

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2009)  
**Heft:** 44

## 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:** 05.08.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 364 Stellenangeboten

01282  
10  
1006



### Bärenpark

Bern Tourismus verspricht sich vom Bärenpark mehr Gäste.  
**Seite 3**

### Glattpark

Die Realisierung des 300-Millionen-Projekts wird verschoben. Noch fehlen Investoren für das Glattpark Convention Center.  
**Seite 2**

### Rhône-Alpes

350 Gäste konnten in Zürich das Können von sieben französischen Spitzenköchen testen.  
**Seite 6**

### Islamisierung

«In christlichen Gebieten missioniert der Islam nicht.»

### Seite 5

Erich Gysling, Nahostexperte



Alain D. Bollat

## Bleiben Gäste aus?



Arabische Gäste sind in der Schweiz willkommen. Allein in Zürich sorgen sie für 70 000 Logiernächte.

### Eine Annahme der Anti-Minarett-Initiative könnte negative Folgen für den wichtigen arabischen Markt haben.

Theres Lagler, Daniel Stampfli

Zu den wichtigsten Wachstumsmärkten des Schweizer Tourismus gehören auch die Golfstaaten. 2008 generierte dieser Markt 403 590 Logiernächte. Und die Tendenz ist weiter steigend. Hinzu kommt, dass die Golfstaaten eine überdurchschnittliche Kaufkraft ausweisen. Im Schnitt geben arabische Gäste pro Kopf und Tag 500 Franken aus. Jetzt ma-

chen sich aber die Touristiker Sorgen. Denn sollte die Anti-Minarett-Initiative am 29. November angenommen werden, befürchten sie negative Auswirkungen fürs Image der Schweiz in den arabischen Ländern. Damit dies nicht geschieht, engagiert sich hotellerie-suisse im überparteilichen Komitee der Schweizer Wirtschaft gegen das Minarett-Verbot. Zurzeit ist die Abstimmung in den arabischen

Medien noch kein Thema, sagt Jörg Krebs, Länderverantwortlicher für die Golfstaaten bei Schweiz Tourismus. Die gleiche Feststellung macht der Nahostexperte Erich Gysling. Er geht jedoch davon aus, dass eine Annahme des Minarett-Verbots in den arabischen Ländern breit vermerkt würde. Dies wiederum dürfte negative wirtschaftliche Auswirkungen nach sich ziehen.  
**Seite 4 und 5**

### Kommentar

Die Schweiz ist keine Illusion. Aber traumhaft ist sie.



Simone Leitner

Für Fans der magischen Bücherreihe rund um den Titelhelden Harry Potter erfüllt sich im Frühjahr 2010 ein Traum: Der erste und bislang einzige Harry-Potter-Themenpark öffnet in Florida seine Pforten. So weit, so zauberhaft.

Diese Attraktion wird mit Sicherheit Heerscharen von Besuchern aus aller Welt nach Orlando locken und die Investitionen mit samt den Lizenzrechten wohl rasch amortisieren. Für die Gäste wird nur Harry Potter und die Fantasiewelt von Bedeutung sein. Land, Gebiet und üb-

### «Die Schweiz braucht keine künstlichen Traumwelten.»

rige touristische Angebote dürften als Nebensache ins Abseits rücken. Die Schweiz braucht keine künstlichen Traumwelten. Die Schweiz ist per se eine traumhafte Destination und lebt von natürlichen Ressourcen. Hier finden Special-Interest-Gruppen wie Biker, Golfer oder Designverliebte Hotels, die sich auf ihre Bedürfnisse konzentriert haben. Diese Annehmlichkeiten sind aber dezent gehalten und werden bestens in die Destination integriert.

So gesehen, sollten gelegentliche Aussagen von Amerikanern oder Asiaten, wonach die ganze Schweiz ein «Disneyland» sei, unbedingt als Kompliment genommen werden. Es zeigt: die Schweiz wird als Ganzes, als Einheit wahrgenommen. Und es zeigt auch, dass die Gäste träumen können. Das Beste ist aber: Die Schweiz muss sich nicht als Illusion verkaufen.  
**Seite 7 bis 11**

[www.htr.ch](http://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](mailto:redaktion@htr.ch)  
Verlag: Tel: 031 370 42 22  
Fax: 031 370 42 23  
E-Mail: [verlag@htr.ch](mailto:verlag@htr.ch)



### Themenhotels

### Themen-Konzepte können Hotels in Position bringen

Themenhotels zeigen eine bessere Logiernächte-Entwicklung als der Schweizer Hotel-Durchschnitt. Was braucht also ein Hotel, um ein Thema erfolgreich umsetzen zu können? «Vor allem Konsistenz und Konsequenz», betont der Wissenschaftler Thomas Bieger: «Und ein Thema, zu dem der Hotelier und seine Gäste einen Bezug haben.» Las Vegas ist so etwas wie die Wiege der Themenhotels. Diese ergänzen dort das Glücksspiel, seit dieses auch an anderen Orten erlaubt wurde. Als Land der Themenhotels präsentiert sich Österreich, mit 16 thematischen Gruppen. Die Schweiz hat ein eigenes Potenzial. **Seite 7 bis 11**

### Wein aus Sud-Ouest France

### Die unbekannte Weinregion im Süden von Bordeaux

Schon mal Weine von Gaillac, von Fronton, von Pacherenc du Vic-Bilh degustiert? Eben! Die Gewächse aus dem Südwesten von Frankreich kennen einzig eingefleischte Spezialisten. Allenfalls geläufig sind einzig Namen wie Cahors oder Madiran – letzteres vor allem dank Alain Brumont uns seinem Château Montus und Bouscassé. Süssweinfliebhaber hatten vielleicht auch schon mal einen Jurançon im Glas – dort aber hört das Weinlatein meistens auf.

Das ist schade. Denn die Weine aus den insgesamt 19 Appellationen (AOC) und den 22 Landwein-



51 Weine, blind degustiert.

Regionen (Vins de Pays), welche sich seit 2007 unter dem Label Sud-Ouest France vermarkten, könnten dank ihrem guten Preis-Leistungs-Verhältnis gerade in der Gastronomie zum guten Verkaufsargument werden. Mit vier renommierten Schweizer Weinspezialisten und in Zusammenarbeit mit der Verkaufsförderungsorganisation Sopena degustierte die htr hotel revue letzte Woche 51 Weine aus Sud-Ouest. 9 davon punkteten hoch: Wir stellen sie in dieser Ausgabe detailliert mit Preis und Bezugsquelle vor. **Seite 13 und 14**

**Il caffè!**  
Ihre Erfolgs-Strategie  
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten  
Stampfenbochsstrasse 117, CH-8042 Zürich  
Tel. 044 366 50 50  
[einkauf@horego.ch](mailto:einkauf@horego.ch), [www.horego.ch](http://www.horego.ch)

**HOREGO**  
Ihr Erfolg ist unser Ziel - Votre succès est notre objectif  
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten  
Stampfenbochsstrasse 117, CH-8042 Zürich  
Tel. 044 366 50 50  
[einkauf@horego.ch](mailto:einkauf@horego.ch), [www.horego.ch](http://www.horego.ch)

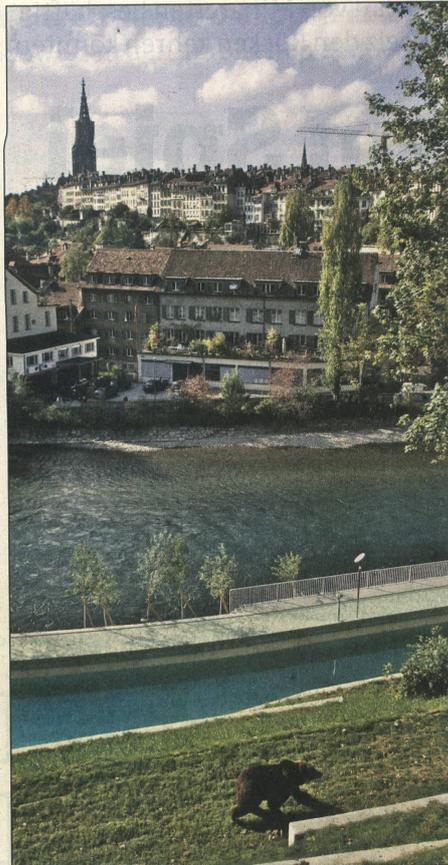
**ADUNOeasy**  
das beste Zahlterminal finden:  
[www.aduno.ch](http://www.aduno.ch)

**MINIBAR SYSTEMS**  
Sehen Sie: Genau so klein sind auch unsere Aktions-Preise!  
[www.minibar.ch](http://www.minibar.ch)  
unter  
Schweiz/Neuigkeiten/  
Unschlagbare Herbstaktion

**Wohl Fühl Licht?**  
[www.lampenschirm.ch](http://www.lampenschirm.ch)  
Dekolamp AG, Missionstr. 27, 4055 Basel  
061 261 70 56 [info@dekolamp.ch](mailto:info@dekolamp.ch)

**BUS CONTACT**  
Montreux 4.-5.11.2009  
CAR TOURISME SUISSE  
Jetzt anmelden:  
[www.tw.ch/buscontact](http://www.tw.ch/buscontact)





Bär im neuen Berner Bärenpark. Wo sind die Besucher?

# Bären warten auf Besucher

**Der Berner Bärenpark ist eröffnet und zwei Bären sind los. Sie und Bern Tourismus warten nun auf in- und ausländische Besucher.**

DANIEL STAMPLI

Der neue Bärenpark wird selbstverständlich auch von Bern Tourismus vermarktet. Unter dem Motto «bärenstarkes Bern» werden spezielle Packages angeboten. Diese umfassen zum Preis ab 98 Franken pro Person eine oder zwei Übernachtung in einem Berner Hotel, eine Bären-Stadtführung sowie eine Erfrischung im Restaurant «Altes Tramdepot» beim Bärenpark. Marcel Graf, Projektleiter Bärenpark bei Bern Tourismus, geht davon aus, dass in Zukunft mehr Besucher das Gebiet um den Bärenpark besuchen werden, insbesondere aus der Schweiz. «Bisher wurden beim Bärenpark jährlich knapp eine Million Besucher registriert», so Graf. Bern Tourismus rechnet damit, dass die ausländischen Gäste künftig länger in Bern und insbesondere beim Bärenpark verweilen

werden. Marcel Graf ist überzeugt, dass es Leute gibt, die speziell wegen des Bärenparks nach Bern kommen werden. Dies hätten bereits die internationalen Medienanfragen und die Studienreisen von Tour-Operatoren gezeigt.

**Mehrere Attraktionen wurden aufgewertet**

Auch Hansruedi Müller, Leiter des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern, hofft auf eine Verlängerung der Aufenthalte in Bern. «Daraus

könnten zusätzliche Logiernächte resultieren», so Müller. Die Limite, damit eine Stadt nicht mehr nur in einem Tagesausflug besucht werden könne, betrage sieben Stunden an Attraktivität. Hansruedi Müller betont: «Ich glaube, dass die Stadt Bern sich in letzter Zeit mit Aufwertungen von Attraktionen dahin entwickelt hat.» Der Tourismusexperte erwähnt als Beispiele neben dem Bärenpark, das Klee-Zentrum, das Historische Museum und das Stade de Suisse. «Man kann Bern nicht mehr nur schnell an einem Nachmittag besuchen», so Hansruedi Müller.

**«Man kann Bern nicht mehr nur schnell an einem Nachmittag besuchen.»**

Hansruedi Müller  
Tourismusprofessor

Sofern Kommunikation und Inszenierung gut gemacht würden, könnten vermehrt Personen zum Bärenpark gelockt werden, so der Tourismusexperte. «Diese sehen dann die Stadt von einem wunderbaren Ort aus und können die Bären in die Hauptstadt integriert beobachten.»

**Mit Roadshow in Deutschland und Grossbritannien auf Tournee**

Wichtigster Auslandsmarkt für Bern ist Deutschland. Mit der neu entwickelten Bären-Lernwerkstatt für Schulen will Bern Tourismus im Frühjahr 2010 eine Roadshow starten, mit einem Halt in Berlin. Es findet gemäss Marcel Graf eine Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern vor Ort statt. Insbesondere mit Promotionswochenenden im Zoo will man auf Bern aufmerksam machen. Das Gleiche ist auch in Grossbritannien geplant.

Neben dem touristisch wirtschaftlichen Effekt finde in Sachen Tierfreundlichkeit eine gewisse Imagekorrektur statt, sagt Graf. In Grossbritannien habe mit dem Bärenpark bisher nicht gewonnen werden können. «Dies war eher ein Türschliesser als ein Türöffner.»

## Aus der Region

### Wallis

#### CDA verkauft Anteil an Saas-Fee Bergbahnen

Die französische Compagnie des Alpes (CDA) hat ihr gesamtes Aktienpaket von 41,6 Prozent mit Wert von 15,7 Mio. Franken verkauft. Käufer sind die Gemeinde und die Bürger von Saas-Fee und ein privater US-Investor. Gemeinde und Bürgergemeinden haben laut ihrem gemeinsamen Präsidenten Felix Zurbriggen «Aktien im Wert von einer Million Franken gekauft, mit der Option, später noch mehr zu kaufen». kjv/sda

#### Fiesch: Grösste Solar-Anlage des Kantons geplant



Fotolia

Das Sport- und Feriencenter Fiesch investiert 3,5 Mio. Franken, unter anderem in die weitest grösste Solaranlage des Kantons. Derzeit wird die Kilowattstunde «grüner Strom» für 64 Rappen verkauft – einkaufen kann das Feriendorf die kWh für 15 Rappen. kjv

### Zürich

#### Kantonsrat will höhere Gebühren für Fluglärm

Der Zürcher Regierungsrat soll sich beim Verwaltungsrat der Flughafen Zürich AG für eine Anpassung des Lärmgebühren-Reglements für Flugzeuge einsetzen. Der Kantonsrat hat am Montag ein entsprechendes Postulat mit 107 gegen 55 Stimmen überwiesen. Innerhalb der letzten 10 Jahre sind die Erträge wegen leiserer Flugzeuge um rund die Hälfte zurückgegangen. Es sei notwendig, weitere Fortschritte bei der Lärmbekämpfung zu erzielen. sda/kjv

### Ostschweiz

#### Schloss Laufen am Rheinfluss mit Besucherzentrum

Seit Montag ist die Tourismusdestination Schloss Laufen geschlossen. Ende März 2010 wird sie wieder eröffnet, mit einem neuen Zentrum mit Souvenirshop, Imbissrestaurant und einem Mehrzweckraum für Veranstaltungen, auch zur Miete. Neuer Betreiber ist SV Schweiz. Events im 2010 sind zum Beispiel ein Mittelalterfestival und Kinderfeste. kjv

# Reka möbelt Prestigeobjekt auf

**Das Reka-Ferientorf «Golfo del Sole» im toskanischen Follonica wird für 10 Millionen Franken nach einem ökologischen Konzept erneuert.**

GERHARD LOB

Abertausende von Schweizern haben als Kinderitalienische Badeferien in Follonica kennengelernt. Denn seit seiner Gründung 1964 hat sich das Ferientorf «Golfo del Sole» in der Toskana (Provinz Grosseto) einen Namen für familienfreundliche Ferien gemacht. Es wurde damals vom ehemaligen Coop-Reiseveranstalter Popolaris

in Zusammenarbeit mit mehreren Schweizer Gewerkschaften erstellt, die ihren Mitgliedern günstige Badeferien anbieten. Zuerst entstanden Bungalows am Meer, später Ferienwohnungen und auch ein kleines Hotel.

1990 übernahm die Schweizer Reisekasse Reka das Ferientorf, der Betrieb unter neuer Leitung begann ein Jahr später. Bis heute ist es das einzige Ferientorf der Reka im Ausland, aber durchaus von strategischer Bedeutung. «Follonica ist unsere Lokomotive im Ausland», sagt Reka-Direktor Werner Bernet.

In der Tat: Mit 5,2 Millionen Franken erwirtschaftet die Reka gemäss eigenen Angaben mehr als 10 Prozent ihres Jahresumsatzes

(40 Millionen Franken) im «Golfo del Sole». Die 280 Wohneinheiten mit 1000 Betten generieren jährlich gut 200 000 Logiernächte. Die Auslastung liegt bei über 90 Prozent. 75 Prozent der Gäste sind Schweizer.

Doch das «Villaggio svizzero» (Schweizer Dorf), wie die Feriensiedlung von den Einheimischen genannt wird, ist in die Jahre gekommen. Daher wird nun der älteste Teil der Feriensiedlung – die 84 Bungalows auf den Dünen – totalrenoviert. Die Häuschen werden neu isoliert und möbliert, die Küchen von Gas auf Elektro umgestellt, auf den Dachern Sonnenkollektoren für Warmwasser installiert. Statt Hausschlüssel gibt es Chipkarten. «Das ökologische



Toskanische Vegetation gehört zum Ambiente: «Golfo del Sole».

Konzept bei dieser Renovation ist uns sehr wichtig», sagt Filippo Thomann, Verwaltungsratsdelegierter des «Golfo del Sole». Die Reka lässt sich ihr ausländisches Prestigeobjekt etwas kosten: Rund 10 Mio. Franken werden investiert. Um eine Schliessung der Anlage zu vermeiden, werden die ers-

ten 42 Bungalows in einer ersten Etappe bis Ende Mai 2010 umgebaut, im Winter 2010/2011 folgt dann der zweite Schub. Die Renovation erfolgt nicht Bungalow nach Bungalow, sondern jeder Arbeitsschritt wird an allen Bungalows gleichzeitig vorgenommen.

Zum 20-jährigen Betriebsjubiläum 2011 dürfte das Reka-Dorf folglich in neuem Glanz erstrahlen. Aber es gibt bereits Pläne, die darüber hinaus gehen. Auf einem Parkplatz soll eine Photovoltaik-Anlage zur Stromerzeugung entstehen. Bei allen Erneuerungen verändert sich die Grundphilosophie des «Golfo del Sole» nicht. «Wir wollen einfach ein attraktives Ferientorf mit guter Infrastruktur für Familien sein», so Bernet.

### Schweiz in das Unesco-Welterbekomitee gewählt

Die Schweiz ist am Montag mit einer deutlichen Stimmenzahl in das Unesco-Welterbekomitee gewählt worden. Die Wahl erfolgte an der alle zwei Jahre stattfindenden Generalversammlung der 186 Vertragsstaaten der Welterbekonvention in Paris. Von den insgesamt 21 Sitzen im Komitee mussten 12 neu besetzt werden, 29 Vertragsstaaten hatten dafür kandidiert.

### Erweiterung des Genfer Flughafens eingeweiht

Die Erweiterung des Genfer Terminals T1 wurde am Montag im Beisein von Bundesrat Moritz Leuen-

berger eingeweiht. Sie bringt dem Flughafen zusätzliche Ticketschalter und Gewerbeflächen. Die Arbeiten dauerten drei Jahre; investiert wurden 100 Mio. Franken. Die Fläche des Flughafens Genf-Co-



optrin vergrössert sich um 40 Prozent. Er wird bis 2015 für insgesamt 250 Mio. Franken modernisiert. Statt 11,5 Mio. dürften bald bis 17 Mio. Passagiere den Flughafen nutzen. Schwerpunkt der Erweiterung sind Langstreckenflüge, namentlich nach Asien. sda/kjv

# Wellness weiterhin gefragt

**Der Schweizer Gesundheits- und Wellnessmarkt ist in den letzten zehn Jahren um rund 3,2 Prozent jährlich gewachsen. Das zeigt eine Studie.**

CHRISTINE KÜNZLER

Gemessen an den Logiernächten mit durchschnittlich jährlich 1,5 Prozent ist der Wellness- und Wellnessmarkt also schneller gewachsen. Autorin der Studie «Bedeutung und Entwicklungsperspektiven des Gesundheits- und Wellnessmarktes in der Schweiz» ist die inzwischen verstorbene Wellnessfachfrau Eveli-

ne Lanz. Co-Autor ist Jürg Stettler, Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft in Luzern.

Noch ist der Marktanteil der Wellness- und Kurhäuser gering: Sie generieren 8 Prozent der Hotellerie-Logiernächte. Doch: «Viele Faktoren weisen darauf hin, dass der Gesundheits- und Wellnessmarkt auch in den nächsten Jahren überdurchschnittlich wachsen wird», sagt Stettler. Das grösste Plus macht er für Medical Wellness aus. Neben diesem Segment, unterscheidet die Studie weiter zwischen «Wellness light» für Entspannung – mit 80 bis 90 Prozent das grösste Marktsegment – und «ganzheitliche Wellness» für aktive Erholung. Laut Studie sind

die Positionierung und Profilierung der heutigen Vermarktungskoooperationen im Wellness- und Wellnessmarkt nach wie vor zu wenig klar. Das gelte gerade auch im Hinblick auf die beiden Konkurrenzdestinationen Österreich und Deutschland. Wer im Wellnessmarkt mithalten will, muss sein Angebot über Investitionen und Innovationen laufend den veränderten Marktentwicklungen anpassen. Die hohen Investitionskosten für Wellnessanlagen lohnten sich jedoch nur dann, wenn es dem Hotelier gelingt, Preise und Bettenauslastung markant zu steigern. Dies erfordert einen Ganzjahresbetrieb, gute Erreichbarkeit und ein straffes Controlling.

Mit uns rechnen:  
ein Erfolgsrezept!

tsg treuhand & software  
für das gastgewerbe ag

061 366 99 30  
info@tsgbasel.ch

## Veranstaltungen

**Bus Contact '09  
am TTW in  
Montreux**



Nach 15 Jahren wurde der Bus Contact für den diesjährigen Travel Trade Workshop (TTW) in Montreux komplett neu konzipiert. Bus Contact ist die Kontaktplattform für die Carbranche und Leistungsträger an den Car-Destinationen. Der TTW findet am 4. und 5. November statt. **dst**

**Hotel Finance  
Forum 2009 in  
Zürich**

Am 26. November findet im Swissôtel in Zürich das 6. Hotel Finance Forum 2009 statt. Das Forum, eine Partnerschaft zwischen der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit und hotelieruisse, widmet sich der Preisstrategie und -gestaltung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Referieren werden Thomas Bieger vom IDT in St. Gallen, Andreas Züllig vom Hotel Schweizerhof in Lenzerheide und Martin Emch, CEO der Turicum Hotel Management AG in Zürich. **dst**

**Minarett-Verbot. Abstimmung.** Die Kontroverse um den Bau von Minaretten beschäftigt die Touristiker. Sie befürchten, dass arabische Gäste der Schweiz den Rücken kehren könnten.

# Ruf steht auf dem Spiel

**Die Abstimmung über die Anti-Minarett-Initiative vom 29. November liegt vielen Touristikern schwer auf: Sie sorgen sich ums Image der Schweiz.**

Theres Lagler

Die Golfstaaten gehören zu den wichtigsten Wachstumsmärkten des Schweizer Tourismus. Genf, Zürich und Interlaken sind bei den arabischen Gästen besonders beliebt. Kein Wunder, verfolgt Maurus Lauber, Marketingleiter von Zürich Tourismus, die Kontroverse ums Minarett-Verbot mit Unbehagen. «Die Art und Weise des Wahlkampfs ist heikel. Die Plakate mit den schwarzen Minaretten, die an Raketen erinnern, sind für arabische Gäste verletzend.» Direkte Reaktionen hat Lauber zwar noch nicht erhalten. Das mag damit zusammenhängen, dass die Hauptreisezeit der arabischen Gäste im Juli und August

liegt. Ergibt aber zu bedenken, dass schon einzelne Gäste, die das Plakat sehen, diesen Eindruck der Schweiz mit nach Hause nehmen. «Das ist deshalb problematisch, weil die Mund-zu-Mund-Propaganda im arabischen Raum immer noch immens wichtig ist», so der Marketingexperte.

Er muss es wissen, denn er bearbeitet den Markt schon länger – und das erfolgreich. Zürich konnte in den letzten vier Jahren die Logiernächte von arabischen Gästen verdoppeln. 70 000 Übernachtungen sind es mittlerweile pro Jahr. In diesem Jahr wurde erstmals eine Liste mit 18 «Ramadan-freundlichen» Hotels erstellt, die Muslimen das Reisen während der Fastenzeit erleichtern. Eines dieser Hotels ist das Zürich Marriott Hotel. Gemäss Felix Hiller, Director of Sales and Marketing, zählt das Hotel in den Sommermonaten einige tausend arabische Gäste. Zurzeit ist es aber ruhig. «Wir haben keinerlei Feedbacks von Kunden erhalten.»

