund: Nicht alle Köpfe und Kennzeichen wurden unkenntlich gemacht. Meyer erklärt: «Wir verwenden dafür die beste Technologie auf dem Markt. Bei neuen Technologien passieren aber immer Fehler.» Fehlerhafte

Mit «Google Street View» können sich Tourismusgebiete authentisch der ganzen Welt präsentieren. Autofreie Orte üben sich aber besser in Geduld.

MELANIE ROTH

Bilder könnten über ein Tool beanstandet werden. Innerhalb von ein paar Stunden sei das Problem behoben. Das alles reicht dem Eidg. Datenschutzbeauftragten Hanspe-



In anderen Ländern wird bereits gestrampelt: Das «Trike» erlaubt das Fotografieren für Google Street View in autofreien Zonen.

ter Thür aber nicht. Trotz konkreten Verbesserungsvorschlägen von Seiten Google ist die Sache noch nicht ganz vom Tisch. Bis sie das ist, werden keine neuen Bilder publiziert. Wo Datenschützer den Dienst am liebsten gleich wieder abschalten würden, sind Tourismusregionen begeistert. Die Stadt Biel zum Beispiel hat Google Street View gleich auf ihrer Website integriert. «Biel ist fasziniert von Google Street View. Wir haben die Vorteile sofort erkannt und den Dienst in unser Stadtmarketing integriert», erklärt Thomas Geller, Leiter Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing Biel. Von anderen Orten seien ähnliche Reaktionen eingegangen, so Meyer. Einigen unter ihnen kann er Hoffnung machen: Das Google-Au-

sei weiterhin auf Schweizer Strassen unterwegs und fotografiere aktuell die Strassen im Tessin. Regionen wie Zermatt oder Saas-Fee muss Meyer aber vorerst enttäuschen: Der nötige fahrbare Untersatz, um auf autofreien Strassen zu fotografieren, ist mit dem Trike, einem mit Rundumkamera ausgestatteten Dreirad, zwar vorhanden. «In anderen Ländern wird es auch schon eingesetzt, für die Schweiz ist in dieser Richtung aber noch nichts geplant», so Meyer. Da nützen auch Aktionen nichts, welche Zermatts Tourismusdirektor Daniel Luggen laut einer Aussage gegenüber der «SonntagsZeitung» extra für Google durchführen würde: Beim Fototermin würde man «auch Geissen durch die Strassen treiben.»

Service Wie Hotels und Restaurants Google Street View nutzen können

Street View ist über die Seite maps.google.ch verfügbar. Zieht man dort das orange Männchen auf eine der in Blau erscheinenden Strassen, ist man mitten drin. Will ein Hotel seinen Standort auf der Website integrieren, findet sich oben rechts unter «Link» der HTML-Code, der per Copy/Paste verwendet werden kann. Sucht ein Gast über die Suche beispielsweise nach «Hotels in Bern», hat er neu die Möglichkeit, in die Street View Ansicht zu wechseln. Schlendert er dann durch die Strassen und passiert eines der eingetragenen Hotels,

erscheint eine Sprechblase mit Kontaktinformationen und – wenn vorhanden – Bewertungen von Gästen. Hotels welche noch nicht eingetragen sind, können das jederzeit nachholen. Weiter besteht die Möglichkeit, selber Fotos bei Google Street View zu integrieren. Über www.panoramio.com können die Fotos hochgeladen werden. Diese erscheinen, genügen sie den Qualitätsstandards, im rechten oberen Ecken unter «Nutzerfotos». **Weitere Informationen auf:** www.htr.ch/fokus

Wenn der Web-Inhalt zum Film wird

Web 2.0 macht's möglich: Nach 360-Grad-Videos und Hotel-Videos kommt der interaktive Hotelfilm. Best Western Schweiz ist Vorreiter. Jedes zweite Mitgliedshotel macht mit.

GUDRUN SCHLENCEZK

Ein Hotelfilm auf der eigenen Website ist en vogue. Best Western Schweiz geht noch einen Schritt

weiter und lanciert den gemäss eigenen Aussagen weltweit ersten interaktiven Hotelfilm. Die ersten beiden Produkte sind bereits zu bewundern: Ein Tool der Company selbst und der Auftritt der Berner Best-Western-Hotels Bären und Bristol. «Animator Roger führt mit Witz durch die Hotel-Video-Seite. Der User kann dabei individuell anklicken, was ihn interessiert – von Highlights der Stadt über die Zimmerpräsentation bis zum Online-Booking. So wird er dann mittels Film und einigen Informationen in



Animator Roger führt den User mit Witz durch die Film-Seite.

der Fusszeile durch das Haus geführt. Durch die bewegten Bilder wird der Auftritt des Hotels im Internet deutlich emotionaler. Allerdings muss der User etwas Geduld für die Ladezeiten mitbringen und auch Verständnis für die Laien-Darsteller und die manchmal etwas holprigen Übergänge: In den Filmsequenzen treten Bekannte und Mitarbeitende des Hotels auf, was teilweise etwas unbeholfen wirkt. Professionell ist Animator Roger, den sich Best Western Schweiz etwas kosten liess: Inklusives Konzept

und Applikation 150'000 Franken. Jedes Hotel kostet der eigene Film – ohne Statisten und etwaige Models – nochmal 8500 Franken. Bereits die Hälfte der rund 40 Schweizer Best-Western-Hotels hat sich für einen virtuellen Auftritt angemeldet. Noch acht, darunter jener der Best-Western-Hotels Airport in Glattbrugg, Speer in Rapperswil, Grauholz in Ittigen-Bern und Butterfly in Zermatt, werden dieses Jahr realisiert, die anderen im 2010. Für den Dreh des Films benötigt die Twin Productions AG aus Biel einen Tag.

Mit dem interaktiven-Filmtritt kann der Hotelier nicht nur auf der eigenen Website um Kunden buhlen, sondern auf allen Videoportalen: Zum Beispiel auf der Video-Plattform von Schweiz Tourismus oder bei YouTube die junge Klientel ansprechen. Dafür werden dann die einzelnen Sequenzen einfach zu einem Film verknüpft. Weitere Verwendungen: Im hauseigenen Zimmerfernsehen oder als Link beim Gäste-Newsletter. www.bestof.bestwestern.ch

Gstaads mobile Geheimtipps

iPhone-Applikationen sind beliebt. Gerade auf Reisen bieten sie einige Vorteile. Diese will auch der Bernerhof in Gstaad seinen Gästen bieten.

MELANIE ROTH

Unglaubliche 200 Millionen Umsatz macht Apple mit seinem App-Store, dem Download-Portal für iPhone-Anwendungen (Apps), pro Monat. Rund die Hälfte der 50 Millionen iPhone-Besitzer lädt pro Monat ein zusätzliches App herunter. Dies geht aus einer aktu-

ellen Studie der US-amerikanischen Agentur Admob hervor. 85'000 Anwendungen sind aktuell im AppStore zu finden – einige sind gratis, andere

Die «inGuide»-App vom «Bernerhof Gstaad».

re kostenpflichtig. Diese Zahlen scheinen auch Thomas Frei vom «Bernerhof Gstaad» beeindruckt zu haben. Seit Ende September



stellt sein Hotel den Gästen kostenlos iPhones inklusive der eigens programmierten Applikation «inGuide» zur Verfügung. Der elektronische Führer enthält Ausflugstipps und soll die Gäste am Orte in Gstaad und im Saanenland führen, die in den gängigen Reiseführern nicht zu finden sind. «Die persönlichen Empfehlungen und Geheimtipps, welche wir zusammengetragen haben, liegen uns besonders am Herzen», erklärt Frei. Er ist vom Erfolg von «inGuide» überzeugt: «Das haben erste positive Reaktionen unserer Gäste gezeigt.»

«Earth TV» als Marketing-Tool

«Earth TV» installiert weltweit Kameras, die Live-Bilder in TV-Qualität produzieren. Am Fernsehen und im Internet gehen sie um die Welt.

MATHIAS ZAUGG

«Earth TV» produziert rund um die Uhr Live-Bilder von Städten und Landschaften, die täglich auf über 50 Fernsehsendern in der ganzen Welt zu sehen sind. In der Schweiz haben bis jetzt die Destinationen Genf, Ascona, Lugano und Engelberg-Titlis einen Vertrag mit «Earth

TV». Weitere stehen mit der Münchener Produktionsfirma in Verhandlungen. Aufgrund einer Zusammenarbeit von Schweiz Tourismus (ST) mit «Earth TV» sind die Aufnahmen aus der Schweiz seit Mitte Juli auf der Website von ST zu sehen. Beider Destination hat der User des «Earth-TV»-Web-Players verschiedene Kanäle zur Auswahl: Livestreaming, Bilder der letzten 48 Stunden, Best-of-Clips und Zeitraffer. Der letztere

ermöglicht dem Besucher eine verkürzte Zeitreise und eignet sich besonders für die Beobachtung von Wetterentwicklungen. Mit der Möglichkeit der Einbindung in Websites wird «Earth TV» als Marketing-Tool noch interessanter. Nicht zuletzt deshalb, weil «die Bildqualität viel besser ist als bei der Aufschaltung von Web-Cams, und die beweglichen Kameras zeigen, was in realtime abläuft», sagt Edith Zweifel von ST. **«Die Bildqualität ist viel besser als bei der Aufschaltung von Web-Cams.»** Edith Zweifel, Schweiz Tourismus



Daniel Bumann

Der Koch greift als «Der Restauranttester» strauchelnden Lokalen unter die Arme.

Seite 19



Mit Spangen, einzelnen Haarsträhnen oder gezöpfeltem Haar lässt sich aus einer eher strengen Frisur mit wenig Aufwand spielend eine elegante oder kecke machen.

Bilder Carmelo Agovino

Kein Haar mehr in der Suppe

Wer in der Küche oder im Service arbeitet und tagaus, tagein dieselbe Frisur trägt, fragt sich bestimmt ab und an: Darf's auch mal etwas anderes sein? Et voilà: Alternativen zum Selbermachen.

FRANZISKA EGLI



Haar der Länge nach Scheiteln und zu einem Rossschwanz binden.



Rossschwanz leicht toupieren. Oberhalb vom Rossschwanz...



... ein Haarnetz anbringen und über den Rossschwanz ziehen.



Die Haarpracht je nach Geschmack formen und festmachen.



Das Fransenhaar glatt (oder mit Zöpfchen) nach hinten stecken.

Die Klassische

Diese Frisur eignet sich für Angestellte, die punkto Frisur auf Nummer sicher gehen wollen: Ein feines Haarnetz hält die Pracht fest zusammen. Obwohl sie sehr kunstvoll aussieht, ist sie verblüffend einfach, denn dank dem Haarnetz lässt sich der Rossschwanz spielend um sich selber drehen. Je nachdem wie lange die Haarpracht ist beziehungsweise wie man das Haar um sich selber wirbelt und festmacht, ergibt es eine neue Frisur – vom klassischen Dutt bis zur Banane ist so alles möglich. Wer es verspielter mag, zöpfelt oder dreht eine Strähne vom Fransenhaar und steckt es nach hinten, Spangen aller Art schmücken die Frisur zusätzlich (siehe grosses Bild links). fee

Die Verspielte

Man nennt diese Frisur Mai Tai, und sie eignet sich sehr gut auch für besonders feines wie für dickes, für nur schulterlanges wie auch für sehr langes Haar. Zwei Strähnen werden jeweils ineinander verknüpft, und je nach Lust und Laune kann man den Vorgang wiederholen, sooft man will: nur einmal oder gleich sieben Mal.

Seine verspielte Wirkung jedenfalls verfehlt die Frisur nicht, und seine Handhabung ist – auch wenn es auf den ersten Blick nicht so aussieht – sehr simpel. Es braucht einzig ein bisschen Übung dafür; idealerweise übt man zusammen mit einer Freundin, bis man den Dreh draus hat. Mit dem restlichen Haar macht man einen simplen Rossschwanz oder einen Knoten. Man kann das Haar – sofern es der Betrieb zulässt – aber auch offen lassen. fee

Fortsetzung Seite 16



Eine Fransenhaarsträhne fein abtrennen und halbieren.



Wie beim Knüpfen zieht man die eine Strähne durch die Lasche...



... aber auch die andere Strähne durch dieselbe Lasche ziehen!



Strähnchen sachte festziehen, bis der Knopf am Kopf aufliegt.



Ob drei oder sieben Mal, Verfahren wiederholen, so oft man will.



Das restliche Haar je nach Lust und Laune locker zusammenbinden.

1. Hygiene ist in der Gastronomie ein wichtiges Thema. Was gilt es punkto Haarpflege besonders zu beachten?

Dass das Haar immer schön sauber ist und gut gepflegt wird. Alles andere fällt sofort auf. Gerade Köche sollten ihr Haar täglich und sorgfältig waschen: Nicht nur nimmt Haar jeden Geruch sofort auf, was entsetzlich riechen kann. Viele Köche haben auch Schuppen, und dagegen hilft nur besondere Pflege.

2. Was empfehlen Sie an Pflegeprodukten?

Ein gutes Shampoo, aber auch ein Conditioner oder Kurpackungen sind unablässlich. Es lohnt sich, gerade bei täglichem Waschen, in diesem Punkt nicht zu sparen. Servicemitarbeitenden empfehle ich zudem einen guten Haarlack, der das Haar nicht zu kleistert, ihm aber optimalen Halt gibt und im Idealfall auch



Personen

Patrizia Orefice

Die Neapolitanerin ist Inhaberin des Coiffeur-Geschäfts Capelli in Arte in Bern und ist auch als Visagistin tätig.

www.capelliiarte.ch

noch gut riecht. Bei einer Kurzhaarfrisur macht sich etwas Gel oder Wachs sehr gut. Da sieht das Haar sofort viel frischer aus.

3. Wäre nicht eine Kurzhaarfrisur die Lösung aller Probleme?

Nicht unbedingt. Kurzes Haar braucht vielleicht weniger Pflege, aber man muss es unter Umständen mehr stylen und in Form bringen als langes.

4. Und was sind definitiv No-Gos?

Schuppen, die sich unbemerkt auf Blusen breit machen. Ein «Loch» im Haar am Hinterkopf. Splissiges, brüchiges Haar. Rausgewachsene Farbe. Wer sein Haar färbt, muss dies jeden Monat tun. Und generell gilt: Bei kurzem Haar ist nach rund sechs Wochen, bei langem Haar mindestens alle zwei, drei Monate der nächste Schnitt fällig. fee



Ob nur eine Dusche oder gleich ein Vollbad: Ohne regelmässige Körperpflege geht gar nichts.

Gerüche, die alles andere als dufte sind

Sie sind unangenehm, Mundgeruch und Achselschweiss. Mit regelmässiger Pflege und ein paar Tricks lassen sie sich meist vermeiden.

FRANZISKA EGLI

Eigentlich versteht es sich von selbst: Wer in der Gastronomie, in der Hotellerie arbeitet, hat – so steht es gar meist im Pflichtenheft – nicht nur adrett auszusehen, sondern a priori eine gepflegte Erscheinung zu sein. Im Dienstleistungssektor tätig und das mit voller Körperausdünstung?

«Wichtig ist, genügend Kleidung zu haben, damit man sie regelmässig wechseln kann.»

Sandra Huber
Basic Image

Weg mit dem Achselhaar, weg mit synthetischer Bekleidung

«Gerade in der Gastronomie», sagt Sandra Huber, «sind gewisse Dinge Grundvoraussetzung»: Täglich duschen zum Beispiel, findet die Inhaberin von Basic Image und Stilberaterin, die nebst Banken und Versicherungen schon Betriebe wie das Hotel Palace in Luzern oder das Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken beraten hat. Aber die Solothurnerin empfiehlt auch den Herren der Schöpfung die Entfernung der Achselhaare. Eine dicht bewachsene Achselhöhle sei ein wunderbarer Hort für Bakterien aller Art, was zu unliebsamen Geruchsbildungen führen könne.

Überhaupt, wer von sich wisse, dass er zu starker, intensiver Körperausdünstung neige, der solle nicht nur auf scharf und kräftig gewürzte Speisen verzichten, sondern auch Kleidung aus synthetischen Materialien meiden, und

zwar inklusive Schuhwerk und Socken, rät Huber. «Zudem lohnt es sich, während der Arbeit genügend Kleidung zur Hand zu haben und sicher einmal täglich die Kleider samt Schuhwerk zu wechseln, die Kleider zum Lüften an die frische Luft zu hängen und die Schuhe umgekippt atmen zu lassen». Das verhindere, dass sich unangenehme Gerüche darin festsetzen.

Punkto Bekleidung bleibt eine bestimmte Branche nicht untätig: Bei Berufsbekleidungsfirmen wie der Zürcher ImageWear tüftelt man unablässig an neuen Mixturen, von Nano-Technologie über Stoffe mit Keramikpartikeln bis zu recycelten



Salbei, als Tee oder im Bad, stoppt die Transpiration.

Materialien, welche nicht nur bequem und strapazierfähig, sondern auch ausreichend atmungsaktiv sind. Aber auch unpassende Schnitte, ergänzt Frank Meissner, Partner von Image

Wear, könnten Grund dafür sein, dass die unter der Bekleidung übermässig entstandene Schweissentwicklung nicht abtransportiert werden und deswegen unangenehm nach draussen dringen kann.

Wie sag ich's meinem Vis-à-vis? Direkt, diskret und diplomatisch

Doch nicht nur das, was wir auf uns tragen und im schlimmsten Fall wechseln können, kann unangenehme Düfte verströmen: Ein besonders leidiges Thema ist der Mundgeruch. Und ebenso wenig wie Achselschweiss mit einer Brise Deo beseitigt werden kann, verschwindet Mundgeruch dank Kaugummi oder Bonbon.

Das eine wie das andere mag zwar im ersten Moment helfen, verhindert aber keineswegs unappetitliche Geruchswolken, warnt Huber. Hier helfe nur eines: Hygiene. «Viel Trinken zum



Ein Bad in Tomatensaft-Wasser nimmt starken Körpergeruch.

Durchspülen», empfiehlt Sandra Huber, «regelmässig Zähne putzen, regelmässig Zahnseide benutzen und eventuell gar eine Mundspülung verwenden.» Und nützt alles nichts, unbedingt den Arzt aufsuchen, dann liege es nicht an der Hygiene und bedürfe einer sorgfältigeren Abklärung.

Körperliche Hygiene, lernt irgendetwas auch jedes Kleinkind, trägt nicht nur zu Sympathie oder Antipathie bei, sondern ist auch ein hochempfindliches Terrain. Wie daher das Thema ansprechen, wenn es vonnöten ist? Das, findet Sandra Huber, sei nicht etwa Chefesache, denn das lasse eher durchblicken, dass andere geklatscht hätten. Am besten selber und ganz direkt ansprechen. Ein «Mir fällt auf, dass...» kommt nie falsch an, weiss die Spezialistin, im Gegenteil: Oftmals seien die Betroffenen unheimlich dankbar für den Hinweis.

Tipps Von lauwarm Duschen und Baden in Tomatensaft

- Salbei hemmt die Transpiration: Salbeetees trinken oder Salbei als Badezusatz benutzen
- Lauwarm duschen: Kaltes Wasser erfrischt zwar, kurbelt aber die Schweissproduktion an
- Ein Tomatenbad nimmt starken Körpergeruch. Für ein Vollbad einen halben Liter Tomatensaft verwenden
- Regelmässig Sport treiben: Bewegung trainiert das Kühlsystem, das Schwitzen nimmt im Ruhezustand ab
- Nicht zu enge Kleidung bevorzugen
- Bei heissem Wetter scharfe Gewürze und eiskalte Getränke meiden

www.basic-image.com

Fortsetzung von Seite 15

Die Freche

Auch diese Frisur eignet sich bestens für feines wie dickes Haar und bietet diverse Spielvarianten: Unser Modell haben wir mit zwei Dutts ausgestattet, man kann aber auch nur einen oder gar deren drei anbringen. Wer es streng mag, verpackt das Haar wie bei der «Klassischen» in ein Haarband; ohne hat die Frisur dank den kecken Haarspitzen einen frecheren Touch. Je nach Dicke und Farbe der Haarbänder kann man den Look zusätzlich beeinflussen. Es empfiehlt sich aber: Je dünner das Haar, desto dicker das Haarband oder, noch besser, ein Haarpolster verwenden. Das gibt den Dutts das nötige Volumen. fee



Haar (mit Ausnahme der Fransen) quer über den Kopf teilen.



Beide Hälften zusammenbinden und mit Haarbändern versehen.



Das Haar jedes Rossschwanzes quasi über sich selber stülpen...



... und mit einem weiteren dicken Haarband befestigen.



Die Strähnen zurechtzupfen, die Fransen nach hinten stecken.

Hotels und ihre Geschenk-Aktion für Kinder in Not

Am 12. Oktober 2009 startet mit «Weihnachten im Schuhkarton» die weltweit grösste Geschenk-Aktion für Kinder in Not. Auch in diesem Jahr unterstützen das Radisson Blu Hotel, Zürich Airport und das Park Inn Zürich Airport diese Charity-Initiative von «Geschenke der Hoffnung e.V.». Zum einen sammeln die Mitarbeitenden selber Päckchen, zum anderen sind die Hotels offizielle Sammelstellen. Die diesjährige Aktion kommt bedürftigen Kindern in Moldawien zugute. fee

www.weihnachten-im-schuhkarton.ch

Sprungbrett für zukünftige Jungunternehmer

Am 6. November 2009 findet das 4. Sprungbrett-Event im Kanton Graubünden statt: Zehn Bündner Unternehmen bieten Studierenden in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eine Zukunftsperspektive. Dabei lösen die Studierenden in Workshops spannende Fragestellungen aus der Unternehmenspraxis und können gleichzeitig auch noch wertvolle Beziehungen knüpfen. Anmeldung bis 18. Oktober, die Teilnahme ist kostenlos. fee

www.sprungbrett-events.ch

Gourmet-Festival im Zeichen der guten Sache

Vom 23. bis 26. Oktober steigt zum zweiten Mal das Gourmet & Wine Festival «Haube & Traube» im Schloss Velden, a Capella Hotel am Würthersee. Unter der Schirmherrschaft von Eckart Witzigmann bieten 16 nationale und internationale Topköche den Besuchern ein wahres Gourmet-Feuerwerk. Der Reinerlös der Benefiz-Gala vom 25. Oktober kommt dabei dem Verein «Autisten mit Zukunft» zugute. Aus der Schweiz mit dabei ist André Jaeger vom Hotel Fischerzunft. fee

www.capellaschlossveldenhotel.at

Ausstellung

«Café en fête» im Johann Jacobs Museum, Zürich



Seit 25 Jahren setzt das Johann Jacobs Museum in Zürich seine einmalige Sammlung in Sonderausstellungen in Szene, vom 27. bis 29. November folgt nun eine unter dem Motto «Café en fête». Ob mit dem Kaffeetram durch die Stadt, ob Einblicke in die Arbeit der Bündner Zuckerbäcker, ob auf Spuren nach koffeinhaltigen Pflanzen im Gewächshaus – von jeher vermittelt das Museum am Seefeldquai, das 1984 von Klaus J. Jacobs gegründet wurde, Einblicke in die faszinierende Welt des Kaffees und dessen facettenreiche Kulturgeschichte. fee

www.johann-jacobs-museum.ch



«Secret Garden» von Martin Leuthold: Ein transparenter und hauchfeiner Stoff.



Experiment mit Dreidimensionalität und innovativen Materialien.



Bett «Darling» von Fries & Zumbühl mit Muriel Weber.



Die Pendelleuchte Allegro/Allegretto von Aebi, Reymond, Louis.



Das Projekt befasst sich mit dem Phänomen der Wiederholung.

Feine Stühle, Stoffe und Pendelleuchten

Am 6. November steht fest, wer den diesjährigen Design Preis Schweiz gewinnt. Nominiert sind 36 Designerinnen und Designer.

CHRISTINE KUNZLER

Alle zwei Jahre vergibt eine internationale besetzte Jury den «Design Preis Schweiz». Dieses Jahr zum zehnten Mal. 330 Designerinnen, Designer, Unternehmen und Studierende der Fachschulen für Gestaltung haben ihre Projekte eingereicht. 36 sind nominiert worden. Aus diesen wählt die Jury die Gewinner und vergibt am 6. November in der Markthalle Langenthal die Preise in folgenden Kategorien: Market, Newcomer, Research, Merit, Awards.

Eingereicht worden sind für den diesjährigen Preis Projekte aus den Bereichen Communication Design, Product Design, Furniture Design, Interior Design, Fashion Design sowie Textile Design.



Der filigrane Stuhl Vegetal ist für den Designpreis nominiert.



Ob das Gesamtkonzept für die temporäre Ausstellung zur Geschichte der Rhätischen Bahn einen Design-Preis bringt?

1. Martin Heller, das Fazit der diesjährigen Nominierungen für den Design Preis? Es ist ein guter Jahrgang, und die Jury hat jeweils einstimmig entschieden. Interessanterweise wurden äusserst unterschiedliche Produkte ausgezeichnet – in einer Bandbreite, die der Vielfalt der Designwelt gerecht wird. Und wir haben einen exzellenten Gewinner des «Merit»: einen, der ihn verdient.



Zur Person

Martin Heller

Jury-Mitglied des Design Preis Schweiz. 1999–2003 Künstlerischer Direktor der Expo.02. Seitdem selbstständiger Kulturunternehmer mit Heller Enterprises Zürich.

www.hellerenter.ch

2. Ihr persönliches Lieblings-Designerstück? Ich habe natürlich immer mehrere Lieblinge. Wobei mich am meisten jene Dinge freuen, mit denen ich erst seit kurzem lebe. Zum Beispiel der «Kast» von Maarten van Severen, eine Art Sideboard, das Vitra herausgebracht hat, und das ich mir für mein derzeitiges Haus in Linz gekauft habe. Dieses Stück mag ich sehr gerne!

3. Wie wichtig ist Design für die Hotellerie? So genannte Designhotels wirken oft steif und kalt. Wenn ein Hotelier meint, demonstrieren zu müssen, wie gut er sich auskennt mit zeitgenössischem Design, dann geht solches Schaulaufen meist auf Kosten des Wohlfühlens. Ich möchte doch nicht in einem Showroom übernachten! Der Gast muss spüren, dass alle Sorgfalt bei der Ausstattung von seinen Bedürfnissen ausgeht und nicht zum Selbstzweck wird.

4. Ihr Lieblingshotel? In ein Hotel der Mittelklasse gehe ich immer mit besonderem Vergnügen: in das «Rathaus» an der Langen Gasse in Wien. Grosszügige Zimmer, klare Gestaltung, komfortable Nassbereiche und das beste Frühstücksbuffet, das ich kenne. ck

«Ein guter Jahrgang», kommentiert Jurymitglied Konstantin Grcic die eingereichten Projekte. Obwohl sich dieses Jahr 10 Prozent mehr um den begehrten Preis bewerben haben, hat die Jury weniger Nominierungen vorgeschlagen als vor zwei Jahren. Für Grcic ein Qualitätsmerkmal: «Es spricht für das hohe Niveau des Preises.»

Nominiert worden sind vor allem in der Kategorie Furniture Design Möbel und Lampen, die sich auch in Hotels gut machen. Zum Beispiel die skulptural anmutende Pendelleuchten Allegro/Allegretto, die durch ihr reizvolles Zusammenspiel von Form, Licht und Klang überzeugen. Kriert haben die Lampen Aurel Aebi, Patrick Reymond, und Armand Louis.

Ronan und Erwan Bouroullec haben den Stuhl Vegetal gestaltet, den Vitra vertreibt. «Die formale Erscheinung, die aus der Abstraktion von Bildern aus der Natur entstand und mit Hilfe fortschrittlicher

Produktionstechnologie realisiert wurde, macht den Stuhl einmalig», findet die Jury.

Von Raphaël von Allmen stammt der Plastic Back Chair. Ein Stuhl, der sich durch eine ungewöhnliche Materialkombination, eine ausgefeilte Konstruktion und eine daraus resultierende, eigentümliche formale Erscheinung auszeichnet.

Die Gasser, Derungs Innenarchitekturen, freicomm haben ihr vielfältiges gestalterisches Gesamtkonzept für die temporäre Ausstellung zur Geschichte und Zukunft der Rhätischen Bahn eingereicht.

Martin Leuthold hat mit «Secret Garden» einen feinen Stoff geschaffen, auf dem «wie ein Hauch von Nichts auf magische Weise Transparenz, kostbaren Schimmer und ephemere Blumenpracht changieren».

www.designpreis.ch

Köche im TV. Schuhbeck und Co. Während der Sternekoch Alfons Schuhbeck im Schloss Hünegg in Hilterfingen für das Bayerische Fernsehen am Herd stand, kocht Miss Schweiz 2006 Christa Rigozzi im Tessiner Fernsehen.

«Die Schweiz inspiriert mich immer wieder»

Alfons Schuhbeck, sind Sie gerne in der Schweiz?
Auf jeden Fall, schauen Sie sich um hier in Hilterfingen. Diese Aussicht, dieser See, diese Berge. Da rieche ich ja förmlich die Pilze und die Kräuter.

Dann sind Sie bestimmt oft hier?
Nein, leider nicht. Auch dieses Mal fahre ich gleich nach dem Dreh wieder zurück nach Deutschland. Dabei hätte ich so gerne noch einen Abstecher ins Wallis gemacht...

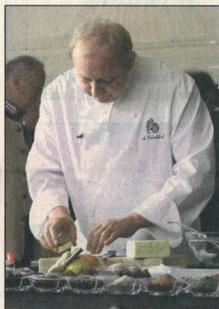
... um zu wandern?
Nein, ich hätte zu gerne das Dorf Mund besucht und mich vom Safran inspirieren lassen. Das ist ja eine ganz tolle Geschichte. Aber leider habe ich die Zeit nicht eingeplant.

Sind Sie auch ein Fan von Schweizer Käse?
Natürlich hat die Schweiz sehr guten Käse. Ich werde hier im



Er ist Sternekoch und Fernsehstar: Der Bayer Alfons Schuhbeck kochte im Schloss Hünegg in Hilterfingen – für die Kamera des Bayerischen Fernsehens.

SIMONE LEITNER



Alfons Schuhbeck bereitet «Käse eingebacken in Brot» vor.



Der Sternekoch bespricht mit Gerline Reiter die Details.

Bekömmlichkeit und Wirkung eines Gerichts. Als ich mich in die Welt der Gewürze einarbeitete, fand ich zum Beispiel schnell heraus, dass die Chinesen schon früh Kochen und Medizin verbanden, indem sie Yang-Gewürze wie Ingwer und

Chili mit Yin-Kräutern wie Minze und Petersilie ausbalancierten. Forscht man weiter, kommt man zu dem Schluss: Wer richtig würzt, lebt länger.

Welche Gewürze haben positiven Auswirkungen auf unseren Körper?
Das ist ein unerschöpfliches Thema. Chili hat unter den Gewürzen, welche die Durchblutung der Sexualorgane steigern, einen besonders guten Ruf. Dieses mittelamerikanische Paprika, reich an den Vitaminen A und C, fördert aber auch den gesamten Kreislauf und killt Krankheitserreger im Darm. Ingwer räumt den Magen auf, hilft auch gegen Erkältung, Übelkeit und Gifte im Körper, hemmt Entzündungen und stärkt das Nervenkostüm. Kardamom kontert die Konzentrationsschwäche.

Ersetzen Sie etwa einen Arzt?
Fürchten Sie nicht, dass ich medizinisch koche. Ich möchte nur erreichen, dass alles, was gut schmeckt, auch gut tut. Und wenn es durch meine Art des Würzens künftig noch besser schmeckt, dann soll das Essen gleichzeitig auch noch gesünder sein.

Fakten Schloss Hünegg als Kulisse fürs Fernsehen

Alfons Schuhbeck hat im Rahmen der Dreharbeiten für eine neue Sendung im Schloss Hünegg in Hilterfingen gekocht. Die Sendung wird im Juni oder Juli 2010 im «Ersten» (ARD) gesendet. In der Schlossküche am Thunersee waren die Produzenten des TVs, Alfons Schuhbeck und seine Assistentin Gerline Reiter ein eingespieltes Team. Nach dem Dreh liessen sich alle bei Kochkollege Urs Wandeler im Restaurant Schönbühl in Hilterfingen verwöhnen. sls



Gewürze sind für den Fernsehkoch Alfons Schuhbeck von grosser Bedeutung.

In der Schlossküche Hünegg werden Koch-Szenen gedreht.

Schloss Hünegg für die Kochsendung auch mit einheimischem Käse arbeiten. Erst kürzlich kam ein Schweizer Produzent bei mir in München vorbei und hat mich mit seinem Käse überzeugt. Bei mir im Restaurant habe ich verschiedene Käsesorten.

Gewürze haben in Ihrer Küche einen hohen Stellenwert.
Die rechte Würze ist ja nicht nur eine Frage des guten Geschmacks, sondern auch der

Die Schönheitskönigin schwingt den Kochlöffel

Sie führt charmant und kocherprobt durch die Tessiner Kochsendung «I Cucinatori»: Miss Schweiz 2006 Christa Rigozzi.

FRANZISKA EGLI

Was sie berührt, möchte man meinen, wird zu Gold: Christa Rigozzi, ihres Zeichens Miss Schweiz 2006 und eine der erfolgreichsten aller Missen der Schweiz, hat abgesehen von unübersehbarer Schönheit,

ausgesprochener Beliebtheit und ausgewiesener Intelligenz (sie hat ihr Studium der Medienwissenschaften mit Bestnoten abgeschlossen) weitere Qualität vorzuweisen: Sie kann kochen. Und wie, das zeigte sie nicht nur letzten Winter im Promi-Kochduell «Das goldene Rüeblli», in dem sie einen Mitbewerber glatt an die Wand gekocht hat. Das präsentiert sie nun auch in der Sendung «I Cucinatori» auf RSI (Radiotelevisione Svizzera), in der die 26-Jährige zusammen mit dem italienischen Starkoch Ilario Vinciguerra durchs Programm führt.

Ein kleiner Traumjob, bestätigt sie. Nicht nur weil sie so gerne kocht wie sie auch isst und Kochen im



Gilt als ausgesprochen gute Köchin, was sie in der RSI-Kochsendung «I Cucinatori» nun unter Beweis stellt: Christa Rigozzi.

Generellen sie beruhigt, plaudert Rigozzi frisch von der Leber weg: «Ich wage mich auch an viele Dinge, die ich noch nie ausprobiert habe, wie zum Beispiel Fisch ausnehmen oder ein Tomatensorbet herstellen», schwärmt sie von der Herausforderung. So könne sie ihre eigenen Kochkünste prima vertiefen.

Zudem ist die Tessinerin voll des Lobes für ihren Partner Vinciguerra, der im lombardischen Galliate die mit einem Michelin-Stern ausgezeichnete Antica Trattoria Monte Costone führt. «Seit ich 19 und weg von zu Hause bin, koche ich», erzählt sie, «aber eher im Stile der Cucina della Nonna». Was ihr nun Vinciguerra an Lukullischem auf-

tische, «diese Haute Cuisine mit neuen Bratkartoffeln und viel frischem Gemüse», das gefällt, nein, das schmeckt ihr, der bekennenden Feinschmeckerin und Pasta-Liebhaberin, ausgezeichnet.

Es ist jedoch nicht so, dass Rigozzi und Vinciguerra nur am Herd stehen, plaudern und ein, zwei Rezepte kochen. Neu empfängt «I Cucinatori» – wie es sich heute für eine Kochshow gehört – auch Gäste aus der Gastronomie selber und der Welt des Glamour.

I Cucinatori mit Christa Rigozzi läuft noch bis Freitag von 17.10 bis 18 Uhr auf RSI. Eine weitere Sende-Woche mit der Tessinerin ist für die erste Dezember-Woche geplant.

Köche im TV. Daniel Bumann. Der Spitzenkoch aus La Punt ist als «Der Restauranttester» unterwegs und guckt ausgewählten Betrieben nicht nur in die Kochtöpfe, sondern auch den Chefs über die Schultern.



Scharf beobachtet vom Kamerateam, sagt Daniel Bumann, der Restauranttester, dem Hoteldirektor Stephan Knubel ungeschminkt die Meinung.

Bilder Alain D. Boillat



Das Drehbuch des 3+-Teams: Vier Tage lang wird gefilmt.



Chefin de Service Dorin Lang erhält Unterstützung und Tipps.



Neuer Look im Restaurant: Weniger Möbel, mehr Ambiente.

Hoteldirektor Stephan Knubel vom Hotel City in Zürich ist wirklich nicht zu beneiden. Vier Tage lang hat er, wo auch immer er steht und geht, ein Kamerateam im Genick. Und, noch schlimmer, wird von Daniel Bumann dauerbeobachtet. Mit Sperberaugen sieht «Bumann, der Restauranttester» jeden Fehler, jedes Manko. Nicht nur beim Direktor, sondern beim ganzen Team.

Selber schuld: Knubel hat sich freiwillig als Testbetrieb bei TV 3+ gemeldet. «Während wir im Hotelbereich null Probleme haben, will das Restaurant einfach nicht richtig laufen. Ich wüsste gerne, was ich anders machen soll», erklärt der Hoteldirektor seine Motivation. Er hatte Glück, sein Betrieb wurde für die erste Sendestafel mit total sechs

Zur Person Spitzenkoch und TV-Restauranttester

Seit 14 Jahren führt der 50-jährige Daniel Bumann zusammen mit seiner Frau Ingrid das Restaurant Chesa Pirani in La Punt bei St. Moritz. Dieses ist hoch dekoriert mit 18 Gault-Millau-Punkten sowie 2 Michelin-Sternen. Im Jahr 2004 erhielt das Paar für seine Verdienste um den Schweizer Tourismus den Tourismuspreis «Milestone». Bumann gilt wegen seiner Safranmenüs als «Safrankönig» unter den Schweizer Köchen. eho

www.chesapirani.ch

Auf den wunden Punkt

Wenn das TV-Team von 3+ mit Restauranttester Daniel Bumann ein Lokal betritt, bleibt kein Stein auf dem andern. Die Tag lang dabei. Fazit: Hart, aber fair.

ELSBETH HOEBMEIER

Restauranttests auserwählt. Und so stand denn eines schönen Tages die Fernsehcrew unangemeldet vor der Tür. Und Daniel Bumann sogleich in der Küche. «Er hat eine quälend grobe Art, einem die Fehler direkt ins Gesicht zu sagen», gesteht Stephan Knubel. Aber ergänzt sofort: «Das Resultat ist jedoch durchaus positiv. Denn quälen und Qualität liegen nicht nur sprachlich sehr nahe beisammen!»

Bumann spricht die Probleme unverzüglich an – mit Erfolg

Im Restaurant des Hotel City Zürich sah die Welt schon nach wenigen Stunden ziemlich anders aus. «Aufs Frühstücksbuffet gehört frische Ware», wettete Daniel Bumann. Am nächsten Tag standen da frische Konfitüren im Glas, frischer Fruchtsalat, aufgeschnittene Melonen, ein gefällig präsentiertes Wurstsortiment. Die Kommentare der freudig überraschten Hotelgäste liessen nicht lange auf sich warten – und motivierten die Crew zum Weitermachen. Auch das Restaurant liess Bumann sogleich ummöblieren, statt vorher 56 Plätze gibt's jetzt nur noch 46, aber dafür ein einladenderes Ambiente.

Der grösste Fortschritt, davon war Daniel Bumann sehr schnell überzeugt, musste jedoch in der



Dann geht's in die Küche: Eine neue Karte muss her.

Alain D. Boillat



Und auch am Buffet gibt's einiges, das Bumann als veränderungswürdig erkennt.

Alain D. Boillat

Küche passieren. «Ich will mit dem Küchenchef eine neue Speisekarte erarbeiten», nahm er sich vor. Vor laufender Kamera fand dann bereits die erste Teamsitzung statt: Mit einem Direktor, der auf den Tisch haute und schwor, es sei jetzt fertig mit dem «Gelauer», er werde sich persönlich um jedes Gericht, um jedes Gedeck, um die Leitung des Restaurants kümmern und während dieser Zeit den problemlosen Hotelbereich seinem Stellvertreter überlassen. Die Crew staunte Bauklötze und wusste nicht recht, ob das jetzt echt oder nur für den Film

sei. «Den haben Sie aber recht eingespritzt», meinte der Küchenchef vorwurfsvoll zu Bumann.

Ein Restauranttester mit harter Schale und weichem Kern

«Anders geht's nicht», resümiert Daniel Bumann seinen Fernsehjob. «Hart sind nicht die Konsequenzen, hart ist unser Beruf. Und zwar hinter und vor den Kulissen», ist er überzeugt. Er nehme als professioneller Tester die Rolle des Böswichts gerne auf sich, wenn er dadurch helfen könne, einen Betrieb besser aufzustellen und den Kolle-

gen aus ihrem Schlamassel zu helfen. Leicht macht er sich das nicht. Während den Dreharbeiten könne er oft kaum schlafen, gesteht er. «Ich überlege praktisch pausenlos, wie ich meine Kritik am besten rüberbringen kann, wie ich motiviere, wie am wirkungsvollsten anschiebe». Hin und wieder habe er kurz

und werden jetzt, mit Start Mitte Oktober, gesendet. Ob es weiter geht, lässt Daniel Bumann noch offen – und auch ein wenig abhängig vom Echo auf die Sendungen. Und Stephan Knubel, der arg gebeutelte Hoteldirektor? «Für uns war es eine enorm wichtige Erfahrung und ein unschätzbare wertvol-



Eine denkwürdige Teamsitzung – echt oder nur Filmkulisse?

Alain D. Boillat

den Eindruck, es sei «Hopfen und Malz verloren», aber dann entdeckte er auch immer wieder versteckte Talente. «Das macht Mut», sagt der renommierte Spitzenkoch, der aus mehreren Anwärtern für die neue Schweizer Variante der deutschen Erfolgsserie «Rach, der Restauranttester» ausgewählt und von der 3+-Leitung sehr schnell als eine «optimale Mischung aus harter Schale und weichem Kern» erkannt wurde.

Bumanns eigener Betrieb geht vor. Die Zukunft der Sendung ist offen.

Nur in einer Frage bleiben Daniel Bumann und seine Frau Ingrid, die ihn zum Mitmachen animiert und ihn auch zu den Dreharbeiten begleitet hatte, pickelhart: Gedreht wird nur dann, wenn ihr Gourmetrestaurant Chesa Pirani in La Punt bei St. Moritz zwischen den Saisons geschlossen ist. Sechs Folgen wurden im Frühling 2009 abgedreht

er Input», sagt er. Kritik sei für ihn nicht schlimm. «viel schlimmer ist ein leeres Restaurant.»

Zur Sendung «Bumann, der Restauranttester»

Die Kochsendung des Privatsenders 3+ startet am 15. Oktober um 21.35 Uhr. Spitzenkoch Daniel Bumann begutachtet Schweizer Restaurants und gibt kulinarische und betriebswirtschaftliche Tipps. Folgende Betriebe werden in der ersten Sendestafel unter die Lupe genommen: Ziegelei Steffisburg BE, Krone Sattel SZ, Parktheater Grenchen SO, Rendez-vous Bern, La Strega Neerach ZH und City Hotel Zürich. eho

www.3plus.tv/restauranttester

Schokolade

Genuss im Quadrat in «Lait» und «Noir»

Die Lindt Maitres Chocolatiers präsentieren wieder einmal eine neue Praliné-Kreation: Petits Carrés Inspirés. Das sind kleine feine Pralinés für besagte inspirierende Momente, erhältlich in der Variante Lait oder Noir zu je 140 Gramm. Die Rezepturen Lait gibt's mit Nougat, Noisette, Caramel, Noir und Stracciatella; die Rezepturen Noir mit Amande, Pistache, Espresso, Biscuit sowie Noir. Das Kleinformat zu 50 Gramm beinhaltet Caramel, Noir und Stracciatella.



Verführerische Welt in einem kleinen Buch

Chocolat! Allein das Wort zergeht auf der Zunge. «Das kleine Buch der Schokolade» bietet alles rund um das «Gold der Mayas»: Nebst 11 Rezeptideen von Spitzenköchen (Schokoladen-Nuss-Millefeuille mit Asia-Gemüse oder Schokoladensorbet in Weingelee) wartet es auf mit viel Warenkunde, Küchenpraxis sowie feuilletonistischen Sondersseiten rund um das verlockende Thema.

Das kleine Buch der Schokolade, Teubner Klein-
Edition, Grafe und Unzer, 192 Seiten, Fr. 44.90

Naturprodukt Wein. Ja – Nein?



Geny's

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

Die Tessiner Täler sind geschichts- und kulturbeladen und bergen sehr viel Geheimnisvolles, Mystisches, Spirituelles in sich. Unbeschreiblich ist die Gefühlslage, wenn man mit dieser einzigartigen Landschaft verschmilzt und die zaubernde Gegend auf sich einwirken lässt; die malerischen Dörfer und Kirchen bewundert, die eindrucksvollen Weinberge achtet, die Sanftheit der Wälder, die reissenden Flüsse, die einzigartigen Schluchten, die bizarren Felsformationen, die majestätischen Berge und tiefblauen Seen bestaunt. Für einen Moment den Alltag hinter sich lassen. Eins werden mit der Natur. Das ist ein guter Anfang, um über die Natur nachzudenken und mit ihr zu sprechen.

Wein, ein Naturprodukt! Ja – Nein? Wein ist ein Kulturprodukt! Nur von der Natur alleine, ohne Einfluss des Menschen, gäbe es keinen Wein. Aber wie spürt man die Natur im Wein? Leider geht beim Wein die Schere zwischen Qualität und Quantität immer weiter auseinander. Aber es gibt sie noch, die unverfälschten, sortentypischen Terroir-Weine, die uns in der Nase und am Gaumen zeigen, was Natur im Wein ist!

In Sementina, nur einen Steinwurf von Fluss und Talsperre entfernt, versteckt sich das Weingut Pizzorin von Giancarlo Pestoni. Ein Kleinproduzent, der mit grosser Leidenschaft als Einmannbetrieb beachtenswerte Weine erzeugt. Er hat sich zum Ziel gesetzt, terroirbezogene Weine zu vinifizieren, die ausgewogen sind und zum Trinken animieren. Er sucht die natürliche Balance im Wein, die sortentypische

Aromen widerspiegelt. «Meine Weine müssen den authentischen Ausdruck des Tessiner Terroirs zurück strahlen», sagt der Winzer.

Gegründet wurde die Cantina Pizzorin im 1986. Damals übernahm Pestoni eine Rebparzelle seines Vaters. Was fast beiläufig begann, wurde rasch ernsthaft. Als Quereinsteiger stellte Giancarlo von Anfang an sehr hohe Qualitätsansprüche an seinen Wein. Kurz nach 2000 kam es zum Konflikt zwischen dem Beruf als Personal-Selektionierer für den IT-Bereich und der Berufung als Erzeuger handwerklicher Weine. Im 2001 gewann die Berufung Oberhand: Giancarlo Pestoni hingäbe seinen Hauptberuf an den Nagel und entschied sich für das Leben als Winzer.

Damals lautete die Philosophie: «Ich mache nur einen Wein!» Der Pizzorin, benannt nach dem Hausberg in Sementina, ist seit Anbeginn das Markenzeichen des Weingutes. Eine konsequente Gangart im Rebberg und im Keller führte Pestoni zu Bestleistungen und liess den Wein Jahr für Jahr besser werden. Für die stetige qualitative Steigerung ging der eher zurückhaltende Mann

grosse Risiken ein. Filtration und Schönung wurden aus dem Repertoire gestrichen. Der Wein als Beruf zwang dazu, den Betrieb zu vergrössern. Heute bewirtschaftet er Rebberge in Sementina, Carasso und Artore. Für bessere Kelterung und Ausbau wurde der Keller umfangreich erweitert.