**Bisher noch keine direkten Reaktionen bei den Hoteliers**

Ähnliche Erfahrungen machen auch andere Hoteliers. «Unsere Sales-Manager wurden bisher noch nicht auf die Anti-Minarett-Initiative angesprochen», hält An-



Minarett – Symbol einer Religion.

dreas Schmid, PR-Manager der VJ-Collection fest. Die Hotelgruppe setzt vor allem mit dem «Eden au Lac» in Zürich und dem «Victoria Jungfrau» in Interlaken auf Gäste aus dem arabischen Raum. Interlaken wurde vom arabischen Markt erst vor kurzem so richtig entdeckt. Auch Stephan J.J. Maedervom Carl-

ton Europe Hotel hatte schon ganze Familienclans zu Gast. «Auswirkungen spüre ich bis jetzt noch keine. Die arabischen Gäste buchen sehr kurzfristig, und die Hauptreisezeit liegt noch weit weg», erzählt der Hoteldirektor. Er sieht dennoch Gefahren: «Die politische Diskussion könnte durchaus noch Schaden anrichten.» Es könne bei den Gästen der fahle Beigeschmack aufkommen, dass die Schweizer Araber-Hasser seien, so Maeder.

**hotelieruisse kämpft, Schweiz Tourismus beobachtet**

hotelieruisse will alles dafür tun, dass genau das nicht passiert. Präsident Guglielmo L. Brentel engagiert sich im überparteilichen Komitee der Schweizer Wirtschaft gegen das Minarett-Verbot. «Die Schweiz hat den Ruf eines toleranten und modernen Landes. Dieses Image dürfen wir mit dieser unnötigen Initiative nicht fahrlässig aufs Spiel setzen», betont er. «Die Plakatkampagne, die ein Symbol des Islam in ein derart negatives Licht stellt, finde ich absolut liederlich.» Gemäss Brentel ist denkbar, dass sich hotelieruisse auch noch finanziell an einer Kampagne beteiligt. 20 000 Franken aus dem Kampagnen-Fonds würden dafür zur Verfügung stehen. Auch Schweiz

Tourismus beobachtet die Situation genau. «Im Moment nehmen wir's locker. Die Abstimmung ist in den arabischen Medien noch kein Thema», hält Jörg Krebs, Länderverantwortlicher für die Golfstaaten, fest. Je nach Abstimmungsausgang könne das aber ändern. Zudem finde kurz nach der Abstimmung in Saas-Fee ein Workshop mit arabischen Reiseveranstaltern statt. Nicht zu ändern, aber alles andere als ein ideales Timing.

**Fakten Wer ist fürs Minarett-Verbot, wer dagegen?**

Die meisten Parteien und Branchenorganisationen haben ihre Abstimmungsempfehlungen zur Anti-Minarett-Initiative bereits abgegeben.

**Ja-Parole:** SVP, EDU.

**Nein-Parole:** CVP, FDP, SP, die Grünen, economieuisse, hotelieruisse, Schweizer Tourismus-Verband STV, Schweizerischer Arbeitgeberverband.

**Stimmfreigabe:** Gastrosuisse, Schweizerischer Bauernverband. **tl**

ANZEIGE

Gültig vom 2. bis 20. November 2009 bei Ihrem Getränke-Depositar.



Die Kraft der Natur

**Aktion  
Jetzt bestellen**



**-.30  
Rabatt**



**-.30  
Rabatt**



**-.30  
Rabatt**

**-.30  
Rabatt**



**-.15  
Rabatt**



**-.15  
Rabatt**

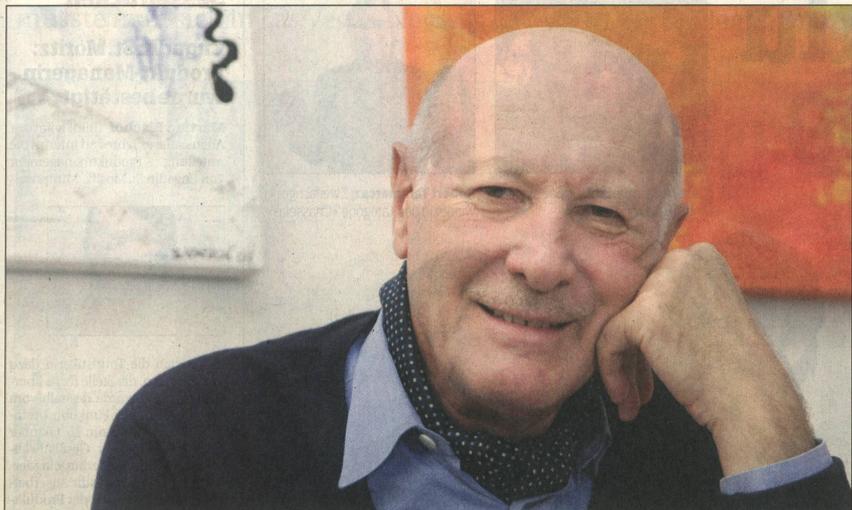


**-.15  
Rabatt**

*natürliche Frische*

plante-hermann.ch

**Minarett-Verbot. Expertenmeinung.** Die Annahme der Initiative würde das Image der Schweiz in den arabischen Ländern negativ beeinflussen. Davon ist Erich Gysling überzeugt.



Erich Gysling hält die Behauptung, der Bau von Minaretten fördere radikale Islamisten oder Fundamentalisten, für absurd.

# Keine Gefahr der Islamisierung

Der Nahost-Experte Erich Gysling befürchtet bei einer Annahme der Minarett-Initiative negative Auswirkungen für den Tourismus.

DANIEL STAMPELI

**Erich Gysling, wird die Debatte um ein Minarett-Verbot in der Schweiz in der arabischen Welt wahrgenommen?**  
Ich bin soeben aus Syrien und Jordanien zurückgekommen. In diesen beiden Ländern ist es noch kein Thema. Ich habe auch mit Leuten aus anderen Regionen gesprochen, unter anderem mit drei Libyern. Auch dort hat man davon keine Kenntnis. Aber sollte das Minarett-Verbot angenommen werden, würde das in diesen Ländern sehr breit vermerkt.

**Wo am meisten?**  
In Libyen, jenem Staat, der uns am schlechtesten gesinnt ist, vermutlich zuerst. Von dort kann sich die Stimmung rasant auf andere Länder ausbreiten. Wenn libysche Medien die Nachricht verbreiten, nehmen sie andere Medien sofort auf.

**Wäre es dann nur in den Medien ein Thema, oder aber auch unter der Bevölkerung?**  
Würde die Initiative angenommen, wäre es bestimmt auch in der breiten Bevölkerung ein Thema. Die Schweiz ist nicht tolerant, sie ist intoleranter als die Mehrheit der arabisch-muslimischen Länder, wäre die Volksmeinung. In Saudi-Arabien sind Kirchtürme zwar verboten. Es gibt nicht einmal Gottesdienste in den Botschaften. Aber etwa in Syrien, Iran, Ägypten und der Türkei gibt es zahlreiche Kirchen mit Kirchtürmen. Dies wollen die Befürworter der Initiative in der Schweiz nicht zur Kenntnis nehmen.

**«Es gibt im Islam weder eine Verpflichtung noch ein Recht zur Missionstätigkeit.»**  
Erich Gysling  
Nahostexperte

**Welche Konsequenzen sehen Sie bei einer allfälligen Annahme der Initiative?**

Dies ist sehr schwierig abzuschätzen. Es dürfte aber zu wirtschaftlich negativen Auswirkungen kommen. Die Schweiz exportiert in islamische Länder, die Türkei ausgenommen. Waren im Wert von 1,4 Mrd. Franken, das entspricht 6,6 Prozent der gesamten Exporte.

**Wäre auch mit einem Rückgang der Einreisen in die Schweiz zu rechnen?**  
Ich kann mir dies schon vorstellen. Es ist auch sehr gut möglich, dass Schweizer Reisegruppen in arabisch-muslimischen Ländern böse Worte zu hören bekämen.

**Aber die Vergangenheit hat immer wieder gezeigt, dass Touristen relativ schnell vergessen, etwa beim Tsunami in Asien. Das könnte doch auch hier der Fall sein.**  
Wenn eine Destination verloren geht, wird es sehr schwierig, diese wieder neu aufzubauen. Auch wenn der Einbruch nur ein Jahr dauert, kann der negative Effekt drei oder vier Jahre andauern.

**Reiche Gäste wie etwa aus Saudi-Arabien werden doch wohl kaum wegen eines Minarett-Verbots auf einen Besuch in der Schweiz verzichten...**  
Davon gehe ich auch aus. Dies ist aber ein kleiner Trost, denn ein Minarett-Verbot würde bestimmt das Image der Schweiz in den arabischen Ländern negativ beeinflussen.

**Aus welchen Ländern würden die Ankünfte in der Schweiz am ehesten zurückgehen?**  
Da möchte ich keine Prognose wagen. Es hängt auch davon ab, wie stark die Problematik in den einzelnen Ländern allenfalls wahrgenommen und verbreitet wird.

**Die Befürworter eines Minarett-Verbots befürchten eine zunehmende Islamisierung. Ist diese Befürchtung unbegründet?**

Dies hat mit Minaretten überhaupt nichts zu tun. Diese unterliegen den Bauvorschriften von Gemeinden und Kantonen. Dass wir eine grosse muslimische Minderheit haben, wissen wir schon lange. Den grössten Zustrom hatte die Schweiz als Folge des Krieges im Kosovo. Eine geringere Einwanderung war die Folge der Konflikte im Nahen Osten. Die Zunahme von Muslimen ist eine Folge des Bevölkerungswachstums und der Kriege. Dies hat mit einer bewusst nach vorne getragenen Islamisierung nichts zu tun. Die Leute kommen nicht in die Schweiz, um diese zu islamisieren. Es gibt im Islam weder eine Verpflichtung noch ein Recht zur Missionstätigkeit. In christlichen Gebieten missioniert der Islam nicht.

## Zur Person Nahostexperte und Reisebegleiter

Der Fernsehjournalist und Publizist Erich Gysling (73) begleitet seit 1996 regelmässig Reisen in den Nahen Osten und kommentiert die politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung der besuchten Regionen. Als Fachjournalist für den Nahen Osten publizierte Gysling regelmässig über die Politik arabischer Länder. Während der journalistischen Karriere absolvierte er ein Arabisch-Studium und verfasste drei Bücher über den Nahen Osten. Erich Gysling spricht sieben Sprachen. dst

## Sind Minarette Machtsymbole, wie behauptet wird?

Die Behauptung, dass der Bau von Minaretten die Pforten für radikale Islamisten oder Fundamentalisten öffnen würde, ist absurd. Es gibt im Nahen Osten nicht eine einzige fundamentalistische Moschee mit einem Minarett. Die Fundamentalisten haben Gebetsräume, in welchen sie wenig auffällig sind. In der Schweiz gibt es rund 400 Gebetsräume und im Vergleich dazu nur vier Minarette.

## Standpunkt

### Bildung von Destinationen – wie geht es weiter?



JÜRGEN STETTLER

Gemäss der Theorie des Destinationsmanagements sollten Destinationen aus Sicht der Gäste und unabhängig von politischen Grenzen gebildet werden. Die bisherige Entwicklung hat gezeigt, dass die konsequente Umsetzung in der Praxis nicht ganz einfach ist und oft sehr lange dauert. Die sieben Verkehrsvereine im Saanenland haben sich seit den 80er-Jahren schrittweise zur Vorzeigedestination Gstaad entwickelt, nachdem ein Zusammenschluss zu Beginn sehr unstritten war. In den letzten Jahren

**«Der Destinationsbildungsprozess scheint wieder ins Stocken geraten zu sein.»**

konnten einige Destinationsbildungen vergleichsweise rasch realisiert werden. Nachdem zum Beispiel der Zusammenschluss von Weggis, Vitznau und Rigi mehr als fünf Jahre gedauert hatte, benötigte die Integration in die Luzerner Tourismus AG nur rund ein Jahr. Anfang 2010 erfolgt der Zusammenschluss.

An vielen Orten gab es aber auch Rückschläge. Neben den unterschiedlichen Vorstellungen und Interessen bilden die politischen Grenzen oft unüberwindbare Hindernisse. So wird die kantonübergreifende Destination San Gottardo kaum wie ursprünglich geplant realisiert. Eine Schlüsselrolle spielen dabei die Kantone, in dem sie die finanzielle Unterstützung mit Vorgaben zur Bildung von Destinationen verknüpfen. Sie sind aber auch mitverantwortlich dafür, dass die Destinationsbildung entlang der Kantons Grenzen erfolgt.

In den letzten Monaten scheint der Destinationsbildungsprozess wieder ins Stocken geraten zu sein. Anstelle der konsequenten Destinationsbildung gehen die Tourismusorganisationen wie früher lediglich übergeordnete Marketingkooperationen ein. Diese pragmatische Vorgehensweise dürfte kurzfristig erfolgreicher sein. Sie verhindert aber, dass die Synergiepotenziale optimal genutzt werden und damit mehr Mittel für die Angebotsgestaltung und -vermarktung zur Verfügung stehen.

Jürg Stettler ist Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Luzern

# Weg vom Sofa, ran an den Kochherd!



MATHIAS ZAUGG  
PRAKTIKANT

**Zum Thema Essen**

Letzten Samstag habe ich mir wieder einmal eine volle Dosis Kochsendungen verabreicht: Von der «Küchenschlacht» über Tim Mälzer ab zu «Lafer! Lichter!», und dann noch ein bisschen «kulinarische Schatzsuche in Asien», aber nur ein bisschen. Ich bin nämlich eingeschlafen und erst mit «dem Fenster zum Sonntag» wieder aufgewacht. Leider zu spät, um einzukaufen. Dementsprechend düster präsentierte sich mein

persönliches Fenster zum Sonntag: Leerer Magen, leerer Kühlschrank und keine Aussicht auf Besserung. Die mittelfristige Lösung hiess «einmal mit alles und scharf». Das Resultat: Pappiges Fladenbrot gefüllt mit angetrocknetem Pouletfleischzeugnis, Salat (der mit den bräunlichen Schnittkanten), beisenden Zwiebelringen, geschmacklosen Tomatenscheiben und einer Joghurtsauce, die den bitter-ranzigen Geschmack der Fettbombe nur leicht entschärft.

## «Der kulinarische Ausflug vor der Glotze brachte mich um den wahren Genuss.»

Der kulinarische Tiefflug bescherte mir reichlich Magenbrennen und ein schlechtes Gewissen. Hätte ich am Nachmittag doch einfach Lebensmittel besorgt und mich an den Herd gestellt, sagte ich mir. Oder wenn schon faul, dann hätte ich doch wenigstens

in ein Restaurant gehen können, an einen Ort, wo Kulinarik leibhaftig zelebriert wird, Essen olfaktorisch wahrnehmbar ist – ohne üblen Beigeschmack. Gerade bei mir im Quartier gibt es einige Wirte, denen ich eigentlich etwas schuldig wäre, weil sie mir schon Geld gewechselt oder Wein über die Gasse verkauft haben. Anstatt sie zu ehren, lauschte ich stundenlang dem Gelafer am TV, das ohnehin nur dazu da ist, den Fernsehköchen und ihren Büchern Vorschub zu leisten.

Und was hat es mir gebracht? Die Gerichte, die über die Mattscheibe flimmerten, ernten zwar allesamt ein kollektives «Mmh» – das gehört zur heiligen Liturgie solcher Formate –, vom Geschmack überzeugen konnte ich mich jedoch nicht. Und satt wurde ich auch nicht. So gesehen war der kulinarische Ausflug vor der Glotze lediglich eine Ersatzhandlung, die mich um den wahren Genuss und eine gesunde Ernährung brachte. In diesem Sinne: Weg vom Sofa, ran an den Kochherd!

«Vollständige Perfektion gibt es nicht, aber man kann ihr sehr nahe kommen.»

Didier Cuche Schweizer Skirennfahrer

## Grand Prix du Vin Suisse 09

Letzte Woche wurden im Stadttheater Bern die Gewinner des «Grand Prix du Vin Suisse 2009» geehrt. Der Überflieger kam aus der Ostschweiz.

MATHIAS ZAUGG

Insgesamt 2117 einheimische Weine hat die Jury des diesjährigen «Grand Prix du Vin Suisse» verkostet. Die Produzenten der sechs besten aus jeder Kategorie durften am Freitag auf einen Pokal hoffen. Daneben verliehen die Organisatoren – das Weimagazin Vinum und die Vereinigung Vinea – die Spezialpreise «Prix Vinissimo» und «Prix Bio Suisse» sowie den Titel «Schweizer Winzer des Jahres». Letzterer ging an Stefan Gysel Saxer vom Weingut Aagne zum Schopf in Hallau (SH).

«Winzer des Jahres 2009» wurde der 32-Jährige unter anderem dank den hervorragenden Resultaten seines Pinot Blanc-Chardonnay 2008, des Pinot Noir Spätlese 2007 und des Pinot Noir Rosé 2008. Gysel liess sowohl im Feld «Weisse Assemblagen» als auch beim «Pinot Noir» alle Mitbewerber hinter sich und gehörte in der Kategorie «Rosé und Federweisse» zur Elite der Nominierten. Auf die Frage nach dem Erfolgsrezept verwies der Hallauer auf die elterliche Prägung. Kein Wunder, schon die Eltern Irma und Erich Gysel brachten mit ihren Weinen zu Ansehen und zahlreichen Auszeichnungen. Ihr Nachfolger Stefan war sichtlich



Bilder Mathias Zaugg  
Reynald Parmelin mit «Prix Bio Suisse»; Renata Libal, Moderatorin.

**Stefan Gysel Saxer**, «Schweizer Winzer des Jahres 2009» mit seiner Frau **Nadine**.



Alain Gerber mit Pokal für besten Süsswein und «Prix Vinissimo».

erfreut über den Erfolg, zumal der Concours «ein Massstab» für die «vielen zeitgemässen Schweizer Weine» sei.

Den «Prix Vinissimo» für die absolute Höchstnote erhielt Alain Gerber aus Hauterive (NE) für seinen Süsswein «Prélude». Mit dem «Prix Bio Suisse» wurde der Johanner 2008 des Waadtländer Bio-Winners Reynald Parmelin geehrt. In der Kategorie «Chasselas» erlangte Robert Taramarcz aus Sierre (VS) mit seinen Fendants sowohl den ersten als auch den dritten Platz, während die Zamberlani Vini SA aus Ambri-Piotta (TI) in der Sparte «Merlot» sogar einen Doppelsieg feiern konnte.

Siehe auch Seite 23



Cesare Zamberlani, Doppelsieger in der Kategorie «Merlot».



Robert Taramarcz, Zweifachgewinner in der Kategorie «Chasselas».



### Sesselrücken

#### Engadin St. Moritz: Produkt-Managerin wurde bestätigt

**Martina Bischof** (Bild) leitet seit August dieses Jahres ad interim die Abteilung Produktmanagement von Engadin St. Moritz. Mittlerwei-



le hat sich die Touristikerin dazu entschlossen, die Stelle fix zu übernehmen und wurde deshalb vom Vorstand in ihrer Funktion bestätigt. Mit der Wahl vom 15. Oktober wurde Mitglied der Geschäftsleitung und führt weiterhin ein vierköpfiges Team, das für die Ausarbeitung und Umsetzung der Produktstrategie verantwortlich ist. Vor ihrem Engagement bei der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz war Bischof Head of Coordination bei der Carré Event AG. Sie verfügt über einen MBA-Abschluss sowie einschlägige Erfahrung als Tourismus-Direktorin der Destinationen Sedrun/Disentis und Zug.

#### Neu geschaffene Sales-Stelle im «Paradies» Ftan

**Stefanie Bertoneri Amrein** (Bild), zuletzt Sales & Marketing Managerin Schweiz und Österreich von Orient Express Hotels, Trains &



Cruises, ist seit 1. Oktober dieses Jahres Sales Executive für das Hotel Paradies in Ftan im Unterengadin. Die neu geschaffene Funktion nimmt sie von einem Büro in Horgen aus wahr. Bertoneri Amrein ist seit 1969 im Tourismus tätig und war für diverse Reiseunternehmen aktiv. Unter anderem führte sie das Reisebüro des Automobil Clubs der Schweiz (ACS) in Zürich.

#### Sascha Berther neu in der «Moospinte»?

**Oskar Marti** (Bild), besser bekannt unter dem Namen «Rüster-Oski», gibt Ende Februar 2010 seine «Moospinte» in Wiggiswil bei Mün-



chenbuchsee auf. Der 62-jährige Spitzenkoch (16 Gault-Millau-Punkte) tritt damit definitiv in den Vor-Ruhestand. Nun ist klar, dass die Liegenschaft weiterhin ein Restaurant beherbergen wird. Ein in der Nähe wohnender Unternehmer hat die «Moospinte» gekauft. Ab April 2010 soll das Restaurant von einem neuen Gastronomiepaar betrieben werden. Als mögliches Betreiberpaar sind **Sascha Berther**, heute Küchenchef im Hotel Worbenbad, und seine Freundin **Stefanie Weber**, Chefin des Restaurants, im Gespräch. maz

## Französische Spitzenköche verwöhnten in Zürich

Sie kamen nach Zürich ins Restaurant Rüsterei und verwöhnten 350 Gäste: Sieben französische Spitzenköche aus der Region Rhône-Alpes kredenzten dem Publikum sieben exklusive Gänge. Atout France lud ein.

SIMONE LEITNER



Bilder Elisabeth Holmeier  
Davy Tissot ist Küchenchef in der Villa Florentine in Lyon.



Philippe Augé ist Chef der Hôtellerie de Levernois.



Emmanuel Renaut verwöhnt im «Flocons de Sel» in Megève.



Patrick Henriroux ist Küchenchef im «La Pyramide» in Vienne.



Matthieu Fontaine: Küchenchef vom Château de Bagnols.



Jean-Pierre Jacob, Hôtel Ombremont. Le Bourget-du-Lac.



Michel Rochedy, Hôtel Restaurant Le Chabichou in Courchevel.

Die neue Ausgabe des Magazins «Vertiges de France» wurde lanciert. Dazu luden Atout France (Französisches Verkehrsbüro in der Schweiz), Rhône-Alpes Tourismus, Courchevel Tourismus und Relais & Châteaux zu einer gastronomischen Reise nach Rhône-Alpes ein. Im Zürcher Restaurant Rüsterei in der Sihlcity verwöhnten sieben französischen Spitzenköche aus der Region Rhône-Alpes die rund 350 geladenen Gäste. Klangvolle Kreationen, wie die von Michel Rochedy, der im «Le Chabichou» mit zwei Michelin-Sternen Skifahrer und Nicht-Skifahrer in Courchevel begeistert: Er servierte ein «Pressé de lavaret du lac fumé, foie gras de canard» mit einem Sorbet «aux feuilles de moutarde». Jeder der sieben Küchenchefs kreierte einen Gang – und jede Kreation war raffiniert und überraschte.

Mit der neuen Fluglinie Zürich-Lyon, die Swiss neu und viermal täglich anbietet, «ist die französische Stadt Lyon in weniger als einer Stunde erreichbar», sagte Swiss-Sprecher Jean-Claude Donzel dem Publikum in der «Rüsterei».

Doch es gibt Küchenchefs wie Emmanuel Renaut – er hat zwei Michelin-Sterne – vom «Flocons de Sel» in Megève, die besser und bequemer mit dem Auto besucht werden. «Ab Genf sind sie in einer Stunde bei mir», sagt der französische Spitzenkoch. Sein Hotel gehört zu der Vereinigung Relais & Châteaux.

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

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

protel

**Themenhotels. Ausgangspunkt.** Als auch in einem anderen US-Bundesstaat das Glücksspiel legalisiert wurde, musste man sich in Las Vegas, Nevada, etwas Neues überlegen: In sechs Jahren entstanden sieben Themenhotels.



Mit der Gondel fahren Touristen an illusionären Häuserfronten Venedigs vorbei: Inszenierung von «Venice» in Las Vegas.

# Las Vegas: Wiege der Themenhotels

Von Las Vegas aus eroberten «Themenhotels» die Welt. Heute überrascht die Türkei mit einem «Kreml» und Deutschland mit einem «Colosseum». Ist die Fantasiewelt bald ausgereizt?