Das Prinzip des maximalen Aufwands für ein optimales Produkt brachte Giancarlo die wohlverdiente Anerkennung in der Weinwelt. Ganz im Sinne der stetigen Suche nach dem bestmöglichen Ausdruck des Terroirs, ist er unter vielen Entbehrungen dem Ziel treu geblieben, authentische Tessiner Weine in Flaschen zu füllen. Das Sortiment der Cantina Pizzorin ist im Verlauf der Jahre auf fünf verschiedene Weine angewachsen. Der mineralische Chardonnay Nibbio, der erfrischende Ninfèa Merlot bianco und der gradlinige Merlot Arcada – sie alle offenbaren die Qualität ihres Terroirs durch Finesse, Eleganz und Aromen von herrlicher Saftigkeit, Schmelz und Originalität. In seinem jüngsten Kind, dem La Tur, eine Assemblage von Merlot und Cabernet Sauvignon, tritt der ganze Reichtum des Terroirs und der Natur zu Tage. Der Aristokrat beansprucht die volle Aufmerksamkeit des Weinkenners, hat aber gar nichts gegen die Einmischung eines – deftigen – Bollito misto einzuwenden. Nach wie vor ist jedoch der Merlot Pizzorin das Aushängeschild der Cantina. Er reflektiert, was derzeit an Qualitätsstreben im Tessiner Weinberg zu finden ist. Die reiche, fruchtige Textur, die vielschichtigen Geschmacksnoten und das harmonische ausklingende Finale versetzen den Verkoster in Entzücken. Besonders der 2007er ist ein überzeugender Vertreter des «Sopra Ceneri», den man mit gutem Gewissen als Jahrgangsentdeckung weiterempfehlen kann.



ANZEIGE

Premium Qualität aus fairem Handel

Weitere Informationen unter www.rivella.ch & www.maxhavelaar.ch

Neue Bücher

Wie eine US-Chinesin Heimat und Kochen entdeckt

Neugierig auf ihre chinesischen Wurzeln reist eine junge Amerikanerin nach China, dem Land ihrer Eltern, entdeckt die chinesische Le-



bensart und die chinesische Küche und gründet 2007 eine Kochschule. Das ist die Geschichte von Jen Lin-Liu, die im Roman «Nudeln für das Volk» ihren eigenen Werdegang von der Studentin zur Kochschulinhaberin und Restaurantkritikerin aufgezeichnet hat. Ergänzt wird der Roman mit 30 typischen chinesischen Rezepten.

Jen Lin-Liu, **Nudeln für das Volk**, Knauer Verlag, 400 Seiten, Fr. 18.90

Verblichener Grandezza zu neuem Glanz verholfen

Entstanden ist es 1875/76 nach Plänen des damals viel gefragten italienischen Architekten Giovanni Sottovia, in einer Zeit also, in der die



ersten Touristen das südalpine Bergell entdeckten: das Hotel Bregaglia in Promontogno. Nun ist ein Buch über das imposante Grandhotel mit seiner verblichlenen Grandezza erschienen, «Hotel Bregaglia – Ein Findling im Bergell», das seine Architekturgeschichte samt Fassadengraffiti und Malereien im Innern beschreibt, aber auch die Bedeutung des Hotels für die touristische Erschliessung des Bergells und nicht zuletzt die Sorge um sein mögliches Verschwinden.

F. Hitz, P. Roth, C. Seger, S. Semadeni, R. Bruderer, **Hotel Bregaglia – Ein Findling im Bergell**, Hier und Jetzt Verlag, 150 Seiten, Fr. 38.-

Ob Hauptspeise oder Dessert: neun Currys für alle Fälle

Limettencurry passt zu Fisch, Minzcurry zu hellem Fleisch, sogar für Desserts gibt's ein Curry: Bettina

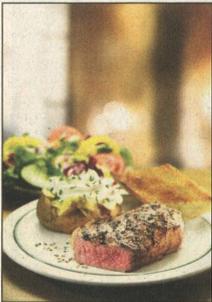


Matthaei hat für ihr Werk «Im 7. Curryhimmel» neun Mischungen entwickelt, so dass der Curryliebhaber Genuss nun wohl grenzenlos ist. fee

Bettina Matthaei, **Im 7. Curryhimmel**, Hadecke Verlag, 160 Seiten, Fr. 42.-



Nicht nur der Food ist hochwertig, auch die Einrichtung punktet mit ausgewählten Materialien wie massivem Eichenholz.



Blockhouse-Klassiker: Frischer Salat, Steak vom Lavastein, «baked potato», Knoblauchbröt.

Steak für Gast und Handel

Wenn man in Deutschland ein saftiges Rindssteak essen will, geht man zu einem der Block-House-Outlets oder zu Maredo. Beide Unternehmen sind führend in der deutschen Steak-Gastronomie. Doch während Maredo seit den Neunziger Jahren zum britischen Whitbread-Konzern gehört und sich in Deutschland auch die Churrasco-Steakhaus-Kette einverleibt hat, ist Block House immer noch ein reines Familienunternehmen in deutscher Hand.

Eugen Block gründete 1968 das Unternehmen. Nach 41 Jahre zählt die Holding genau 41 Restaurants. Das jüngste und erste in der Schweiz mit seinen 134 Sitzplätzen bewirbt seit knapp zwei Wochen Steak-Hungrige im neuen Shopping-Center Stucki in Basel. Nach gut 40 Jahren sind die Gerichte der ersten Stunde noch immer die Leader-Produkte in einem Block House. 60 Prozent aller Food-Konsumationen entfielen auf Steaks,

«Ab diesem Jahr erzielen wir gleich viel Umsatz im Retailmarkt wie in der Gastronomie.»

Dirk Block
Geschäftsführer der Block-Holding

erzählt Dirk Block stolz, der nun die von seinem Vater gegründete Firma operativ weiterführt. Kein Wunder, ist das Fleisch doch erster Qualität von auf südamerikanischen Weiden aufgewachsenen Rindern, 28 Tage gereift bei der Schiffsüberfahrt und in der Block House Fleischerei GmbH in Hamburg portioniert.

Am meisten gefragt in Basel ist «Mrs. Rumpsteak»: ein 180 Gramm

Block House zählt den ersten Betrieb in der Schweiz. Die deutsche Steak-Kette in Familienhand expandiert im Ausland via Franchise.

GUDRUN SCHLENCEK



Markenzeichen Rind: Das Fleisch stammt aus Südamerika. Das Vieh frisst ausschliesslich Gras.

schweres Entrecôte, dazu gibt's Salat, «baked Potato» mit Sour Cream und Knoblauchbrot, das Ganze für Fr. 36.20. Die Steak-Gerichte sind auch die einzigen, welche frisch vor Ort produziert werden: Gebrillt wird auf einem 400 Grad heissen Lavastein, die Kartoffeln werden stündlich frisch gebacken, laufend frisch aufgebakken auch das Brot. Alles andere, von der Sour Cream bis zum Zürich-Geschnetzelten kommt fix-fertig – vorwiegend sous-vide-zubereitet – von der eigenen Block MenÜ GmbH in Mecklenburg-Vorpommern. Hochklas-



Wird wie das Steak frisch vor Ort zubereitet: der Salat. Fast alles andere kommt «sous-vide» ins Outlet.



Der Food kommt aus den eigenen Produktionsbetrieben. Gelehrte Köche braucht es keine mehr.

sige Convenience: «Produkte wie unsere Rindsroulade haben Sterne-Niveau», betont Dirk Block. Gelehrte Köche vor Ort muss Block House nicht mehr anstellen.

Man habe die ganze Wertschöpfungskette in der Hand, erklärt Dirk Block. 80 Prozent des Aufgesehen komme aus den eigenen Produktionsbetrieben. Das ist nicht nur auf der Kostenseite ein Plus, auch die Qualität der Produkte, beim Fleisch bis zum Rind auf der Weide, habe man so voll unter Kontrolle. Dabei liefern die beiden Produktionsstandorte längst nicht mehr nur an die eigenen Restaurant-Betriebe: Immer wichtiger wird der Einzelhandel. Dieses Jahr werde die Block House Holding erstmals gleich viel Umsatz im Retailmarkt wie in der Gastronomie machen: je rund 90 Mio. Euro. Die Präsenz in deutschen Supermärkten bringt nicht nur Geld, sondern hilft auch, die Marke beim Konsumenten zu platzieren. «Wenn man an Steak denkt, soll man an Block House denken. So wie man bei Geflügel in Deutschland an Wiesenhof denkt», visioniert Dirk Block.

Während die 34 Betriebe im Heimatland alle eigene sind, setzt man im Ausland auf Franchise und zählt heute sieben davon, in Griechenland, Portugal, Spanien und neu in der Schweiz. Franchisenehmer in Basel ist Rolf Maria Schmitz, der auch etwaige weitere Schweizer Betriebe führen soll. «Franchising ist ein schwieriges Geschäft», meint Dirk Block. Potenzielle Franchisenehmer würde man gut prüfen und die Latte für den Einstieg bewusst hoch ansetzen: Die Investitionen für ein Block House von 1,5 Mio. Euro trägt der Franchisenehmer, die Einstiegsgebühr beträgt 75 000 Euro und die Lizenzgebühr 4 Prozent vom Umsatz.

Das dritte grosse Standbein der Block House Holding ist Hamburgs grösstes 5-Sterne-Hotel Grand Elysee mit jährlich 30 Mio. Euro Umsatz. Erbaut 1985 von Eugen Block – aus Liebe zum Gastgewerbe, erzählt Sohn Dirk.

impresum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Elisabeth Hobmeier/eho

Stellvertreter: Miroslav Halaba/mh

Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung

aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung

fokus); Simone Leitner Fischer/sls (Ressortleitung

dolce vita); Miroslav Halaba/mh (Ressortleitung

cahier français); Eugenio D'Alessio/eda; Franziska

Egli/fee; Theres Lager Berger/tl; Gudrun

Schlenzcek/sgs; Karl Josef Verding/kjv

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boilat/adb

Layout: Roland Gerber/rg; Regula Wolf/rwo

Korrektorat: Paul Le Grand

Volontär: Mathias Zaugg

Online Redaktion: Melanie Roth/rom

Verlag

Leitung: Barbara König

Assistentin: Monika Hausammann

Stellensinsete: Angela Di Renzo, Patricia Nobs

Geschäftszeiten: Michael Müller,

Béda-Urs Schönenberger

Druck: Böhler Grafino AG, Druckzentrum Bern

Auflage: WEMF-begabügt 2008/09

verkaufte Auflage: 10 732; Gratsauflage: 769

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer

Fr. 4.30; Jahresabonnement Fr. 145.-

ISSN: 1424-0440

Erscheinungsweise: wöchentlich

Kontakte

Adresse:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,

Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93,

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

Inserate: Tel. 031 370 42 42,

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

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und

Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les

documents envoyés sans concertation préalable

liegenschaften

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 – teilen Sie uns Ihre Anforderungskriterien mit

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Verbesserung vom Betriebsergebnis mittels Marketingmassnahmen mit neuen Angeboten und Erschliessung neuer Märkte
- Organisation von Betriebsübergaben und Nachfolgeregelungen
- Vermittlung bei Rechtsstreitigkeiten zwischen den Parteien
- Projektentwicklung / Projektoptimierung zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit und Finanzierungs-konzepte
- Rekrutierung von Direktionen, Geschäftsführungen, Kader, Anschluss an eine Betriebsgruppe
- Individuelle Beratungen

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

189-2237

Zu verkaufen in Menziken AG Speiserestaurant

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

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

2598-1431



An Gastgeberpaar neu zu vermieten – ab 15. Januar 2010

www.ratskeller.ch

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Referenzen freuen sich: **Robert & Trudi Schuler-Jakober**
Haus Ratskeller | 6430 Schwyz

4287-2287

Gastro-Profis aufgepasst!!!

In Biel zu vermieten (evtl. zu verkaufen) TOP-Restaurant mit Wintergarten an allerbesten Lage, BJ84, EG 170 Sitzplätze (wovon 44 in Fumoir), PLUS Terrasse 28, PLUS Carnotzel 20 Plätze, Bruggstrasse mit über 20000 Fahrzeugen täglich, 18 eigene Parkplätze + 80 öffentl. Gratis-PP in drei Gehminuten, Bushaltestelle vor dem Haus, konkurrenzlose Lage neben Friedhof (20-25% des Umsatzes mit Traueranlässen = beachtliche Umsätze nachmittags!), komplett rollstuhlgängig und bestens unterhalten, viele Vereine, tolle Stammschaft, eingespieltes Mitarbeiter-Team.

Kleininventar ca. 80'000.- |
Miete 6000.- pro Monat plus NK.

Miet- resp. Kaufinteressenten senden die üblichen Unterlagen mit entsprechendem EK-Nachweis (80'000.- bei Miet resp. 700'000.- für Kauf) an:
Herrn Jürg Lipps, Obergasse 23,
2555 Brugg, 079 440 74 30

4288-2290

Ein antikes Vierstern-Hotel in der Zentralschweiz

mit rund zwanzig Zimmern, einer gehobenen Restauration und einem weiteren, anders konzeptionierten Restaurant sowie einer Direktionswohnung

steht nach erfolgreichem Neustart zum Verkauf.

Das Objekt kann auch anderweitig genutzt werden.

Interessierte mit Eigenkapitalnachweis können sich melden unter:

GastroSolution AG, Herr Michel Rubin-Domig, Im Haufland 18, 8627 Grüningen, Telefon 043 928 01 01

4251-2264

aus- und weiterbildung

ERSTE BAUSTEINE FÜR DEN START AM "FRONT-OFFICE"

DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE

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

190-61

Sprachaufenthalte weltweit

Über 200 Top-Sprachschulen mit Tiefpreisgarantie!

Tel. 044 211 12 32

www.boalingua.ch

686-396

BAR-Vermietung

im Restaurant Burehof, Waldhäusern, CH-5624 Bünzen, Aargau.

Komplett eingerichtet (ohne Biervertrag).
Netto-Mietzins: CHF 2400.- zuzügl. NK.

Interessierten melden sich bei:
Priskus A. Theiler, 079 636 4363
info@restclean.com

4156-2206



Gelegenheit! Zu verpachten nach Vereinbarung oder spätestens auf 1. April 2010

Gasthaus Krone, direkt am Bodensee in Altnau

Wenn Sie folgende Eigenschaften mitbringen, stehen Sie bei uns hoch im Kurs.

Sind Sie ein Wirt-Paar/Team mit mehrjähriger Erfahrung?

Ist für Sie kommunikativer und freundlicher Umgang mit Menschen selbstverständlich?

Verfügen Sie über eine Prise gesunden Humor, Unkompliziertheit, Kreativität und Anpassungsfähigkeit für ein saisonal geprägtes Umfeld am Bodensee?

Sind Sie Gastgeber mit Herz und Seele?

Schätzen Sie die Möglichkeit, in Altnau eine langfristige Existenz aufzubauen?

Den zukünftigen Pächtern stehen folgende Räumlichkeiten und Plätze zur Verfügung:

- Gaststube 45 Sitzplätze
- Säli 30 Sitzplätze
- Aussichtsterrasse/Wintergarten 45 Sitzplätze
- Gartenwirtschaft im Schatten der Kastanienbäume 100 Sitzplätze
- Genügend Parkplätze, 2 Schiffsanlegeplätze für Gäste
- 2 Zweizimmerwohnungen
- 1 Zweizimmerwohnung
- 5 Gäste- oder Mitarbeiterzimmer
- Garagen

Fühlen Sie sich angesprochen, das Gasthaus Krone in Altnau zu fairen Pachtbedingungen zu übernehmen? Gerne erwarten wir Ihr vollständiges Bewerbungsdossier bis spätestens 30. Oktober 2009.

Gemeinde Altnau, Scherzingerstrasse 2, 8595 Altnau; info@altnau.ch.
Resort Volkswirtschaft, Rita Barth

4209-2262

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement Unternehmerseminar hotellerieuisse

Kursbeginn Zyklus 36: 21. Oktober 2009

Kursbeginn Zyklus 37: 20. Oktober 2010

Informationsveranstaltungen:

11. Mai 2010, Hotel Allegro, Bern

9. August 2010, Hotel Schweizerhof, Zürich



Anmeldung, Administration, Information:
hotellerieuisse
Weiterbildung
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon +41 (0)31 370 43 01
Telefax +41 (0)31 370 42 62
www.hotellerieuisse.ch/weiterbildung
weiterbildung@hotellerieuisse.ch



4171-2220

cahier français

htr hotelrevue No 41 / 8 octobre 2009



Nicolas Zapf

Le nouveau directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme fait part de ses projets.

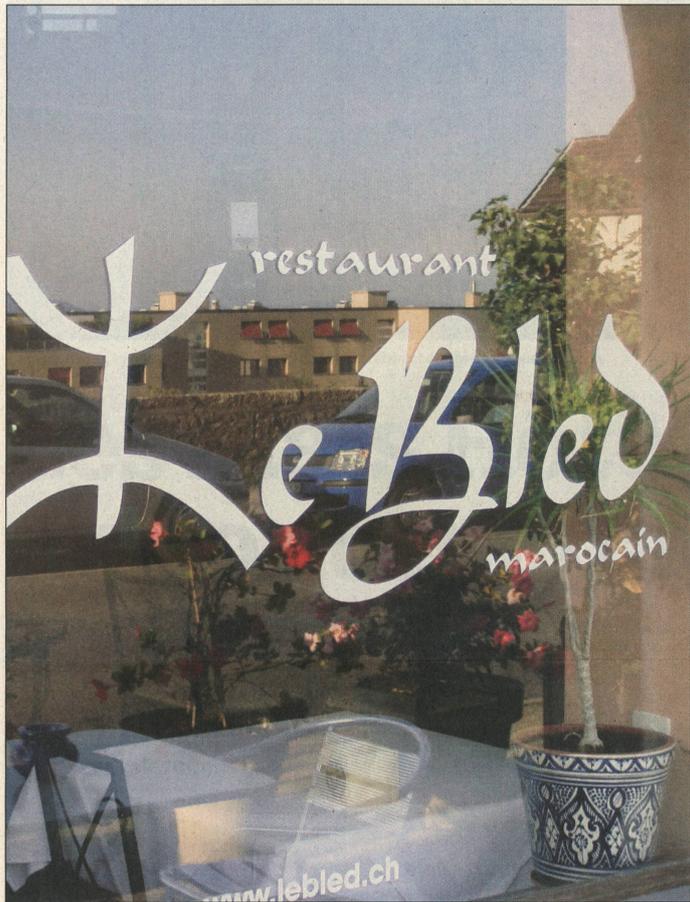
Page 26



Milestone 2009

Vingt projets ont été retenus dans le cadre de la 10e édition du Prix du tourisme suisse.

Page 27



Le restaurant Le Bled, à Neuchâtel, est un pionnier du libre prix.

Eugenio D'Alessio

Des recettes anti-crise

Quand le porte-monnaie crie famine, le restaurant devient souvent un luxe. Fort de ce constat, certains professionnels ont pris le taureau par les cornes en concoctant des recettes anti-crise qui ont pour nom libre prix et low cost. Le Bled, à Neuchâtel, est un pionnier du menu sans prix. Dans un autre état d'esprit, la Croisée des sons, à Delémont, s'est engouffrée dans la brèche. Le Vieux-Bourg, à Saillon (VS), est pour sa part le premier restaurant du pays à suivre les traces d'easyJet. Et manifestement, le succès est au rendez-vous.

«Depuis son lancement, le 6 avril dernier, le libre prix est une magnifique réussite», exulte Hocine Akrid, le patron du Bled. Du lundi au vendredi, ce restaurant marocain propose à midi une carte vierge de prix. Au terme du repas, le client fixe le montant de sa note, à l'exception des boissons. «Grâce aux échos médiatiques – j'ai eu droit à un article dans la «NZZ» et à un reportage à la radio suisse allemande –, je vois désormais affluer, outre les Neuchâtelois, des Biennois, des Soleurois et même des Zurichois. Avec cette formule, qui se révèle rentable, j'enregistre entre 35% et 40% de clients en plus pour les repas de midi. D'une quin-

Libre prix et low cost: la restauration explore de nouvelles pistes pour faire la nique à la crise et se démarquer de la concurrence. Tour d'horizon.

EUGENIO D'ALESSIO

zaine de couverts quotidiens, je suis désormais passé à quelque vingt-cinq couverts.»

On s'en doute, le libre prix comporte un risque, celui d'attirer les profiteurs. «Par bonheur, la majorité de mes clients sont corrects. Seuls 10% d'entre eux laissent une somme dérisoire», rassure le diplômé de l'Ecole hôtelière d'Agadir, qui met toutefois en garde: «Le jour où il y aura trop de sans-gêne, je mettrai fin au low cost.»

«Le jour où il y aura trop de sans-gêne, je mettrai fin au low cost.»

Hocine Akrid
Gérant du Bled

Le traiteur de Leytron explique dans la foulée la genèse de cette formule low cost: «Malgré la beauté du cadre, la qualité de son accueil et de ses produits, mon établissement ne parvenait pas à décoller. Au lieu de pleurnicher, j'ai donc pris des mesures radicales en lançant un concept original dont tout le monde parlerait.»

De l'eau minérale pour vendre le Valais

L'eau minérale «Valais Les Alpes-Source» a été présentée vendredi dernier à Martigny. Elle doit contribuer à la promotion du Valais.

MIROSLAW HALABA

Le Valais veut véhiculer une image «positive» d'un canton «dynamique».

L'Association Marque Valais entend notamment atteindre cet objectif en créant des produits dérivés à l'image de la marque Valais.

Un pas dans ce sens a été fait avec le lancement, vendredi dernier, lors de l'ouverture de la Foire du Valais à Martigny, d'une eau minérale portant le nom de «Valais Les Alpes-Source».

Pour Ivan Aymon, le directeur de l'association, «l'eau minérale véhicule les valeurs de pureté et de bien-

être de la marque alors que la bouteille, spécialement conçue pour ce produit, reflète le dynamisme et la qualité». Le design de la bouteille est une création de l'atelier Jean-Marie Grand.

En priorité pour les hôtels et les restaurants

Cette eau minérale plate sera disponible au début de l'année prochaine et, en priorité, dans les hôtels et les restaurants du canton. Une

commercialisation dans la grande distribution devrait se faire ultérieurement. L'eau sera contenue dans des bouteilles d'un demi-litre. Elle est faiblement minéralisée avec 485 milligrammes de sels minéraux par litre, lit-on dans le quotidien «Le Nouvelliste».

La production de ces bouteilles a été confiée à la société UN Iverre Pro Uva. Quant à la mise en bouteille, elle sera assurée par la société Aproz Sources Minérales SA, appartenant

au groupe Migros. La participation d'Aproz dans ce projet «s'est imposée comme une évidence», estime l'Association Marque Valais, car la société commercialise depuis peu une eau minérale sous l'appellation Valais.

Réponse à une attente du marché touristique

«Remplissant son rôle de vecteur de communication, ce nouveau symbole comblera les attentes du

monde touristique valaisan et officiera comme ambassadeur important de notre canton», a déclaré, pour sa part, Vincent Bornet, directeur adjoint de Valais Tourisme.

Pour lui, cette eau minérale est un «produit de proximité» qui répond aux demandes des clients désireux de «découvrir de l'authentique et des produits d'origine valaisannes».

Lire aussi en page 3

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

Premium
Matelas en forme stable et rectiligne.

www.happy.ch

happysystems™
Aht! Si j'avais un lit happy.

Des nouveaux hôtes? Vous les trouverez chez nous!

CHF 99.00 pour 4 semaines de présence en ligne

Votre «hotel special» sur www.swiss-hotels.com

hotelleriesuisse
Téléphone 031 370 42 26
hotelspecial@hotelleriesuisse.ch

reception@hotelleriesuisse

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

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BUS CONTACT
Montreux 4-5.11.2009

CAR-TOURISME SUISSE

S'inscrire maintenant:
www.ftw.ch/buscontact

BRITA Professional

PURITY C - la solution flexible

http://professional.brita.ch

A vous de remplir cet espace!



De l'eau minérale pour vendre le Valais

Les Alpes valaisannes sont une région riche en ressources minérales. L'eau minérale est un produit de grande valeur ajoutée. Les producteurs locaux cherchent à développer leur activité et à promouvoir leur produit sur le marché national et international. Le Valais dispose de nombreuses sources d'eau minérale de qualité, reconnues pour leurs propriétés bénéfiques. Cependant, la concurrence est rude et il est essentiel de mettre en place une stratégie marketing efficace pour se démarquer. Cela implique de cibler le bon public, de créer une identité de marque forte et de promouvoir activement le produit à travers divers canaux de communication. Les professionnels du secteur doivent être conscients des enjeux de la réglementation et des normes de qualité imposées. Une approche innovante et transparente est la clé pour réussir dans ce marché concurrentiel.

Rendez-vous sur le site www.htr.ch.
Vous y trouverez toutes les informations nécessaires.
Contactez-nous:
Téléphone 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr hotel revue



Les Mais Hôtels, ici celui de Nennigkofen, près de Soleure, attirent de très nombreuses familles.

Photos Icd

Les Mais Hôtels, un concept gagnant

Les trois Cornfield Hotels, ou Mais Hôtels, connaissent un succès retentissant. Bilan de la saison estivale 2009.

EUGENIO D'ALESSIO

L'esprit d'aventure et les valeurs écologistes sont de retour. Preuve en est l'engouement que suscitent les Mais Hôtels, un concept novateur lancé il y a trois ans à Nennigkofen (SO), et repris cette année par la ferme de la Corbière, à Estavayer-le-Lac (FR), et le camping de Sutz, sur la rive sud du lac de Bienna. Le principe de ces gîtes ruraux est simple: des chambres, dont les lits disposent de bottes de paille en guise de matelas, sont aménagées dans un champ de maïs sur 36 mètres carrés environ. Les chambres avec un grand lit sont

facturées 80 francs la nuit. Le petit-déjeuner revient à 15 francs pour les adultes et à 7 francs pour les enfants. Les Mais Hôtels disposent de toilettes et de douches communes. A Nennigkofen, Herbert Schlupe, le pionnier suisse de cette hôtellerie aux saveurs campagnardes, n'en finit pas de crier victoire.

«Depuis 2007, année d'ouverture de mon Cornfield Hotel doté de 16 chambres, la fréquentation est allée crescendo. Il y a deux ans, j'ai enregistré 185 nuitées pour 550 visiteurs. En 2008, j'ai comptabilisé 280 nuitées pour 770 touristes. Cette année, entre le 21 juin et le 1er septembre, le bilan est de 330 nuitées pour 920 hôtes. Près de 50% des visiteurs sont constitués de familles avec enfants, 30% de jeunes couples et 20% de grands-parents accompagnés de leurs petits-enfants. Dans 90% des cas, tout ce petit monde ne sé-

journe qu'une seule nuit. La plupart sont séduits par l'idée de vivre en symbiose avec la nature», explique l'agriculteur soleurois. Et d'estimer que son Mais Hôtel est une affaire rentable: «Avec un chiffre d'affaires de plus de 30 000 francs pour la saison écoulée, le jeu en vaut la chandelle.»

«Avec un chiffre d'affaires de 30 000 francs, le jeu en vaut la chandelle.»

Herbert Schlupe
Pionnier des Cornfield Hotels

tembre, j'ai enregistré dans mes neuf chambres la présence de 350 personnes, des Suisses en majorité. La plupart ont réservé pour une seule nuit. Près de 50% de la clientèle était composée d'écoles. Pour le reste, j'ai vu défiler des familles et des couples», explique le propriétaire de la ferme de la Corbière, un complexe touristique compre-



Les chambres offrent des bottes de paille en guise de matelas.

nant, entre autres, un camping et des dortoirs. S'il compte reconduire la formule en 2010, Patrice Marmy entend néanmoins y apporter une retouche de taille: «De nombreux clients se sont plaints des tarifs. L'année prochaine, le prix pour une nuit devrait tourner autour de 60 francs au lieu des 80 francs actuels.» A Sutz, près de Bienna, l'heure est également à la

satisfaction: «Cet été, notre offre comprenait, outre le camping, un Mais Hôtel doté de 10 chambres. Près de 500 personnes, des familles et des jeunes couples en majorité, ont dormi à la belle étoile. La durée du séjour n'excédait pas une nuit», révèle Irene Bircher, la responsable de la réception du camping.

www.maishotel.ch

Plus éco-compatible que vert

Les Instituts César-Ritz accueilleraient en septembre Xavier Font, spécialiste du développement durable appliqué au tourisme.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Sans parler d'écologie, un terme tellement galvaudé qu'il en est péjoratif, la notion de développement durable devient de plus en plus incontournable dans le monde actuel. Les métiers de l'accueil n'y échappent pas. On le sait bien en Suisse puisque cela fait déjà

bien plus d'un lustre qu'on s'en préoccupe, tant au niveau des établissements que des organisations faitières. Mais partout ailleurs, hormis les pays scandinaves, le phénomène est plus récent. Aujourd'hui, il touche même les pays émergents.

C'est sur ce thème que le professeur Xavier Font, directeur du Centre de recherche pour un tourisme responsable de l'Université de Leeds, a présenté ses réflexions à l'Institut hôtelier César-Ritz, au Bouveret. Et plus précisément sur le point d'une «labellisation écologique» comme instrument de management et de marketing. Qu'importe que les illustrations

suisse lui aient manqué, les exemples internationaux cités, en Amérique du Sud ou au Royaume-Uni, sont transposables. Or, pas de doute pour le spécialiste, la démarche «développement durable» est d'une incontestable utilité. Non seulement elle permet d'améliorer le produit, mais elle autorise aussi des économies, puisque «la technologie suit toujours et qu'il n'y a pas de surcoût qui ne soit amorti en cinq ans, parfois moins», insiste Xavier Font. Des propos que corroborait Sébastien Angelini, de l'Hôtel du Golf de Villars, qui a investi plus de 200 000 francs pour rendre ses installations spa et wellness

compatibles. Les choses sont plus compliquées lorsqu'on aborde le domaine du marketing. Là aussi, les investissements consentis sont le plus souvent très vite rentabilisés. Pour Xavier Font, «on a parfois l'impression que la mention hôtel vert signifie tout simplement que le papier à en-tête de l'établissement est vert.»

Cela ne suffit bien sûr pas ou plus. La démarche est autre, plus discrète. Mais il est incontestable qu'une nouvelle catégorie de touristes-consommateurs est née, plus respectueuse des valeurs environnementales que les précédentes, et surtout plus soucieuse d'au-

thenticité. A ce phénomène s'en ajoute un autre, beaucoup plus important économiquement pour le professionnel de la branche: au-

jourd'hui, lorsqu'il s'agit de choisir un lieu de séminaire, de congrès ou de rencontre, certaines grandes sociétés multinationales ajoutent à leur demande d'offre – à un hôtel ou à un site – des questionnaires leur permettant de juger le degré d'éco-compatibilité des candidats. Et Xavier Font de conclure par l'exemple le



«On dirait parfois que la mention «hôtel vert» signifie que le papier à en-tête est vert.»

Xavier Font
Spécialiste du développement durable

plus simple: «Mettez une bassacour près d'un restaurant, tout le monde sera persuadé que l'omlette y est meilleure qu'ailleurs.»

En bref

Suisse

Nouvelle baisse des nuitées en août

L'hôtellerie a enregistré en août dernier 4,1 millions de nuitées, soit une baisse de 3,5% par rapport à août 2008. Sur la période janvier-août 2009, le recul s'élevé à 6,4%. Le nombre de nuitées indigènes a atteint 1,7 million en août (-2,1%). Les visiteurs étrangers ont, eux, comptabilisé 2,5 millions de nuitées (-4,5%). Les touristes du golfe Persique ont connu le plus fort recul (-39%). Parmi les régions touristiques, les cantons de Genève et de Zurich enregistrent les baisses les plus significatives, avec respectivement -16% et -7%. La région Neuchâtel/Jura/Tura bernois a en revanche le sourire, avec une hausse de 1,3%. eda

Vingt-cinq stations labellisées



Swiss-image

Fin septembre, la Fédération suisse du tourisme (FST) a attribué à 25 stations le label «Familles bienvenues». Deux entrées sont nouvelles: Diemtigtal Tourismus et Flims Laax Falera Tourismus AG. La FST a par ailleurs remanié les critères d'attribution du label. Des destinations peuvent notamment obtenir cette reconnaissance de qualité. Les stations sont labellisées pour une période de trois ans et une place plus importante est désormais accordée à la sécurité. La FST a enfin relooké le logo du label «Familles bienvenues». eda

hôtellerie suisse: un oui et un non le 29 novembre

hôtellerie suisse se prononce favorablement pour le financement spécial en faveur du trafic aérien, objet qui sera soumis au peuple le 29 novembre. L'association faitière estime qu'un secteur aérien compétitif est «essentiel» pour le tourisme suisse. Un financement spécial contribuera notamment à la sécurité des aéroports et permettra d'affecter des ressources dans les mesures de protection de l'environnement. hotellerie suisse rejette, en revanche, «clairement» l'initiative populaire contre les minarets. Pour le tourisme, l'adoption de l'initiative serait « fatale », écrit-elle. mh

Vaud

Francophonie: Montreux sera candidat

Le 30 septembre dernier, le Conseil fédéral a décidé de présenter la candidature de Montreux à l'organisation du 13e Sommet de la francophonie, qui aura lieu en octobre 2010. La désignation de la ville organisatrice est attendue au 16 décembre à Paris. Pour mémoire, les sommets de la francophonie, organisés tous les deux ans, réunissent les chefs d'Etat et de gouvernement de 56 pays et de 14 observateurs liés par la langue de Molière. Ils ont pour objectif principal de promouvoir les cultures de l'aire francophone. eda

«Les politiciens n'ont jamais freiné le tourisme»

Le nouveau directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme, Nicolas Zapf, vient de débiter son activité. Il porte un regard sur ses futures tâches.

MIROSLAW HALABA

Où voyez-vous le plus grand défi de votre nouvelle fonction?

C'est, tout d'abord, de poursuivre l'excellent travail de mon prédécesseur, Jacques Dumoulin, en y apportant mes idées et les changements dictés par les mutations de l'économie touristique. Beaucoup de choses ont été mises en place sous son égide comme le montre la progression constante du tourisme fribourgeois. J'ai toutefois l'impression que nous sommes arrivés au sommet de la courbe. Il faudra donc veiller à ce que cette courbe ne fléchisse pas, voire qu'elle continue son chemin ascendant.

Un des problèmes clés du tourisme fribourgeois est le manque de capacité hôtelière. Que faire pour combler cette lacune?

Dans un premier temps, nous devons établir un inventaire des capacités disponibles, identifier le public-cible, s'informer sur la volonté de commercialisation des exploitants. A partir de cela, nous pourrions consolider l'accueil et améliorer ce qui doit l'être. Parallèlement, il faudra s'approcher des investisseurs potentiels et voir avec l'Etat ce qui peut être entrepris dans le domaine des conditions-cadres.

«D'une manière générale, il n'y a jamais assez d'argent pour le marketing.»

Nicolas Zapf
Directeur de l'UFT

de mettre en valeur nos traditions. Le tourisme cherche du vécu, de l'émotion. Avec nos traditions, nous avons de quoi satisfaire cette recherche. Je songe, par exemple, à la bénichon, fête qui se déroule tout au long de l'année dans différentes régions du canton. C'est un produit touristique sous-estimé.

Qu'attendez-vous du projet de rénovation des remontées mécaniques?

Ce projet est intéressant, car il ne concernera pas seulement les infrastructures, mais il devra amener les stations des pré-

Le tourisme fribourgeois cherche à se positionner dans le secteur des congrès et des expositions. Quel public-cible doit-il viser?

Fribourg Tourisme a voulu s'affilier au SCIB. Cette démarche nous a clairement montré que le canton de Fribourg n'avait pas le produit pour faire partie de cette association dont les membres travaillent au-delà de nos frontières nationales. Or, notre cible est la Suisse. Aussi, allons-nous relancer ce que nous appelons nos «ambassadeurs»: entreprises locales, associations, sociétés. Nous allons les informer sur notre offre en matière de séminaires et de congrès afin qu'ils fassent venir dans le canton des manifestations liées à leurs activités. Des assemblées générales, des fêtes fédérales, par exemple. Nous poursuivons aussi les ateliers que nous organisons régulièrement avec les partenaires hôteliers dans des cantons ciblés.

Dans le domaine des loisirs, quels sont les produits qui ont le plus de potentiel?

La «Vision 2030», présentée ce printemps, suggère



Alan D. Bollat

Pour Nicolas Zapf, les collaborations sont une opportunité pour développer le tourisme, mais elles ne doivent pas se faire au détriment de l'identité cantonale.

pes à se repositionner. Celles-ci devront collaborer et se diversifier comme l'a très bien fait Moléson Village pour réduire sa dépendance au tourisme hivernal.

Quelle politique entendez-vous suivre en matière de collaboration intercantonale?

Il y a des instruments, comme la «nouvelle politique régionale», qui vont nous aider, voire nous obliger à avoir des collaborations intercantionales. La création de la société de marketing Jura & Trois-Lacs est une première réalisation. Il faut voir dans ces collaborations une opportunité de développer notre tourisme, mais il faut aussi veiller à ne pas perdre notre identité. Nous

Nicolas Zapf A l'aise dans le tourisme et l'hôtellerie

Nicolas Zapf, 43 ans, qui a pris le 1er octobre, la direction de l'Union fribourgeoise du tourisme, connaît bien le tourisme et l'hôtellerie. Il a été, durant neuf ans, directeur de Fribourg Tourisme. En début de carrière, il a fait des stages dans l'hôtellerie. De 1997 à 2000, il était responsable de la formation permanente pour le Bureau romand de la Société suisse des hôteliers, avant d'enseigner, quelque temps, à l'Ecole suisse de tourisme à Sierre. Il est vice-président des Swiss Cities. mh

sommes une des treize régions touristiques de Suisse reconnues. Nous avons l'identité du Pays de Fribourg à valoriser.

Le budget dont dispose l'UFT est-il suffisant?

Nous sommes en train de négocier un mandat de prestation avec l'Etat de Fribourg, principal bailleur de fonds. Une fois que nos tâches auront été clairement définies, nous pourrions dire si les moyens à disposition sont suffisants ou non. On peut cependant ajouter qu'il n'y a, d'une manière générale, jamais assez d'argent pour le marketing. Avec le budget actuel, nous travaillons les marchés de proximité et la Suisse. L'idéal serait

de pouvoir travailler des marchés dits «de niche» ou émergents. Il est cependant aussi nécessaire que le produit suive.

Le tourisme fribourgeois peut-il compter sur le soutien des milieux politiques?

Les politiciens n'ont jamais freiné l'évolution de notre tourisme, mais ils n'ont jamais été de vrais leaders prêts à le considérer comme un élément stratégique pour le développement du canton. Et cela manque. Les milieux touristiques devraient faire, peut-être, plus de lobbying auprès de nos politiciens, car, notamment en temps de crise, le tourisme reste une valeur sûre.

ANNONCE

Nouveau

Jet-Cut



Film fraîcheur
freshstar

Film fraîcheur lisse, sans plis et ultra rapide !



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

Huit chambres de plus

L'Hôtel de la Couronne, à Avenches (VD), a augmenté sa capacité d'hébergement. Un atout dans une région qui se développe.

MIROSLAW HALABA

Qu'elle soit fribourgeoise ou vaudoise, la Broye connaît depuis quelques années un développement touristique et industriel constant. A l'image de Nespresso, qui vient d'ouvrir à Avenches un centre de production et de distribution, nombreuses sont les entreprises qui ont choisi cette région du Plateau pour s'installer.

La façade sera rénovée au printemps

Exploitant depuis dix ans, avec son épouse Isabelle, l'Hôtel de la Couronne à Avenches, Yves Faivre ne pouvait trouver meilleur moment pour transformer son établissement et augmenter sa capacité d'hébergement. L'établissement



L'établissement dispose désormais de vingt-et-une chambres bien adaptées aux besoins de la clientèle d'affaires.

trois étoiles a, en effet, de bonnes chances de profiter de la clientèle générée par les nouvelles entreprises de la place pour remplir ses chambres.

Celles-ci sont au jourd'hui au nombre de vingt-et-une, soit huit de plus qu'auparavant. Douze chambres sont de classe supérieure. Une chambre a été spécialement équipée pour les handicapés.

On notera aussi l'existence de deux suites. L'hôtel dispose, par ailleurs, d'un restaurant gastronomique de cinquante places, d'un café-brasserie de cinquante places également, d'un caveau et de deux salles de conférences et de banquets.

«La façade de l'établissement sera rénovée au printemps prochain, ce qui coïncidera avec la

rénovation du centre-ville», indique Yves Faivre.

Avenches et son abondante offre culturelle

Le tourisme d'affaires n'est toutefois pas la seule source de clientèle de l'Hôtel de la Couronne. «Nous profitons aussi des manifestations culturelles qui se déroulent en été dans notre région et du tourisme de passage», explique Yves Faivre.

Avec le Festival d'opéra, le festival Rock Oz Arènes, l'Aventicum Musical Parade, festival international de musique militaire, les manifestations organisées par l'Institut équestre national comme le Swiss Equidays, ou encore le SlowUp, Avenches et sa région ont acquis une notoriété touristique favorable au secteur de l'hôtellerie et de la restauration.

Yves Faivre travaille, par conséquent, tout naturellement en étroite collaboration avec l'Office du tourisme et son directeur, Michel Doléires, pour l'accueil d'invités ou de représentants de la presse, par exemple.

Milestone: les nominés



Le jury a retenu les candidats au Prix du tourisme suisse, Milestone 2009. Les lauréats seront désignés parmi vingt nominés.

MIROSLAW HALABA

La 10e édition du Prix du tourisme suisse, Milestone, est sur le point de désigner ses lauréats. Ceux-ci seront choisis par le jury parmi les vingt projets nominés figurant ci-dessous.

Un tourisme suisse porté sur l'innovation

Une fois de plus, le tourisme helvétique a montré ses capacités d'innovation. En effet, le jury, présidé par Elsbeth Hobmeier, rédactrice en chef de notre hebdomadaire, et composé de Mario Lütolf, directeur de la Fédération suisse du tourisme,

et de Richard Kämpf, chef du service tourisme du SECO, a examiné quatre-vingt-neuf dossiers de candidature.

Une grande soirée en perspective

Les lauréats, qui se partageront une enveloppe de prix représentant une valeur de 33 000 francs, seront répartis dans quatre catégories: projet remarquable, prix de la relève, prix spécial du développement durable – un prix introduit, l'an passé – et le prix pour l'œuvre d'une vie. La cérémonie de remise des prix aura lieu le mardi 17 novembre

au Kultur-Casino à Berne. Quelque cinq cents invités sont attendus, ce qui fera, une nouvelle fois, de cette soirée un grand rendez-vous convivial des professionnels du tourisme. La manifestation sera, par ailleurs, animée par un exposé du directeur de Google Suisse, Andreas Schönberger.

Le Prix du tourisme suisse est organisé, rappelons-le, par l'hotel revue (éditée par hotelleriesuisse), avec le soutien du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco), la Fédération suisse du tourisme et Hotela.

www.htr-milestone.ch

Semaine studieuse dans l'Oberland

La station de Frutigen, dans l'Oberland bernois, propose, aux écoles notamment, l'occasion de passer une semaine studieuse dans sa région. Pour ce faire, elle a mis sur pied un programme didactique, permettant aux enseignants d'aborder divers thèmes d'actualité. Elle a aussi élaboré tous les supports nécessaires pour assurer l'enseignement.

www.frutigen-tourismus.ch

Emotions en Appenzel

Le site de Waldegg, dans le canton d'Appenzel, offre à ses visiteurs des émotions et des expériences. Grâce à son restaurant installé dans une ancienne ferme, grâce à sa salle d'école des années quarante, il dégage une atmosphère authentique et historique. Son intégration dans un milieu de flore et de faune donne à ses hôtes le plaisir de vivre pleinement avec l'environnement.

www.waldegg.ch

De nuit, dans les gorges de Viamala

Les gorges de Viamala sont réputées. Le programme d'animation du site propose désormais aux visiteurs de les parcourir la nuit à la lueur des lanternes. Un périple de nonante minutes leur permet de vivre une mise en scène historique. Les escaliers, aménagés en 1903 pour l'exploitation touristique des gorges, servent de tribune pour les spectateurs et de scène pour les acteurs. Quant aux décors, ils sont formés par les parois rocheuses. Le site est accessible avec le car postal.

www.viamala.ch

Collaboration hôtelière

Sous le nom de «Matterhorn Valley Hotels», six entreprises hôtelières familiales de Grächen (VS) ont mis en place, en 2003, une coopération qui revêt un caractère exemplaire pour les petits et moyens hôtels situés dans des endroits peu connus. Ce partenariat, qui bénéficie de certifications ISO 9001 et ISO 14001, porte aussi bien sur la promotion de la qualité, du marketing, des achats, des finances que de la gestion des énergies. Il prévoit même des modalités de succession.

www.matterhornvalleyhotels.ch



Le golf urbain de Fribourg a conquis le public.



L'usage du vélo électrique est devenu facile dans le Jura.

Promouvoir les excursions

Ausflugsziele.ch est un portail internet indépendant qui contribue à la promotion du tourisme helvétique. Créé en 1998, sur l'initiative d'Adnan Marasligil, il propose de nombreuses excursions et offres de loisirs réparties dans tout le pays, et ceci indépendamment de la grandeur et des moyens dont disposent les destinations proposées. Le site reçoit la visite de cinquante mille internautes par mois qui visionnent un million de pages. Il est exploité par la société H+M Media.

www.ausflugsziele.ch

La destination Montreux Riviera

La marque Montreux Riviera – créée en 2008 après la fusion des offices du tourisme de Montreux et Vevey en 2001, puis de Lavaux et Villeneuve en 2005 – participe à la stratégie de Montreux-Vevey Tourisme (MVT). Cette stratégie exemplaire et visionnaire, qui fédère 23 communes, concerne l'une des régions les plus diversifiées en offres touristiques de Suisse. MVT travaille à l'expansion de son marché en collaboration avec les partenaires touristiques et économiques.

www.montreuxriviera.com

Actif Musée suisse des transports

Le Musée suisse des transports, à Lucerne, amaranqué son 50e anniversaire par la réalisation d'un programme de construction et de dynamisation de ses activités de 60 millions de francs. Ce programme a pu être réalisé grâce à un partenariat public-privé exemplaire. Les nouvelles constructions permettent à l'institution d'amorcer une nouvelle orientation en lui donnant la possibilité de se positionner dans le secteur du MICE (congrès, séminaires, incentives).

www.verkehrshaus.ch



La destination Montreux Riviera groupe 23 communes.



La nouvelle cabane du Mont-Rose et sa surprenante architecture.

Le succès d'une reprise à Scuol

L'histoire de l'Hôtel Belvédère à Scuol (GR) est celle d'un succès. Elle a débuté il y a dix ans avec la reprise de l'établissement, établissement qui a été rejoint en 2004 par le Badehotel Belvoir, qui fête ses dix ans cette année. En mai 2009, s'ouvre le boutique hôtel Guarda Val, qui rejoint aussi le groupe du Belvédère. En l'espace de dix ans, le nombre de nuitées de ce groupe est ainsi passé de 3700 à 80 000 et son effectif de 14 personnes employées en saison à 150 occupées à plein temps.

www.belvedere-scuol.ch

Le Jura en vélos électriques

Les vélos électriques ont, depuis quelque temps, la faveur du public. Le concept Flyer permet de découvrir, sans de trop grands efforts, le Jura et la région des Trois-Lacs. Il met, en effet, en réseau des points de location de vélos électriques à proximité des lignes de chemins de fer (CFF/CJ/BLS/TRN). Il propose des stations de recharge des batteries (gares, hôtels), ainsi que des offres pour les individus ou des groupes qui peuvent être réservées sur internet.

www.e-bike-park.ch

Un outil pour les voyageurs

Lötschberger est un instrument simple à utiliser destiné à la préparation d'excursions. Il est le fruit d'une collaboration intercantonale réunissant quarante partenaires touristiques. Créé sur l'initiative de la société de chemin de fer du BLS, il met en relation, selon des modèles de partenariat novateurs, toute la chaîne des prestations qui font le succès d'une excursion. La mise en commun des forces permet aux partenaires d'avoir une présence marquée sur le marché.

www.loetschberger.ch

Les candidats au Prix spécial du développement durable

Une cabane high-tech

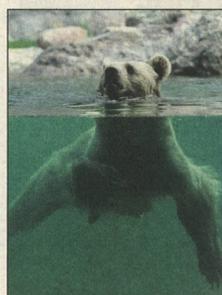
Réalisée en collaboration avec l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich, la nouvelle cabane du Mont-Rose, propriété du Club Alpin Suisse, allie avec succès une architecture originale et la technologie les plus modernes. Celles-ci permettent, en effet, à la cabane de bénéficier d'une autonomie énergétique de plus de 90%. Le coût de cette réalisation s'est élevé à 6,5 millions de francs.

www.sac-cas.ch

Un label qui a fait œuvre de pionnier

Créé dans les Grisons, le label «Steinbock» a fait œuvre de pionnier. En effet, il a largement répandu au-delà de nos frontières la philosophie du développement durable appliquée à l'hôtellerie. Il honore les établissements qui ont fait des efforts pour ce type de développement. Cinq secteurs sont pris ici en considération. Exemple: le management, l'environnement ou la valeur ajoutée régionale.

www.steinbock-label.ch



Le parc animalier de Goldau héberge cinq ours.