SIMONE LEITNER

In Las Vegas, der Mutter aller Themenhotels, sieht ein Hotel neben dem anderen, und alle kopieren ein Stück Wirklichkeit: hier ein bisschen altes Ägypten, dort eine Kopie von Venedig, nebenan ein Abbild von Paris. Von der Spielerstadt aus trat die Idee der Themenhotels ihren Siegeszug

um die Welt an. Mittlerweile gibt es einen Nachbau des Moskauer Kremls in der Türkei, in der Wüste Dubais eröffnete letztes Jahr die Wasserwunderwelt «Atlantis», und jüngst eröffnete Lindner ein Zoo-Hotel in Hamburg. «Wir sind sehr erfolgreich mit unserem Konzept», sagt Anja Dünow, Pressesprecherin des Lindner Park-Hotel Hagenbeck. Obwohl mittlerweile Themenhotels weltweit boomten würden, sei das «Tierpark Hotel» einzigartig. «Die Umsetzung der Thematik inklusive der Familiengeschichte der Hagenbecks ist so authentisch und fantasievoll gemacht, dass die Gäste fasziniert sind», so Anja Dünow.

### Las Vegas verabschiedet sich von Fantasiewelten

In Las Vegas hingegen werden aktuell neue Wege eingeschlagen. Die klassischen Themenhotels wie das Venetian, das Caesars Palace oder das Mirage haben zwar nicht ausgedient, doch solche Fantasie-

welten werden nicht mehr gebaut. «Diese Klassiker haben nach wie vor grossen Erfolg, aber Las Vegas erfindet sich immer wieder neu», sagt Katrin Knott, PR Manager Europe, Las Vegas Convention & Visitors Authority. Der neuste Trend fokussiert auf echte Kunst und herausragende Architektur. «Damit will die Wüstenstadt Las Vegas in eine neue Richtung gehen.» Weg von der Fantasiewelt. Katrin Knott: «Ja hin zum Realen, zum Echten...»

### Themenhotels auch für Reiseunternehmer spannend

Themenhotels und Freizeitparks sind auch für Reiseveranstalter wie Kuoni ein lukratives Geschäft. Sei es im Disneyland Paris, Los Angeles oder Florida, im Europapark oder auch in Las Vegas – Fantasiewelten locken nach wie vor eine grosse Klientel an. «Wir verkaufen diese Art von Reisen sehr gut», sagt Andrea Müller von Kuoni. Mehrere Bedürfnisse an einem Ort oder in einem

**1. Wie würden Sie ein Themenhotel beschreiben?**  
Ein Themenhotel greift ein Thema auf und zieht dieses Thema durch alle Bereiche. In unseren vier 4-Sterne-Themenhotels (eine spanische Finca, eine spanische mittelalterliche Burg, ein italienisches Hotel und ein portugiesisches Klosterhotel) kommen unter anderem einige Einrichtungsgegenstände aus den entsprechenden Ländern zur Geltung, unsere Restaurants sind dem jeweiligen Thema angepasst und wir achten darauf, dass sich das Thema bis im kleinsten Detail wiederfindet.

**2. Welchen Mehrwert soll der Gast bei Ihnen erfahren?**  
Die Gäste sollen sich in das jeweilige Thema versetzt fühlen. Nur dann lässt sich auch wirklich von einem Themenhotel sprechen.

Hotel zu stillen, sei für viele faszinierend. Passen Themenhotels auch zu internationalen Ketten? Markus Conzelmann, General Manager des Radisson Blu Hotel in Luzern sagt: «Natürlich. The Rezidor Hotel Group lanciert ja jetzt die Missoni Hotels, und auch das Radisson SAS Palais Hotel Wien beispielsweise ist in seiner Art ein Themenhotel – nämlich Ausdruck alter Wiener Tradition und Kunst.» Conzelmann geht noch weiter und hält fest, dass das Radisson Blu Hotel, Zürich Airport mit seinem eindrucksvollen Wine Tower auch ein Thema aufnehme. «Dieser ist nach Las Vegas und London erst der dritte seiner Art und nimmt mit seinen «Wine Angels» den Gedanken vom Fliegen perfekt auf.» Trotzdem, sei die amerikanische Hotelkultur einfach anders, als die in Europa. «Wenn wir Venedig oder Ägypten sehen wollen, dann fahren oder fliegen wir eben dort hin.»

### 1976 wurde das Glücksspiel in New Jersey legalisiert

Las Vegas konnte nie mit dieser Historie glänzen, aber immer mit Themenhotels: Mitte der 1960er-Jahre, als der Milliardär Howard Hughes in die Wüstenstadt kam, eröffnete er zusammen mit dem Bauunternehmer Jay Sarno das legendäre «Caesars Palace», zwei Jahre später das «Circus Circus». Das Image der Stadt hatte sich damit verändert. Doch infolge der Legalisierung des Glücksspiels in New Jersey 1976 bekam Las Vegas zum ersten Mal Konkurrenz. Die Übernachtungszahlen stagnierten. Die Casino- und Hotelbetreiber der Stadt mussten etwas unternehmen, um Las Vegas wieder attraktiver zu machen. Die Lösung brachte Steve Wynn, der 1989 mit der Eröffnung des «Mirage» einen weiteren Meilenstein in der Geschichte der The-

### Was finden Sie wo im fokus?

Es gibt ein Potenzial für Themenhotels

Seite 8

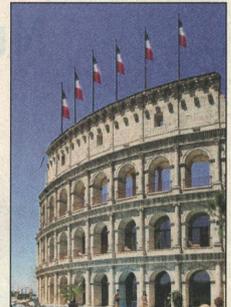
Das Marketing muss zum Angebot passen

Seite 9

Österreich, das Land der Themenhotels

Seite 11

htr-online  
www.htr.ch/fokus



Ein erfolgreiches Themenhotel im Europa-Park: Das «Colosseum».

menhotels setzte. Das war das erste Hotel, das Glücksspiel und Ferien kombinierte und den Rückgang des Tourismus stoppen konnte. Allein bis 1995 eröffneten sieben weitere Themenhotels am Strip.



### Nachgefragt

Roland Mack (1949)

**Funktion:** Er gehört zu den Gründern des Europa-Parks in Rust und ist sein Geschäftsführender Gesellschafter.

**3. Sind alle Ihre Hotels gleich erfolgreich?**  
Unsere Hotels haben alle eine Auslastung von über 90% in der Saison. Man kann nicht sagen, dass eines erfolgreicher sei als das andere. Natürlich ist das neuste Hotel auch erst einmal das begehrteste, da unsere Gäste es kennen lernen möchten. Viele unserer Gäste haben jeweils ihr ganz spezielles Lieblingshotel und buchen vor allem in diesem. Das verteilt sich aber auf alle vier Hotels.

**4. Planen Sie in naher Zukunft ein neues Haus?**  
In der Tat. Aufgrund der sehr starken Auslastung der bestehenden vier Hotels im Europa-Park sind wir gerade in der Planungsphase für ein weiteres Hotel. Mehr kann ich aber dazu im Moment noch nicht sagen. Wir informieren, sobald das Hotelprojekt spruchreif ist.

ERFAHRUNG,  
DIE SICH AUSZAHLT.



WWW.HOTELA.CH

**Themenhotels. Schweiz.** Konzentriert sich der Hotelier auf ein typisch schweizerisches Thema, kann er damit Erfolg haben, sagt der St. Galler Tourismusprofessor Thomas Bieger.



Thomas Bieger: «Der Hotelier muss hinter dem Thema stehen.»

## Heidi hat Potenzial

Der St. Galler Tourismusprofessor Thomas Bieger sieht auch in der Schweiz Potenzial für Themenhotels.

CHRISTINE KÜNZLER

**Thomas Bieger, haben Sie schon einmal in einem Themenhotel übernachtet?**

Ja, klar. Als Familienvater habe ich mit meinen Kindern schon in Rust und Disney-Orlando übernachtet.

**Und, waren nur Ihre Kinder begeistert?**

Man muss auch einmal in eine andere Haut schlüpfen können. Als Familienvater freut man sich über die Begeisterung der Kinder. Denn dort ist alles auf Kinder ausgerichtet, die Zimmereinrichtung, die Unterhaltung, die Nähe zum Themenpark. Aus eigener Perspektive betrachtet, ist mein Verhältnis zu solchen Hotels ein kritisches. Dort lassen sich nicht unbedingt ruhige, naturorientierte Ferien verbringen. Und es sind auch keine Kulturferien.

**Die Themenhotels in Europa-Park sind gut ausgelastet...**

Ja, der Europa-Park ist eine Jahresattraktion, die gut vermarktet wird. Die gut strukturierte Distribution und das Yield-Management helfen, die Zimmer zu füllen.

**Das Themenhotel vermittelt Illusion. Schliesst das Authentizität aus?**

Hier stellt sich die Frage, was ist überhaupt authentisch? Unsere alten Palacehotels sind auch nicht authentisch in dem Sinne, dass sie der Gegend, der Natur oder der Kultur entsprechen. Und trotzdem pflegen wir sie heute als Artefakt und als Symbol einer touristischen Epoche, einer Kultur. Man sieht sie als authentischen Teil des Schweizer Tourismus. Dadurch entsteht eine Art Metaauthentizität ohne ursprünglichen Bezug. Mir passt der Begriff Konsistenz besser. Themenhotels sind konsistent, sie bieten das, was sie versprechen, und auf einem hohen Qualitätsniveau.

**Wie definieren Sie Themenhotels?**

Für mich ist ein Themenhotel, das auf eine Nutzergruppe ausgerichtet ist, ein klar positioniertes Konzept. Das kann zum Beispiel ein Biker-Hotel sein. Eine Subgruppe davon sind Themenhotels, die sich einer Geschichte, Kultur oder Comic-Figur annehmen und sie gezielt, konsistent inszenieren.

**Österreich ist ein Land der Themenhotels. Dort haben diese Hotels offenbar mehr Erfolg als in der Schweiz?**

Die Frage ist, ob sie wirklich Erfolg haben. Zudem ist das Produkt Österreich generell homogener. Ein grosser Teil der Hotels ist ähnlich. Auch

hat das Land keine so spektakulären Naturschönheiten wie die Schweiz. Dort ist es also wichtiger, sich klar zu profilieren. Zweitens hatten die Hotels in der Schweiz Ende der Neunziger-Jahre Mühe, Kredite zu kriegen, während in Österreich noch nicht ein risikobehaftetes Rating eingesetzt wurde. Die Schweizer Hotellerie ist stark auf Märkte und Marktsegmente ausgerichtet

ist. Viele Hotels bieten einen Mix, wie Ferien- und Seminarhotel.

**Sehen Sie in der Schweiz Potenzial für Themenhotels?** Durchaus. Ich sehe Themen, die auch zur Schweiz passen. Alpen, Alpwirtschaft, Passverkehr, Ritten und auch das gute alte Heidi. Wir haben zum Teil schon gute Projekte in der Gastronomie.

**Auch kann auch ein Schweizer Hotelier erfolgreich eine Nische besetzen?**

Absolut. Es muss auch nichts Hochgestochenes sein. Im Bereich Gastronomie ist der «Schnuggebock» auf der Wald-

**«Der Hotelier braucht ein Thema, zu dem er und seine Gäste einen Bezug haben.»**

egg in Teufen ein gutes Beispiel. Dort hat der Wirt ein ehrliches lokales Konzept eines appenzelischen Bauernhofs um 1900 umgesetzt. Der Betrieb läuft super. Sicher ist es für ein Ferienhotel einfacher, ein thematisches Konzept umzusetzen. In einem Hotel, das sich auf verschiedene Marktsegmente ausrichtet, kann es leicht zu Zielkonflikten kommen.

**Was braucht der Hotelier, um in seinem Haus ein Thema erfolgreich umsetzen zu können?**

Vor allem Konsistenz und Konsequenz. Und ein Thema, zu dem er und seine Gäste einen Bezug haben. Die Architektur, das Mobiliar, das Angebot, das Essen, die Kommunikation, der Auftritt der Dienstleistung und die Unterhaltungselemente müssen stimmen. Das Konzept des integrierten Service-Designs, welches Kommunikation, Service, Erlebnisprozesse und Hardware umfasst, ist ein guter Ansatz, um ein Thema im Hotel umzusetzen.

**Das heisst, der Hotelier kann diese Aufgabe nicht dem Vizedirektor delegieren?**

Nein, auch dem Berater nicht. Er muss das Thema selber leben. Im «Schnuggebock» ist das der Fall: Der Wirt steht hinter dem Konzept. Deshalb wirkt es glaubwürdig.

**Liesse sich in der Schweiz auch eine ganze Destination nach einem Thema ausrichten, wie das zum Beispiel Serfaus mit Kindern macht?**

Jein. Wenn das Segment genügend gross ist, wie eben Familien, und die Destination genügend klein, dann ja. Ich denke jedoch, man kommt aufgrund der Saisonalität der Nachfrage häufig nicht um ein Mischkonzept herum. Wenn man die ganze Saison auslasten will, muss man mit verschiedenen Segmenten operieren. Die Destination kann eine Hauptpositionierung und eine Nebenpositionierung haben.

## Nur einer kann gewinnen!



Diese 6 Finalisten wollen am 1. März 2010 nur eines:  
Den Goldenen Koch von KADI und somit die Selektion für den Bocuse d'Or Europe 2010 und den Bocuse d'Or 2011.



Paul Jurk (29)  
Sous-Chef  
Restaurant Mille Privé, Kirchdorf

Daniel Lehmann (32)  
Küchenchef, Geschäftsführer  
Hotel Moosegg, Emmenmatt i.E.

Jasmine Herrmann (24)  
Chef de Partie  
Bethesda-Spital, Basel

Friedrich Zemanek (49)  
Küchenchef/Wirt  
Restaurant Walliser Kanne, Fiesch

Markus Arnold (28)  
Küchenchef  
Restaurant Meridiano, Bern

Franck Giovannini (35)  
Sous-Chef  
Hôtel de Ville, Crissier

PARTNER

NESPRESSO

smart cooking  
FRANZIS

Florin

JohnsonDiversey

prodega growa

GASTRO SUISSE  
Journal

ACQUA PANNA  
S.PELLEGRINO

FIDECO  
La source de son goût.

KADI  
Swiss Premium Quality

KADI AG · CH-4901 Langenthal · Tel. 062 916 05 00 · www.goldenerkoch.ch · goldenerkoch@kadi.ch

**Themenhotels. Marketing.** In der Logiernächte-Entwicklung schneiden Themenhotels besser ab als der Hotel-Durchschnitt. Aber sie müssen auch halten, was sie in ihrem thematischen Marktauftritt versprechen.

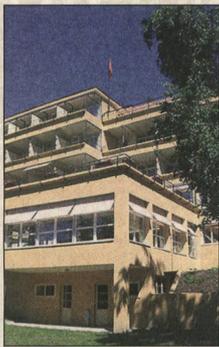
# Hier weiss der Gast, was er (nicht) hat

Es gibt 1001 Märchen, aber nur 1 Märchenhotel. Knackig und selbstbewusst kommt der Slogan daher, mit dem das Märchenhotel Bellevue im glarnerischen Braunwald wirbt. Der Spruch sei ambitioniert und gehe recht weit, räumt der Hoteldirektor und «Märchenonkel» Martin Vogel ein. Er weiss genau: «Was im Marketing drauf steht, muss dann effektiv auch drin sein.»

Die Umsetzung ist ganz offensichtlich gelungen. Im letzten Winter bot das Hotel neben der traditionellen abendlichen Märchen-Erzählstunde zum Beispiel Iglu-Übernachtungen mit «Flucht-Option» ins warme Hotelbett. Im Sommer durften die Kinder das Hotel für einen Wochentag selbst führen, 2010 sind Indianerferien im Tipi geplant. «Dank unserer klaren Positionierung im Familien-Kinder-Segment und dem Thema Märchen haben wir die Bettenauslastung auch auf einem hohen Zimmerpreisniveau deutlich gesteigert und uns zu ei-

**Statistiken belegen, dass Themenhotels mit klarem Zielpublikum kommerziell besser laufen als der Durchschnitt. Beispiele aus der Praxis.**

ROBERT WILDI



Hotel Bella Lui in Crans-Montana.

oder Design & Lifestyle Hotels (+42,3%), verließ die Entwicklung deutlich besser.

**Angebot und Marketing müssen korrelieren**

«Wir raten Betrieben deshalb aktiv, sich als Themenhotel zu positionieren», sagt Daniela Bär, Sprecherin von Schweiz Tourismus. Eine Spezialisierung mit klarer Ausrichtung und Kundenansprache lohne sich, ganz besonders für Dreisternehotels, die sich in der Regel nicht durch ihre Infrastruktur abheben könnten. Bär: «Allerwelthotels sucht niemand.»

Angebot und Marketing sollten aufeinander abgestimmt sein. Zu Herzen nimmt sich dies zum Beispiel das Swiss Historic Hotel Bella Lui in Crans-Montana. Das ehemalige Luxussanatorium ist Zeuge der Bauhaus-Architektur von 1930 und erhielt diverse Preise. Wie Marketingchefin Rahel Isenschmid sagt, wird das Thema 30er-Jahre bewusst auch im Innern des Betriebs mit dem Silberbesteck, den Parkettböden und Heizungssystemen sowie dem Farbkonzept voll durchgezogen. Jeden Freitag wird ein Tag «Bella Lui 1930» mit speziellen Führungen und einem Menü angeboten. Der Erfolg ist laut Isenschmid offensichtlich: «Seit wir mit unserem Angebot vor drei Jahren bei den



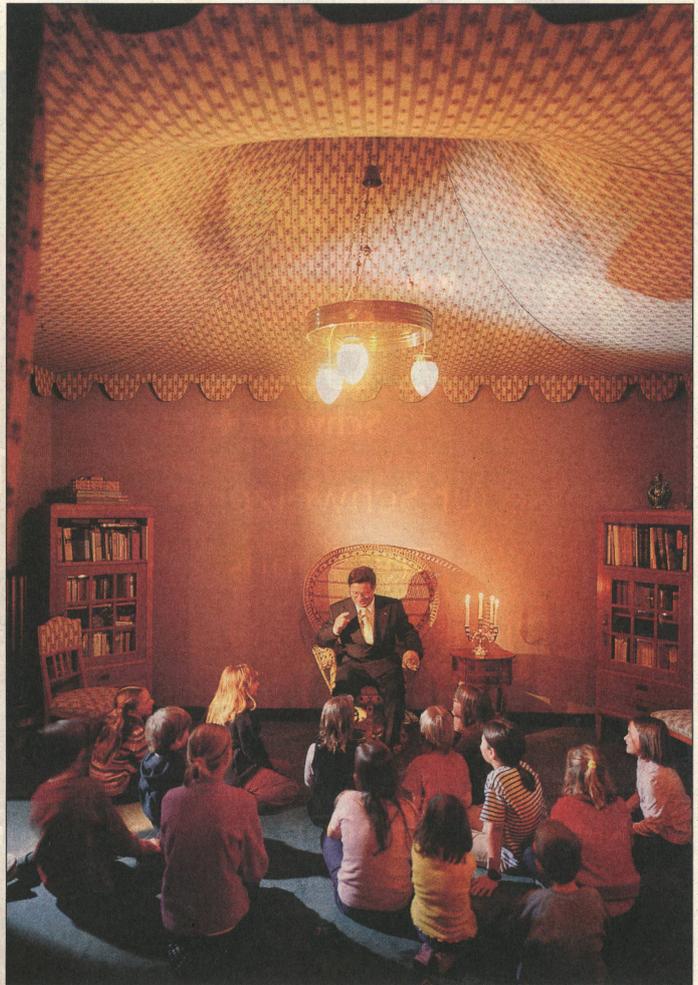
Das Jailhotel in Luzern.



«Zeit & Traum» im «Beatus».

«Swiss Historic Hotels» aufgenommen wurden, haben die Buchungen um 10 Prozent zugelegt.»

Eine neue Marketing-Offensive plant das Hotel Sass da Grüm in San Nazzaro TI. Mit seiner geologisch hohen, positiven Erdstrahlung vermarktet es sich als «Ort der Kraft». Das junge Hotelierspaar Gabriella



Märchenhotel Bellevue in Braunwald: Hoteldirektor und «Märchenonkel» Martin Vogel in Aktion.

Mettler und Stefan Bütschi ergänzt dies mit vollwertiger vegetarischer Kost und geführten Relax-Angeboten. Gästeanfragen beziehen sich fast immer auf den «Ort der Kraft». Bütschi: «Wir spüren zurzeit eine Zunahme von Anfragen junger Gäste.»

**Montreux: Hotel Tralala zum grossen Thema Jazz**

Das gleiche gilt auch für das «Zeit & Traum»-Hotel Beatus in

Beatenberg, welches liebevoll und erotisch eingerichtete Suiten für Paare anbietet, die über die Organisation Loveroom.ch vermarktet werden. «Diese Ausrichtung bringt uns kommerziell sehr viel», sagt «Beatus»-Geschäftsführerin Priska Hunziker. Das Hotel schaltet Werbung auf Google und – passend zum Konzept «Liebe und Erotik» – Facebook. «Dazu kommt eine sehr ausgeprägte Mund-zu-Mund-Propaganda», so Hunziker. Interne Befra-

gungen haben ergeben, dass die Gäste hauptsächlich wegen der schönen und liebevoll eingerichteten Suiten ins «Beatus» kommen.

Bei Schweiz Tourismus sind neue Kooperationen mit Themenhotels jederzeit willkommen. «Erst kürzlich haben wir die 500. entsprechende Hotelpartnerschaft abgeschlossen», sagt Daniela Bär. Und zwar mit dem Hotel Tralala in Montreux. Sein Hauptthema sind die grossen Jazz-Musiker.

nem gut rentierenden Betrieb entwickelt», sagt Vogel.

Themenhotels schneiden in der Logiernächte-Entwicklung besser ab als der Schweizer Hotel-Durchschnitt. Zwischen 1998 und 2008 konnte die gesamte Schweizer Hotellerie gemäss Bundesamt für Statistik (BFS) bei den Logiernächten in effektiven Zahlen um 13,3 Prozent zulegen. Für Themenhotel-Gruppierungen wie Kids Hotels (+19,8%), Swiss Historic Hotels (+25,1%), Wellness Hotels (+33,2%)

**«Was im Marketing drauf steht, muss dann effektiv auch drin sein.»**

Martin Vogel  
Direktor Märchenhotel Braunwald

## Der Aufwand ist nicht zu unterschätzen

**Für «sein Thema» muss der Hotelier Zeit haben. Hat er diese nicht, kann er das Thema auch outsourcen.**

GU DRUN SCHLENCEK

Ein Hotelthema will gepflegt sein. Mal so schnell nebenbei geht nicht. Ein Fünftel ihrer Arbeitszeit widmet Andrea Reichart dem Kernthema «Bücher». Seit gut einem Jahr führt die ehemalige Buchhändlerin zusammen mit der Schwiegertochter des Investors das romantisch im Sauerland gelegene Literaturhotel Franzosenhof. Dank Medienberichten kommen immer mehr Gäste wegen der Bücher. An die 3000 findet der Gast in der Lobby, und auf dem Zimmer wartet schon seine

Lieblingslektüre. «Bei jeder Reservierung fragen wir den Gast nach



**«Die meisten Hoteliers werden von ihrem Hotelthema aufgegriffen.»**

Andrea Reichart  
Literaturhotel Franzosenhof Iserlohn

Leseziel, an welche das Literaturthema ausgelagert werden soll. Es mache Sinn, «den Teil des Themenbereichs auszulagern», ist Reichart überzeugt. Rund 500 Euro werde die externe Bücherbewirtschaftung das Hotel dann kosten, dazu kommt das Organisieren von Lesungen. Die Bücher selbst flattern gratis ins Haus: Als Mitglied des Börsenvereins des deutschen Buchhandels erhält das Hotel die Lesere-exemplare kostenfrei.

Leseziel, an welche das Literaturthema ausgelagert werden soll. Es mache Sinn, «den Teil des Themenbereichs auszulagern», ist Reichart überzeugt. Rund 500 Euro werde die externe Bücherbewirtschaftung das Hotel dann kosten, dazu kommt das Organisieren von Lesungen. Die Bücher selbst flattern gratis ins Haus: Als Mitglied des Börsenvereins des deutschen Buchhandels erhält das Hotel die Lesere-exemplare kostenfrei.



Einfach mal Zeit zum Schmökern.