Zurich et ses partenaires font de la promotion pour le shopping.

Du golf urbain à Fribourg

Le golf urbain est une inspiration du swin-golf, un mélange entre le golf et le mini-golf. Il se joue au minimum à deux personnes. Le parcours du golf urbain sillonne la vieille ville de Fribourg qui est jalonnée par dix-huit postes. Parmi ces postes figurent notamment un point de départ, marqué par une plate-forme aménagée, et un point d'arrivée, formé d'un trou dans le sol. Mise en place, il y a deux ans, cette attraction connaît un succès grandissant.

www.fribourgtourisme.ch

Un parc animalier à Goldau

Le parc animalier de Goldau abrite cinq ours bruns et sept loups. Son aménagement a été fait de telle manière que le paysage d'éboulis qui l'accueille soit préservé le plus possible. Pour ce faire, les concepteurs ont notamment renaturé la rivière Schuttbach et aménagé un étang pour les batraciens. Une installation originale pour l'alimentation des ours a été également créée. Le site propose, par ailleurs, une exposition interactive consacrée à la faune.

www.tierpark.ch

Le climat sur iPhone

Le Guide du climat Jungfrau fonctionne sur iPhone. Il est une plateforme d'information sur le thème des changements climatiques. Ce guide propose des séquences audio à écouter sur sept sentiers de la région de la Jungfrau. Ces enregistrements donnent, aux endroits où les conséquences des changements climatiques sont visibles, des renseignements tirés des dernières recherches climatologiques.

www.jungfrau-klimaguide.ch

Le premier «hôtel bio» de Suisse

L'Hôtel Balance, aux Granges (VS), a fait du développement durable son leitmotiv. Depuis 1984, il propose une cuisine végétarienne utilisant uniquement des produits biologiques. En 2004, il a été le premier établissement de Suisse à obtenir la certification d'«hôtel bio». Sur le plan de l'énergie, il a mis en place une installation photovoltaïque dont le financement s'est fait avec l'aide des clients de l'hôtel.

www.vegetarisches-hotel.ch

Les candidats au Prix de la relève

Les services du yield management

La société bernoise Hotelpartner, dirigée par Olivier Zurwerra, s'est spécialisée dans les prestations de services liées au yield management. Elle permet aux établissements hôteliers de placer leurs contingents de chambres sur les principales plates-formes de réservation. Créée il y a trois ans, la société a déjà atteint son niveau de rentabilité.

www.hotelpartner.ch

Lieux telluriques en point de mire

Deux étudiants de l'école de tourisme IST à Zurich, Yvonne Meier et Thomas Exposito, ont élaboré un concept d'exploitation touristique des lieux telluriques de la destination Heildiland. Le concept qui a été développé est respectueux de ces lieux sensibles. Il contient des idées que les responsables de Heildiland entendent mettre en pratique.

www.ist-zurich.ch

Des cours de musique à Arosa

La Semaine de cours de musique d'Arosa a été créée en 1987 par la société culturelle de la station pour animer la saison estivale et éviter que les hôtels et les magasins ne ferment leurs portes. La démarche a eu du succès. Aujourd'hui, ce sont 1200 musiciens, 200 enseignants et 400 accompagnants qui participent chaque année à cette semaine. 80% des participants logent à l'hôtel. Sans eux, nombreux seraient les établissements qui devraient à nouveau fermer.

www.kulturkreisarosa.ch

Zurich, le plaisir du shopping

Les responsables touristiques de la région de Zurich – les villes de Baden, de Rapperswil, de Winterthur, de Zoug comprises – ont décidé de porter pendant deux ans, soit de 2009 à 2010, leurs efforts de communication sur le thème du «shopping». La mise en commun et l'intégration des forces disponibles permet notamment d'assurer à la marque «Zürich Downtown Switzerland» une notoriété garantie pour le long terme, ainsi qu'une attention médiatique renforcée.

www.zuerich.com



«En période de crise, les hôteliers cherchent de nouvelles idées dans les salons professionnels.»

Matthias Lagger (Page 7)



Quelque **trois cents invités** ont participé à la soirée de soutien au Fonds de bourses de l'EHL.

Photos EHL/Idi

200 000 francs récoltés

La **soirée de soutien** au Fonds de bourses de l'EHL a été un succès. **Quelques trois cents invités** ont répondu à l'appel des organisateurs.

MIROSLAW HALABA

Le Fonds de bourse de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) va bénéficier d'un solide coup de pouce. La grande soirée de soutien, organisée samedi dernier à son intention, sur le campus de l'école, a connu un franc succès. Trois cents invités ont, en effet, pris part à cette manifestation marquée par une tombola et une vente aux enchères, menée de main de maître par Samuel Salvisberg, le directeur adjoint de l'EHL. Les prix présentaient notamment sous la forme de séjours dans des hôtels prestigieux et de diamants. La recette de cette «Sparkling Night» a été à la hauteur



Samuel Salvisberg a dirigé la vente aux enchères.

des attentes, puisque c'est une somme d'environ 200 000 francs qui a pu être récoltée. Le repas a été concocté par Frédéric Breuil, le



Sur la scène, le **Comité des étudiants boursiers** qui a contribué à l'organisation de la soirée de gala.



Le directeur général de l'EHL, **Rudolf Reuland**.

chef des cuisines du Badrutt's Palace Hotel à St-Moritz (GR).

Lancé en 2008, le Fonds de bourses de l'EHL soutient déjà cin-

quante-neuf étudiants, originaires, pour la plupart, de pays en développement. Les sept premiers boursiers ont été choisis parmi une trentaine de candidats. Cette année, le nombre de demandes a plus que doublé et la Commission des bourses a sélectionné dix-sept nouveaux étudiants.

Le fonds de bourse permet également d'apporter une aide ponctuelle à des étudiants en proie à des difficultés financières en cours d'études. Trente-cinq étudiants bénéficient actuellement de ce soutien.

Pour une meilleure promotion

L'Office du tourisme de Gruyères inaugurera, vendredi, ses nouveaux locaux. Plus grands, ils permettront de mieux accueillir ses hôtes.

MIROSLAW HALABA



La **salle de promotion** du nouvel office du tourisme.

Ecrans plasmas, accès WIFI, support «webcam live». Le nouvel office du tourisme de Gruyères a intégré les dernières techniques de communication pour satisfaire ses hôtes. Les locaux rénovés, qui ont été ouverts en mi-juillet, feront l'objet, vendredi, d'une inauguration officielle. Plus grands, grâce à des surfaces utilisées précédemment à d'autres fins, ils proposent

notamment aux visiteurs un parcours qui les guide vers l'information et la documentation. Des sérigraphies de grues - symbole et écusson de la cité de Gruyères -

et des objets qui rappellent la commune rendent bien présente l'identité de la cité. Un service de bancomat a également été aménagé à l'entrée du bâtiment.

Un nouveau chef de cuisine au Fairmont Le Montreux Palace



D'origine française, **Franck Page** est le nouveau chef de cuisine du Fairmont Le Montreux Palace. Il aura en charge la cuisine principale de l'hôtel, mais aussi les équipes de cuisine des divers restaurants de l'établissement et du service banquet. Franck Page a débuté sa carrière en France en 1985. Il a ensuite progressé dans diffé-

rentes positions en France et durant sept ans à Beyrouth. Depuis, 2007, il était «chef executif» chez Fauchon à Pékin. mh

Une hôtelière, entrepreneur de l'année

Le Prix de la femme entrepreneur de l'année 2010 a été remis, lundi à Genève, par le Club des femmes entrepreneurs, à Maren Müller. Lauréate principale de ce prix, Maren Müller est copropriétaire du Waldhotel Fleischhorn à Saas-Fee (VS). Son établissement est membre de la chaîne hôtelière des Relais & Châteaux et sa cuisine est récompensée par une étoile au guide Michelin. Ce prix n'est pas doté d'argent. L'objectif est simplement de donner une meilleure visibilité aux gagnants, indiquent les organisateurs. ats/mh

D'une langue à l'autre

Un projet de région touristique Berne-Jungfrau

Les relations entre tourisme citadin et montagnard étaient au centre de la 3e Journée des vacances du Tessin, qui a eu lieu à Lugano. A cette occasion, Urs Kessler, le directeur des chemins de fer de la Jungfrau, a proposé la création d'une destination unique Berne-Jungfrau. Selon lui, la capitale fédérale et l'aire de la Jungfrau doivent être réunies sous un même toit touristique. Cette idée a séduit le maire de Berne, Alexander Tschäppät. eda

page 2

La nouvelle philosophie du salon Igeho

Igeho, le plus grand salon professionnel de Suisse pour l'hôtellerie et la gastronomie, prendra ses quartiers à Bâle du 21 au 25 novembre. Son directeur, Matthias Lagger, ne craint pas une baisse de la fréquentation sous l'effet de la récession. Mais il estime que les exposants doivent désormais profiter des salons professionnels pour aller à la pêche aux nouvelles idées. Dans la foulée, il soutient qu'ils doivent saisir cette occasion pour se présenter de façon originale. Et de citer Barilla, qui aura un restaurant en guise de stand. eda

page 7

Le yield management sous la loupe



En vogue dans l'aviation civile, le **yield management**, qui permet une optimisation du chiffre d'affaires grâce à une adaptation du prix à la demande, est diversément apprécié dans les milieux hôteliers. Le directeur du Carlton Europe, un établissement de luxe d'Interlaken, est un fervent adepte de ce système. Claudia Züllig, directrice de l'Hôtel Schweizerhof, à Lenzerheide (GR), se montre, en revanche, plus sceptique. Elle ne souhaite pas appliquer systématiquement le yield management. eda

page 9

Quand les hôteliers passent par la vente aux enchères

Certains hôteliers sont présents sur des sites de ventes aux enchères comme Ricardo ou Ebay. Objectif: remplir les lits vides en période de récession. Ce canal de vente permet notamment aux établissements d'attirer davantage de clients les week-ends. La présence sur les sites Ebay ou Ricardo leur donne par ailleurs une meilleure visibilité publicitaire. Il est à noter que les hôteliers passent assez souvent par des intermédiaires pour organiser les ventes aux enchères. La succursale helvétique du prestataire de services berlinois Cultuzz travaille ainsi pour le compte de quelque septante-quatre hôteliers helvétiques. eda

page 12

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi
de la branche

htrhotelrevue Nr. 41 / 8. Oktober 2009

New Challenge

Personalberatung & Vermittlung

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

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

reception@hotelleriesuisse

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

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Wir sorgen für
Nachwuchs
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

Inhalt/Sommaire

Direktion/Kaderstellen	1-4
Deutsche Schweiz	2-10
Svizzera italiana	10
International	10
Stellengesuche	10
Suisse romande	10
Marché international	10
Demandes d'emploi	10



Auf Januar 2010 wird die Stelle als

Chef de Réception D/E/F/I

in unserem modernen 3*-Hotelbetrieb mit 62 Doppelzimmern und 3 Seminarräumen vor den Toren der Stadt Bern frei.

Sie sind die Ansprechperson für unsere internationale Klientel und vertreten die Direktion.
Sie führen und managen ein erfahrenes Réceptions- und Night-Team und planen dessen Einsätze. Zusätzlich haben Sie ein Flair für Zahlen und im Marketing verfügen Sie über die nötigen Basics. Sie haben eine abgeschlossene Hotelfachschul-Ausbildung. Als Führungsperson haben Sie bereits erste Erfahrungen gesammelt. Verhandlungsgeschick zeichnet Sie ebenso aus, wie selbstständiges vorausschauendes und zuverlässiges Arbeiten.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? So senden Sie uns Ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto an
Best Western Hotel Grauholz
Direktion, Herr Daniel Leuenberger
Wollackerweg 15, 3063 Ittigen



Wir sind eine gut etablierte Privatklinik für Orthopädie und Unfallchirurgie an den Standorten St. Moritz und Chur. An den lebhaften Empfang unserer Privatklinik in **St. Moritz** mit viel internationaler Kundschaft suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Chef de Réception 100%

Ihr Aufgabengebiet umfasst die Patientenaufnahme, Bedienung der Telefonzentrale, Terminvergabe, allgemeine Sekretariats- und Administrationsaufgaben sowie das Führen eines kleinen Mitarbeiterteams.

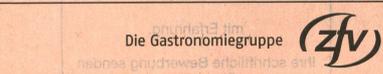
Sie haben bereits Erfahrung im Gesundheitswesen (bspw. als MPA) oder in der Hotelbranche, treten freundlich und zuvorkommend auf, sind teamfähig, behalten den Überblick auch in hektischen Situationen und überzeugen mit Ihrer kundensorientierten Art. Sie sind bereit, unregelmässige Arbeitseinsätze zu leisten, bringen mündliche Fremdsprachenkenntnisse (I/E) mit und haben bereits Erfahrung in einer Führungsfunktion sammeln können.

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Arbeit in einem leistungsorientierten Unternehmen. Interessante Anstellungsbedingungen, die Möglichkeit an interner Weiterbildung sowie gute Sozialleistungen runden das Angebot ab.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Frau Denise Bundi, Direktorin, unter Telefon 081 836 34 34.

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an:

Klinik Gut St. Moritz AG
Personaldienst
Via Arona 34
7500 St. Moritz
www.klinik-gut.ch
personaldienst@klinik-gut.ch



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

Für das neu von uns im Auftrag geführte

Personalrestaurant der Helvetia Versicherungen

Engelgasse 9, 4052 Basel

suchen wir per Mitte Dezember 2009 eine/n

Betriebsassistent/in

Ihre Aufgaben: Sie unterstützen die Betriebsleitung bei der betriebswirtschaftlichen Organisation und Führung des Betriebes, helfen bei der Einsatzplanung, Führung und Schulung der Mitarbeitenden mit und übernehmen die Bearbeitung diverser administrativer Aufgaben. Zudem sind Sie für die Einhaltung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien verantwortlich. Das Personalrestaurant der Helvetia Versicherungen besteht aus einem Selbstbedienungsrestaurant mit Sommerterrasse, einer Cafeteria, einem bedienten Direktionsrestaurant sowie Seminar- räumlichkeiten. Zudem werden regelmässig Caterings durchgeführt.

Ihr Profil: Sie verfügen über eine Grundausbildung im Gastgewerbe sowie von Vorteil über den Abschluss einer Hotelfachschule und bringen gute PC-Kenntnisse mit. Zudem konnten Sie bereits erste Führungserfahrungen in der Gemeinschaftsgastronomie sammeln. Sie sind teamfähig, flexibel, haben Freude an Ihrem Beruf und arbeiten gerne selbstständig. Zudem sind Sie eine gepflegte und frontorientierte Persönlichkeit, welche über ein hohes Qualitätsbewusstsein sowie unternehmerisches Denken verfügt.

Wir bieten Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

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

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

Suchen Sie eine Herausforderung in der beliebten Ferienregion?

Im Herzen der einmaligen Bergwelt von Melchsee-Flutt, direkt in der Bergstation der Gondelbahn, befindet sich das el corazon. Während sich die Gäste am Morgen mit Kaffee und Gipfeln verwöhnen, treffen sich am Nachmittag Skifahrer, Snowboarder, Wanderer und Schneefan's zum Après-Ski. Am Abend verwandelt sich das el corazon zur Bar und zum Eventlokal, wo zahlreiche Party's alle Altersgruppen auch zum längeren Feiern einladen.

Leiter/in Gastronomie (Jahresstelle; 100 Prozent)

Diese vielseitige Aufgabe beinhaltet die erfolgreiche Führung und Entwicklung des el corazons sowie die Planung für einen zusätzlichen Betrieb, der im 2012 realisiert werden soll. Sie übernehmen 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 wohl fühlt. Sie sind zielorientiert, verantwortungsfreudig, überzeugend, belastbar und bereit, selber Hand anzulegen. Ein gesundes Durchsetzungsvermögen gehört genauso zu Ihren Stärken wie das unternehmerische Denken und Handeln. Sie sind im Besitz eines Fähigkeitsausweises zum Führen eines Gastbetriebes. Sind Sie unser neuer Gastgeber/in?

Service- und Bar Mitarbeiter/innen (Saison- und Teilzeitstelle)

Um den Ansturm unserer Wintergäste zu bewältigen, suchen wir jüngere, freundliche Mitarbeiter/innen. Sind Sie kreativ, flexibel, belastbar und sorgen vielleicht Sie diesen Winter für das Wohl unserer Gäste. Wir bieten Ihnen zwei gerollte Freizeite, marktgerichtete Entlohnung und einen schönen Arbeitsort in der einmaligen Bergwelt.

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem lebhaften Arbeitsumfeld. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre umfassende, schriftliche Bewerbung. Weitere Informationen erfahren Sie an unserer Website www.melchsee-flutt.ch.

Korporation Karns, Sportbahnen Melchsee-Flutt, Frau Karin Reinhard, Sarnerstr. 1, 6064 Karns, E-Mail: info@melchsee-flutt.ch, Tel. 041 666 31 00



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.



Das Hotel Seerose am Hallwilersee hat Tradition. Als beliebtes Ausflugsziel ebenso wie für Seminare oder Bankette. Gesamtht 60 Zimmer sowie Seminar- und Bankettsäle von 10 bis 250 Personen stehen zur Verfügung. Wir suchen per 1. November 2009 oder nach Vereinbarung eine

LEITUNG ANLASSVERKAUF & -ORGANISATION

Für Sie ist es soweit: Sie haben sich in den vergangenen Jahren ein fundiertes und umfangreiches Wissen in den Bereichen Seminar, Bankett und Event angeeignet und kennen sowohl die operative Durchführung der Anlässe sowie die administrativen Vorbereitungen dazu bestens. Nun soll dieses Knowhow in den Verkauf und die Organisation der Anlässe einfließen.

Sie schätzen es, Ihre Kenntnisse an ein motiviertes und junges Team weiterzugeben und fühlen sich der Qualität in jeder Form verpflichtet. Als Organisationsstalent gelingt es Ihnen den Überblick zu behalten und können bei Situationen auf Ihre ausgeprägte Sozial- und Führungskompetenz zählen.

Sie erkennen sich darin wieder? Dann dürfte Sie die Funktion der Leitung Anlassverkauf & -organisation begeistern!

Wir freuen uns über die Zusendung Ihrer kompletten Bewerbungsunterlagen – Kontakt:
Frau Manuela Villiger, Verantwortliche Mitarbeiter
mitarbeiter@seerose.ch

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



A modern hotel
feeling
... for a new generation



HIP - Lifestyle **Hotel MISANI** mit 90 Betten und einzigartigem Style Look. Drei aussergewöhnliche à la carte Restaurants und Bars (Haubenlokal, von Guide bleu und Michelin empfohlen):

Voyage - modernes Bistro mit Global Cuisine. **Ustaria** - gemütliche Engadiner Stuben mit Bänder Küche und Italian Flavours. **Bodega** im alten Gewölbekeller - mit spanischen Tapas, fein assortierten Weinen und Loungemusik.

Ab Wintersaison 2009/2010 suchen wir für unser junges Team Unterstützung!

Front Office Manager (w/m) in Jahresstelle

Sie sind eine herzliche, charmante und kompetente Persönlichkeit und gestalten den Aufenthalt unserer Gäste zum Erlebnis. Sind Sie verkaufstark, stressresistent, sprachgewandt (D/E/I) und haben ein Flair für das Detail? Sind Sie einsatzfreudig, denken mit und erledigen Ihre Aufgaben effizient, selbstständig und wirkungsvoll? Handeln Sie umsichtig und übernehmen Sie gerne Verantwortung? Ja? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Es erwartet Sie die abwechslungsreiche operative und administrative Verantwortung des gesamten Front-Office-Bereiches. Ebenso unterstützen Sie mit frischen Ideen unsere Marketingabteilung.

Mehr Informationen finden Sie unter www.hotelmisani.ch. Brigitte Marthaler freut sich auf Ihre Bewerbung und erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte: marthaler@hotelmisani.ch

HOTEL MISANI - Ustaria - Voyage - Bodega
La Rezia Verwaltungen AG
Via Maistra CH-7505 St. Moritz-Celerina
Telefon +41(0)81-839 89 89 - www.hotelmisani.ch

Kadernachwuchs (w/m)



weitere Jobs unter www.migros.ch

Entscheidend ist Ihr Potenzial!

Die Gastronomie der Migros Ostschweiz ist im Aufwind. Um den Erfolg sicherstellen zu können, suchen wir junge (idealerweise 23-28 Jahre) und engagierte Nachwuchslente, die den Wunsch haben, innerhalb einer individuellen Laufbahnplanung spannende und herausfordernde Leitungsfunktionen zu übernehmen. Wir suchen **nach Vereinbarung**

Kadernachwuchs (w/m) für die Zielfunktion Teamleiter/in Küche, Region St. Gallen, Wil und Schaffhausen

Ihr Aufgabengebiet

In einem auf Sie zugeschnittenen Laufbahnplan werden Sie auf die zukünftigen Anforderungen eines(r) Teamleiters/in Küche vorbereitet. In einem 2 bis 3-jährigen Ausbildungsprogramm lernen Sie die Bereiche der Migros-Gastronomie kennen und werden dabei bestens auf die entsprechende Zielfunktion vorbereitet. Dabei erwarten wir die Bereitschaft, während des Programms aktiv in verschiedenen Funktionen mitzuarbeiten.

Unsere Anforderungen

- Grundbildung als Koch
- mind. 3-jährige Berufserfahrung nach Lehrabschluss zwingend
- Erste Führungserfahrung erwünscht
- dienstleistungs- und gastgeberorientiertes Denken und Handeln
- hohe Sozialkompetenz
- teamorientierte Persönlichkeit
- Kontaktfreude und Kommunikationsfähigkeit
- überdurchschnittliche Leistungsbereitschaft
- hohe Mobilitätsbereitschaft mit Zug oder Auto (Einsätze finden an verschiedenen Standorten statt)

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. Zudem bieten wir die Möglichkeit, in einem innovativen Unternehmen ein Kadernachwuchsprogramm zu absolvieren und eine interessante Stelle zu übernehmen

- attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

Für nähere Auskünfte steht Ihnen Herr Kurt Widmer, Leiter Verkaufsgruppe Gastronomie, Tel. 071 493 21 48, gerne zur Verfügung.

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

Genossenschaft Migros Ostschweiz
Cornelia Willi, Personelles

MIGROS



Das Domicil Baumgarten ist ein Alterszentrum an schöner Lage im Zentrum von Bümpliz. Im Wohnheim, in zwei Pflege-Wohngruppen und in der Alterssiedlung wohnen 150 betagte Menschen, die von 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern betreut und gepflegt werden.

Nach einem Umbau wollen wir per August 2010 unsere Küche und den Verpflegungsprozess neu organisieren. Sind Sie die gut ausgewiesene und fachlich versierte Persönlichkeit, die uns als

Küchenchef m/w

ab Februar 2010 bei der Neuorganisation tatkräftig unterstützt und ab August 2010 die Gesamtverantwortung für die neue Küche übernimmt?

Aufgaben: Planung und Produktion einer ausgewogenen Heimverpflegung inkl. Diätmenüs. Sie sind verantwortlich für den Wareneinkauf, die Menükalkulation, die Lagerbewirtschaftung, die Wirtschaftlichkeit der Küche sowie für die Umsetzung der Hygienevorschriften. Die 8 direkt unterstellten Mitarbeitenden führen, motivieren und schulen Sie nachhaltig.

Im 1. Halbjahr umfasst Ihre Haupttätigkeit vor allem den Aufbau einer neuen Produktionsküche, die Beschaffung von Küchenmobiliar und die aktive Mitarbeit im Küchenprovisorium.

Wir erwarten: Eine unternehmerisch denkende und kommunikative Persönlichkeit mit entsprechender Ausbildung und ausgewiesener Erfahrung im Heimalltag. Sie sind teamfähig, belastbar und besitzen Durchsetzungs- sowie das nötige Einfühlungsvermögen für das Umfeld in einem modernen Alterszentrum.

Wir bieten: Eine Führungsaufgabe, die viel Spielraum für die Verwirklichung eigener Ideen und Visionen lässt, verbunden mit Sozialleistungen, die unseren hohen Anforderungen entsprechen.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an: **Domicil Baumgarten, Heimleitung, Bümplizstrasse 159, 3018 Bern.**

Weitere Infos siehe: www.baumgarten.domicilbern.ch oder telefonisch bei Frau Anja Mühlheim, Leiterin Hotellerie 031 997 67 40.

Die Gastronomiegruppe (zfv)

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

Für das von uns im Auftrag geführte

Restaurant UniTurm

Rämistrasse 71, 8001 Zürich

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Koch mit Stv. -Funktion (w/m)

Ihre Aufgabe: Sie sind hauptsächlich für die Mise en place für einen reibungslosen Arbeitsablauf sowie die selbständige Führung eines Postens verantwortlich. Zudem übernehmen Sie die Stellvertretung der Küchenchefin bei deren Abwesenheiten und helfen bei der Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien mit.

Ihr Profil: Wir wünschen uns eine flexible und verantwortungsbewusste Person, welche über eine abgeschlossene Berufsausbildung verfügt. Zudem bringen Sie Erfahrung in der gehobenen à la carte Küche mit und haben Freude am Pâtisserie-Posten. Sie arbeiten in der Regel an 5 Tagen zwischen Montag und Samstag entweder von 08.00 - 17.00 Uhr oder von 11.00 - 22.00 Uhr. Im Weiteren sind je nach Arbeitsanfall Dienste mit Zimmerstunde vorgesehen. Zudem ist zu beachten, dass der Betrieb während 3 Wochen im Winter und während 2 Wochen im Sommer geschlossen bleibt.

Wir bieten: Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

ZFV-Unternehmungen

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



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Akutspital für Innere Medizin
mit integrierter Rehabilitation

In grossem Park direkt am Untersee (Bodensee) gelegen,
125 Betten und 200 Mitarbeiter

Zur Ergänzung unserer Kochbrigade suchen wir per 1. November 2009 oder nach Vereinbarung einen

Chef de partie (Tournant)

Sie sind gelernter Koch mit **CH-Fähigkeitsausweis**, im Alter zwischen 20 und 25 Jahren, begeisterungsfähig und gewohnt an einen hohen Qualitätsstandard, mit Erfahrung in internationaler Küche. Sie haben Freude an Ihrem Beruf und möchten gerne Ihr Wissen bei uns einfließen lassen.

Wir bieten Ihnen einen abwechslungsreichen Arbeitsplatz, eine helle und moderne Küche, ein aufgestelltes, offenes Team. Geregelt Arbeitszeiten vom 8.30 bis 13.15 Uhr und von 16.20 bis 20.00 Uhr. Bei Bedarf stellen wir Ihnen eine schöne, helle Dienstwohnung mit Blick zum See ca. 5 Gehminuten vom Arbeitsplatz entfernt zur Verfügung.

Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Herr Xaver Wenninger, eidg. dipl. Küchenchef oder sein Stellvertreter Herr Roberto Dota, eidg. dipl. Küchenchef, zur Verfügung. Gespannt erwarten wir Ihre interessanten und vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Zeugnissen und Passfoto.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG
Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin
CH-8265 Mammern (Bodensee) TG
Tel. 0041 52 742 11 11
fvs@klinik-schloss-mammern.ch
www.klinik-schloss-mammern.ch

THE SWISS
LEADING
HOSPITALS

Wir suchen per 1. November

Barmaid

mit Erfahrung.

Ihre schriftliche Bewerbung senden
Sie bitte an:

Hotel Restaurant Post
Rico Kunz
7320 Sargans



STRANDHOTEL & RESTAURANT
SPIEZ AM THURNESEE

Seit 100 Jahren im Zeichen der Gastfreundschaft

Das 4*-Hotel mit Charme und Ambiente.
Restaurant mit 15 Punkten Gault & Millau, Bankette,
Seminar, Whisky-Bar und Vinothek Bacchus

Chef de Réception

Als Leiterin des Empfangs übernehmen Sie die Schlüsselposition in unserem Betrieb. Alle Fäden laufen bei Ihnen zusammen und die Abteilungen erwarten die Informationen von Ihnen. Sie leiten ein junges, motiviertes Team und betreuen unsere anspruchsvollen Gäste. Als kleines, schmuckes Hotel setzen wir viel auf eine familiäre Atmosphäre. Bei unseren Seminarkunden kommt es auf eine zielgerichtete Betreuung an. Die Arbeiten sind breit gefächert und sehr interessant.

Sie verfügen über Erfahrung in gleicher Stellung und haben die nötigen Ausbildungen zum Erfüllen der Voraussetzungen. Sie sind mehrsprachig, kundenorientiert und vor allem herzlich, von Vorteil kennen Sie das Frontoffice-Programm Amadeus - dann heissen wir Sie herzlich willkommen in unserem Team.

Gerne erzähle ich, bei einem persönlichen Gespräch, mehr über die vielfältigen Arbeiten an einem lebhaften Hotelempfang.

Auf ein vollständiges Bewerbungsdossier mit Bild freut sich

Markus Schneider Direktor
Strandhotel Belvédère CH-3700 Spiez
Telefon 033 656 66 66 oder Fax 033 654 66 33
Internet: www.belvedere-spiez.ch
E-Mail: info@belvedere-spiez.ch

HOTELIS
EXECUTIVE

Hotelis ist eines der wichtigsten, aktiven Schweizer Unternehmen in der Vermittlung von Dauer- und Temporärstellen in der Hotellerie, Restauration und Gemeinschaftsgastronomie sowie für Cateringunternehmen.

Für unseren Kunden **Menu and More AG** suchen wir per 1. Dezember 2009 oder nach Vereinbarung eine(n)

Produktionsleiter-in / Küchenchef-in

Sie sind die Führungspersönlichkeit mit Leidenschaft und Know-how

menuandmore ist auf die Herstellung und den Vertrieb von Menüs, Menükomponenten und Konsumprodukten spezialisiert. Die Aktivitäten finden in den drei Gemeinschaftsfeldern School, Care und Business statt. Täglich werden für über 300 Kunden und Kundinnen bis zu 8'000 Menüs und 2'000 Spezialprodukte gefertigt, konfektioniert sowie ausgeliefert. Unsere spezialisierte Produktion ist eine der tragenden Komponenten unseres Erfolges.

Sie haben eine abgeschlossene Kochlehre und eine Weiterbildung zum Gastronomiechef mit eidg. Fachausweis absolviert. Von Vorteil sind Sie eidg. dipl. Produktionsleiter / Küchenchef und besitzen Kenntnisse in der Lebensmitteltechnologie.

Zudem haben Sie mehrjährige Erfahrung in der Grossproduktion / Gemeinschaftsgastronomie oder Lebensmittelgrossproduktion sowie mindestens fünf Jahre Berufserfahrung in vergleichbarer Führungsposition.

Sie besitzen neben technischem Verständnis ein hohes Qualitätsbewusstsein, der Umgang mit modernen Technologien und die Richtlinien von HACCP sind Ihnen bestens vertraut.

Ihr Team von 30 Mitarbeitenden nimmt Sie als Vorbild wahr; Sie verstehen es, klare Ziele zu definieren und Prioritäten zu setzen. Sie sind ein lösungs- und ergebnisorientierter Machertyp, zuverlässig, motiviert mit Durchsetzung und Ausdauer.

Eine gepflegte Erscheinung ist für Sie so selbstverständlich wie ausgezeichnete Umgangsformen. Sie sind von deutscher Muttersprache und mindestens 35 Jahre alt.

Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle und nicht alltägliche Herausforderung in einem dynamischen Unternehmen im 2-Schichtbetrieb mit gleitenden Arbeitszeiten ohne Zimmerstunde.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, welche selbstverständlich mit grösster Diskretion behandelt wird.

Das komplette Dossier senden Sie bitte an Hotelis, Zähringerstrasse 51, 8001 Zürich oder info@zurich.ch - www.hotelis.ch - Tel: 044 250 51 00

MENU-MORE
KÜCHE IN BEWEGUNG

hofweissbad
appenzell und gesundheit

Das 4*-Plus-Hotel Hof Weissbad geniesst in der Schweizer Hotellerie einen ausgezeichneten Ruf als innovatives und erfolgreiches Unternehmen. Die Auszeichnung mit 16 Punkte Gault Millau verdanken wir unseren 180 topmotivierten MitarbeiterInnen.

Sind Sie fröhlich, engagiert, motiviert, arbeiten gerne in einem Team und behalten den Überblick auch bei arbeitsintensiven Anlässen?

Dann melden Sie sich per 1. November 2009 oder nach Vereinbarung als:

Sous-Chef/in
(in einem Küchenteam von 30 Mitarbeitenden)

Als Stellvertretung unserer Küchenchefin Käthi Fässler (Köchin des Jahres 2009) bringen Sie neue Ideen ein und übernehmen gerne Verantwortung. Sie unterstützen das Team in der Umsetzung einer abwechslungsreichen Küche mit hohem Qualitätsstandard. Erfahrung in einer ähnlichen Position ist von Vorteil.

Demi-Chef Garde Manger
(in einem Küchenteam von 30 Mitarbeitenden)

Eigenständiges und kreatives Arbeiten ist die Hauptaufgabe dieser ausgeschriebenen Stelle. Sie arbeiten in einer neuen Küche mit modernster Infrastruktur. Sie haben eine fundierte Ausbildung, sind talentiert und bringen eine ideenreiche Ader mit.

ServicefachmitarbeiterIn
(in einem Serviceteam von 34 Mitarbeitenden)

Sie haben eine abgeschlossene Servicefachausbildung oder längere Berufserfahrung. Mit feinem Gespür und hoher Professionalität sorgen Sie in unseren drei Restaurants (150 Sitzplätze) für einen gepflegten Service und ein persönliches Ambiente. Die vielseitigen Aufgaben machen Ihnen Freude und die unregelmässigen Arbeitszeiten sind für Sie selbstverständlich.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:
- Käthi Fässler, Küchenchefin (k.fassler@hofweissbad.ch)
- Susanne Blattner, Leiterin Restauration (s.blattner@hofweissbad.ch)
- Rita Koller, Mitarbeiter-Administration (r.koller@hofweissbad.ch)

Telefon 071 798 80 80 www.hofweissbad.ch



Kadernachwuchs (w/m)



weitere Jobs unter www.migros.ch

Entscheidend ist Ihr Potenzial!
Die Gastronomie der Migros Ostschweiz ist im Aufwind. Um den Erfolg sicherstellen zu können, suchen wir junge (Idealalter 25-30 Jahre) und engagierte Nachwuchslente, die den Wunsch haben, innerhalb einer individuellen Laufbahnplanung spannende und herausfordernde Leitungsfunktionen zu übernehmen. Wir suchen nach **Vereinbarung**

Kadernachwuchs (w/m) für die Ziefunktion Restaurantleiter/in, Region St. Gallen, Wil und Schaffhausen

Ihr Aufgabengebiet
In einem auf Sie zugeschnittenen Laufbahnplan werden Sie auf die zukünftigen Anforderungen eines(r) Restaurantleiters/in vorbereitet. In einem 2 bis 3-jährigen Ausbildungs-Programm lernen Sie die Bereiche der Migros-Gastronomie kennen und werden dabei bestens auf die entsprechende Ziefunktion vorbereitet.

- Unsere Anforderungen**
- Grundbildung im Bereich Gastronomie, z.B. Koch, Hotelfachassistent/in usw.
 - Weiterbildung Niveau eidg. Fachausweis oder die Bereitschaft, diesen zu absolvieren
 - Mehrjährige Berufserfahrung nach Lehrabschluss zwingend
 - Erste Führungserfahrung
 - Dienstleistungs- und gastgeberorientiertes Denken und Handeln
 - Hohe Sozialkompetenz
 - Teamorientierte Persönlichkeit
 - Kontaktfreude und Kommunikationsfähigkeit
 - Überdurchschnittliche Leistungsbereitschaft
 - Hohe Mobilitätsbereitschaft mit Zug oder Auto (Einsätze finden an verschiedenen Standorten statt)

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. Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, in einem innovativen Unternehmen ein Kadernachwuchsprogramm zu absolvieren und eine interessante Stelle zu übernehmen

- attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

Für nähere Auskünfte steht Ihnen Herr Kurt Widmer, Leiter Verkaufsguppe Gastronomie, Tel. 071 493 21 48, gerne zur Verfügung.

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

Genossenschaft Migros Ostschweiz
Cornelia Willi, Personelles

MIGROS

Golf & Bad Alvaneu

Inmitten wunderschöner Bergidylle auf 900 Meter über Meer im Albulatal liegt Alvaneu Bad. Die Landschaft ist lieblich, das Klima mild. Hier entstanden in den vergangenen Jahren einer der schönsten 18-Loch-Golfplätze der Alpen, ein Heilbad mit Wellnessanlage inklusive zwei Restaurationsbetrieben.

Für die vielfältige und herausfordernde Aufgabe der Betriebsführung des Golfplatzes, des Bades und der beiden Restaurationsbetriebe suchen wir per 1. Januar 2010 eine(n)

Geschäftsführer(in)

Ihre Aufgabe: Direkt dem Golfclub-Präsidenten stellt, führen Sie diese vielseitigen Dienstleistungsbereiche ziel- und teamorientiert. Sie sind verantwortlich für die administrative, personelle sowie organisatorische Führung des Golf- und Badebetriebes mit 60 Angestellten inkl. Restaurationsbetriebe.

Ihr Profil: Diese Funktion bedingt eine betriebswirtschaftliche Aus- oder Weiterbildung. Sie haben Erfahrung in der Mitarbeiterführung, im gepflegten Umgang mit Gästen und im gastronomischen Bereich. Gute Sprach- und Golfkenntnisse sind von Vorteil. Sie bringen vor allem organisatorisches Flair für einen vielseitigen, teilweise hektischen Betrieb mit.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung: Hans Christoffel, Präsident Golfclub Alvaneu Bad Obere Strasse 19, 7270 Davos Platz christoffel@datacomm.ch, Telefon 081 413 33 74

Die Gastronomiegruppe **(zfv)**

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

Für das neu von uns im Auftrag geführte

Personalrestaurant der Helvetia Versicherungen
Engelgasse 9, 4052 Basel

suchen wir per Mitte Dezember 2009 eine

Betriebsleitung (w/m)

Ihre Aufgaben: Sie übernehmen die betriebswirtschaftliche Organisation und gesamte Führung des Betriebes, die Einsatzplanung, Führung und Schulung der Mitarbeitenden sowie die Bearbeitung diverser administrativer Aufgaben. Zudem sind Sie für die Einhaltung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien verantwortlich. Das Personalrestaurant der Helvetia Versicherungen besteht aus einem Selbstbedienungsrestaurant mit Sommerterrasse, einer Cafeteria, einem bedienten Direktionsrestaurant sowie Seminarräumlichkeiten. Zudem werden regelmässige Caterings durchgeführt.

Ihr Profil: Sie sind eine Führungsperson mit Eigeninitiative und hoher Einsatzbereitschaft. Neben einer Ausbildung im Gastgewerbe (von Vorteil Koch) verfügen Sie idealerweise über einen Abschluss an einer anerkannten Hotelfachschule oder Erfahrung in einer vergleichbaren Funktion in der Gemeinschaftsgastronomie.

Wir bieten Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Verlieren Sie keine Zeit - wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Tauro, Leiterin Personaldienst, senden. Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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

Hohnegg's Fonduehütte – Saas Fee
urhig, gemütlich, einzigartig
Gesucht **Mitarbeiter/in**
per Mitte Dezember 2009 bis
Mitte April 2010
Hohnegg Alpine Resort, 3906 Saas Fee
welcome@hohnegg.ch
Tel. +41 (0)27 958 10 70

**Hotel Restaurant Silbersand
3987 Riederalp**
Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die Wintersaison
**Küchenchef/in
Koch
Serviceangestellte
(EHE)PAAR**
Sie: Service
Er: Koch
Bewerbungen mit Foto an:
Familie Meienhofer
Silbersand
3987 Riederalp
www.silbersand.ch

**Schilthorn
Piz Gloria**
Per 1. Dezember 2009 suchen wir zur Ergänzung unseres Marketing-Teams eine/n
Leiter/in Customer Relations
Ihre Aufgaben. Leitung unseres Info-schalters am Höheweg 2 in Interlaken. Sie sind verantwortlich für die selbständige Abwicklung der Offerten und Reservierungen für unsere Bahn- und Restaurantsbetriebe. Sie beraten unsere internationalen Gäste und Partner am Telefon und am Schalter.
Ihr Profil. Sie sind kundenorientiert, flexibel und begeisterungsfähig. D/F/E beherrschen Sie in Wort und Schrift. Sie sind zwischen 20 und 30 Jahre alt und verfügen über eine Ausbildung und Erfahrung im Tourismus oder in der Hotellerie.
Ihre Chance. Wir bieten eine interessante und vielseitige Tätigkeit bei einer erfolgreichen und international tätigen Bergbahnunternehmung in der Jungfrau Region. Sie fühlen sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Bild:
SCHILTHORNBahn AG
Patricia Haari
Leiterin Marketing
Höheweg 2
3800 Interlaken
www.schilthorn.ch

**Waldhaus Flims
Mountain Resort & SPA**
Eine extravagante Wohlfühlwelt
Vier Gästehäuser im grössten Hotelpark der Schweiz, 2500 m² SPA & Wellness, kulinarische Wonnen in sieben Restaurants, 16 Seminar- und Meetingräume sowie die neue Waldhaus Arena für Curling & Events
Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir:
RestaurantleiterIn
Sie sind Gastgeber aus Leidenschaft und verwöhnen unsere anspruchsvollen Gäste entweder in unserem Bistro & Bar The Lounge oder in unserem Fonduekeller Il Tschaler. In beiden Funktionen sind Sie als selbstständige und belastbare Persönlichkeit gefragt, die ein Team von zwei bis drei Mitarbeitenden zu motivieren weiss.
Sie haben bereits Erfahrungen in ähnlichen Positionen gesammelt und freuen sich, gemeinsam mit Ihrem Team Höchstleistungen zu erbringen. Ein gepflegtes Auftreten, Organisations-talente und versierte Sprachkenntnisse (D/E, evtl. F/It) runden Ihr Profil ab.
Entzückt – erleuchtet? Dann gehören Sie in unser Team!
Silvia Graf, Human Resources, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.
Waldhaus Flims | Via del Parc | 7018 Flims | Switzerland
T +41 (0)81 928 48 48 | F +41 (0)81 928 48 58
s.graf@waldhaus-flims.ch | www.waldhaus-flims.ch

**Thurgau
BODENSEE**
Wir suchen auf 1. Dezember 2009 oder nach Vereinbarung eine/einen
Product Manager(in) Schlaraffenland und Seminarland (100 %)
Ihre Aufgaben:
• Führung und Betreuung der Produktlinien Schlaraffenland und Seminarland
• Betreuung der Internetseite thurgau-tourismus.ch
Sie bringen mit:
• Kaufmännische Ausbildung mit Berufserfahrung und Marketingkenntnissen
• Ausbildung/Weiterbildung im Tourismus
Interessiert? Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte bis **23. Oktober 2009** an: Thurgau Tourismus, Monika Grünenfelder Egelmoosstrasse 1, 8580 Amriswil monika.gruenenfelder@thurgau-tourismus.ch Tel. 071 414 11 44
Weitere Details zur Stelle auf: www.thurgau-tourismus.ch.

Club Events & Catering Restaurant & Bars Hotel x-tra
Die X-TRA Production AG betreibt das Veranstaltungsort X-TRA im Herzen der Stadt Zürich und bietet einer breiten Kundschaft ein diversifiziertes Angebot an Unterhaltungs- und Firmen-Events sowie Gastronomie und Hotellerie.
Zur Ergänzung unseres jungen Hotel-Teams suchen wir per Anfang/Mitte Dezember 2009 einen
Front-Office-Réceptionisten 100%
Sie verlieren in hektischen Zeiten nicht den Überblick und sind eine ruhige Persönlichkeit.
Wir suchen einen Mitarbeiter (23-33 Jahre) mit Berufserfahrung am Hotel-Empfang. Sie besitzen MS-Office-Kenntnisse, wenn möglich mit Fidelio-Erfahrung und ein stilsicheres Deutsch. Sie beherrschen Englisch in Wort und Schrift und haben wenn möglich weitere Fremdsprachenkenntnisse. Stellen Sie sich gerne neuen Herausforderungen? Sind Sie flexibel und gästeorientiert?
Unsere Réception ist 24 Stunden, 7 Tage die Woche besetzt. Sie werden dementsprechend sowohl im Früh- wie auch Spätdienst und auch an Wochenenden eingesetzt.
Wollen Sie Teil unseres erfolgreichen Teams sein? Sind bei Ihnen Dienstleistung und Hilfsbereitschaft selbstverständlich, um Höchstleistung für unsere Kunden zu erbringen? Dann senden Sie Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto an:
X-TRA Production AG, Personalbüro, Limmatstrasse 118, Postfach, 8031 Zürich; www.x-tra.ch; Mail: sga@x-tra.ch
Auf Sie wartet eine spannende und anspruchsvolle Aufgabe in einem interessanten Umfeld sowie attraktive Anstellungsbedingungen.

signinahotel
Die Weisse Arena Gruppe betreibt und vermarktet erfolgreich das Winterresort LAAX in Graubünden.
Das **signinahotel** verfügt über 82 modern eingerichtete Hotelzimmer, ein gehobenes à la carte Restaurant sowie der grosszügigen Hotelbar und Lounge mit Terrasse. An der Talstation der Bergbahnen gelegen, bietet es zusammen mit seinem Wellness-Angebot alles für Körper, Geist und Gauen.
Von Dezember 2009 bis April 2010 suchen wir folgende Mitarbeitende:
**Stellvertretender Chef de Service (m/w)
Servicefachmitarbeiter (m/w)
Barmitarbeiter (m/w)**
Sie haben eine abgeschlossene Berufsausbildung und bringen Arbeitserfahrung mit. Auf unsere Gäste gehen Sie aktiv zu, sind kommunikativ und haben ein hohes Qualitätsbewusstsein. Sie arbeiten selbständig, engagiert, verantwortungsbewusst und unterstützen Ihre Teamkollegen. Deutsch sprechen Sie fließend und Sie können sich auf Englisch sehr gut verständigen.
Sind Sie hoch motiviert, begeisterungsfähig und suchen eine neue Herausforderung? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto per Post oder e-Mail.
WEISSE ARENA GRUPPE
Christina Darms | Personaladministration | CH-7032 Laax
Tel +41 (0)81 927 70 14 | E-Mail: personal@laax.com
www.laax.com | www.weissearena.ch