Ebenfalls keine grossen zusätzlichen Investitionen verlangt das Thema «Biken» einem Hotel ab. So mit 5000 Franken für Veloraum, Reparaturstation etc. sei man dabei, meint Willy Felix von Bikehotel.ch. Auch bei einem Bike-Hotel schlägt vor allem der zusätzliche Personalaufwand fürs «Thema» ins Gewicht: «Idealerweise ist der Hotelier selbst Biker», so Felix, damit er die Gäste auf Bike-Tour mitnehmen kann. In

Grindelwald bieten ab 2010 mehrere Bike-Hotels gemeinsam alle zwei Tage Touren an. Im Hotel Eiger ist jeder Mitarbeitende mit Bike-Themen vertraut, damit er bei Bedarf mit Rat und Tat den Gästen zu Seite stehen könne, verdeutlicht Réceptionsleiterin Stefanie Kübler. Zudem biete man gratis einen Biker-Wäscheservice und GPS-Geräte zum Ausleihen. Rund jeder dritte Sommer-Gast in dem 4-Sterne-Hotel ist ein Biker. Tendenz zunehmend. Erst seit vier Jahren setzt man auf das Thema, letztes Jahr stieg die Zahl der Logiernächte mit Bikern um 7 Prozent. Rund 30 Bike-Hotels in der Deutschschweiz und rund 15 in der Westschweiz würde es verlangen, meint Felix. Doch die Zahl der Mitgliedshotels stagniert seit Jahren bei um die 20. Die Kooperation kämpft mit hoher Fluktuation.

Um den Mehraufwand weiss auch Luzia Penner, Hotelmanagerin des Designhotels Greulich in Zürich: Der zeitliche Aufwand für die Zimmerreinigung liege 20 bis 30 Prozent höher. Grund sind die weissen Böden in den Zimmern, viel Glas und Plexiglas im Bad. Zedernholz im öffentlichen Raum verlangt zudem permanent Pflege. Dafür käme jeder zweite Gast wegen dem Design, meint Luzia Penner. Die 18 Zimmer erfreuen sich einer fast 90-prozentigen Auslastung.

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

# Holen Sie sich ein gutes Stück Schweiz!



**Sonderausstellung  
Hotel/Gastro**

Separate Ausstellungshalle für  
Hotel/Gastro-Zulieferanten

# Grüezi

Schweiz +

Messe für Schweizer  
Tourismus,  
Dienstleistungen  
und Produkte

## 14. – 16. Mai 2010

### Tägi, Baden-Wettingen

[www.gruezi-schweiz.ch](http://www.gruezi-schweiz.ch)

### Riesiges, schweizerisches Rahmenprogramm:

- Volkstümlicher Abend (Alphorn, Trychler, Jodler)
- Schlagerparty mit Francine Jordi, Leonard, Oesch's die Dritten, Diana
- Swiss Lady Night mit Orchester Pepe Lienhard
- Diverse Vorträge, Podiumsgespräche und Fachtagungen mit Schweizer Prominenz
- Weltrekord Schweizer Örgeli (Eintrag ins Guinness-Buch der Rekorde)
- Riesige volkstümliche Festwirtschaft



Medienpartner **htv hotel revue**



**STADT-ANZEIGER**

**BEZIRKS-ANZEIGER**

**Neuzburger & Bezirks-Anzeiger**

### Aussteller-Dokumentation jetzt anfordern!

#### Ja, ich will Informationen zur Messe!

- Senden Sie uns bitte die Ausstellerdokumentation.
- Ich bin nicht interessiert. Grund:

Firma: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_

Strasse: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Ausgefüllter Talon an: Publivent AG Tellstrasse 114 5000 Aarau Tel. 062 832 1070 Fax: 062 832 10 75  
Mehr Infos unter: [www.gruezi-schweiz.ch](http://www.gruezi-schweiz.ch)

**Themenhotels. Österreich.** In der Hotellerie des Landes blüht die Themen-Fantasie. Jedes dritte 4- oder 5-Sterne-Hotel ist Mitglied von einer der 16 Gruppen dieser «Urlaubsspezialisten».

# Das Land der Themenhotels

«Urlaubsspezialisten» nennen sich Österreichs Themenhotels. Für sie wirbt die Österreich Werbung.

HERIBERT PURTSCHER

Österreichs Tourismus ist ein Eldorado für Themenhotels. Zahlreiche Betriebe haben sich zu Angebotsgruppen formiert. Diese von der Österreich Werbung (ÖW) unterstützten «Urlaubsspezialisten» bieten heute in 16 Gruppen zu Themen wie Reiten, Golfen, Fischen, Wellness oder Kinderhotels in 1000 Mitgliedsbetrieben und Mitgliedsorten rund 500 000 Betten an. Durch Spezialisierung und Kooperationsmarketing konnten die «Urlaubsspezialisten» ihre Auslastung wesentlich über den österreichischen Durchschnitt steigern. Sie verbuchen rund 20 Prozent der ös-

terreichischen Tourismuseinnahmen, jedes dritte 4- oder 5-Sterne-Hotel ist hier Mitglied.

Aber auch abseits dieser Gruppierungen blüht in Österreich die Themen-Fantasie. Die bunte Auswahl reicht von «Design Hotels», «Wein Hotels» bis zu den «50plus-

**«Gemeinsam tut man sich leichter, als wenn jeder einzeln sein Süppchen kocht.»**

Claudia Pettauer  
Strafing Tourismuswerkstatt

Hotels Austria» oder «Motorrad-Hotels» und die – auf ein kräftiges Echo stossende – Gruppe der «Kuschel-hotels». Seit 2008 gibt es eine weitere neue Gruppe, die sich auf werdende Mütter spezialisiert hat. Es sind die «New Life Hotels» mit einem Schwerpunkt in Salzburg.

Auf Kinder zu setzen, ist seit Jahren ein Trend. Das Problem ist: Babys (von null bis drei Jahre) werden mit Kindern gleichgesetzt, haben jedoch spezielle Bedürfnisse. So war der Schritt zu einer eigenen Gruppe der «Baby-Hotels» nicht

ter, die sich inzwischen bester Nachfrage erfreut. Interessanterweise stösst auch das Gegenstück – Hotels, die ausdrücklich nur Erwachsene beherbergen wollen, wie etwa das Hotel Cortisen am See in St. Wolfgang, auf reges Echo.

Der Ausdruck «Themenhotel» ist in Österreich nicht fest definiert. «Das ist kein Begriff, den man schützen kann», so Getrude Ortner von Strafing Tourismus. Branchenexperte Walther Czerny sieht den Begriff des Themenhotels als Analogie zu dem aus dem englischen Sprachraum kommenden «Themenrestaurant». Damit seien Akzente bei der Innenausstattung gemeint. Ein gutes Beispiel dafür sind die Feng-Shui-Hotels, mit Schwerpunkt in Tirol (Serfaus, Hotel Castel) und Vorarlberg, Partnerbetrieben in Europa und sogar in Thailand und Mauritius.



Das Babyhotel Trebesingerhof der Neuschitzer GmbH & Co KG im kärntnerischen Trebesing.

## Allergiker-Hotels Neue Gruppierung sucht nach Mitgliedshotels über die Grenzen hinweg

Allergische Erkrankungen stellen für immer mehr Menschen eine steigende Belastung dar. «Aber auch Allergiker wollen Urlaub machen, doch ist es für sie nahezu unmöglich, eine passende Unterkunft zu finden. Nur wenige Betriebe verfügen über allergikerfreundliche Zimmer und eine Küche, die auf Nahrungsmittelunverträglichkeiten Rücksicht nimmt. Das soll nun anders werden», wirbt die Strafing Tourismusmanagement GmbH

aus Kärnten um Gründungsmitglieder für diese Angebotsgruppe. Gesucht werden Betriebe, die bereits auf Allergiker spezialisiert sind oder sich künftig in diese Richtung spezialisieren wollen. «Mit einem gemeinsamen Marktauftritt tut man sich nun allemal leichter als wenn jeder einzeln sein Süppchen kocht», erklärt Claudia Pettauer von der Strafing Tourismuswerkstatt.

«Inzwischen haben sich schon einige Interessenten gemeldet,

freut sich Pettauer, wobei die Ambitionen nicht auf Österreich beschränkt bleiben. Die Reaktionen fielen mehrheitlich positiv aus: «Die meisten Interessenten halten das für eine Superidee. Weil die Zielgruppe sehr gross ist – und es sich meist um besser verdienende Schichten handelt. Es ist ja inzwischen erwiesen: Leute, die in reinlicher Umgebung aufwachsen, fallen in späteren Jahren leider häufiger einer Allergie zum Opfer als andere Personen.» hp

## Das Potenzial der eigenen Webseite nutzen!

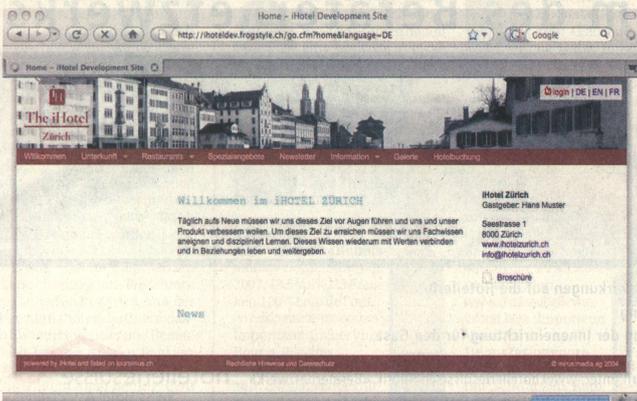
Zugeschnitten auf Hotellerie, Gastronomie und Touristik bietet die mirus:media ag alles, um den Gast mit einem Mausklick zu verführen. Websites in Eigenregie ohne grossen Aufwand erstellen und verwalten steht im Focus von «ihotel».

Mit der neusten Generation von «ihotel» vereint die mirus:media ag Innovation mit Bewährtem. Das neue «ihotel»-Content Management System (CMS) geht noch näher auf die Bedürfnisse und Anforderungen der Schweizer Hotellerie und Gastronomie ein. Das CMS-System ermöglicht es, mit wenigen Mausklicks und ohne grossen Aufwand die Inhalte oder das Erscheinungsbild des eigenen Internetauftritts individuell anzupassen. In der Gestaltung oder Navigationsstruktur des Internetauftritts werden dabei keine Kompromisse gemacht. Vorlagen lassen sich spielend auf die eigenen Bedürfnisse und Wünsche im online-Marketing anpassen.

### Bestehende Internetseite übernehmen

Der bestehende Internetauftritt kann einfach und unkompliziert in das neue CMS übernommen werden. Die Administration der eigenen Internetseite erfolgt direkt auf der Website. Komplizierte Installationen, aufwendige Aktualisierungen oder grosse Investitionen entfallen bei «ihotel». Bezahlt werden nur die bezogenen Leistungen und Module.

„Einfach genial – In zwei Minuten, und mit wenigen Mausklicks habe ich sowohl die neue Menükarte als auch ein Spezialangebot auf meiner Internetseite hochgeladen.“



Eine Monatsgebühr und festgelegte Kosten für einzelne Module sorgen für eine transparente und kalkulierbare Kostenstruktur. Die mirus:media ag liefert zudem regelmässig kostenlose Produkte-Updates sowie einen kompetenten und zuverlässigen Support-Service.

„Ein Werkzeug, das mich im Verkauf unterstützt, habe ich mir immer gewünscht! Mit ihotel stehen mir alle Türen offen, die Kosten sind klar abschätzbar, ich werde kompetent unterstützt und kann mich so auf meine Kernaufgabe kümmern – Für meine Gäste da sein!“

### «ihotel» modular und immer aktuell

Das CMS-System «ihotel» kann nach den individuellen Bedürfnissen jederzeit und beliebig mit unterschiedlichen Modulen erweitert werden. Angeboten werden unter anderem Funktionen mit Feedbackmöglichkeit, Newsletter, Galerie, Popup, Spezialangebot oder Zimmer. Das System bleibt stets unabhängig und flexibel.

### Verlinkt und vernetzt

Wichtige Informationen wie Pistenberichte oder Meteo-Bilder lassen sich leicht in den bestehenden Internetauftritt einbinden. Das Erscheinungsbild wird automatisch auf die eigene individuelle Webseite angepasst. «ihotel» ist in sämtlichen vier Landessprachen sowie in Englisch verfügbar.

### Von Hotelier zu Hotelier

Die mirus:media ag ist eine Tochterfirma der MIRUS Software AG. Das innovative Unternehmen mit Sitz in Davos und Lausanne erobert seit 1992 mit grossem Erfolg den Markt für Backoffice Software-Lösungen. Mehr als 2'500 zufriedene Kunden in der Schweizer Hotellerie und im Gastgewerbe unterstreichen die starke Verankerung im Markt.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf, wir beraten Sie gerne unverbindlich. Lassen Sie sich von ihotel überzeugen.

mirus:media ag

<http://new.ihotel.ch>  
<http://www.mirusmedia.ch>  
[info@mirusmedia.ch](mailto:info@mirusmedia.ch)  
Tel. 081 415 66 99



## Neue Bücher

### Möglichkeiten der Finanzierung im Tourismus

Erstmals wurden für die Tourismuswirtschaft Methoden, Instrumente sowie Planungsgrundlagen der Finanzierungsformen aufgeleitet. Beleuchtet werden neben einer komprimierten Darstellung



der finanzwirtschaftlichen Grundlagen insbesondere auch unterschiedliche Entscheidungsräume und Blickwinkel der Praxis der touristischen Unternehmensfinanzierung. **dst**

Martin Schumacher/Manuela Wiesinger: **Finanzmanagement im Tourismus**, 256 Seiten, Fr. 64.90, ISBN 978-3-7073-14468-7

### Leitfaden für das Marketing in der Hotellerie

Aufbauend auf einem integrativen und ganzheitlichen Marketingverständnis, werden die grundlegenden strategischen und operativen Gestaltungskomplexe des Marketing-Managements in der Hotellerie



darstellt. Den verschiedenen Trends und Entwicklungen in der internationalen Hotellerie wird verstärkte Aufmerksamkeit geschenkt. Das Werk richtet sich sowohl an Studenten und Dozenten als auch an Praktiker. **dst**

Marco A. Gardini: **Marketing-Management in der Hotellerie**, 622 Seiten, Fr. 80.90, ISBN 978-3-486-58637-4

# Im Ernstfall kulant sein



BRIGITTA SCHAFFNER  
OMBUDSSTELLE  
DER SCHWEIZER HOTELLERIE

**Frage:** Ein Gast aus Frankreich wirft mir absichtliche Täuschung vor, und ich hätte ihm falsche Versprechungen gemacht. Dies aufgrund einer Abbildung in der Werbung des Hotels, auf der er die blaue Sonnenstore des Nachbarhauses als Aussenschwimmbad ausgelegt hat. Zudem wurde das Schwimmbad, das unsere Gäste im Nachbarhotel jeweils benutzen konnten, kurzfristig geschlossen. Obwohl ich persönlich mit ihm gesprochen habe und ihm die Sachlage erklärte, verlangt unser Gast nun die Entschädigung für eine Hotelnacht. Wie soll ich mich verhalten?  
**D. K. aus W.**

**Antwort:** Die absichtliche Täuschung ist im Obligationenrecht Art. 28 geregelt. Zusammengefasst kann von absichtlicher Täuschung dann gesprochen werden, wenn der Vertragsabschliessende absichtlich unter falschen Voraussetzungen zum Vertragsabschluss verleitet worden ist. Der Vertragsgegner täuscht dann durch positives Verhalten. Dies zur Rechtslage. Im vorliegenden Fall liegt wohl kaum eine absichtliche Täuschung vor.

Als Ombudsfrau der Schweizer Hotellerie ist es meine Aufgabe, die Sicht des Gastes und des Hoteliers zu ergründen und zu verstehen und zwischen dem Hotelier und seinem Gast eine einvernehmliche Lösung herbeizuführen. Eine Ombudsstelle ist kein Gericht, sondern eine Vermittlungsstelle.

#### Gast und Hotelier interpretieren die Sachlage verschieden

Antrieb des Gastes für seine Reklamation ist seine enorme Enttäuschung, nachdem er festgestellt hatte, dass im Hotel von D. K. gar kein Schwimmbad vorhanden ist – weder das vermeintliche auf dem Bild, welches sich als Sonnenstore erwies, noch dasjenige, das mit einem Piktogramm im Nachbarhotel angekündigt worden ist, es wurde geschlossen. Der Stolz des Gastes ist verletzt, der Gast ist gekränkt. Er hat Mühe, sich gegenüber seiner Familie zu erklären, und steht vor ihr schlecht da. Die Familie zweifelt an seiner Fähigkeit, schöne Ferien zu organisieren. Zwar



Ein solches Bild lässt bezüglich Swimmingpool keine Fehlschlüsse zu. Fotolia

schlägt ihm der Hoteldirektor Lösungen vor, die annehmbar sind, trotzdem bleibt seine Familie enttäuscht. Die Ferien stehen von Beginn an unter einem unglücklichen Stern. Er bricht die Ferien im Hotel von D. K. ab.

Der Hotelier ist sich aber keiner Schuld bewusst. Es ist für ihn nicht nachvollziehbar, wie sich der Gast aufgrund des Bildes im Werbematerial zum Hotel so täuschen konnte. Dieses Bild wird seit Jahren verwendet.

Noch nie habe es laut Hotelier damit Probleme gegeben. Klar wurde das Schwimmbad, das seine Gäste im Nachbarhotel jeweils benutzen konnten, kurzfristig geschlossen. Alle Gäste wurden jedoch darüber informiert, dass sie das öffentliche Bad oder den See benutzen sollten. In mehreren persönlichen Gesprächen habe der Hotelier versucht, dem Gast die Sachlage zu erklären und darzulegen. Der Gast nahm diese Entschuldigungen aber nicht an.

#### Kosten für eine Übernachtung werden übernommen

Die Ombudsstelle der Schweizer Hotellerie versteht den Hotelier, dass er seinen Gast auf keine Art und Weise hat täuschen wollen. Aber die Verknüpfung der Fehlinterpretation eines Bildes durch den Gast und der Ausfall des Schwimmbades im Nachbarhotel sind sehr unglücklich und ungünstig.

Grundsätzlich ist es im Interesse der Schweizer Hotellerie und damit des Schweizer Tourismus, mit kulanten Entgegenkommen gegenüber Reklamationen das gute Image zu stützen und weiter auszubauen. Die Ombudsstelle empfiehlt dem Hotelier deshalb, diese Guideline auch in seinem Fall zu verfolgen und dem Gast die Rückerstattung einer Hotelübernachtung zu gewähren und zu überweisen.

Der Hotelier versteht das übergeordnete Interesse und ist einverstanden. Er überweist seinem Gast die Kosten für eine Hotelübernachtung mit dem Resultat, dass ihm sein Gast dankt und nicht ausschliesst, dass er mit seiner Familie wieder zu ihm in die Ferien kommt. Um ähnliche Fälle künftig zu vermeiden, will der Hotelier zudem das betreffende Bild austauschen mit einem nicht fehlinterpretierbaren Bild seines Hotels. Und: Der Nachbar überzog die fragliche Sonnenstore neu mit einem blau-weißen Überzug.

#### Haben Sie Fragen?

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

## Impressum

### htr hotelrevue

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

#### Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

#### Redaktion

**Chefredaktion:** Elisabeth Hobmeier/eho.  
**Stellvertreter:** Miroslaw Halaba/mh.  
**Redaktion:** Daniel Stampfli/dst (Resortleitung aktuell), Christine Künzler/ck (Resortleitung fokus), Simone Leitner Fischer/sls (Resortleitung

dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Resortleitung cahier français); Eugenio D'Alessio/eda (Franziska Egli/fee); Theres Lagler Berger/tb; Gudrun Schlenker/kgg; Karl Josef Verdini/kjv.  
**Bildredaktion/Fotograf:** Alain D. Boilat/adb.  
**Layout:** Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo.  
**Korrektorat:** Paul Le Grand.  
**Volontär:** Mathias Zaugg  
**Online Redaktion:** Melanie Rottlyrom

#### Verlag

**Leitung:** Barbara König.  
**Assistentin:** Monika Hausmann.  
**Stelleninserate:** Angela Di Renzo, Patricia Nobs.  
**Geschäftsanziger:** Michael Müller, Béata-Urs Schönenberger.  
**Druck:** Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.  
**Auflage:** WEMF-beglaubigt 2008/09, verkaufte Auflage: 10 732; Gratsauflage: 769.

**Verkaufpreise** (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.

ANZEIGE

Input, das neue  
«Expertenforum des Beraternetzwerks»  
für die Schweizer Hotellerie

## Expertenforum des Beraternetzwerks

26. Mai 2009 / Hotel Krone Unterstrass, Zürich  
8. September 2009 / Hotel Holiday Inn, Bern-Westside  
23. November 2009 / Hotel Ramada Plaza, Basel

**Input 1/2009** Die Wirtschaftskrise und ihre Auswirkungen auf die Hotellerie  
**Input 2/2009** Wirksames Zielgruppen-Marketing  
**Input 3/2009** Zimmerbau und die Bedeutung der Inneneinrichtung für den Gast

Detailprogramm und Anmeldeformular anfordern unter: [www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch) Rubrik «Beraternetzwerk»  
Kontaktperson: Marionna Schnidrig, Telefon 031 370 43 14 oder [beratung@hotelleriesuisse.ch](mailto:beratung@hotelleriesuisse.ch)

**hotelleriesuisse**  
Swiss Hotel Association



**Das besondere Rezept**  
Armin Amrein, Chefkoch im «Walserhof» in Klosters, kocht nur, was er selbst auch mag.  
Seite 15

**Südwest-Frankreich. Degustation.** Die Weinbauregion zwischen Bordeaux, Toulouse und den Pyrenäen tritt seit zwei Jahren als Sud-Ouest France auf. 51 Weine dieser Region wurden letzte Woche für die hotel revue getestet.



Die Degustierenden bei der Arbeit: Elsbeth Hobmeier, Béatrice van Strien, Renate Dubach, Joachim Günther, Richard Pfister, Marc Betting (von links).

Bilder Alain D. Bolland

Ein Süßwein-Favorit, den Testerin Béatrice van Strien scherzend als «ein 100-prozentiger Sauternes» bezeichnete, war ein AOC Gaillac, zu 100 Prozent aus der Sorte L'En de l'El hergestellt. «Der Name stammt aus dem Okzitanischen und bedeutet «Loin de l'œil», also weit vom Auge. Er bezieht sich darauf, dass die Trauben sehr lange Stängel haben und somit weit weg vom Auge, also der Knospe sind, aus dem sie gewachsen sind», erklärte André Dubosc.

Bei den Rotweinen setzten sich in dieser Degustation vor allem die kräftigen, würzigen Weine durch, die einen hohen Anteil der Sorte Tannat aufwiesen. Nathalie Chapeaublanc machte auf das grundsätzlich hervorragende Preis-Leistungs-Verhältnis aufmerksam, das die Weine aus dem Südwesten Frankreichs auszeichnet. Das wird sich vermutlich ändern, wenn sie von einem erweiterten Kreis von Weinfans entdeckt werden – was wohl nur eine Frage der Zeit ist.

Wer sich selber einen Überblick über die Weine aus dem Südwesten Frankreichs verschaffen möchte, kann dies auch an der Igeho in Basel tun: Es gibt eine «Mini-Expo» in der Halle 1 im Konferenzsaal «Luzern».

www.sopexa.ch



Die Weine wurden blind getestet.

## Kräftige Weine mit Charme

**Aus dem Südwesten Frankreichs sind vor allem die kräftigen Tannat-Weine bekannt. Bei einer Degustation gab es unbekannte Traubensorten und elegante Weine zu entdecken.**

RENATE DUBACH

Les vins à découvrir heisst das Motto der Weine aus dem Südwesten Frankreichs – ein Motto, das dem sechsköpfigen Testerteam sehr aus dem Herzen sprach. Denn bei einigen der erstmals degustierten Weine handelt es sich tatsächlich um spannende Entdeckungen. Die ganze Bandbreite der südwestfranzösischen Weine wurde eingesehen: von trockenen Weissweinen, über Rosés, leichtere Rotweine bis zu den kräftigen, schweren Roten und schliesslich den leckeren Dessertweinen war alles vertreten.

Insgesamt 51 Weine wurden blind degustiert, die Testpersonen wussten nicht, aus welcher Region oder von welchen Produzenten die Weine stammten. Neun davon wählte das Team zu Favoriten (siehe nebenstehenden Text).

Degustiert wurde am letzten Freitagnachmittag im Restaurant Mère Catherine in Zürich. Von der hotel revue nahmen die Chefredaktorin Elsbeth Hobmeier und Renate Dubach teil, sie wurden flankiert von den Wine Consultants Béatrice van Strien und Marc Betting, dem Önologen Richard Pfister, und Joachim Günther, dem Direktor der Académie du Vin.