TITLIS ROTAIR
Als eine der grössten Schweizer Bergbahnunternehmungen führen wir nebst unseren Bahnanlagen auch **Hotel- und Gastbetriebe** im Skigebiet und in Engelberg (Panoramarestaurant Titlis, Skihütte Stand, Berghotel Trübsee, Restaurant Linie 8, Après-Ski-Bar Chalet, Hotel Terrace).
Wir suchen für die **Wintersaison 2009/2010** (Dezember bis April)
- **Küche:** Commis de Cuisine m/w
- **Service:** Restaurantfachfrau/mann, Servicemitarbeiter/in, Barmitarbeiter/in, Mitarbeiter/in Self-Kasse
- **Berghotel Trübsee:** Night Shift Leader (m/w)
Interessiert? Gerne informieren wir Sie über die Details dieser abwechslungsreichen und vielseitigen Stellen. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an unsere Personalabteilung:
Titlis Rotair, Sandra Waser, Leiterin Personal, Poststrasse 3, 6390 Engelberg, 041 639 50 53
www.titlis.ch, swaser@titlis.ch

Bj Biondi Gastronomie
Für unser Ristorante Il Gallo beim Escher-Wyss-Platz in Zürich suchen wir per Ende Oktober oder nach Vereinbarung eine/n
Geschäftsführer/in
Ihre Aufgabe: Ihnen obliegt die Führung eines Restaurants an bester Lage. Mit Ihrem Team gewährleisten Sie reibungslose Abläufe und einen grösstmöglichen Kundennutzen. Gästezufriedenheit ist unser oberstes Gebot.
Was Sie mitbringen: Sie sind eine dynamische Persönlichkeit mit Organisationstalent und Flair für die italienische Küche. Dank Ihrer sympathischen und vertrauensvollen Art ist es leicht für Sie, auf allen Ebenen zu kommunizieren. Sie haben eine Hotelfachschule abgeschlossen und/oder verfügen über Erfahrung in der Führung eines Restaurants. Italienisch ist keine Fremdsprache für Sie.
Wir bieten: Eine sehr herausfordernde Kaderstelle, wo Sie Ihre Ideen direkt einbringen und umsetzen können. Viel Führungs- und Fachverantwortung sowie eine selbstständige Tätigkeit innerhalb von gegebenen Rahmenbedingungen, eine motivierte Crew und gute Entwicklungsmöglichkeiten. Alles in allem die Chance, Ihr Können unter Beweis zu stellen.
Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen. Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.
Biondi Gastronomie, Margherita Bonaventura, Riedstr. 3, 6330 Cham
Telefon 041 725 32 50, E-Mail: m.bonaventura@vgag.ch

REGIONALSPITAL EMMENTAL
Die RSE AG nimmt mit ihren Standorten Burgdorf und Langnau eine zentrale Stellung in der medizinischen Versorgung von rund 120'000 Einwohnern im Emmental ein. Unser Leistungsangebot umfasst mit 200 Akutbetten inkl. Intensivpflegung die Hauptdisziplinen Chirurgie, Orthopädie, Innere Medizin und Gynäkologie/Geburtshilfe, ergänzt durch ein vielseitiges Angebot an Spezialdisziplinen.
Mit den Speisen, welche wir täglich mit Freude zubereiten, steigern wir bei unseren Kunden die Lebensqualität. Zur Ergänzung unseres Küchenteams am Standort Langnau suchen wir nach Vereinbarung befristet bis Ende Jahr eine/n
Diätköchin/-koch 80 - 100 %
Ihre Hauptaufgaben:
• Produktion der Mahlzeiten für die Patienten und Mitarbeiter
• Zubereitung von Diätkostformen
• Einhaltung der Hygienerichtlinien
• Mitarbeit im Kartenbüro
Ihr Idealprofil:
• abgeschlossene Berufsausbildung als Köchin/Koch
• Diplom als Diätköchin/-koch
• Teamgeist, Flexibilität und innovatives Denken
Wir bieten Ihnen:
• abwechslungsreiches Tätigkeitsfeld mit Zukunftsperspektiven
• Möglichkeiten zur Fort- und Weiterbildung.
• attraktive Anstellungsbedingungen (GAV)
Interessiert? Frau Cécile Gut, Leiterin Hotellerie, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte unter Telefon 034 421 21 08. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:
Regionalspital Emmental AG
Frau Claudia Stucki
Human Resources
3550 Langnau
Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen. **Im Zentrum unseres Handelns steht der Mensch**
www.rs-e.ch

Wir eröffnen am 1. November unseren Neubau mit Hotel in der 3. Sterneklasse und Seminar-/Bankettservice, mit einer regionalen und saisonalen Gourmetküche.
Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per Oktober oder nach Vereinbarung

**Chef de Service
Servicefachangestellte/r**

für den gepflegten À-la-carte- und Bankettservice, mit einer regionalen und saisonalen Gourmetküche.

Auf Wunsch Zimmer im Haus.

Sind Sie unser neuer Mitarbeiter im Service?

Reto Hollenstein gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte zu Ihrem neuen Job.

Gasthof Rössli
9524 Zuzwil bei Wil
071 944 11 33
www.roessli-zuzwil.ch



4139-2258



Tel. 041 669 12 42
Fax 041 669 12 76
E-Mail: posthuis@gmx.ch
CH-6068 Melchsee-Fruyt

Für kommende Wintersaison Mitte Dezember 09 bis Mitte April 2010 brauchen wir Verstärkung:

2 Restaurationsfachfrauen sowie Saaltochter

Sind Sie motiviert, flexibel und verfügen über Berufserfahrung, dann rufen Sie uns an.

Wir bieten: geregelte Arbeitszeit, guter Verdienst.

Wir erwarten: exaktes und teamfähiges Arbeiten.
Kosten und Logis im Hause

Familie Rohrer-Elmiger
041 669 12 42
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

4139-2161

HOTEL RESTAURANT *
Panorama**

BETTMERALP WALLIS
Wir sind ein Drei-Stern-Hotel mit À-la-carte-Restaurant und Sonnenterrasse.

Für die Wintersaison, ab 12. 12. 09 bieten wir folgende Stellen an:

1 Servicefachangestellte (w/m)

Servicestation mit eigenem Inkasso freundlich, flexibel und zuverlässig.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

Fredy Schmidhalter, 3992 Bettmeralp
Tel. 027 927 13 75 / Fax 027 927 38 75
info@panorama-bettmeralp.ch
www.panorama-bettmeralp.ch

Graubünden und Luzern

Yes, you are...

unsere Area Managerin / unser Area Manager

Wir sind der führende Hersteller von Tiefenwärme- Infrarot-Kabinen in Europa.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine versierte Verkaufspersonlichkeit mit Erfahrung in der Hotelbranche. Sie telefonieren aus Überzeugung und engagieren sich in persönlichen Kundengesprächen. Sie sind flexibel, arbeiten selbständig und übernachten gerne in Hotels. Motiviert, wollen Sie ein hervorragendes Produkt in Hotels einführen.

Ein abwechslungsreiches, dynamisches und unkompliziertes Arbeitsumfeld erwartet Sie.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Physiotherm GmbH, Walter Varisco, Industriestrasse 44,
8304 Wallisellen

w.varisco@physiotherm.ch www.physiotherm.ch

4139-2258



Möchten Sie im Herzen von Grindelwald, am Fuss der Eiger-nordwand, vor einer der imposantesten Bergkulissen der Welt arbeiten?

Ab kommender Wintersaison haben wir noch folgende Stellen frei (bis Oktober 2010)

Chef de Partie

Interessante und vielseitige Tätigkeit in regem Betrieb mit À-la-carte-Restaurant Föhrenstube (auserlesene Berner Küche), Cava (Fondue-Spezialitäten), Gaststube und Derbystube

Restaurationstochter/Kellner (mit Erfahrung) für unser Restaurant Föhrenstube

Betreuen und verwöhnen Sie gerne unsere internationalen Gäste? Sprechen Sie gut Deutsch und Englisch?

Hostess für Hotelbar (nur Wintersaison)

Haben Sie gerne Kontakt mit Gästen aus aller Welt und verfügen über einige Serviceerfahrung? Als Hostess begleiten Sie auch unsere internationalen Gäste zum Schlitteln und Curling-plausch!

Nachtportier

Für Reinigungsarbeiten, Portierdienste, Bedienung des Telefons und Nachtglocke. Sprachen: Gute Verständigung in Englisch.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:
Derby Hotel Grindelwald
Frau Christiane Märkle oder Frau Liselotte Schmid
E-Mail: derby@grindelwald.ch

Fam. P. Märkle-Bischof • CH-3818 Grindelwald • Tel. +41 (0)33 854 54 61
Fax +41 (0)33 853 24 26 • www.derby-grindelwald.ch • derby@grindelwald.ch

4142-2161

**Mario Hug
Dorfplatz 1
6370 Stans
www.engelstans.ch Tel. 041 619 10 10**

Neue Herausforderung gesucht?
Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir nach Vereinbarung

Sous-Chef de cuisine
Sie sollten Freude am Beruf haben, vor Hektik nicht zurückschrecken und flexibel sein.
Eine traditionsreiche und dennoch nicht alltägliche Umgebung wartet auf Sie!
Gerne erwarte ich Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren Anruf!

2157-1220



Swiss Re

Die hochstehende Gastronomie der Swiss Re im Grossraum Zürich wird von unserem Team Guest Services betrieben. Die Dienstleistungen erstrecken sich von der Mittagsverpflegung in den Personalrestaurants zu Room- und Seminarservices bis zur Bereitstellung von Topanlässen mit internationalen Gästen. Wir betreiben drei Personalrestaurants und ein Gästerestaurant im Raum Zürich sowie ein Schulungs- und Seminarzentrum in Rüslikon. Täglich erbringen wir Topleistungen und arbeiten in allen Betrieben ausschliesslich mit Frischprodukten.

Restaurantleiter/-in

Aufgabenbereich
Für unseren Betrieb in Adliswil suchen wir einen Operativen Betriebsleiter für die Gemeinschaftsgastronomie. Sie sind verantwortlich für die Organisation und Betreuung der verschiedenen Dienstleistungen. Die Hauptaufgabe ist die Verantwortung über die Verpflegung der Swiss Re Mitarbeitenden (ca. 1'500 Mittagessen). Weiter gehören Apéros, Frühstücke, bediente Mittagessen, Events und vieles mehr zu Ihrem Aufgaben-Bereich. Sie sind sehr dienstleistungsorientiert und schätzen es, täglich mit unseren internationalen Kunden Kontakt zu haben. Sie schätzen die Zusammenarbeit im Team und arbeiten gerne in verschiedenen Projekten mit.

Anforderungsprofil

- Hotelfachschule
- mehrfache Führungserfahrung in einem Grossbetrieb
- betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- Kommunikationsfähigkeit und diplomatisches Geschick
- organisatorisches Flair und selbständige Arbeitsweise
- vernetztes Denken
- sehr gute Sprachkenntnisse in Deutsch und Englisch
- gute PC-Kenntnisse (Word, Excel, PowerPoint)

Agency-Code: AGN-NB56213216

Ihre Human Resources Kontaktperson:
Yvonne Popp, Swiss Re, Mythenquai 50/60, 8022 Zürich

If you are interested in pursuing this opportunity or other opportunities with Swiss Re, you may apply by visiting our website at www.swissre.com/careers. The reference code for this position is EXT-NB50120154. Applications will only be accepted through our website.

4139-2258

*****HOTEL BÄREN**
BERNSTR.-WEST 58
CH-5034 SUHR

Per 1. Dezember 2009 oder nach Vereinbarung suchen wir eine Person mit einem grossen



für unsere Gäste. Verfügen Sie über gründliche Fachkenntnisse und viel Motivation, als

Servicefachangestellte/r

unsere Gäste einen bärenstarken Service zu bieten? Sind Sie ausserdem zuverlässig, flexibel, charmant, haben Sie Erfahrung in der gehobenen Gastronomie und arbeiten gerne in einem jungen Team, so sind Sie genau die richtige Person. Wir freuen uns von Ihnen zu hören!

Im neu renovierten Hotel Bären verwöhnen wir nationale und internationale Gäste im gemütlichen Suhrenstübli sowie im 14-Punkte-Restaurant Bärenstübli. Stilvolle Bankette und Caterings bis 600 Personen runden unser Angebot ab.

Hotel Bären Suhr Karina Wodrich
Bernstrasse West 56; 5034 Suhr/Aarau
www.baeren-suhr.ch mailbox@baeren-suhr.ch
ein Betrieb der AARGAUHOTELS.CH

4139-2258



Als expandierende Hotelkette der ZFV-Unternehmungen beschäftigen die Sorell Hotels Switzerland in 12 Hotels in Zürich, Winterthur, Bern, Arosa, Aarau, Bad Ragaz und Schaffhausen über 280 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen.

Für unser

Sorell Hotel Rigiblick

Germaniastrasse 99, 8044 Zürich
suchen wir per sofort eine/n

Service-Mitarbeiter/in

Ihre Aufgabe: Sie sind hauptsächlich für die Bedienung und Betreuung unserer Gäste, das Erstellen der Mise en place für einen reibungslosen Serviceablauf, das Führen einer eigenen Station mit Direktinkasso sowie die Erledigung allgemeiner Aufräum- und Reinigungsarbeiten verantwortlich.

Ihr Profil: Sie sind eine motivierte und engagierte Person mit einer entsprechenden Ausbildung, welche bereits Erfahrung in der gehobenen Gastronomie verfügt. Sie arbeiten an 5 Tagen zwischen Dienstag und Samstag gemäss Arbeitsplan.

Wir bieten Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela Tauro, Leiterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch oder www.sorellhotels.com.

Sorell Hotels Switzerland
ZFV-Unternehmungen
Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 35, F +41 44 388 35 36
info@zfv.ch, www.zfv.ch

4139-2258

Für unser Küchenteam suchen wir per Mitte Dezember 2009 eine/einen

Sous-chefin / Sous-chef

- Ihr Profil:**
- Sie verfügen über eine abgeschlossene Kochlehre
 - Sie verfügen über mehrjährige Berufserfahrung
 - Sie besitzen erste Führungserfahrungen
 - Sie sind eine offene und kreative Persönlichkeit

- Ihre Aufgaben:**
- Sie sind die Ansprechpartnerin/der Ansprechpartner für die Mitarbeitenden bei Abwesenheit des Küchenchefs
 - Sie schulen und betreuen die Lehrlinge
 - Sie wirken bei der Menü- und Speisekartengestaltung mit
 - Sie tätigen den Einkauf



Wir bieten Ihnen eine vielseitige und interessante Arbeit in einem lebhaften und jungen Team. Auf Ihre Bewerbung freuen wir uns.

Ihre komplette schriftliche Bewerbung (Foto, Lebenslauf, Arbeitszeugnisse, Referenzen) senden Sie bitte an:

HOTEL FRAVI AG
Reto Rey / Direktor
Veia Granda 1
7440 Andeer
Telefon 081 660 01 01
www.fravi-hotel.ch
info@fravi-hotel.ch

4139-2258

hoteljob.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



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

La plate-forme emplois 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.



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

Souschef m/w
Chef de Partie m/w
Jungkoch m/w
Pizzaiolo m/w
Hausbursche m/w

Auf Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren geschätzten Anruf freut sich Herr Bieler, Direktor oder Markus Blum, Küchenchef.



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

Für die Leitung unserer Industriewäscherei im Grossraum Basel suchen wir per 1. November 2009 oder nach Vereinbarung eine

Gouvernante als Betriebsleiterin (100%)

Ihre Aufgaben:

- Leitung und Organisation einer Grosswäscherei
- Führungsverantwortung für rund 25 Mitarbeitende
- Aktive Mitarbeit im Tagesgeschäft
- Massgebliche Verantwortung für eine hohe Kundenzufriedenheit
- Personal- und Einsatzplanung
- Führen von statistischen Auswertungen

Ihr Profil:

- Abgeschlossene Ausbildung im Bereich hauswirtschaftliche Betriebsleitung und entsprechende Erfahrung als Gouvernante
- Flair für die Detailpflege
- Belastbare Persönlichkeit mit Führungserfahrung
- Gute PC-Kenntnisse (Office)
- Bereitschaft zu flexiblen Arbeitszeiten (auch an Samstagen)
- Idealalter 35-50 Jahre

Wir bieten:

- Eine interessante und verantwortungsvolle Position in einem aussergewöhnlichen Umfeld
- Moderne Infrastruktur
- Attraktive Anstellungsbedingungen

Sind Sie an dieser abwechslungsreichen Aufgabe interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen:
R 005-722741, an Publicitas SA, PF 48, 1752 Villars-s/Glâne 1
Diskretion wird Ihnen selbstverständlich zugesichert.

409-204

Hotel Vorab

Für unser bestbekanntes Hotel und À-la-carte-Restaurant suchen wir für kommende Wintersaison folgende bestverdienende, motivierte Mitarbeiter:

Servicearbeiter/In für À-la-carte-Restaurant

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

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

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

409-210

Stv. Betriebsleiter/In (80-100%)

Organisierst Du gerne Events? Macht Dir die Frontarbeit und der Umgang mit Menschen Freude?

Für unser Abendlokal mit Bar und grossem Eventsaal suchen wir per 1. November 2009 o.n.V. **eine/n Stv. Betriebsleiter/In.**

Deine Aufgaben: Serviceleitung, Organisation und Durchführung von Events aller Art.

Wir freuen uns auf Deine kompletten Bewerbungsunterlagen an:

G.U.S. Productions GmbH
Obere Süri 59
3204 Süri
www.gus.ch



409-206



Für unser Ristorante San Marco am schönsten Platz direkt am See in der Zuger Altstadt gelegen suchen wir zur Ergänzung unseres Teams per 1. Oktober 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

Betriebsassistentin / Stv. Geschäftsführerin

Sie arbeiten aktiv an der Front. Zusätzlich unterstützen Sie den Geschäftsführer auch bei administrativen Arbeiten und bei dessen Abwesenheit gewährleisten Sie die Stellvertretung.

Sie verfügen über erste Führungserfahrung als Chef de Service oder in ähnlicher Position, sprechen Italienisch und sind mit der italienischen Gastronomie vertraut.

Mit Professionalität und Herzlichkeit verwöhnen und beraten Sie unsere anspruchsvollen Gäste. In hektischen Momenten behalten Sie die Ruhe und Übersicht und beweisen Ihr Organisationsgeschick und Ihre Belastbarkeit. Eigeninitiative, Teamgeist und ein offenes und fröhliches Wesen zeichnen Sie aus.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns, Sie kennenzulernen. Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Ristorante San Marco, Herr Carmelo Pallella, Fischmarkt 2, 6300 Zug
Telefon 041 710 23 23, email@san-marco-zg.ch

409-204



Das Hotel Bellevue-Terminus hat neuen Wind bekommen und sucht Mitarbeiter die fliegen können. Wir möchten das grosse Potenzial des Hauses neu präsentieren und brauchen dafür ab November/Dezember 09

Réceptionist m/w
sowie
Servicearbeiter m/w



Das Yucatan vereint vieles: es ist der Apres-Ski Treffpunkt in Engelberg mit täglich Happy Hour, Dj oder Live Musik, es ist das Restaurant mit junger, internationaler Küche von Burger bis Filet und es ist die Bar in der die wildesten Partys gefeiert werden, die besten Live Bands spielen und die am längsten geöffnet ist.

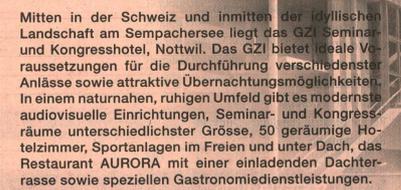
Für unser Restaurant mit 100 Sitzplätzen und die Bar La Cantina mit 50 Sitzplätzen suchen wir ab Oktober/November 09 Mitarbeiter für folgende Stellen

Koch m/w
Servicefachangestellte mit Barservice m/w
Hilfskoch/Officemitarbeiter m/w

Gespantn warten wir auf deine vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto per Post oder E-Mail. **Roger Filliger und Sina Hilsenbeck**
r.filliger@bellevue-terminus.ch / s.hilsenbeck@bellevue-terminus.ch

Hotel Bellevue-Terminus | Bahnhofplatz | CH-6390 Engelberg
Fon +41 (0)41 639 68 68 | Fax +41 (0)41 637 44 49
www.bellevue-terminus.ch | welcome@bellevue-terminus.ch

409-225



Mitten in der Schweiz und inmitten der idyllischen Landschaft am Sempachersee liegt das GZI Seminar- und Kongresshotel, Nottwil. Das GZI bietet ideale Voraussetzungen für die Durchführung verschiedenster Anlässe sowie attraktive Übernachtungsmöglichkeiten. In einem naturnahen, ruhigen Umfeld gibt es moderne audiovisuelle Einrichtungen, Seminar- und Kongressräume unterschiedlichster Grösse, 50 geräumige Hotelzimmer, Sportanlagen im Freien und unter Dach, das Restaurant AURORA mit einer einladenden Dachterrasse sowie spezielle Gastronomieleistungen.

Mitarbeiter/-in Réception (80-100 %)

Hauptaufgaben

- Check-in & Check-out (inkl. Verrechnungen)
- Entgegennehmen und Einbuchen von Reservationen
- Erstellen von Offerten und Bestätigungen
- Betreuen der Hotel- und Studiogäste während des Aufenthalts
- Bedienen der Telefonzentrale
- Teilnehmen an Weiterbildungsmaßnahmen sowie Mitarbeit an abteilungsübergreifenden Projekten

Anforderungsprofil

Wir erwarten eine abgeschlossene Ausbildung als Réceptionist/In oder als Kauffrau/Kaufmann mit Berufserfahrung an einer Réception. Sie verfügen über ein positives, gepflegtes und freundliches Auftreten. Zudem bringen Sie eine hohe Dienstleistungsbereitschaft mit und sind starke Zielgruppe. Das Arbeiten im Team macht Ihnen Spass und Sie freuen sich auf eine Tätigkeit mit einer breiten Zielgruppe, von Semingästen über Patienten und deren Angehörige des Schweizer Paraplegiker-Zentrums bis zu Breiten- und Spitzensportlern. Gute EDV-Kenntnisse (MS Office, vorzugsweise Filedate Suite 8) sowie mündliche Fremdsprachenkenntnisse in Englisch, Italienisch und/oder Französisch runden Ihr Profil ab.

Angebot

Wir bieten Ihnen ein vielseitiges und abwechslungsreiches Aufgabengebiet an schönster Lage am Sempacher See. Das GZI zeichnet sich zudem durch attraktive Arbeits- und Anstellungsbedingungen aus.

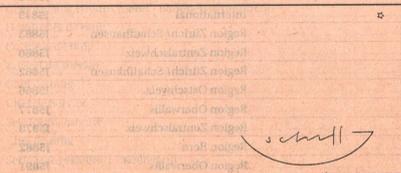
Zusätzliche telefonische Auskünfte erteilt Ihnen gerne Frau Doris Schacher, Leiterin Réception GZI, Tel. 041 939 64 11.

Sind Sie interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:

GZI Seminar und Kongresshotel
Frau Petra Kumschick, HR-Verantwortliche, 6207 Nottwil,
Telefon 041 939 57 85

www.kongresshotel-gzi.ch

409-228



Am Ufer des Zürichsees, angrenzend ans Naturschutzgebiet, liegt wunderschön unser «Schiff». Mit zwei traumhaften Terrassen, Speiserestaurant, Schifflisteube, Saal, Weinstube, Seerosenbar und 30 individuellen Zimmern. In dieser unvergleichlichen Atmosphäre leben wir Gastfreundschaft für unsere Gäste aus nah und fern.

Direktionsassistentin (w/m)

Sie sind etwa zwischen 26 und 35 Jahre alt, haben bereits gute Erfahrung in Küche und Service sowie einen höheren Fachschulabschluss.

Sie lieben die Natur, sind gesund, energiegelund und menschlich.

Sie verstehen konzeptionell zu denken und verfügen über ein ausgeprägtes Gefühl für Qualität. Im Umgang mit Mitarbeiterinnen sind Sie sicher und wohlmeinend, gegenüber Gästen herzlich, hilfsbereit und offen.

Sie verfügen über eine natürliche Autorität, sind kommunikativ, können Mitarbeiter fördern und begeistern. Und Sie hätten Freude, mich flexibel, zuverlässig und beispielhaft zu unterstützen, eines der wohl schönsten Häuser am Zürichsee zu führen.

Eine anspruchsvolle, abwechslungsreiche und sehr vielfältige Aufgabe, ein starkes Kaderteam, junge Mitarbeiterinnen, kundige Unterstützung und Wertschätzung erwarten Sie.

Ich freue mich auf Ihre Bewerbungsunterlagen und darauf, Sie kennen zu lernen.

Caesar Huber, Hotel Restaurant Schiff mit Seerosenbar, 8808 Pfäffikon SZ
Tel. 055 416 17 18. www.schiff-pfaeffikon.ch

409-202



Die Spitalregion Rheintal Werdenberg Sarganserland mit rund 1'100 Mitarbeitenden erbringt die medizinische Grundversorgung für die Bevölkerung dieser Regionen. Sie betreibt dazu die Spitäler Altstätten, Grabs und Walenstadt, die als ein Unternehmen geführt werden. Zur Unterstützung unseres Küchenteams in Walenstadt suchen wir per 1. Dezember 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

Diätkoch/-köchin 100%

Ihre Aufgaben

- selbständige Führung der Diätküche
- kleinere administrative Aufgaben
- Ansprechpartner für die Diabetsberatung
- Mitwirkung bei der Durchführung von Anlässen
- Mitwirkung bei der Planung und Umsetzung von Reorganisationsprojekten

Wir erwarten

- abgeschlossene Ausbildung zum Diätkoch mit Fachausweis
- Alter 25-40 Jahre
- Führungserfahrung
- Lehrmeisterkurs von Vorteil
- Officekenntnisse

Unser Angebot

- anspruchsvolle, selbständige und abwechslungsreiche Tätigkeit
- Mitarbeit in einem dynamischen Team
- Anstellungsbedingungen nach kantonalen Richtlinien

Herr Peter Wissmann, Diätkoch gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte unter peter.wissmann@strws.ch. Weitere Informationen sind unter www.spital-walenstadt.ch zu finden.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an: Karin Müller, Leiterin Personaldienst, Spitalstrasse 3, 8880 Walenstadt

409-202

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
Direktionsassistent m/w	Region Graubünden	J5829
Assistent/in des Geschäftsführers (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J5909
Direktionsassistent / in	Region Graubünden	J5872
Aide du Patron	Region Bern	J5672
Betriebsassistent	Region Oberwallis	J5706

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Produktmanager/in Freizeit & Tourismus	Region Bern	J5465

Reiseleitung/ Tourismus

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Product Manager(in)	Region Ostschweiz	J5580

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
HGA Lehre	International	J5716
Betriebsassistentin (m/w)	Region Zentralschweiz	J5428
Réceptionist/in	Region Graubünden	J5828
Fachkraft Administration / Reception	International	J5807
Réceptionist/in	Region Bern	J5763
1. Receptionist/in	Region Ostschweiz	J5889
Leiter/in Réception & Reservation	Region Zentralschweiz	J5880
Réceptionistin	Region Zentralschweiz	J5355
Réceptionist/in	Region Oberwallis	J5840
Leiter/in Réception & Reservation	Region Zentralschweiz	J5664
Chef de réception	Region Oberwallis	J5577
Chef de Réception	Region Bern	J5340
Chef de Réception	Region Oberwallis	J5898
Réceptionistin	Region Oberwallis	J5896
2. Chef de reception	Region Bern	J5574
Réceptionist/in (England - Dunkeld)	International	J5517
Réceptionistin	Region Oberwallis	J5697

Food & Beverages

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Restaurant-Assistent	Region Zürich/ Schaffhausen	J5514
stv. Leiter Corporate F&B	Region Zürich/ Schaffhausen	J5515

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef Tourant	Region Oberwallis	J5516
Alleinkoch	Region Graubünden	J5544
Demi-chef de partie	Region Basel	J5670
Hilfskraft Küche mit Erfahrung	International	J5686
Sous-chef	Region Oberwallis	J5699
Hilfskoch	Region Oberwallis	J5705
Jungkoch(köchin)	International	J5666
Koch	Region Oberwallis	J5677
Commis oder Chef de partie	Region Bern	J5669
Alleinkoch	Region Graubünden	J5674
Chef de partie m/w	Region Waadt/ Unterwallis	J5688
Küche-Entremetier	International	J5715
Koch	Region Ostschweiz	J5682
Jungkoch	International	J5684
Demi-chef de partie	Region Graubünden	J5690
stv. Küchenchef /Souchef	International	J5708
Chef de partie	Region Oberwallis	J5707
Chef de partie (England - London)	International	J5724
Sous-chef (Luxury river cruise liner)	International	J5722
Sous-chef	Region Bern	J5734
Chef pâtissier/ Gardemanger	Region Zürich/ Schaffhausen	J5731
Koch	Region Zentralschweiz	J5739
Alleinkoch	Region Graubünden	J5740
Pizzaiolo	Region Graubünden	J5746
Chef de partie (England - Hook)	International	J5718
Jungkoch	Region Bern	J5741
Jungkoch/Koch	Region Graubünden	J5744
Köchin oder Koch	Region Graubünden	J5745
Koch	Region Graubünden	J5739
Chef de partie	Region Bern	J5766
Commis de cuisine (England - London)	International	J5749
Koch	Region Oberwallis	J5774
Koch/Jungkoch	Region Oberwallis	J5755
Koch	Region Ostschweiz	J5768

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Küchenfachangestellter	Region Freiburg	J5770
Demi-chef de partie	Region Graubünden	J5752
Koch	International	J5820
Lehrlinge/Berufe Koch	International	J5788
Fachkraft Küche	International	J5801
Chef de partie	Region Oberwallis	J5824
Küchenchef	Region Graubünden	J5832
Chef de partie	Region Oberwallis	J5845
Commis de cuisine	Region Oberwallis	J5848
Demi-chef pâtissier (England - London)	International	J5856
Chef de partie (Deutschland - Bayern)	International	J5843
Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J5863
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J5860
Commis de Cuisine	Region Zürich/ Schaffhausen	J5862
Jungkoch / Jungköchin	Region Ostschweiz	J5866
Jungkoch	Region Oberwallis	J5877
Koch / Köchin	Region Zentralschweiz	J5878
Koch/Jungkoch	Region Bern	J5882
Koch	Region Oberwallis	J5891
Sous-Chef	Region Mittelland (SO,AG)	J5904
Chef de partie	Region Mittelland (SO,AG)	J5511
Koch (m/w)	Region Zentralschweiz	J5430
Koch / Köchin	Region Zentralschweiz	J5662
Chef de partie (England - Basingstoke)	International	J5472
Koch	Region Zürich/ Schaffhausen	J5508
Sous-chef	Region Oberwallis	J5483
Chef de partie	Region Oberwallis	J5488
Gardemanger/Pâtissier	Region Zürich/ Schaffhausen	J5484
Sous-chef (England - London)	International	J5495
Commis pâtissier (Luxury river cruise liner)	International	J5486
Commis de cuisine	Region Neuchâtel/ Jura	J5526
Chef de partie	Region Graubünden	J5530
Pizzaiolo	Region Graubünden	J5545
Chef/in Pâtissier	Region Zentralschweiz	J5550
Chef de partie	Region Graubünden	J5536
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J5525
Chef de rang (Irland - Castlebaldwin)	International	J5534
Chef de partie	Region Ostschweiz	J5548
Chef de partie (England - Cambridge)	International	J5563
Küchenchef junior	Region Oberwallis	J5567
Sous-chef	Region Graubünden	J5572
Chef pâtissier (Luxury river cruise liner)	International	J5575
Chef de partie/Sous-chef	Region Zentralschweiz	J5570
Chef de partie (England - London)	International	J5560

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sommelier /Sommelière	Region Bern	J5855
Commis de rang	Region Graubünden	J5857
Commis de rang	Region Oberwallis	J5841
Servicefachangestellte	Region Graubünden	J5769
Serviceangestellter/in	Region Oberwallis	J5661
Serviceangestellte	Region Graubünden	J5781
Servicefachangestellte	Region Oberwallis	J5756
Mithilfe im Service	Region Oberwallis	J5776
Chef de rang (England - Canterbury)	International	J5470
Serviceangestellte	Region Graubünden	J5547
Kellner	Region Oberwallis	J5775
Restaurantmanager (Saudi-Arabien - Jeddah)	International	J5576
Demi-chef de rang (England - Newick)	International	J5473
Chef de rang	Region Bern	J5754
Chef de Service	Region Mittelland (SO,AG)	J5772
Commis de bar (England - Newbury)	International	J5519
2. Restaurantmanager	Region Oberwallis	J5569
Demi-chef de rang (Luxury river cruise liner)	International	J5477
Fachkraft Service	International	J5800
Commis de rang	Region Zentralschweiz	J5494
Demichef de rang	International	J5822
Commis de rang	Region Zürich/ Schaffhausen	J5562
Serviceaushilfe Bankett	Region Zürich/ Schaffhausen	J5541
Servicefachangestellte/r	Region Mittelland (SO,AG)	J5771
Servicefachmitarbeiterin	Region Bern	J5542
Chef de Rang m/w	Region Graubünden	J5827
Restaurantmanager/in (England - Witney)	International	J5481

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.

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Servicefachmitarbeiterin	Region Bern	J5742
Servicefachkraft, Reception	Region Oberwallis	J5747
Serviceangestellte	Region Oberwallis	J5825
Serviceangestellte/r	Region Graubünden	J5760
Fachkraft Service Restaurantfachfrau	International	J5834
Serviceangestellte	Region Graubünden	J5831
Chef de rang	Region Graubünden	J5737
Serviceangestellte	Region Graubünden	J5743
Chef sommelier/sommelière (England - Colerme)	International	J5842
Chef de rang (Deutschland - Baden-Württemberg)	International	J5851
Demi-chef de rang	Region Bern	J5839
Commis de rang	Region Neuchâtel/ Jura	J5719
2. Chef de service	Region Zentralschweiz	J5846
Chef de rang	Region Zürich/ Schaffhausen	J5487
Chef de Service	Region Zentralschweiz	J5665
Serviceangestellte	Region Zentralschweiz	J5861
Chef de rang	Region Zentralschweiz	J5727
Serviceangestellte/r - Kellner/in	Region Graubünden	J5871
Servicefachangestellter	Region Zürich/ Schaffhausen	J5864
Serviceangestellte	Region Bern	J5869
Serviceangestellte	Region Graubünden	J5874
Servicefachangestellte/r	Region Graubünden	J5873
Chef de service junior	Region Mittelland (SO,AG)	J5512
Chef de rang	Region Oberwallis	J5723
Restaurantleiter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J5531
Restaurantmanager/in (England - Dundee)	International	J5726
Chef de Service	Region Zentralschweiz	J5881
Servicefachangestellte/er	Region Mittelland (SO,AG)	J5895
Commis de Rang	International	J5710
Chef de rang	Region Bern	J5521
Restaurantsfachfrau/mann	Region Basel	J5312
Chef de rang	Region Neuchâtel/ Jura	J5528
Fachkraft Service	International	J5713
Restaurantleiter/in	Region Mittelland (SO,AG)	J5903
Restaurantleiter (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J5905
Service-Mitarbeiter/-in	Region Bern	J5886
Serviceangestellte	Region Bern	J5888
Kellnerinnen	Region Oberwallis	J5702
Commis de Rang	Region Oberwallis	J5701
Serviceangestellte	Region Ostschweiz	J5890
Restaurantsfachfrau	Region Zürich/ Schaffhausen	J5901
Service - Mitarbeiterin	Region Oberwallis	J5695
Chef de Rang	Region Oberwallis	J5703
Commis de rang	Region Graubünden	J5533
Chef de Rang	International	J5709
Service Mitarbeiterin	Region Zürich/ Schaffhausen	J5549
Lehrlinge für Küche und Service	International	J5687
Sommelier /Sommelière	Region Graubünden	J5558
Serviceangestellte(r)	International	J5683
Kellner	Region Oberwallis	J5678
Serviceangestellte	Region Graubünden	J5581
Barmitarbeiter/in	Region Zentralschweiz	J5663
Servicefachkraft, Reception	Region Oberwallis	J5673
Praktikantin Service	Region Graubünden	J5582
Kellnerin	Region Bern	J5671
Fachkraft Service	International	J5787
Service Praktikanten	International	J5810
Servicepraktikantin	Region Oberwallis	J5780
Commis de rang	International	J5821
Chef de rang	Region Graubünden	J5543
Serviceangestellte	Region Oberwallis	J5779
Chef de rang	Region Bern	J5496
Chef de service, 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J5431
Commis de rang	Region Bern	J5490

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Barmitarbeiter/in	Region Zentralschweiz	J5879
Service- und Barmitarbeiterin	Region Oberwallis	J5893
Commis de bar	Region Bern	J5497
Bardame	Region Zürich/ Schaffhausen	J5900
Leiter/in Anlassorganisation,	Region Mittelland (SO,AG)	J5313
Barmitarbeiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J5309
Leitung Anlässe operativ (m/w)	Region Mittelland (SO,AG)	J5338
Conference & events operations manager (Australien)	International	J5566
Fachkraft Bar	International	J5808
Schnee Bar	Region Oberwallis	J5876
Barmaid	Region Bern	J5884
Chef de Service Bankett	Region Zürich/ Schaffhausen	J5513

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Gouvernante	Region Ostschweiz	J5500
Housekeeping Manager (Saudi-Arabien - Jeddah)	International	J5853
Hilfskraft Hauswirtschaft-Allrounderin	Region Ostschweiz	J5867
Zimmerfrau/Portier (Paar)	Region Bern	J5764
Zimmermädchen	Region Oberwallis	J5777
Hilfskraft Hauswirtschaft	International	J5790
Zimmermädchen	Region Graubünden	J5761
Gouvernante	Region Zürich/ Schaffhausen	J5553
Zimmermädchen	International	J5782

Beauty / Wellness / Fitness / Spa

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Masseur/in FA SRK	Region Bern	J5767
dipl. Masseurin	Region Oberwallis	J5704
Massagen & Beauty	Region Oberwallis	J5897

Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Koch/Köchin	Region Oberwallis	J5422
Praktikant/in Service	Region Graubünden	J5529
Praktikanten/Berufsschüler / Service	Region Oberwallis	J5758
Restaurantsfachmann/-frau	Region Oberwallis	J5421
Spécialiste en restauration	Region Oberwallis	J5424
Kaufmann/-frau HGT	Region Oberwallis	J5423
Spécialiste en hôtellerie	Region Oberwallis	J5426
Employé/e de commerce HGT	Region Oberwallis	J5427
Hotelfachmann/-frau	Region Oberwallis	J5419
Réceptionspraktikant/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J5337
Praktikant/in Service	Region Oberwallis	J5537
Cuisinier/Cuisinière	Region Oberwallis	J5551

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Allrounderin	Region Ostschweiz	J5865
Kassierer-in / Allrounder	Region Oberwallis	J5875

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B92	Betriebsleiteras./Chef de Service/stv.Chef de Service/stv.Restaurantleiter	28	CH	per sofort	D F E S
B500	Buchhalterin oder Destinations-Manager	40	CH	per sofort	D F E S P T K
B627	Chef de Service/Restaurantleiter	29	KS	per sofort	AL
B21	Direktion / Rooms Division / F&B	40	AT	per sofort	D F E
B362	Event/Bankett/Administration	49	CH	per sofort	D F E H U
B636	Geschäftsführer / Betriebsleiter	42	DE	per sofort	D F E
B605	Geschäftsführerin	29	CH	per sofort	D F E
B613	Geschäftsleitung, Food & Beverage	29	CH	per sofort	D F E
B629	Household manager international	49	DE	per sofort	D E RU
B637	Jungkoch	25	CH	per sofort	D
B587	Jungkoch	20	CH	per sofort	D
B450	Kinderanimator, Kinderskilehrer, Privatlehrer, Pflegehelfer SRK	48	CH	per sofort	D F E
B614	Koch	56	CH	per sofort	D F E
B624	Kuechenchef, Koch, Alleinkoch	49	CH	per sofort	D E
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 S
B140	Personal, Geschäftsleitung, Verwaltung	43	DE	per sofort	D E
B542	Réception	21	CH	per sofort	D E
B163	Réception	20	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 E
B351	Service	25	CH	per sofort	D
B196	Service	37	SK	per sofort	D E SK
B354	Serviceangestellte/ Barmitarbeiterin	23	DE	per sofort	D F E TR
B525	Service, Küche, Wellness, Reception,	17	AT	per sofort	D F E
B570	Serviceangestellte	36	CH	per sofort	D F E
B634	Teilzeit 40-60%, vorwiegend Wochenende	31	CH	per sofort	D F E
B519	Verkauf, Service und Hauswirtschaft	49	SK	per sofort	SR/HR

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 5. 10. 2009. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

BURGERS

Die Weisse Arena Gruppe betreibt und vermarktet erfolgreich das Winterresort LAAX in Graubünden.

Das Burgers bietet mitten im Roksresort Burgerspezialitäten und klassische Snacks in gemütlichem Ambiente, von nachmittags um 14.00 Uhr bis ca. 24.00 Uhr.

Für die kommende Wintersaison suchen wir

Verantwortlicher Küchenbereich/ SnackBar Mitarbeiter SnackBar (m/w)

Wir wünschen uns motivierte, aufgestellte Persönlichkeiten, welche über eine Grundausbildung sowie Küchenerfahrung verfügen. Neben Eigeninitiative und Qualitätsbewusstsein bringen Sie Teamgeist und Freude an der Arbeit mit. Sie sprechen fließend Deutsch und können sich auf Englisch gut verständigen.

Haben Sie Lust unser Team von Mitte Dezember 2009 bis Mitte April 2010 zu unterstützen? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto per Post oder e-Mail.

WEISSE ARENA GRUPPE
Christina Darms | Personaladministration | CH-7032 Laax
Tel +41 (0)91 927 70 14 | E-Mail personal@wax.com
www.laax.com | www.weissearena.ch

LAAX
Winterresort

Suisse romande

anzère
VALAIS SWITZERLAND

Anzère Tourisme cherche un(e) Directeur(-trice)

Votre profil
Titulaire d'un diplôme touristique ou d'une formation supérieure, vous êtes un leader, dynamique et expérimenté, un excellent communicateur. Vous avez de bonnes connaissances comptables, en ressources humaines et marketing. Vous maîtrisez parfaitement le français, l'allemand et l'anglais.

Nous vous offrons
Un environnement professionnel intéressant et des infrastructures de qualité.

Entrée en fonction de suite ou selon entente.

Votre dossier de candidature avec lettre de motivation, CV, prétentions de salaire et photo doit être adressé jusqu'au 20 octobre à Anzère Tourisme - Poste Direction, CP 33 - 1972 Anzère

Svizzera italiana

ALBERGO LOSONE

Planen auch Sie schon den nächsten Sommer?

Von Mitte März bis Ende Oktober 2010 suchen wir noch kompetente und motivierte Persönlichkeiten als

Chef de Rang und Chef de Rang mit Barkenntnissen (D/I)
mit Erfahrung im Hotel- und Á-la-carte-Bereich

Sous-Chef Chef de Partie und Commis de Partie
mit Berufserf. und Praxis

Wir bieten einen attraktiven Arbeitsplatz, gemütliche, voll ausgestattete Personalstudios und... ein sympathisches Team, das sich auf Ihre Mitarbeit freut.

Gespannt erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung!

Albergo Losone, Manuela Kast, PF 865, CH-6616 Losone
www.albergolosone.ch personale@albergolosone.ch

HOTEL GSTRADERHOF

Das Hotel Gstaaderhof ist ein familiär geführter 4-Sterne-Saisonbetrieb. Mit seinen 64 Zimmern, Wellness - Anlage und seinen 2 Restaurants, sowie einer Bar und Catering-Service bietet unser Betrieb ideale Voraussetzungen für eine abwechslungsreiche Tätigkeit.

Wir suchen ab kommender Wintersaison:

Chef de Rang (m/w)
Französisch und/oder Englisch von Vorteil

Sous-Chef (m/w)
Mehrere Jahre Berufserfahrung

Chef de Partie (m/w)
Saucier

Alleinkoch Saagi-Stüblü
Schweizer Küche / Founduespezialitäten

Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Website, oder kontaktieren Sie Herrn Bühler. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Doris und Jost Huber-Schärlü CH-3780 Gstaad
Tel +41 (0)33 748 63 63 - www.gstaaderhof.ch

Hotel 4* région Montreux

Recherche
une gouvernante générale et un assistant chef de service

de suite ou à convenir, poste à l'année, conditions au dessus de la CCNT. Faire offre complète, sous chiffre 4268-2274 à htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

Nous recherchons un(e) employé(e) pour

Service/Cuisine

Période de 3 mois (4 janvier 2010 au 2 avril 2010).

Temps plein - contrat à durée déterminée - salaire mensuel CHF 2500.- brut, indemnité de nourriture mensuelle CHF 300.-

Les personnes intéressées doivent envoyer leur dossier par courriel à **ambassadeonaco@bluewin.ch**

International

LEFAY

RESORT & SPA LAGO DI GARDA

Das Lefay Resort & SPA Lago di Garda ist ein exklusives und ganzjährig geöffnetes 5-Sterne-Resort am Gardasee mit einem über 3000 m² grossen SPA-Bereich.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung junge und aufgeschlossene Mitarbeiter/innen in folgenden Positionen:

Leiter/in Reservierung
Rezeptionist m/w
SPA-Rezeptionist m/w
Kosmetiker/in

Zudem sind verschiedene Praktikumsstellen offen. Gute Italienisch- und Englischkenntnisse sind neben Deutsch Voraussetzung.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung in italienischer Sprache an job@lefoyresorts.com
www.lefoyresorts.com
Tel. +39 0365 44 17 60

Stellenvermittlungen

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

eJobHotel.ch

Cherche pour établissements suisses:

- Assistant(e) de direction
- Réceptionniste 4-5* h/f
- Maître d'hôtel brasserie h/f
- Gouvernante d'étage h/f
- Chef de partie, cuisinier h/f
- Chef de rang, barman h/f

Extras, saisonniers
Fixes, plan de carrière

www.ejobhotel.ch
info@ejobhotel.ch

Gesucht: Ehepaar ODER Privatkoch/Allrounder

Für einen gehobenen Privathaushalt in Gstaad suchen wir ein Ehepaar ODER einen Privatkoch/Allrounder in Vollzeit per sofort oder nach Vereinbarung.

Sie: Qualifikationen: Haushälterin, evtl. Köchin

Er: Qualifikationen: Koch (bevorzugt wird gesunde schweizerische und italienische Kost), Chauffeur, technisch begabter Allrounder (Handyman, Kellner, Butler usw.)

Voraussetzungen: Englisch sprechend, berufserfahren, flexibel, zuverlässig, aufgestellt, diskret, vertrauenswürdig, keine kleinen Kinder, keine Haustiere.

Es wird Ihnen eine Unterkunft im Haus der Familie zur Verfügung gestellt.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen (inkl. Foto) Bitte senden Sie diese an:

FAMILY OFFICE SWITZERLAND
Frau Michèle Capt
Postfach 318, 3000 Bern 7, Telefon: +41 (0)31 318 00 00
E-Mail: michele.capt@switzerlandoffice.ch

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

Stellengesuche

Suche für die Wintersaison 2009/2010 und längerfristig im deutschsprachigen Raum Stelle im Hotel-/Gaststättengewerbe. Bin 53, habe langjährige Erfahrungen im Frühstückservice, Arbeit mit Halbpensionsgästen sowie in der Küche. Zuschriften an: petra.lanta@web.de

Motiviert, einsatzfreudig, führungsstark

Tourismusfachfrau HF / eidg. dipl. Marketingleiterin

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

fachfrau@bluewin.ch
Diskretion Ehrensache Freue mich!

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 / Rédaction en chef: Elisabeth Hombeier
Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König
Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger
Anzeigen-Innenendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo, Monika Hausammann, Patricia Nobs Wynn
E-Mail: inserte@htr.ch / www.hoteljob.ch

Anzeigenstarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 170 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Direktion / Direction: Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus: Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / 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.-

Termin:	Nr. 42/2009	Nr. 43/2009	Nr. 44/2009	Nr. 45/2009
- Ausgabe	15.10.2009	22.10.2009	29.10.2009	5.11.2009
- Erscheint	12.10.2009	19.10.2009	26.10.2009	2.11.2009
- Anzeigenschluss	Mo. 12.00 Uhr			

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

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

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