Eingeladen hatte die Sopexa, ein Unternehmen, das französische Firmen und Branchenvereinigungen bei der Verkaufsförderung in den Zielmärkten unterstützt – wie eben die Weinproduzenten aus dem Südwesten Frankreichs in der Schweiz.

Die Sopexa war vertreten durch Véronique Roth, Country Manager Schweiz, und der Projektleitungs-Assistentin Ana Biljaka. Nach der Degustation erklärten Nathalie Chapeaublanc, Responsable Promotion Export vom Conseil Interprofessionnel des Vins du Sud-Ouest,

und André Dubosc, ein Vertreter der Producteurs Plaimont, die beide speziell für den Anlass aus Frankreich angeheuert waren. Besonderheiten der getesteten Weine und der Favoriten. Dubosc erläuterte auchthone Rebsorten – die verwirrenderweise von Region zu Region

anders heissen können. Und auch, dass die Süßweine, die das Degustationsteam sehr lobte, nicht durch Botrytis entstehen, sondern durch warme Pyrenäen-Fallwinde, die vom Oktober bis November die Beeren noch am Stock zum Eintrocknen bringen.

## 9 von 51 Die Favoriten des Testerteams

### Trockener Weisswein

VDP Côtes de Gascogne, «Côte Tarricquet» 2008, 11 Vol%, 14 Franken. 50% Sauvignon, 50% Chardonnay. [www.tarricquet.com](http://www.tarricquet.com) Importeure: Gualtieri, Cave SA, Vogel Vins, Favre Tempa, Les Vins de la Collégiale, Lavinia, Mosca Vins.

**Degustationsnotizen:** Ein helles Strohgelb, glänzend. In der Nase grüner Apfel und Stachelbeeren. Die Aromen bilden eine spritzige Attacke auf den Gaumen. Ein eleganter, harmonischer, feingliedriger Wein, der gut gemacht ist. Zum Apéro, zu Süßwasserfischen ohne Saucen, zu einer leichten Küche.



### Süßweine

AOC Gaillac «Renaissance» Domaine Rotier, 2007, 13,5 Vol%, 25 Franken. 100% Loin de l'œil. [www.domaine-rotier.com](http://www.domaine-rotier.com) Importeure: Crelier Vins, Boiron, Bacchus.

**Degustationsnotizen:** Ein glänzendes Altgold. Sauternes-Düfte, extrem konzentriert, Rosinen, Dörrfrüchte.



Sehr intensive Aromen im Gaumen. Ein cremiger und voller Wein in barocker Fülle. Dessertwein par excellence.



AOC Pacherenc, «Ostau d'Estile» Vignerons récoltants du Vic Billh Crouseilles, 2007, 13 Vol%, 60% Petit Manseng, 40% Gros Manseng. Noch kein Importeur.

**Degustationsnotizen:** Glänzend goldene Farbe. In der Nase und im Gaumen intensiv, tropische Früchte, Ananas, Mango. Schöne saftige Säure. Zu Gänse- und Entenleber, Käse, Tarte Tatin.

### Rotweine

AOC Fronton, «Optimum», Château Bellevue la Forêt, 2006, 13,5 Vol%, Fr. 22.90. 40% Négrette, 40% Syrah, 20% Cabernet Sauvignon. [www.chateau-bellevue-laforet.com](http://www.chateau-bellevue-laforet.com) Importeur: Vina SA

**Degustationsnotizen:** Tiefes Rubinrot mit schwarzem Kern, intensive Nase, parfümiert, Kirsche, Schokolade, Vanille. Im Gau-



men Schwarzwaldertorte, Rauchspeck, Pfeffer, Pflaumen. Eine kleine Bombe mit Charme und Schmelz, trotzdem schöne Struktur. Passt zu würzigen Eintopf- und Pilzgerichten.

AOC Gaillac, «Le V de Vigné Lourac fût de chêne» 2006, 13,4 Vol%, 30% Braucol, 30% Merlot, 20% Duras, 20% Syrah, noch kein Importeur.

**Degustationsnotizen:** Tiefes Purpur. In der Nase Barrique, Banane, schwarze Beeren, Rum. Im Gaumen Schokolade, Kirschen, Vanille, Zimt, Lebkuchen, Nelken und Lorbeer. Ein sehr charmanter, modern vinifizierter Wein, sehr typisch für den «wilden» Südwesten. Dazu passt ein schönes Stück Rindfleisch an einer Weinsauce.

AOVDQS Saint Mont «Le Faïte», Producteurs Plaimont, 2006, 14 Vol%, 36 Franken. 80% Tannat, 10% Pinoc, 10% Cabernet Sauvignon. [www.plaimont.com](http://www.plaimont.com) Importeur: Les Vins de la Moraine, Crissier

**Degustationsnotizen:** Tiefes Rubinrot. Nase wie ein australischer Wein: Barriqueöne, Vanille, Lebkuchen, Schokolade. Im Gau-

men kommen schwarze Beeren, Nelken, Lorbeer und Pfeffer dazu. Ein harmonischer und aromatischer Wein mit kräftigen Gerbstoffen und viel Aromatik im Nachklang. Dazu passen kräftige Eintopfgerichte.

Madiran, «Château Bouscassé vieilles vignes» SA Vignobles Brumont, 2003, 15 Vol%, 36 Franken. 100% Tannat. [www.brumont.fr](http://www.brumont.fr) Importeur: Bataillard

**Degustationsnotizen:** Tiefes Dunkelrot. In der Nase Aromen von roten und schwarzen eingelegten Beeren, im Gaumen sind die Aromen schön konzentriert. Ein Wein mit Finesse und Persönlichkeit, der gut zu Wild an Sauce Chasseur passt.

AOC Madiran «Château Montus Prestige», SA Vignobles Brumont, 2003, 15 Vol%, Fr. 43.50. 100% Tannat. [www.brumont.fr](http://www.brumont.fr) Importeur: Bataillard

**Degustationsnotizen:** Intensives Rot mit braunroten Reflexen.



In der Nase reine, reife Töne von Waldbeeren, Lebkuchen. Im Gaumen kräftig, konzentriert mit präsenten Tanninen, fruchtig. Ein sehr konzentrierter Wein, aus optimal gereiften Trauben. Passt gut zu Filets Mignons mit Morchelsauce.

AOC Madiran, «Château Bouscassé», SA Vignobles Brumont, 2005, 14 Vol%, Fr. 17.50. 65% Tannat, 25% Cabernet Sauvignon, 10% Cabernet Franc. [www.brumont.fr](http://www.brumont.fr) Importeur: Bataillard

**Degustationsnotizen:** Tiefes Rotschwarz. Schöne Konzentration der Aromen, schwarze, reife Beeren. Im Gaumen sind Fruchtaromen präsent, sehr ausgewogen. Ein Wein mit Klasse, der gleichermaßen klassisch und modern ist. Man kann ihn noch etwas im Keller lassen, bis er sein ganzes Potenzial erreicht hat. Passt ausgezeichnet zu einem schönen Stück Rindfleisch mit Morchelsauce.



**Südwest-Frankreich. Rebsorten.** Aus dieser Region kommt eine Vielzahl von äusserst unterschiedlichen Weinen. Es gibt rund hundert autochthone Rebsorten. Und dank Wein sind die Menschen hier älter und gesünder.

## Hier liegen die Weinberge von Sud-Ouest France

Lage	Béarn	Côtes du Brulhois	Cahors	Fronton	Entraygues et Fel	Estaing
Rebfläche	259 ha	250 ha	4 242 ha	2 400 ha	20 ha	19 ha
Produktion	13 470 hl (54% Rotwein, 45% Rosés, 1% Weisswein)	10 000 hl	240 000 hl	100 000 hl	1 000 hl	700 hl
Wichtigste Rebsorten	Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Tannat	Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Merlot, Tannat, Cot, Fer Servadou	Malbec (Auxerrois oder Cot Noir), Merlot, Tannat	Négrette, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Syrah, Gamay, Fer Servadou, Malbec, Cinsault	Chenin (für Weissweine), Fer Servadou, Cabernet Franc, Gamay (für Rotweine und Rosés)	Négret de Banhars

Lage	Côteaux du Quercy	Marillac	Lavilledieu	Côtes de Millau	Gaillac	Saint Sarda
Rebfläche	400 ha	170 ha	150 ha	57 ha	3 850 ha	200 ha
Produktion	13 000 hl	6 500 hl	3 000 hl	1 800 hl	9 000 hl	9 000 hl
Wichtigste Rebsorten	Cabernet Franc, Merlot, Auxerrois, Tannat, Gamay	Mansoi	Syrah, Négrette, Milgranet, Cabernet Franc, Tannat, Gamay	Mauzac und Chenin, Gaillac und Syrah	3 850 ha 9 000 hl Petit Manseng, Petit Courbu (auch als Gros Manseng bezeichnet), Arruffiac oder Sauvignon	Syrah, Tannat, Cabernet Franc, Merlot

Lage	Irouleguy	Jurançon	Tursan	Madiran	Pacherenc du Vic-Bilh	Floc de Gascogne
Rebfläche	220 ha	1 060 ha	450 ha	1 300 ha	250 ha	780 ha
Produktion	7 700 hl	44 000 hl	11 250 hl	65 000 hl	9 000 hl	1 Mio. Flaschen
Wichtigste Rebsorten	Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Tannat (für Rotweine und Rosés), Gros Manseng, Petit Manseng, Courbu (für Weissweine)	Gros Manseng, Petit Manseng, Courbu, Camaralet, Lauzet	Barroque, Gros Manseng und Sauvignon Blanc (für Weissweine), Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Fer Servadou, Tannat (für Rotweine)	Tannat, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Fer Servadou	(auch als Gros Manseng bezeichnet), Arruffiac oder Sauvignon	Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Merlot, Tannat (für Floc rosé), Ugni Blanc, Colombard, Gros Manseng (für Floc blanc)

Sommer, ein sonniger, fast schon spätsommerlicher Herbst, kühler und regnerischer Winter und Frühling. Frische Nächte bringen kräftige Aromen und Säure und damit eine lange Lebensdauer der Weine. Dank dem warmen Herbst lassen sich aus überreifen Trauben bemerkenswerte Süssweine herstellen, vor allem in den Appellationen Jurançon und Pacherenc du Vic-Bilh.

Die Weine aus Sud-Ouest begleiten gerne regionale Spezialitäten, wie das berühmte Cassoulet (Eintopf aus weissen Bohnen mit Speck), die Foie gras oder das Käse-Kartoffel-Gericht Aligot. Die kräftigen Roten aus Madiran, Cahors und Saint-Mont passen zudem bestens zu Lamm- und Rindfleischgerichten, Fisch und Meeresfrüchte schmecken mit einem Gaillac oder einem Pacherenc sec. Und im stilgerechten Abschluss könnte der regionale Likör namens Floc de Gascogne setzen.

Gerne weisen die Winzer aus dem Südwesten auf die Studien britischer Forscher hin, welche den gerbstoffreichen Rotweinen der Gegend einen besonders wirksamen Schutz vor Arterienverkalkung zuschreiben. Statistisch erwiesen ist, dass die Menschen im Südwesten Frankreichs älter werden und trotz ihrer fettreichen Ernährung weniger oft an koronaren Herzerkrankungen leiden als in allen anderen französischen Regionen – ein Phänomen, das auch «French Paradox» genannt wird. Als Grund dafür wird der massvolle, aber regelmässige Konsum heimischer Weinsorten angenommen.

# Schlafendes Dornröschen

Die Weine aus Frankreichs Südwesten sind auch für versierte Weinkenner meist noch ein unbekanntes Wesen. Sie erinnern an das schlafende Dornröschen, das zu wecken ist.

ELSBETH HOBEIMER

Die Palette reicht vom sehr trocken-spritzigen Weissen bis zum opulenten Süssen, vom einfachen Land-Roten bis zum erdig-schweren Tanninbomber. Im Dreieck zwischen Bordeaux, Toulouse und den Pyrenäen liegt eine Weinbauregion, welche erst seit 2007 unter dem Namen «Sud-Ouest France» auftritt. Die vielen kleinen

und im Grunde sehr unterschiedlichen Weingebiete haben ein gemeinsames Ziel: Sie wollen hoch- oder wertige Weine aus alten, heimischen Rebsorten keltern und sich mit deren typischen Aromen von anderen Gebieten abheben. Bei den Roten sind dies bekannte Sorten wie Tannat und Malbec, aber auch «no-names» wie Négrette oder Fer Servadou (der in den Pyrenäen

Pinenc, in Gaillac Braucol und in Marillac Mansoi heisst, was die Sache nicht einfacher macht). Oder Weisse wie Colombard, Mauzac, Len de l'El, Petit Courbu und Petit Manseng. Im Südwesten Frankreichs wachsen an die einhundert autochthone Rebsorten. Diese Weine gedeihen in einem maritimen Klima mit kontinentalen Einflüssen. Das heisst heisse

## Fakten Sud-Ouest France auf einen Blick

**Rebfläche:** 50 000 ha, zur Hälfte von selbstständigen Winzern und von Winzergenossenschaften bewirtschaftet.  
**Produzierte Menge:** 3,4 Mio. Hektoliter, davon 1,6 Mio. Rot- und Roséwein, 1,8 Mio. Weisswein.  
**Produktionswert:** 1 Mrd. Euro, Exporte 10 bis 20 Prozent je nach Bekanntheitsgrad der AOC.

In Aktion bei Ihrem Getränkehändler vom 2. bis 20. November 2009  
En action chez votre grossiste en boissons du 2 au 20 novembre 2009



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

ANZEIGE

# Königlich speisen in Klosters

**Das besondere Rezept Corina und Armin Amrein sind gern in Klosters. Im Frühling 2007 haben sie den «Walsertalhof» übernommen, jetzt wird das Restaurant aufgefrischt.**

RENATE DUBACH

**T**ina Turner, Naomi Campbell, hohe Politiker gehören zu den Prominenten, die in Klosters Ferien verbringen. «Sie tun dies, weil sie nicht bei jedem Schritt von einer Horde Paparazzi umzingelt werden wollen. Wer gesehen werden will, geht nach St. Moritz», sagt Armin Amrein, der sich in diesen Dingen auskennt, weil die Prominenten bei ihm im «Walsertalhof» essen oder gleich für einige Zeit wohnen. Jeden Tag eine Papaya zum Frühstück, das war der Wunsch des Gastes aus dem britischen Königshaus. Eines morgens lockte das Bircher muesli des Sohnes. Von da an liess sich auch der Vater das «Amreinische Muesli» servieren. Die Geschichte von Prinz Charles erzählt Armin Amrein gerne. Auf Tele Züri bereite er seine Bircher muesli-Variante – «traditionell mit Haferflocken» – vor der Kamera und gab auch gleich das Rezept preis. Der Selbsttest beweist: Es schmeckt wirklich hervorragend.

## Nichts ist überkandidelt oder manieriert

Aber das war nach dem Essen am Vorabend auch nicht anders zu erwarten. Wer bei Corina und Armin Amrein-Juon im «Walsertalhof» zum Abendessen eintrifft, kommt nach dem herzlichen Empfang erst einmal in Bedrängnis. Das Prätigauer Menü mit den verlockenden Bündner Spezialitäten, oder lieber

eine saisonale Auswahl? Das sechsgängige Degustationsmenü oder à la carte eine Spezialität – Wolfsbarsch in der Salzkruste oder Stroganoff – des mit 17 Gault-Millau-Punkten und einem Michelin-Stern ausgezeichneten Kochs? Was auf den Tisch kommt, zeugt von der sicheren Hand des Chefs: Die Aromen sind raffiniert zusammengestellt, einige Überraschungen sind eingebaut – und trotzdem ist nichts überkandidelt oder manieriert.

Das Rezept klingt einfach: «Ich koche nichts, was ich nicht selber gerne esse», sagt Armin Amrein, der den dritten Sommer in Klosters gekocht hat und sich hier inzwischen «äusserst wohl» fühlt. Einfach war sein Start im Mai 2007 nicht. Über ein Vierteljahrhundert lang stand sein Vorgänger Beat Bolliger im «Walsertalhof» am Herd. Die Gäste kamen, weil sie genau wussten was sie wollten und dies auch bekamen. «Ich ging mit Respekt an die erste Menükarte, wollte nicht alles komplett umkrempeln», sagt Amrein. «Vor allem das Prätigauer Menü nicht, dafür war Bolliger ja berühmt. Aber ein bisschen aktualisiert habe ich es schon.»

## Zur Wintersaison wird das Restaurant aufgefrischt

In Klosters wollte Armin Amrein – der nicht weniger als 32 Sommersaisons auf dem Bürgenstock gekocht hatte – etwas Neues machen: «Kaum hatten wir erfahren, dass der Bürgenstock verkauft würde, trafen auch schon die ersten Angebote bei uns ein. Wir besichtigten einige Hotels, aber hier hatten wir gleich das Gefühl, dass es uns gut gefallen könnte. Wir kamen in die engere Wahl und schliesslich bekamen wir den Zuschlag – dank meiner Frau Corina, weil sie eine so gute Gastgeberin ist», ist Amrein überzeugt. Fremd ist ihnen das Bündnerland ja nicht: Sie brachten ihre ersten Lebensjahre in Klosters, er kochte 15 Winter in Arosa und bis 1996 als Küchenchef in Davos.

Jetzt, nach der gut zweijährigen «Einarbeitungszeit» im «Walsertalhof» ist ein bisschen Auffrischung



Kocht nur, was er selbst auch gerne isst: Armin Amrein mit seiner Frau Corina.

angesagt: In der Zwischensaison wird das Restaurant in ein neues Kleid gesteckt, ohne dass der Charakter verändert wird. Und an die



## Das Rezept Beeren unter dem Strudelblatt mit Reiseis

**Garnitur:** 4 Erdbeeren, geviertelt, je 8 Blau-, Him-, Brombeeren, 4 Minzeblättchen und 4 Zuckerspiralen.

Stelle der Bar und der angrenzenden Kühlschränke in der Küche kommt ein begehbarer Weinschrank, damit die über 750 Posi-

## Zutaten:

- 12 EL Vanillesauce
- Je 4 EL Erdbeersauce, Himbeersauce, Cassissauce
- Je 8 Stück Brombeeren, Erdbeeren (geviertelt)
- 24 Stück Himbeeren
- 20 Stück Blaubeeren
- 2 EL Grand-Marnier
- Etwas Puderzucker
- 1 Eiweiss
- 4 Stück Wiener Strudelblätter (rund ausgeschnitten, Durchmesser Teller)
- Puderzucker zum Bestäuben
- Reiseis**
- ½ Liter Milch
- 25 Gramm Carnaroli-Reis
- Je ¼ Vanillestängel, Orangen-Abrieb, Zitronen-Abrieb
- 100 Gramm Zucker
- 65 Gramm Rahm

tionen des Weinangebotes noch besser präsentiert werden können.

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

## Zubereitung:

Brom-, Erd-, Him- und Blaubeeren mit dem Grand-Marnier und Puderzucker marinieren. Milch mit Carnaroli-Reis, Vanillestängel und dem Orangen- und Zitronen-Abrieb weich kochen. Danach Zucker und Rahm dazugeben. Vanillestängel entfernen, alles gut mixen, erkalten lassen. In der Eismaschine frieren. Vanillesauce in tiefe Teller geben und die Erdbeer-, Himbeer- und Cassis-Sauce einziehen. Die marinierten Beeren darauf verteilen. Tellerrand mit Eiweiss bepinseln, das Strudelblatt darauf kleben. Mit Puderzucker bestäuben, abflämmen. Zum Schluss eine Kugel Reiseis darauf platzieren, mit Beeren, Minze und Zuckerspirale garnieren.

## 113-jährige Hefe mit glänzenden Gäreigenschaften

Aus einer Weinflasche mit Jahrgang 1895 haben Mikrobiologen der Forschungsanstalt Agroscope Changins-Wädenswil (ACW) alte Weihen wiederbelebt. Diese wurden im Herbst 2008 zum ersten Mal nach 113 Jahren wieder eingesetzt, um Rauschling-Weine herzustellen – mit Erfolg. Dank den hervorragenden Gäreigenschaften kamen etliche in die Medaillenränge. Viele Kellermeister waren zudem begeistert, dass sie mit der alten Hefe unerwünschte Reststoffe abbauen und somit hohe finanzielle Einbußen verhindern konnten. Im 2009 bestätigte sich der Erfolg. 1895 mazz

## Viele Gäste und Gewinner am Bergkäse-Fest

Die 6. Olympiade der Bergkäse war laut den Organisatoren ein voller Erfolg: 40 000 Menschen besuchten während drei Tagen das Bergkäse-Fest in Saignelégier. 1000 Gäste kosteten vom Riesenfondue aus 250 kg Käse. Auch das grösste Bergkäse-Buffer mit 631 Käsen war mit 4500 Eintritten sehr beliebt. 2500 Menschen reisten in die ehrwürdige Abtei von Bellelay, um den internationalen Käseprüfern beim Testen der besten Bergkäse der Welt über die Schulter zu schauen. 39 Medaillen bleiben in der Schweiz, 25 gingen ins Ausland. rom

Siehe auch cahier français S. 24

## «Seven»: Award für innovatives Gastrokonzept



Die Familie Breuer und Ivo Adam wurden für ihr Konzept «Seven» mit dem Award für innovative, neue Gastronomiekonzepte der Leaders Club Deutschland AG ausgezeichnet. Bei der Preisverleihung am 23. Oktober in Frankfurt am Main wurden sechs Restaurantkonzepte vorgestellt. Über die Sieger entschied das Publikum aus Gastronomen und Industriepartnern in geheimer Abstimmung. Die Gewinner sind für die internationalen Foodservice Awards am 5. Februar 2010 in Stuttgart nominiert. rom

[www.seven-ascona.ch](http://www.seven-ascona.ch)

# Igeho

21.–25. November 2009 | Basel | [www.igeho.ch](http://www.igeho.ch)  
Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum

Powered by



Offizielle Medienpartner Igeho



HIER SETZT MAN HOTELTRENDS!

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

Neu:  
Filmprojekt  
«Kleines Hotel,  
grosses  
Design»



# Der faire Unterschied

## Die Leinenweberei Schwob AG lanciert eine Bio-Bett- und Tischwäschelinie mit dem Fairtrade-Gütesiegel Max Havelaar

In einem strengen Zertifizierungsverfahren qualifizierte sich die Schwob AG erfolgreich für das Fairtrade-Gütesiegel Max Havelaar. Die Baumwolle, aus der die neue Linie gefertigt wird, kommt aus kontrolliert biologischem Anbau (kBA) und entspricht anerkannten Fairtrade-Kriterien.

Vieles hat sich im Laufe der über 130-jährigen Geschichte der Schwob AG verändert. So auch die Wertvorstellungen der Konsumenten, die beim Einkauf vermehrt auf eine ökologische Herstellungsweise und sozial verträgliche Produktionsbedingungen achten. Dies hat nicht nur auf die Wahl von Produkten, wie z.B. Lebensmittel oder Kleidung, einen Einfluss, sondern auch auf Konsumbereiche, bei denen der Kunde nur indirekt Einfluss hat. Die in einem Hotel verwendete Wäsche ist nur ein Beispiel für einen solchen Bereich. Längst sind nicht nur Qualität oder Preis allein die ausschlaggebenden Kriterien für den Hotelier, ein bestimmtes Hotelwäschesortiment auszuwählen. Immer mehr Hotels lassen sich bei ihren Einkaufsentscheidungen auch von den Ansprüchen der Konsumenten an die Umweltfreundlichkeit und die soziale Verträglichkeit von Waren und Dienstleistungen leiten. Schwob

hat sich dazu entschlossen, diese Erkenntnisse in die Produktplanung miteinzubeziehen, und bietet neu eine biologische Hotelwäschelinie mit dem Fairtrade-Gütesiegel Max Havelaar an.

### Lokale Projekte fördern

Das Fairtrade-Label Max Havelaar, in der Öffentlichkeit vor allem bekannt als Gütesiegel für fair gehandelte Lebensmittel wie z.B. Bananen oder Kaffee, hat das Label für Textilien Ende 2005 lanciert. Fairer Handel bedeutet, dass Kleinbauern in Indien für ihre Baumwolle einen stabilen Preis erhalten. Zudem können sie mit der Fairtrade-Prämie eigene, lokale Projekte wie z.B. Schulhäuser, Trinkwasserversorgung usw. umsetzen und damit ihr Leben verbessern. Die Verarbeitungskette der Baumwolle ist transparent und entspricht anerkannten sozialen Kriterien.

### Strenge Zertifizierungskriterien

Im Laufe des Zertifizierungsprozesses wurde die Firma Schwob einer eingehenden Prüfung durch die Auditoren der Fairtrade-Organisation unterzogen. So wurden Personalakten gesichtet, Stichproben zur Aufdeckung eventueller Lohndiskriminierungen erhoben, Überstundenpläne unter die Lupe genommen oder Rahmenbedingungen, wie z.B. das Vorhandensein von Fenstern am Arbeitsplatz, kontrolliert. Kleinbauernorganisationen im Süden werden ebenfalls durch die unabhängige Zertifizierungsorganisation FLO-CERT zertifiziert und regelmässig kontrolliert.



Fair handeln, ökologisch produzieren – so sieht Verantwortung aus



Fair produziert: Tisch- und Bettwäsche der Schwob AG

### Gewohnte Qualität und grenzenlose Designfreiheit

Die Bio-Bett- und Tischwäsche der Schwob AG, die nach Fairtrade-Kriterien ausgezeichnet ist, wird in Burgdorf in gewohnter Qualität und Ausarbeitung gefertigt. Das Sortiment umfasst gegenwärtig Bett- und Kissenbezüge sowie Tischwäsche. Dank der modernen Jacquardtechnologie sind den Wünschen der Designer kaum Grenzen gesetzt. Die gewünschten Motive werden durch die Schwob-eigene Designabteilung für das Einweben in die individuell gestaltete und produzierte Bett- und Tischwäsche bearbeitet.

### Lancierung an der IGEHO 2009

Vorgestellt wird das neue Sortiment mit dem Fairtrade-Gütesiegel Max Havelaar an der kommenden Branchenmesse IGEHO (21.–25. November 2009) in Basel. Die Schwob AG lädt alle Kunden und Interessenten herzlich ein, sich vor Ort ein Bild von den neuen Produkten und der Partnerschaft mit Max Havelaar zu machen. Am Stand erfahren die Besucher zudem spannende Details über den innovativen und hochmodernen Textilherstellungsprozess der Produktionsstätte in Burgdorf, welche die letzte original erhaltene Leinenweberei der Schweiz ist.

### Max Havelaar – eine Schweizer Erfolgsgeschichte

Die Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) wurde 1992 von den sechs grossen Schweizer Hilfswerken Brot für alle, Caritas, Fastenopfer, HEKS, Helvetas und Swissaid gegründet. Sie fördert den Konsum von Produkten aus benachteiligten Regionen, die fair gehandelt sowie nach strengen sozialen und ökologischen Kriterien produziert werden.

Kaffee war 1992 das erste Produkt mit dem Max Havelaar-Label. Der Kaffeeweltpreis war in den vorangegangenen Jahren drastisch gesunken, was Kleinbauern in den Produktionsländern in die Armut getrieben hatte. Um dieser Entwicklung etwas entgegenzusetzen, wurde das Max Havelaar-Label ins Leben gerufen.

Mittlerweile befinden sich weltweit über 10000 fair gehandelte Produkte im Handel: Kaffeemischungen, Bananen, Blumen und Pflanzen, etliche Fruchtsäfte, mehr als 15 Honigsorten, eine Vielzahl von Schokolade-/Kakaoprodukten, Ananas, Reis, Tee, Zucker, Trockenfrüchte, Avocados und Mangos. Textilien und andere Baumwollprodukte wurden erstmals 2005 zertifiziert.



Neben sozialen Kriterien erfüllt die Fairtrade-zertifizierte Baumwolle auch alle ökologischen Anforderungen. Bei der Herstellung der Stoffe werden weder Kunstdünger, Pestizide noch Entlaubungsmittel eingesetzt. Auch umweltschädliche Hilfs- und Zusatzmittel oder Verfahren kommen bei der Produktion nicht zum Einsatz. Eine zertifizierte Spinnerei importiert die Baumwolle von der Chetna Organic Farmers Association, die beste Qualität aus fairem Anbau herstellt. So entsteht ein Garn, das eine erfreuliche Sozial- und Ökobilanz aufweist und der Firma Schwob als Ausgangs-

material für das neue, nachhaltige Produktsortiment dient.

### Fairtrade im Aufwind

Weltweit befindet sich der Stoff mit dem guten Gewissen auf dem Siegeszug. Das Interesse an fair gehandelten Textilien ist seit dem Start Monat für Monat kontinuierlich angestiegen. Über 600 Tonnen nach Fairtrade-Kriterien hergestellte Rohbaumwolle wurden 2008 allein in die Schweiz exportiert. Wichtigstes Produktionsland von Fairtrade-Baumwolle ist Indien, wobei u.a. auch Mali und Burkina Faso Fairtrade-Baumwolle produzieren. Laut Max Havelaar

hat in den letzten zwei Jahren die Anzahl der zertifizierten Bauernorganisationen in benachteiligten Regionen des Südens stark zugenommen, sodass heute ein grosses Fairtrade-Volumen zur Verfügung steht. Mittlerweile hat die Auswahl an Produkten mit dem Fairtrade-Gütesiegel Max Havelaar rekordverdächtige Dimensionen angenommen: Von Kaffee, Kakao, Fruchtsaft, Textilien, Bananen, Blumen, über Erdnüsse, Avocados, Zucker, Tee bis zu Sportbällen aus Pakistan sind dem fairen Handel fast keine Grenzen gesetzt.

### Schwob AG Textiles of Switzerland

#### Textilherstellung und -pflege

Die Hightech-Leinenweberei stellt seit über 133 Jahren exklusive Stoffe für Hotellerie und Gastronomie her und gilt als eine der modernsten Jacquardwebereien Europas. In der hauseigenen Designabteilung gestalten Profis Designs und Logoeinwebungen für Kunden. Mit drei eigenen Wäschereien bietet Schwob AG zudem die komplette Textilpflege in eigener Kompetenz an.

#### Erstklassiges Sortiment

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

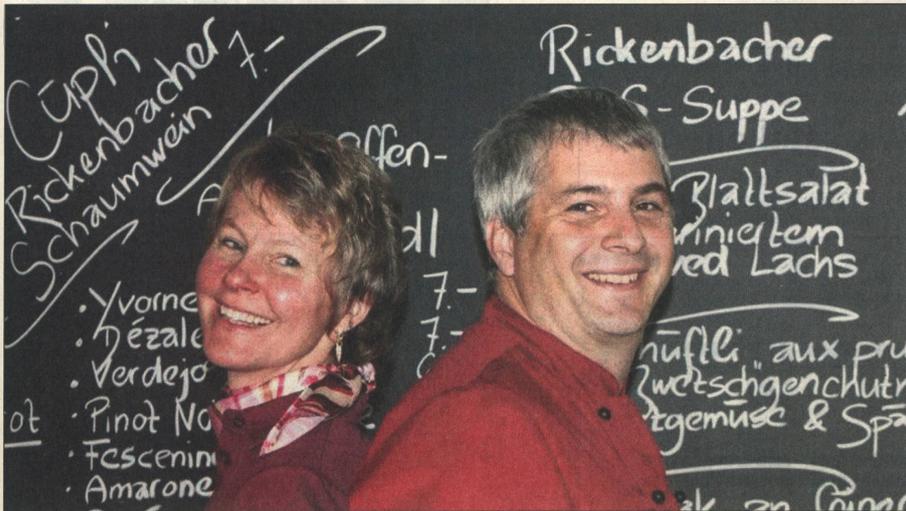
Auswahl. Schlafkomfort der Extraklasse bereitet die Bettwäsche aus Baumwolljamast. Alles ist auf Wunsch mit eingewebtem Schriftzug beziehungsweise Logo des Hotels erhältlich.

#### Feines aus dem Herzen der Schweiz

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

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





Er steht in der Küche, sie an der Front. Es könnte aber gut auch umgekehrt sein: Sabine Krapf und Peter Fullin.

## Viel riskiert, noch mehr gewonnen

**Das besondere Paar**  
Beide sind aus ihren alten Leben ausgebrochen und haben zusammen ein neues begonnen: Peter Fullin und Sabine Krapf von der «Alten Mühle» Rickenbach.

FRANZISKA EGLI

Eigentlich, sagen beide bescheiden, eigentlich sei ihre Geschichte eine wie jede andere auch. Das ist natürlich ziemlich untertrieben, denn die Geschichte von Peter Fullin und Sabine Krapf ist bei weitem nicht ganz alltäglich, aber

irgendwie passt das zu ihnen. Beginnen wir aber die Geschichte von vorn: Sabine Krapf – aufgewachsen in einer Akademikerfamilie mit zehn Kindern – hatte bereits, als es um die Ausbildung ging, eigene Ideen: «Ich war das schwarze Schaf», gesteht sie und lacht: Sie lernte Koch. «Ich wollte einfach nicht aufs Gymnasium», begründet sie ihren Entscheid, und so machte sie in den 80er-Jahren eine Schnupperlehre im Spital Uster – und blieb gleich dort für die Lehre. Die absolut richtige Entscheidung, findet die heute 38-jährige Zürcherin und berichtet, wie sie kurz darauf in den Service wechselte, in die Saison nach Arosa ging, nach Italien der Sprache wegen, bis sie schliesslich im Restaurant Waldmannsberg in Dübendorf hängen blieb, einem Ausflugsrestaurant, das von älteren Semestern liebevoll «Dübelstein» genannt wird. Hier war ihr wohl, hier blieb

sie neun Jahre lang, bis 2007. Bis ihr Peter Fullin, mit dem sie damals gerade mal zwei Jahre liiert war, quasi einen eigenen Betrieb auf dem Silbertablett servierte. «Das», betont sie, «das musste ich mir gut überlegen. Kann ich das? Traue ich mir das zu?»

**Er wollte sich sein Essen immer selber zubereiten können**

Peter Fullin lacht, als er das hört, und sagt, er habe sie nicht gedrängt. «Das wäre nicht gut gekommen.» Aber er war sich ziemlich sicher, dass sie mitmachen würde, auch wenn noch nicht einmal klar war, wohin es sie gemeinsam verschlagen wird. Klar war einzig: Es musste etwas gehen. Sie sagt rückblickend: «Die Zeit war reif.»

Der heute 48-jährige Fullin wusste bereits ab der vierten Klasse, was er werden wollte: Koch. «Was auch passiert im Leben», lautete schon früh seine Devise, «ich

will mir mein Essen immer selber zubereiten können.» Und so richtete er sein Leben ganz darauf aus, rührte in der Schule keinen Finger mehr als nötig und hatte schon bald eine Lehrstelle im Sack, im Bahnhofbuffet Winterthur, wo damals noch eigene Pâtisseries und Metzger beschäftigt wurden. «Eine solide Sache», erinnert er sich gerne.

Es folgten Fullins Wanderjahre als Koch – vom «Quellenhof» Bad Ragaz bis in den «Hirschen» Erlinsbach – es folgte die Hotelfachschule Belvoirpark und das Kunsthaus Zürich, es folgte ein Jahr USA zusammen mit seiner damaligen Frau, es folgte eine gemeinsame Tochter, bis er sich im Restaurant Geeren oberhalb Dübendorf, einer heute noch legendären Hörnli-Rösti-Beiz, als Geschäftsführer niederliess, für ganze 16 Jahre. Und da die Besitzerin im «Geeren» wie auch in der «Waldmannsberg», die-

selben waren, lernten Fullin und Krapf sich kennen, gestehen sie, die damals beide noch anderweitig liiert waren. Sie hätten sich halt prima verstanden, sucht er nach Erklärungen, hätten dieselben Arbeitszeiten gehabt, hätten die Freizeit miteinander verbracht... kurz: Sie haben sich verliebt.

**Sie möchte im Moment mit gar niemandem tauschen**

Sollte das nun alles etwas locker und salopp daherkommen: Es war es nicht. «Es waren sehr schwierige Entscheidungen, die da anstanden», sagt Sabine Krapf, die nicht zu viele Worte darüber verlieren möchte, aber das Jahr 2007 mit einem kleinen Erdbeben vergleicht. Zudem haben sie ja nicht nur privat neue Weichen gestellt, Veränderungen standen auch beruflich an. Irgendwann, nach einer gewissen Zeit, würde man bequem, sinniert sie. «Wenn noch etwas ändern, dann jetzt», fühlte auch er den Zahn der Zeit, zumal der Geschäftsführer davon träumte, sich wieder vermehrt seiner Leidenschaft, dem Kochen, hingeben zu können.

Seine Bedingung: sein eigener Chef und Koch zu sein. Seine Hoffnung: dass sie, Sabine Krapf, mit von der Partie sein würde. Sie war es. Als «Chance mit Risiko» bezeichnet sie heute diese Entscheidung und hat nicht bereut. Genau zwei Betriebe hätten sie sich angeschaut – ihr war eigentlich egal wo, ihm war wichtig, dass es in der Umgebung von Winterthur war, wosieine Tochter wohnt. Gelandet sind sie in Rickenbach, im Restaurant Alte Mühle. «Am 7. Januar 2008 übernommen, am 10. Januar 2008 eröffnet», ruft sie und er lacht.

Und nun, nun kehrt langsam Ruhe ein in ihr Leben. Ganz bewusst halten sie ihre «Alte Mühle» klein und als reines Speiserestaurant, so dass sie es zur Not auch ganz alleine führen könnten. Wie gewünscht steht er wieder am Herd und widmet sich mit Herzblut seiner «Gourmetküche ohne Firlanz», sie kümmert sich derweil um die rund vierzig Gäste, welche die «Stube» fasst. «Aber wir können spielend auch die Posten wechseln», schwärmen beide. Bis Ende Jahr ist seine mittlerweile 19-jährige Tochter bei ihnen am Ausshelfen. Er genießt das alles sehr, gesteht Peter Fullin. Und Sabine Krapf, die sich einen Abend in der Woche fürs Cellospielen rausnimmt, sagt, wenn sie sich so umblücke, möchte sie mit gar niemandem tauschen.

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

## Mérat beliefert bald auch von Basel aus

Der Gastrozulieferer Mérat baut weiter aus: Nach Bern, Vucherens und Zürich wird das Traditionsunternehmen auch in Basel eine Niederlassung eröffnen. Ab dem 1. November 2009 beliefert Mérat seine Kunden in der Region täglich frisch von Allschwil aus. Der neue Betrieb mit eigener Metzgerei und einem Verkaufsbüro wird auf dem Firmengelände der Josef Pfaff AG eingerichtet. Die Josef Pfaff AG übernimmt für Mérat die Auslieferung der Produkte. rom

www.merat.ch

## Confiseur mit Designpreis ausgezeichnet



Anfang 2008 realisierte die Confiseur Läderach AG einen Relaunch ihrer Pralines- und Truffes-Verpackungen. Das Konzept überzeugt: Der Glarner Chocolatier durfte anlässlich des Swiss-Star-Wettbewerbs 2009 den Sonderpreis für Design für seine Verpackungslinie entgegennehmen. Der Confiseur setzte sich gegen 46 Konkurrenten durch. Den Ausschlag für die Jury gab die unaufdringliche, aber anziehende ästhetische Gestaltung. rom

## Alumni-Treffen der «Lausanner» am Bodensee

Vom 6. bis 8. November 2009 treffen sich ehemalige Studierende der Hotelfachschule Lausanne EHL am Bodensee. Der EHL-Alumni-Treff im Steigenberger Inselhotel in Konstanz bietet jedes Jahr einen kulturellen und einen fachlichen Part. Wer Zeit hat, reist bereits am Freitag an und kann mit seinen Kollegen dieses Jahr die Insel Reichenau, ein Unesco-Weltkulturerbe, erleben. Neben einer Führung durch die romanischen Kirchen steht auch eine Weinprobe auf dem Programm. Der ehemalige Tourismusdirektor der Stadt Luzern, Kurt H. Ily, bestreitet dann mit zwei Referaten den ganzen Vormittag des samstäglichen Kongresstages. Am Nachmittag hat unter anderem Pierre Botton von Swissotel das Wort und erläutert seine Personalstrategien. Abschluss der Tagung: ein Galadinner. gsg

www.gastro-train.de

## «Ertrunkener Oktopus» im Topf



**Arne's**

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

Pünklich und gut gelaunt stand Mario mit seiner Mietlimousine in der Einfahrt vor dem Albergo Villa Napoleone in San Martino auf der Mittelmeersinsel Elba. Er hatte den Gastrum schön parfümiert und angenehm heruntergekühlt. Elegant und weit öffnete uns Mario die hintere Tür seiner liebevoll gepflegten Karosse. Kaum losgefahren, berichtete er uns ganz aufgeregt, dass sein Amico, der Patrone des Ristorante «Il Cacciatore» in Portoferraio, heute Abend sein Leibgericht zum Besten geben wird. Auf meine Frage, was denn das sei, überzog sich Marios Gesichtsausdruck, den ich im Rückspiegel ausmachen konnte, mit einer wortlosen spitzbübischen Grimasse. Alles weitere Nachfragen verhalf nicht zu einer aufschlussreicheren Information. Am Ort des Geschehens begleitete uns der Chauffeur in die altherwürdigen Gemäuer des Ristorante im antiken Hafensiedlungs von Portoferraio, um uns dem Patrone vorzustellen. Mit einem randvollen Glas Insulwein in der einen Hand und in der anderen einem Teller mit raffiniert zubereiteten Köstlichkeiten von pikanten und knusprig frittierten Tentakeln der kleinen Polpetti, wurden wir in die für uns neue, Welt des Oktopus – oder wie ihn die Insulaner nennen, des Polipo, hautnah und eindrücklich eingeweiht. Ein in frisch geernteten Seetang gepacktes, fangfri-

sches Prachtexemplar von einem riesigen achtarmigen, wunderschönen Oktopus, präsentierte voller Stolz der junge Fischer Agostino. Auch wenn der Intenfisch äusserlich keine Ähnlichkeit hat, zoologisch ist er mit den Muscheln und Schnecken verwandt.

Die Polipi sind in der Regel sehr scheu, jedoch neugierig und erweisen sich in Versuchen als sehr lernfähig. Sie finden Wege aus komplexen Labyrinth. Sie können verschlossene Gläser mit Drehverschlüssen problemlos öffnen und gar Flaschen entkorken, um an die Beute zu gelangen.

Gerne versteckt der Oktopus seinen weichen Hinterleib in einer Felsspalte und langt mit den acht kräftigen Fangarmen ins umgebende Wasser, um Krabben, Schnecken und Muscheln, ja sogar andere Kraken zu fangen.

In der Zwischenzeit, während wir in Gedanken immer noch bei diesem hoch entwickelten Meeresbewohner weilten, trug der Patrone seine währschafte Leibspeise, in altentümlich anmu-

tenden Tontöpfen, auf. Beim Abheben der reichverzierten Tondeckel der offenen Töpfe füllte sich der ganze Raum in eine aromatische Duftwolke. Der neugierige Blick in den antiken Tontopf liess es erahnen, der «ertrunkenen Oktopus» oder wie ihn die Insulaner nennen «Polipo affogato», der über Stunden langsam und geduldig geschmort wurde, lag in daumengross Fangarmestücke geschnitten, wunderbar und zugleich verblüffend zart, in einer herrlichen, perfekt abgeschmeckten Saucekombination von Weisswein, Tomaten, Olivenöl, Knoblauch, Petersilie, Peperoncini und Kartoffeln. Stolz schritt der Patrone von Tisch zu Tisch, um nach dem Rechten zu schauen, dass auch herzhaft zugriffen werden konnte, und freute sich sichtlich über die gelungene «festa della italianità».



## Korrigendum

**Hotel Budersand mit seiner lichten Architektur**



In der htr hotel revue vom 22. Oktober wurde das **5-Sterne-Superior-Hotel Budersand** in Hörnum im Süden der Insel Sylt vorgestellt. Leider wurden aber statt dem Hotel Bilder des unweit gelegenen Restaurants Strönhof gezeigt. Beides wird von der Südkap GmbH und Co KG betrieben. Im Gegensatz zum Restaurant Strönhof, ein dunklerer Backsteinbau, präsentiert sich das Luxushotel Budersand in lichthem Weiss mit silbernen Holzflächen. Von zahlreichen Aussenterrassen geniesst der Gast einen weiten Blick auf Meer und Dünen. gsg

## 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 Betriebs-  
ergebnis mittels Marketingmass-  
nahmen mit neuen Angeboten  
und Erschliessung neuer Märkte
- Organisation von Betriebsüber-  
gaben und Nachfolgeregelungen
- Vermittlung bei Rechtsstreitig-  
keiten zwischen den Parteien
- Projektentwicklung / Projektopti-  
mierung zur Verbesserung der  
Wirtschaftlichkeit und Finanzie-  
rungskonzepte
- Rekrutierung von Direktionen,  
Geschäftsführungen, Kader, An-  
schluss 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

### Nahe SPLÜGEN (GR)

zu verkaufen

#### HOTEL - RESTAURANT

Restaurant mit 35 Sitzplätzen, Saal mit 60 Sitzplätzen,  
Terrasse mit 20 Sitzplätzen, 10 Gästezimmer alle mit DU/  
WC, 5 Zimmer-Wirtwohnung, grosser Parkplatz, die  
Liegenschaft befindet sich in gepflegtem Zustand,  
Landfläche 2'000 m<sup>2</sup>, EV MIT TANKSTELLE

CHF 1.3 Mio



Rufen Sie uns einfach an.

\*081 284 00 24

GERMANO DE GANI IMMOBILIEN CHUR

4401-2363

Ihr erster Schritt in die Selbständigkeit?

An Gastgeberpaar zu vermieten

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

Kontaktadresse  
R. Schuler, Ratskellergasse 2, 6430 Schwyz  
robert.schuler@schwyz.ws

4529-2438

### Berner Oberland – Zum Ertragswert Renditeobjekt mit grossem Potenzial!

Zu verkaufen an bester geschäftlicher Lage, ein gut  
eingeführtes

#### \*\*\*-Business- und Ferienhotel

Der Ganzjahresbetrieb umfasst:  
– 55 Hotelzimmer mit D/Bad/WC mit 110 Betten  
– Restauration mit 80 bis 100 Plätzen  
– Bar mit 20 Plätzen  
– Multifunktionaler Seminarraum mit ca. 40 Plätzen  
– Terrasse mit ca. 100 Plätzen  
– Grosser eigener Parkplatz

Kleine Parkanlage mit Spielplatz mit 2836 m<sup>2</sup> Land.  
Eine Aufstockung von zwei Etagen mit ca. 38 neuen  
Zimmern ist möglich. Umsatzgrösse ca. CHF 3 Mio.,  
davon je 50% Hotel und Restauration. Familien-AG.

**Verkaufsrichtpreis: CHF 3,95 Mio.**

Gebäudeversicherungswert: CHF 7,55 Mio.  
ohne Land.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Jürg Zumkehr, Verkauf von Hotels und Restaurants,  
3800 Interlaken, Natel 079 656 56 88

[www.zumkehr.ch](http://www.zumkehr.ch); [juerg.zumkehr@quicknet.ch](mailto:juerg.zumkehr@quicknet.ch)

4518-2431

Sie möchten Ihr kleines **Hotel** einer verantwortungsvollen, herzlichen  
und pflichtbewussten Person anvertrauen? Als geborene Gastgeberin  
möchte ich mir meinen Lebensraum erfüllen und suche

### gepflegten Kleinbetrieb in Miete oder Pacht

langfristig.

Dabei denke ich an ein sonnig gelegenes kleines Hotel oder an eine  
beschauliche Pension in einem touristisch gut erschlossenen Gebiet.  
Mit Know-how, seriöser Arbeit und Enthusiasmus will ich mich der  
neuen Aufgabe voll und ganz widmen und freue mich schon jetzt,  
meine künftigen Gäste als herzliche Gastgeberin willkommen heissen  
und verwöhnen zu dürfen.

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Offerte unter Chiffre 4490-2411 an htr  
hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Ich freue mich darauf! – Diskretion zugesichert.

4490-2411

## Gastroconsult

FIDUCIAIRE POUR L'HOTELLERIE ET LA RESTAURATION

A remettre début 2010 à Genève

### HÔTEL GARNI 2\*

- emplacement central et attractif
- 32 chambres
- 2 salles pour les petits déjeuners
- bail commercial 10 ans
- capitaux propres nécessaires pour la reprise  
du fonds de commerce: Fr. 300 000.–
- excellente rentabilité

Renseignements et dossier sur demande  
R. Susset ou J.-C. Antille 021 721 08 08

#### GASTROCONSULT SA

Général-Guisan 42, 1009 Pully  
remisusset@gastroconsult.ch

4409-2370

# Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, [insetate@htr.ch](mailto:insetate@htr.ch)

**htr** hotel revue

# cahier français

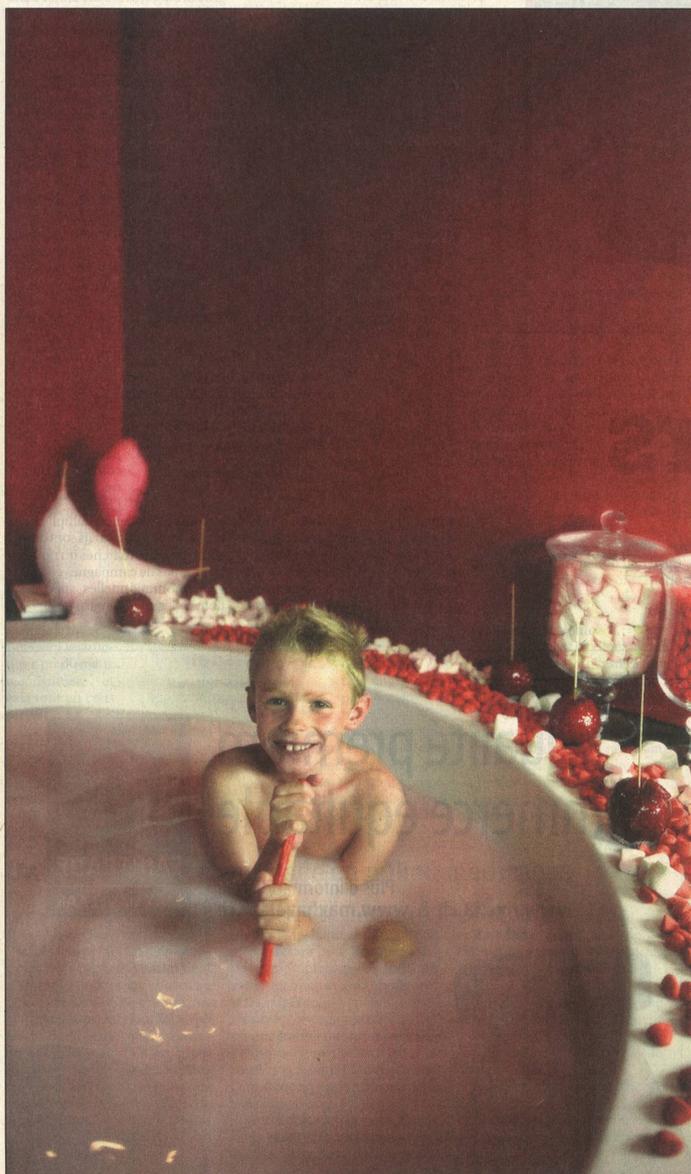
htr hotelrevue No 44 / 29 octobre 2009



**Cuisine moléculaire**  
DSR lance un nouveau concept pour redonner l'appétit aux personnes âgées.  
Page 21



**Gala des vins suisses**  
Le palmarès se révèle très panaché. Les Valaisans perdent des plumes.  
Page 23



Le spa genevois After The Rain prévoit des bains de fraise pour les enfants, avec sucreries en prime.

## Le kids spa, un écran de vapeur?

**A**vec son offre de traitements réservés aux enfants, le spa genevois After The Rain met sur le marché une formule certes novatrice, mais qui est loin d'être révolutionnaire. De nombreux centres proposent depuis belle lurette des massages pour les petits. Mais à la différence d'After The Rain, qui vend un véritable produit spa pour enfants, la plupart des établissements wellness commercialisent cette offre comme un complément à leur palette de services.

Au-delà de l'aspect économique, force est de constater que le spa pour enfants n'est pas entré dans les mœurs. En témoignent les réserves, voire les critiques de la branche. A Genève, Le Sérail de Jade, spécialisé dans le rituel du hammam, ne prévoit pas d'offres spécifiques

### After The Rain Le spa vient de lancer son concept

L'After The Rain, fondé en 2002, a inauguré hier son concept de spa exclusivement réservé aux enfants. Un mercredi après-midi par mois, de 14 h à 18 h, le centre de wellness genevois deviendra la chasse-gardée des jeunes de 7 à 17 ans. Au menu: massages du dos et des jambes, gommages et masques à base de plantes alpines et de céréales, bains de chocolat avec, en prime, des sucreries telles que chamallows et fraises Tagada. «After The Rain a souvent innové sur le marché du wellness. Avec ce concept de spa pour enfants, nous voulons initier les petits au monde du bien-être tout en apportant une dimension ludique», explique Aurélie Grosiron, la responsable de la communication. eda

**Le concept de spa pour enfants, lancé par le centre After The Rain, n'est pas réellement nouveau. Et il ne fait pas l'unanimité. Tour d'horizon.**

EUGENIO D'ALESSIO

pour les enfants. Toutefois, cet établissement organise, sur demande, des séances de bain de vapeur entre les mères et leurs petites filles. «Les mamans doivent au préalable signer une décharge», avertit la responsable, Ilanit Derrida. Le concept lancé par After The Rain la laisse de marbre: «A chaque âge doit correspondre un type d'activités. Or, le spa ne paraît pas être une occupation adaptée aux petits. Et j'ai de la peine à imaginer qu'une gamine de 7 ans puisse être stressée...»

Aux Bains de la Gruyère, à Charmey (FR), les soins corporels pour têtes blondes ne figurent pas, là aussi, sur la carte wellness. «Si, toutefois, des parents insistent pour faire masser leurs enfants, nous exigeons leur présence pendant toute la durée de la séance», explique le directeur, Gérard André. Les Bains de la Gruyère n'en ont pas moins développé une offre étoffée pour les enfants de 4 à 15 ans. Une piscine dans laquelle ils peuvent, entre autres, s'initier à l'apprentissage de la relaxation leur est réservée.

Le spa Puresens, niché au cœur de l'Hôtel des Trois Couronnes, à Vevey, reste également très loin de la

philosophie d'After The Rain. Il ne songe d'ailleurs pas à mettre sur pied des projets spécifiques pour les petits. Même plus, la directrice de ce cinq-étoiles, Charlotte Renaud, se montre sceptique: «En dessous de 12 ans, il n'y a pas lieu de prodiguer des traitements. Les massages pour enfants répondent, à mes yeux, à une logique de marketing.»

Un spa gigantesque (2100 mètres carrés) comme celui du Lausanne Palace mise, lui, sur une offre estampillée médecine traditionnelle indienne: «Depuis fin 2008, notre carte des soins comprend des massages ayurvédiques de 25 minutes destinés aux bébés et aux enfants

jusqu'à 14 ans. Ces produits marchent bien», confie Delphine Hammel, l'assistante de la directrice du spa.

Dans la même veine, les thermes du Burgerbad, à Loèche-les-Bains (VS), prévoient des massages pour les nourrissons et les mères: «Cette offre attire au plus une quinzaine de personnes par année», précise Karin Fernandes Mateus, une des responsables du centre de bien-être. Mais l'originalité du Burgerbad réside dans son orientation thérapeutique: «Nous pratiquons la kinésiologie pour enfants ainsi que l'ostéopathie crânienne, qui permet de soulager les symptômes de coliques affectant les nouveau-nés.»

L'Hôtel Steigenberger, à Gstaad-Saanen, a quant à lui fait œuvre de pionnier en installant, en octobre 2008, un espace sauna de 150 mètres carrés chauffés à 40 degrés à l'intention des enfants des 12 ans accompagnés de leurs parents.

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

## La carte Free Access fait fureur en terre vaudoise

Lancée il y a quatre ans à Villars, puis reprise il y a deux ans aux Diablerets, la carte Free Access, qui offre entre autres la gratuité des transports publics, connaît un succès grandissant.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Accéder aux prestations de 25 partenaires (transporteurs, remontées mécaniques, centres de sport, golf, tennis) à Villars-Gryon et d'une dizaine d'autres du côté des Diablerets pour 10 francs par jour, 55 francs pour la saison estivale, c'est ce que permet la carte Villars-Gryon-Diablerets Free Access.

Et le succès ne se dément pas. La carte était valable jusqu'au 25 octobre dernier. Serge Beslin, directeur de Villars Tourisme, ne peut donc pas encore communiquer de

chiffres précis. Seule certitude: les résultats intermédiaires mensuels sont en augmentation régulière. Mais, surtout, pour la première fois cette année, de nombreux propriétaires ont adhéré au système. «Cela veut dire qu'ils viennent ou qu'ils reviennent en station et que ce phénomène profite à tous les opérateurs économiques», souligne-t-il.

Et d'évoquer cet exemple: «Pour la première fois, nous avons lancé cette année une offre hebdomadaire de découverte culturelle du

village d'Ollon, suivie d'une dégustation, avec la collaboration du réseau d'accompagnateurs de montagne. Or, cette offre fait régulièrement le plein.» Seul bémol: le nombre d'entrées à la piscine est resté stable en 2009.

S'agissant des prestataires (ce sont eux qui financent l'opération pour l'essentiel), on ne boude pas son plaisir non plus, notamment du côté des transports publics. Même constat aux Diablerets, qui ont rejoint l'opération il y a deux ans. «Les



La carte Free Access fait le bonheur du tourisme à Villars.

chiffres sont en hausse de 10%», constate Eric Liechti, directeur de Diablerets Tourisme, «mais comme l'an dernier nous en étions à la première expérience, il est difficile de tirer des enseignements défini-

tifs. Il faudra attendre la prochaine saison pour une phase de consolidation.» Seule certitude, pour lui aussi, ce sont tous les partenaires qui en profitent: «C'est avéré. Grâce à la carte, nous savons que les hôtes utilisent les infrastructures, et c'est tout bénéfique pour les restaurants et les buvettes d'alpage, même si les commerces en station en profitent eux aussi.»

Lancée sur un modèle inauguré par Arosa il y a 7 ans, la carte Villars-Gryon-Diablerets Free Access était cette année valable depuis le 30 mai. Elle ne l'est pas en hiver. Mais le relais est pris par les abonnements des remontées mécaniques, qui permettent l'accès aux transports publics. Pour la saison d'hiver, les trois stations participent à l'opération Free For Kids (gratuité jusqu'à 9 ans) sous l'égide de l'Office du tourisme du canton de Vaud.



Les inscrits au Réseau Suisse reçoivent ce kit contenant divers articles de promotion de la Suisse touristique.

# Avec le concours de la 5e Suisse

**Les Suisses de l'étranger sont d'excellents ambassadeurs de notre pays. Raison pour laquelle le projet «Réseau Suisse» fait appel à eux.**

MIROSLAW HALABA

Il s'agit, pour l'heure, un millier environ à être inscrits au projet «Réseau Suisse», mais l'objectif est d'en gagner quatre mille d'ici fin 2010. Découlant d'un partenariat signé à fin 2008 entre Suisse Tourisme et l'Organisation des Suisses de l'étranger (OSA), ce projet vise à faire de nos compatriotes expatriés des «ambassadeurs» touristiques. «Nous sommes ravis de cet accord, lorsque l'on sait que 700 000 Suisses vivent à l'étranger et qu'ils ont une passion pour leur pays», dit Federico Sommaruga, coordinateur chez Suisse Tourisme du projet «Réseau Suisse».

Le projet repose sur l'idée que les participants propagent – sur une base volontaire, bien sûr – l'image de la Suisse touristique dans leur environnement privé et professionnel. Qu'ils incitent leurs voisins ou leurs entreprises à faire une visite en Suisse.

Pour les aider, Suisse Tourisme a conçu un kit promotionnel, soit un coffret (voir l'illustration, ci-contre) contenant des affiches, des brochures, des autocollants, des photos, un DVD, un CD. Le tout est disponible en cinq versions linguistiques.

Ils ont aussi accès à l'information touristique par les biais des sites internet des deux partenaires et de leurs lettres d'informations. Dans le même esprit, quatre publi-reportages ont été diffusés cette année dans le magazine de l'OSA, la «Revue Suisse». «Et nous ferons de même en 2010», précise Federico Sommaruga.

Grâce à ce partenariat, qui, soit dit en passant, a mis une bonne douzaine d'années à se concrétiser, Suisse Tourisme peut apporter son soutien à l'organisation du congrès de l'OSA, dont l'édition 2009 s'est tenue à Lucerne. Un congrès où Suisse Tourisme tient, d'ailleurs, régulièrement un stand depuis une dizaine d'années.



**«Les Suisses qui vivent à l'étranger ont une passion pour leur pays.»**

Federico Sommaruga  
Coordinateur du projet

comme la Bulgarie, l'Égypte ou l'Égypte. «Ce sont eux qui auront l'effet multiplicateur le plus important, car ils sont domiciliés dans des marchés où nous ne faisons pas de campagnes et d'activités promotionnelles spéciales», note Federico Sommaruga.

ANNONCE

## Qualité premium du commerce équitable

Plus d'informations sur [www.rivella.ch](http://www.rivella.ch) & [www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)

# Antidote à l'inappétence

**L'inappétence est un mal qui touche souvent les EMS. Pour y remédier, le groupe DSR lance un nouveau concept d'alimentation.**

JEAN-JACQUES ETHENOZ

J'ai plus le goût... Bien souvent, cette bribe de phrase résonne comme un leitmotiv dans les salles à manger des Etablissements médico-sociaux (EMS), voire même des cliniques. La maladie, les dérives psychologiques, la vieillesse, quand ce n'est pas plus dramatiquement les conséquences de la solitude, font qu'en vie, plaisir et appétits s'estompent avec les temps et les mauvaises habitudes.

## Destructurer pour mieux reconstituer

Pour y pallier, le groupe DSR a mis en place un programme de «structures modifiées», qu'il présentait la semaine dernière à Genève. Destructurer pour mieux reconstituer, et cela tout en conservant les saveurs et les odeurs mais en adaptant la texture de l'aliment aux possibilités de mastication, de déglutition et d'assimilation des organismes: que l'on ne cherche pas, il s'agit de cuisine moléculaire.

Elle est simplement ici dépourvue du spectacle et des paillettes habituellement associés au genre.

Point d'aériennes bulles de gorgonzola, de jus de myrtille sous forme de pièce de mikado, pas de modifications des saveurs de base. Bien au contraire, «nous avons élaboré un concept qui permet de rééduquer aux goûts de la cuisine de base», précise Marie Hélène Heusghem, responsable de la communication de DSR.

Pas de savants mariages donc, mais simplement le goût de la pâte à gâteau, du fenouil ou de la côte de veau.

## Un partenariat développé avec Gabriel Serero

C'est en partenariat avec Gabriel Serero que les techniques spécifiques ont été développées. Chef à domicile («autoproclamé»), s'amuse-t-il, cet ancien de l'Ecole hôtelière de Lausanne est aussi formateur. C'est lui qui a ainsi élaboré une méthode de formation pour les chefs de DSR en place dans les EMS.

Il précise: «Nous avons d'abord effectué un audit auprès de trois chefs d'établissement pour découvrir que leurs principales craintes étaient liées à des surcoûts et à une charge supplémentaire de travail.»

Pour arriver à un premier constat: cette crainte était principalement causée par la profusion de la documentation technique proposée, traitant de manipulation, de courbes de température, etc. A tout

cela il fallait une structure plus concrète et confronter l'utilisation de nouvelles technologies à des applications de base. «Cela sans révolutionner quoi que ce soit. La seule adaptation qui a été nécessaire a été de modifier quelque peu l'ordonnement du travail. Ainsi, par exemple, beaucoup plus adaptés à un maintien prolongé à température, les mets proposés en «texture modifiée» sont confectionnés avant les autres.

A ce jour, en collaboration avec Gabriel Serero, une dizaine de chefs, donc autant d'établissements dont les cuisines sont gérées par le groupe rollois, proposent ce nouveau genre de plats. D'autres suivront.

Et pour l'heure, les réactions se révèlent très favorables. «D'un point de vue gustatif, les personnes âgées sont ravies de pouvoir déguster à nouveau des saveurs auxquelles elles n'avaient plus accès et qui favorisent leur épanouissement, la réactivation de leur mémoire par le goût. Le personnel médical observe pour sa part une reprise de l'appétit. Des constats qui motivent également les équipes en cuisine à développer de nouvelles recettes», précise encore Marie Hélène Heusghem.

## Les investissements nécessaires sont négligeables

Quant aux investissements qu'exige la mise en place de ce nouveau concept, ils sont négligeables, ont fait savoir nos interlocuteurs: tout au plus certains chefs ont-ils consenti celui nécessaire à un mixer supplémentaire, voire à quelques moules permettant de travailler les formes pour ceux qui avaient la main la moins sûre.

**«Notre concept permet de rééduquer aux goûts de la cuisine de base.»**

Marie Hélène Heusghem  
Responsable communication à DSR

## Une méthode déjà utilisée en milieu médicalisé

Chef de cuisine de la clinique La Prairie, qui se trouve à Clarens-Montreux, Jean-Baptiste Muraro tient d'emblée à mettre les choses au point: «En la matière, c'est un peu comme Monsieur Jourdain qui faisait de la prose sans en avoir l'air». Par cette affirmation, il faut surtout entendre que les milieux médicaux utilisent depuis de nombreuses années déjà la méthode des «structures modifiées» présentée par DSR la semaine dernière.

Seule différence, comme l'explique Jean-Baptiste Muraro, ce n'est pas tant pour des questions de «réapprentissage» du goût que cette technique est appliquée, mais, par exemple, après une opération de chirurgie maxillo-faciale ou une intervention sur les voies digestives lorsque le haché, le mixé, le semi-liquide, voire l'émulsionné sont couramment utilisés.

Autre précision pour la révélation Gault/Millau de l'année 2004: dans le sillage de la nouvelle école

gastonomique espagnole, de nombreuses entreprises de la Péninsule ibérique proposent des produits dérivés, saveurs naturelles ou de synthèse, sans pour autant, à sa connaissance, que des plats déjà apprêtés soient commercialisés sur un marché qui privilégie le plus souvent la qualité.

C'est la voie choisie par le groupe rollois DSR qui, à l'image de la clinique La Prairie, travaille des produits locaux et régionaux frais.



Exemple de cuisine destructurée à base de mousses d'avocat.

# Promotion accrue en Suisse alémanique

**Les Relais & Châteaux veulent renforcer leur notoriété en Suisse. C'est la tâche qui attend Richard Guyon, nouveau directeur du groupement pour la Suisse et le Liechtenstein.**

MIROSLAW HALABA

Il l'a dit à plusieurs reprises: le marché suisse est important pour le

groupement de Relais & Châteaux. Il vient de le montrer, une fois encore, en confiant à Richard Guyon, le nouveau directeur pour la Suisse et le Liechtenstein (tr du 22 octobre), la tâche d'augmenter la notoriété des établissements helvétiques. L'effort sera cependant porté avant tout sur la Suisse alémanique où, comme l'indique Richard Guyon, le groupement est moins bien implanté qu'en Suisse romande. Divers événements, à définir, seront ainsi organisés pour atteindre ce but, notamment en relation avec le «Club 5C» - club qui

groupement de clients fidèles - et des partenaires suisses et internationaux. Pour l'aider dans son entreprise de développement du marché d'outre-Sarine, le nouveau directeur pourra compter sur les services de Julia Geffers, ancienne directrice des Relais & Châteaux Italie, qui a pris ses quartiers à Zurich. Elle partagera ces derniers avec son bureau de Paris, d'où elle assume la fonction de «Director Strategic Accounts Europe».

Les Relais & Châteaux attireront prochainement l'attention du public suisse par le biais d'une nou-

velle campagne publicitaire dont les détails seront dévoilés lors du congrès du groupement prévu du 15 au 18 novembre à Biarritz. «Je

«Notre objectif n'est pas d'avoir plus de membres, car nous mettons l'accent sur le côté qualitatif.»

La situation économique difficile n'a pas épargné les Relais & Châteaux. Globalement, toutefois, les résultats «satisfaisants» enregistrés par la centrale de réservation lors de la saison d'été «s'avèrent encourageants pour l'exercice à venir», a indiqué, au début du mois, le groupement.

Dans ce contexte, Richard Guyon a de quoi être assez serein: «Le marché suisse est un des marchés qui s'en tirent le mieux.»



**«Le marché suisse est l'un des marchés qui s'en tirent le mieux.»**  
Richard Guyon  
R&C Suisse et le Liechtenstein

Richard Guyon de rappeler, s'agissant du nombre idéal de membres:

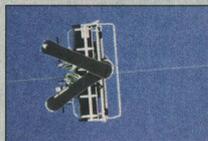
## En bref

### Suisse

#### Hotel Finance Forum: les prix en discussion

Stratégie et formation des prix en période économique difficile: tel est le thème du 6e Hotel Finance Forum qui se tiendra le 26 novembre à Zurich. Organisée par la Société suisse de crédit hôtelier et hôtellerie suisse, cette manifestation sera animée par trois intervenants expérimentés, à savoir le professeur à l'Institut pour le service public et le tourisme à Saint-Gall, Thomas Bieger, Andreas Züllig, directeur de l'Hôtel Schweizerhof à Lenzerheide et président des hôteliers grisons, et Martin Emch, CEO de Turicum Hotel Management. mh  
Inscriptions: mstamm@sg.ch

#### Sports d'hiver: un peu plus chers cet hiver



La pratique des sports d'hiver sera un peu plus coûteuse durant la saison qui s'annonce. En effet, les prix des abonnements journaliers subiront une augmentation de 1% environ. Pour Silvio Schmid, président de l'association faîtière des remontées mécaniques grisonnes, les entreprises ont réagi à la crise économique en manifestant une retenue dans leur politique des prix. A titre d'exemple, les opérateurs de Zermatt et de Grächen demanderont deux francs de plus à leurs clients, alors que ceux de Saas-Fee et des 4 Vallées augmenteront leurs prix d'un franc. ats/mh

### Genève

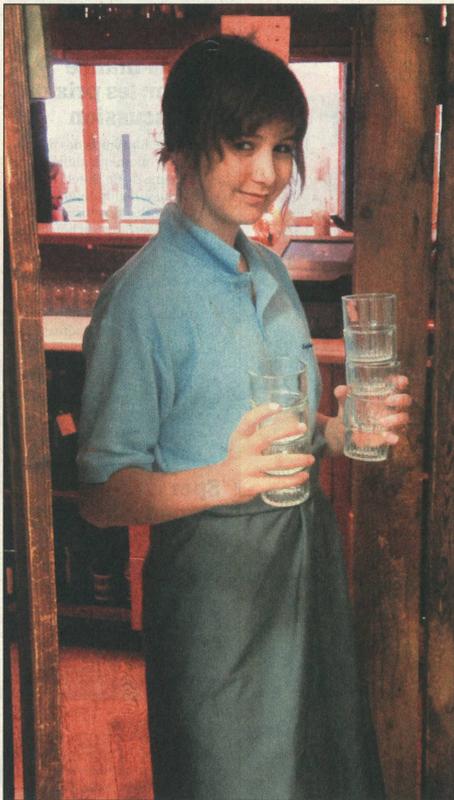
#### Nouvelles infrastructures à l'aéroport

L'Aéroport international de Genève (AIG) a inauguré lundi de nouvelles infrastructures à l'aérogare principale. Grâce à cet aménagement, dont le coût s'est élevé à 250 millions de francs, la surface totale de l'aéroport s'est agrandie de 40%. Parmi les réalisations principales, on notera, au niveau arrivée, la création d'un espace destiné aux loueurs de voitures. Au niveau enregistrement, treize guichets supplémentaires ont été créés. Au niveau des zones publiques et sécurisées, l'offre des commerces et des lieux de restauration a été repensée. mh

### Monde

#### ITB Asia: fréquentation stable

Petit frère asiatique du grand salon international du tourisme de Berlin, ITB Asia, qui s'est tenu du 21 au 23 octobre à Singapour, a enregistré 6149 visiteurs professionnels, soit quasiment le même nombre que lors de la première édition en 2008. Compte tenu du contexte économique difficile, cette fréquentation est un «résultat solide» et une «base prometteuse pour une reprise réelle des affaires en 2010», ont estimé les organisateurs. 679 (651 en 2008) exposants étaient présents. mh



Eviter de briser les verres, tout un art exercé avec le sourire!

# Le concept Explorhôtel évolue

**Les Explorhôtels ont atteint leur rythme de croisière. Ces stages destinés aux adolescents connaissent un nouveau cap organisationnel.**

EUGENIO D'ALESSIO

**L**es camps Explorhôtel d'hôtellerie suisse, soutenus par l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie, continuent d'attirer de nombreux jeunes désireux de se frotter aux métiers de l'hôtellerie et de la restauration.

Du 21 au 24 octobre dernier, vingt-deux Romands de 8<sup>e</sup> et 9<sup>e</sup> année scolaire, sélectionnés parmi 250 candidats, se sont donné rendez-vous à l'Hôtel Les Sources, aux Diablerets, pour un stage d'observation. Un camp du même tonneau a été organisé début

octobre à Pontresina (GR) et un autre suivra début novembre à Lugano.

Cette année, hôtellerie suisse a décidé d'affiner une formule testée avec succès en 2008: l'hôtel qui accueille les stagiaires travaillera désormais en étroite collaboration avec une série d'établissements partenaires. Dans les Alpes vaudoises, l'Hôtel Les Sources oeuvrait ainsi main dans la main avec cinq autres confrères, ainsi qu'avec l'office du tourisme local: «Les jeunes dormaient certes tous aux Sources, mais pendant la journée, les cuisiniers, les spécialistes en restauration et les employés de commerce HGT rejoignaient par groupes de deux, dans le cadre de leur stage, différents établissements et les bureaux de l'office du tourisme», explique Nicolas Dévaud, responsable du marketing de la relève au sein d'hôtellerie suisse.

Et d'expliquer les avantages de ce modèle: «En éparpillant les élèves à différents endroits, ils peuvent être mieux encadrés, sans compter que



Le nettoyage des chambres, un travail quotidien.

cette formule, qui est appelée à se développer, correspond mieux aux réalités de l'hôtellerie et de la restauration.»

**Les objectifs demeurent identiques**

Au-delà de ce changement de cap en matière organisationnelle, les objectifs des camps Explorhôtel demeurent les mêmes depuis leur création, en 2006: «Il s'agit en priorité de valoriser l'hôtellerie de montagne en montrant aux jeunes qu'il existe une activité touristique et hôtelière dans les stations d'altitude.

Mais il s'agit également de soulager les établissements urbains, qui sont fortement sollicités pour des stages d'observation», rappelle Nicolas Dévaud. En tout cas, du côté des hôteliers, l'heure est à la satisfaction. «J'ai côtoyé des jeunes motivés qui ont pu découvrir la branche dans des conditions réelles. L'expérience a été tout à fait positive. Quoi qu'il advienne, ces adolescents n'auront plus le même regard sur notre profession», confie Patrick Grobéty, le directeur de l'Hôtel Les Sources.

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

ANNONCE

# A vous de remplir cet espace!

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

Vous y trouverez toutes les informations nécessaires.

Contactez-nous:

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

**htr** **hotelrevue**

# Gala des vins, un palmarès très panaché

Les champions du Grand Prix du Vin Suisse 2009 ont été couronnés vendredi dernier à Berne. Le palmarès n'a jamais été aussi hétéroclite.

PIERRE THOMAS

Le vin suisse entre-t-il, comme les guides gastronomiques, dans l'ère du «politiquement correct», avec ses savants dosages régionaux? A lire le palmarès du Grand Prix du Vin Suisse 2009, on serait tenté de l'écrire. Pourtant, les champions récompensés à Berne ont été notés une seule fois, il y a quatre mois. Depuis, aucune manipulation, assurent les organisateurs (Vinea et Vinum), n'a permis de rectifier le tir.

## Les Valaisans sont cette fois en retrait

A ce jeu, pourtant, les Valaisans, grands bénéficiaires des dernières éditions, ont perdu des plumes. Au départ, ils avaient présenté 927 échantillons, soit 44% des vins jugés. Parmi les 66 nominés, soit les six meilleurs pointages de 11 catégories, ils étaient 23 à pouvoir prétendre accéder au tiercé victorieux. Plus de la moitié de ces vins sont restés sur le carreau. Les Valaisans sont certes, au tableau des médailles, toujours les mieux placés, avec trois champions, quatre deuxième place et quatre troisième place. L'an passé, ils étaient six sur la plus haute marche du podium. Et après Diego Mathier, en 2007, et Madeleine Gay en 2008, ils ont dû laisser échapper le titre de «vigneron de l'année».

Le Salquénard a failli récidiver, avec sa syrah Diego Mathier 2006, meilleur pur cépage rouge (hormis

pinot noir, merlot et gamay), son assemblage rouge Rosemarie Mathier 2007, champion de sa catégorie, et une deuxième place en assemblages blanc, avec un Hospices de Salquenen 2008. C'est, justement, le vainqueur en assemblage blanc, avec un pinot blanc et chardonnay, le Schaffhousien Stefan Gysel, 32 ans, de Hallau, qui remporte le titre de «vigneron de l'année 2009». Il est aussi victorieux en pinot noir, avec un Spätlese 2007, même si son épouse, avec qui il partage un autre domaine à Zurich, Nadine Saxer Gysel, n'a pas de médaille. Depuis quelques années déjà, ce couple de jeunes ingénieurs œnologues, formés à Wädenswil (ZH), se distingue dans les concours.

Dans les prix spéciaux, le Neuchâtelois Alain Gerber, d'Hauterive, décroche le trophée Vinissimo du vin le mieux noté de tout le concours, un chardonnay passerillé, en barriques, Prélude 2007, victorieux parmi les vins avec du sucre résé-



Le Neuchâtelois Alain Gerber, ici avec son épouse, décroche le trophée Vinissimo.

duel. Le Vaudois Reynald Parmelin, de Begnins, reçoit le prix Bio Suisse, pour son Johanniter 2008.

## Les Vaudois perdent la partie en matière de chasselas

Parmi les vainqueurs des autres catégories, on notera que les Vaudois ont dû s'incliner en chasselas. Le Valaisan Robert Taramarcz, du Domaine des Muses à Sierre, réussit à placer son fendant classique 2008 et son Granges 2008, à la première et troisième places, l'épessse Braise d'Enfer 2008, des frères Dubois, de Cully, se classant deuxième. Si deux pinots noirs grisons sont sur le podium, derrière le schaffhousien, en cépages blancs purs, un pinot blanc de Malans, de Von Salis, l'emporte.

Le seul titre décroché par un Vaudois est obtenu par un rosé 2008 (de gamay et de garanoir) de David Kind, du Domaine de Terre-Neuve (Saint-Prex). En gamay, le titre revient à un... Genevois, Claude Ramu, du Domaine des Pins, à Dardagny, avec son 2008. Enfin, en merlot, le Tessinois Fred de Martin l'emporte avec le Choix 2005.

Lire également en page 6



Le Schaffhousien Stefan Gysel, 32 ans, remporte le titre de «vigneron de l'année 2009».



Le restaurant italien se pare d'une décoration contemporaine.

## Un retour aux sources

Changement de nom, changement de chef pour le Richemond, à Genève. Son restaurant italien reprend le nom de Jardin, longtemps utilisé avant sa rénovation.

VÉRONIQUE TANERG

Retour aux sources pour le Richemond: son restaurant retrouve son ancien nom, Le Jardin, utilisé jusqu'au rachat par Rocco Forte. Oublié le «Sapori», qui signifie «saveurs» en italien, et que certains clients confondaient avec un restaurant japonais. «Il nous arrivait de recevoir des réservations pour «Le Jardin» et le stagiaire répondait au téléphone que non, ce n'était pas ici, commente Patrick Mossu, directeur général du Richemond. Ce retour aux sources nous a semblé indispensable.»

Ce changement de nom s'accompagne d'un changement de



Le restaurant du Richemond dispose d'une capacité de septante places.

chef. Le deuxième dans un hôtel genevois en peu de temps. Après le Parc des Eaux-Vives, géré par l'Hôtel Métropole, c'est au tour du Richemond de voir son chef voler de ses propres ailes. C'est donc son bras droit, Roberto Benvegnù, qui lui succède, coaché par Fulvio Pierangelini. Ce dernier, souvent considéré comme le meilleur chef d'Italie, a quitté son restaurant Gambero Rosso à San Vincenzo, près de Livourne, pour devenir consultant pour la Rocco Forte Collection. Il

officie dans les restaurants italiens de ce groupe britannique.

Roberto Benvegnù, 28 ans, a rejoint l'équipe du Richemond lors de sa réouverture en 2007. Ce jeune chef a débuté sa carrière comme stagiaire en 1999 avant d'évoluer comme sous-chef au Dorchester Hotel, à Londres.

## Une cuisine épurée qui fait ressortir la saveur des aliments

Sa carte comprend la signature du maître, Fulvio Pierangelini: une cuisine épurée qui fait ressortir la saveur de chaque aliment. Par exemple, en entrée, deux langoustines au basilic accompagnées de mozzarella de bufflonne et de tomates confites. Suivie de ravioli d'agneau braisé et de mousseline de céleri, cochon de lait et purée mousseline à l'huile d'olives, à la texture ultralégère. Quant aux desserts, la palme de l'originalité revient aux ravioli aux châtaignes accompagnés de glace au kaki. Le restaurant, à la décoration contemporaine, dis-

pose d'une capacité de 70 places. A midi, menus du jour: 2 plats à 48 francs; 3 plats à 68 francs. Le Jardin prend les commandes jusqu'à 22h30.

ANNONCE

Un pas en avant vers votre carrière dans le tourisme.

Avec notre formation de Gestionnaire en tourisme ES.

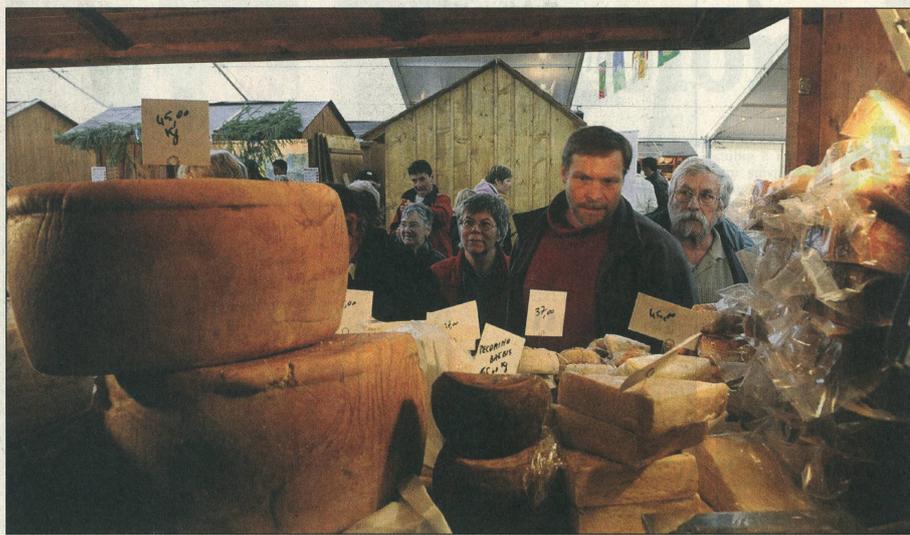
Soirée d'informations:  
Mardi, 8 décembre, 18h30 - 20h00  
Ecole Internationale de Tourisme,  
Lausanne  
Inscriptions: info@eit-lausanne.ch

Internationale Schule für Touristik  
International School of Tourism Management  
Ecole Internationale de Tourisme  
Av. de la Rasude 2, 1006 Lausanne  
Tél. 021 323 30 90, www.eit-lausanne.ch



«L'acceptation de l'initiative anti-minarets aurait des répercussions négatives sur le tourisme helvétique.»

Erich Gysling (page 5)



Un marché gavé de plus de 600 sortes de fromages a ravi un très nombreux public à Saignelégier.

Photos Marcel Bieri/foto

## Le fromage bonifie l'image du Jura

Près de 40 000 personnes ont pris part aux **Olympiades des fromages de montagne** dans l'Arc jurassien. Une aubaine pour la région.

VALÉRIE MARCHAND

Les 64 Olympiades des fromages de montagne, organisées le week-end dernier à Bellelay, à Tramelan (Jura bernois) et à Saignelégier (Jura), ont connu un immense succès. Elles ont duré trois jours et

ont été agrémentées d'un cortège, de marchés, de musique folklorique et d'une fondue géante. Quarante mille personnes ont visité le village olympique. Septante exposants étaient présents. La bagatelle de 631 fromages ont été soumis, en l'abbatiale de Bellelay, à la sagacité d'un jury de composition internationale, fort de 100 personnes.

### Des professionnels venus du Japon et du Mexique

Dans ce lieu imposant, les meilleurs fromages de montagne ont été sélectionnés. Outre les fabricants des pays alpins, des professionnels du Japon, du Mexique et du Canada ont participé au concours. Sur 64 médailles, les fromagers suisses en ont décrochés



Le cortège de Saignelégier a été l'une des attractions des Olympiades.

trente-neuf. Carole Sallot, responsable du marketing à Jura Bernois Tourisme, s'est réjouie de la diver-

sité des concurrents et de l'apport bénéfique de la manifestation pour la région: «Sept cents nuitées ont

été contingentées par les offices du tourisme, sans compter les nombreuses nuitées réservées, sans intermédiaire, dans des hôtels, des chambres d'hôtes ou des maisons de vacances». La majorité du public venait de Suisse ou de France voisine.

### Doris Leuthard huée par des manifestants

Au niveau de l'impact en termes d'image, ces 64 Olympiades des fromages de montagne ont également joué un rôle de premier plan: «Nous avons répondu aux attentes du public. Par ailleurs, la région a aussi pu profiter pleinement de l'aura de cet événement, qui a connu un succès sans précédent. Les Olympiades ont également attiré les représentants d'une cen-



Sur 64 médailles, les Suisses en ont rafées trente-neuf.

taine de médias, étrangers pour la moitié», précise Carole Sallot.

Les milieux politiques ont, eux aussi, été très présents, notamment avec la conseillère fédérale argovienne Doris Leuthard ainsi qu'avec Michel Probst, le président du gouvernement jurassien, et Andreas Rickenbacher, le conseiller d'Etat bernois chargé de l'Economie publique. Seule ombre au tableau: l'incident survenu le vendredi 23 octobre lors de la cérémonie d'ouverture lorsque des producteurs de lait ont hué Doris Leuthard.

Jacques Gyax, le directeur de Fromarte et le président du comité d'organisation, tire malgré tout un bilan positif: «Avec cette belle fête du fromage, nous avons prouvé que les fabricants qui croient en leur avenir forment une majorité. Les fromagers de montagne ne peuvent pas se permettre d'auto-goal. Avec leurs remarquables produits, ils sont d'excellents représentants de l'économie laitière.» Lors de la cérémonie de clôture, la flamme olympique a été remise à la France, qui organisera en 2011 les prochaines Olympiades des fromages de montagne.

### D'une langue à l'autre

#### Les dangers de l'initiative anti-minarets

Le peuple est appelé à se prononcer, le 29 novembre, sur l'initiative anti-minarets. Aux yeux d'Erich Gysling, un spécialiste du Proche-Orient, l'acceptation de ce texte froisserait l'image de la Suisse dans les pays musulmans. Par ricochet, elle nuirait au tourisme helvétique. Et Erich Gysling de rappeler que les conséquences négatives pour ce secteur pourraient durer des années. Le journaliste juge par ailleurs absurde l'affirmation selon laquelle la construction de minarets ouvrirait les portes à l'islamisme radical. eda

#### Les hôtels à thèmes, la saga d'une réussite



Le concept des hôtels à thèmes est né à Las Vegas dans les années 1950 et 1960. La ville du Nevada à la réputation sulfureuse a vu éclore des établissements estampillés Egypte ancienne, palais vénitien ou monument parisien. Depuis lors, la cité américaine a essayé à travers la planète. Les hôtels à thèmes sont ainsi devenus une des cartes de visite de l'offre hôtelière helvétique. Sous nos cieux, ils se révèlent en moyenne plus rentables que les établissements traditionnels. eda

#### A la découverte des vins du sud-ouest français

«Des vins à découvrir»: c'est sous ce slogan que les acteurs touristiques et viticoles du sud-ouest de la France vantent la qualité des nectars de leur région. Impatients de répondre à cette sollicitation, cinquante et un spécialistes, dont la rédactrice en chef de l'hotel revue, Elsbeth Hobmeier, se sont réunis le vendredi 23 octobre au restaurant Mère Catherine, à Zurich, pour déguster à l'aveugle 51 vins du sud-ouest français. Ils ont découvert des produits d'une exaltante qualité. Neuf de ces nectars ont notamment rallié tous les suffrages. eda

#### Un couple uni par la passion de la cuisine

Peter Fullin, 48 ans, et Sabine Krapf, 38 ans, sont unis par une même passion, celle de la cuisine, un art qu'ils ont appris et exercé dans différents établissements, en Suisse et à l'étranger, avant de se rencontrer en 2007 à Dübendorf. Elle travaillait au restaurant Waldmamsburg, il gère depuis 16 ans le restaurant Geeren. Ils sont frappés par les flèches de Cupidon. Peter Fullin et Sabine Krapf décident alors de changer de cap professionnel et d'ouvrir leur propre établissement. Chose dite, chose faite: début janvier 2008, ils prennent possession de leur nouveau restaurant, «Le Veux Moulin», à Rickenbach (ZH). eda

## En tournée de promotion

Une délégation d'hôteliers de la Riviera vaudoise a participé à deux opérations promotionnelles en Allemagne. Public visé: la clientèle du secteur MICE.

MIROSLAW HALABA

En période conjoncturelle difficile, les efforts de marketing ne doivent pas être abandonnés. Les hôteliers de la Riviera vaudoise le savent bien.

Les deux opérations de promotions qu'ils ont menées à mi-octobre, en Allemagne, en collaboration avec Montreux-Vevy Tourisme, ont de bonnes chances de s'avérer bénéfiques lorsque l'économie reprendra sa marche en avant.

A Munich, tout d'abord, puis, le lendemain, à Stuttgart, ils ont ainsi invité des clients du secteur MICE, un secteur particulièrement pré-



La délégation de la Riviera, ici à Stuttgart: (de g. à dr.) R. Louichik, N. Ming, O. Lehrian, C. Rudolph, D. Bittel, H. John, J. Bettex et A. Oppenheim.

cieux pour le tourisme lémanique. Dominique Bittel, qui a coordonné l'opération pour le compte de Montreux-Vevy Tourisme, est satisfaite de la participation: une quarantaine de personnes ont pris part à chacune des soirées.

La délégation n'a pas manqué de sujets à communiquer à ses hôtes. La nouvelle charte et le logo de la marque Montreux Riviera

constituaient, bien sûr, la pièce de résistance. Toutefois, les nombreux investissements effectués, ces dernières années, dans l'infrastructure hôtelière de la région ont également été un thème d'information d'importance.

Une opération de promotion analogue a eu lieu en juin à Londres. Une autre est programmée en novembre à Paris.

### Visite académique aux nouveaux sites de l'Unesco



Les étudiants suivant le cours de «gestion touristique appliquée», enseigné par le professeur Francis Scherli à l'HEC de l'Université de Lausanne, se sont penchés, l'espace de trois modules, sur les sites récemment entrés dans le Patrimoine mondial de l'Unesco. Ils se sont ainsi rendus, tour à tour, en Lavaux, à La Chaux-de-Fonds et au Locle. La visite de ces deux villes neuchâteloises, dont celle de l'Espace de l'urbanisme horloger, leur a permis de s'informer sur le tourisme industriel lié à l'urbanisme horloger. mh

### Béat Kunz devient directeur général de Beaulieu

Actuellement directeur de Forum Fribourg et d'Espace Gruyère, les deux centres d'exposition fribourgeois, Béat Kunz quittera cette fonction pour prendre la direction, dès le 1er mars 2010, de Beaulieu Exploitation SA à Lausanne. «C'est une opportunité qui ne se présentera pas deux fois dans ma carrière», a indiqué Béat Kunz au quotidien fribourgeois «La Liberté». Agé de 48 ans, le nouveau directeur de Beaulieu, avait dirigé Espace Gruyère depuis 1998 et depuis 2006 Forum Fribourg. mh

### Un hôtel gruyérien rejoint les Romantik Hotels

L'Hôtel Broc'ault, à Broc, en Gruyère, est membre depuis le début du mois d'octobre du groupe Romantik Hotels & Restaurants. L'association compte vingt-quatre établissements en Suisse. mh

# stellenrevue htr marché d'emploi

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

htr hotelrevue Nr. 44 / 29. Oktober 2009

**AG**  
ACTIVE GASTRO ENG

Häsch gnueg vom Alltagsrott – denn chum zu Eus!

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

Active Gastro Eng GmbH,  
Postfach, 8048 Zürich

**HOTEL CAREER**

Die Jobbörse für die  
Hotellerie, Gastronomie  
und Touristik:

[WWW.HOTEL-CAREER.CH](http://WWW.HOTEL-CAREER.CH)

GASTRO SUISSE  
**JOB SERVICE**

SUCHEN? VERMITTELN? FÖRDERN  
**WIR SUCHEN?**  
Fachprofis für  
Service und Küche  
Führungspersönlichkeiten  
in Küche und Service

Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich, Tel. 044 377 55 35  
Fax 044 277 55 90, E-Mail [jobservice@gastro Suisse.ch](mailto:jobservice@gastro Suisse.ch)  
[www.gastro Suisse.jobservice.ch](http://www.gastro Suisse.jobservice.ch)

Veränderungen  
beginnen hier  
htr stellenrevue

Online unter  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

## Inhalt / Sommaire

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

\*\*\*  
City-Hotel  
**Dachsen Zug**

In unserem geschichtsträchtigen Stadthotel verwöhnen wir unsere Gäste aus nah und fern mit ausgezeichnetem Essen und fantastischen Weinen in unseren beiden Restaurants mit 40 und 50 Plätzen und Banketten bis zu 100 Personen.

**Küchenchef (m/w)**

Sie pflegen mit Liebe eine fantasievolle, marktorientierte, saisonale und zeitgemässe Küche. Sie arbeiten gerne selbstständig und verantwortungsbewusst. Sie wissen Ihre MitarbeiterInnen zu begeistern und gemeinsam mit ihnen eine konstant sehr hohe Qualität und eine gute Rentabilität zu erreichen. Ihr Team besteht aus sechs Mitarbeitern, davon zwei bis drei Lehrlingen. Wir erwarten eine konstante Qualität in allen Bereichen.

Offenheit und Leistungswille erwarten wir. Im weiteren gehört zu Ihrer Persönlichkeit ein tadelloses Erscheinungsbild und Sie sind kommunikationsstark. Eine spannende Aufgabe, Freude bei der Arbeit, Unterstützung, Weiterbildung und einen leistungsgerechten Lohn mit Beteiligung am Küchenenergie garantieren wir. Ich freue mich darauf, Sie kennen zu lernen.

Adrian Stalder, [stalderprojects SAGL](mailto:stalderprojects SAGL)  
Via Muraccio 120 – Case al Sogno – CH-6612 Ascona  
Telefon +41 91 780 57 08 [adrian@stalderprojects.ch](mailto:adrian@stalderprojects.ch)

**WORK & GSTAAD**  
IN GSTAAD WORKS FOR YOU



**Den Gipfel Ihrer Karriere erreichen Sie bei uns dank der internationalen Spitzenhotellerie. Alle anderen Gipfel ganz bequem mit den 62 Bergbahnen unseres riesigen Skigebietes. Willkommen in Gstaad!**

Look for the best hotel jobs:  
[www.youngstaad.ch](http://www.youngstaad.ch)

**KRAMER**  
GASTRONOMIE

Die KRAMER GASTRONOMIE sieht sich als kreatives Unternehmen mit Spass und Lust an einer unkomplizierten, kommunikativen, jungen Gastronomie und Hotellerie. Unsere 10 Restaurants und 2 Hotels sind konsequent innovativ mit dem klaren Anspruch an gute Qualität. Mehr unter [www.kramergastronomie.ch](http://www.kramergastronomie.ch)

Per Mai 2010 oder nach Vereinbarung suchen wir einen

**LEITER SALES M/W**

In dieser neu geschaffenen Position liegt Ihr Hauptfokus auf dem Aufbau einer zentralisierten Salesabteilung für die Gesamtunternehmung. Durch die Gewinnung von Neukunden, der Pflege des bereits bestehenden Kundenportfolios und der aktiven Marktbeobachtung steigern und maximieren Sie die Umsatzziele.

Sie sind der leidenschaftliche Verkäufer mit ausgeprägter Erfolgsorientierung und ausgewiesener Berufserfahrung im Sales. Ihre proaktive Handlungsweise, Ihr souveränes und überzeugendes Auftreten zeichnen Sie aus und Ihre Macher-Qualitäten sowie Ihre Ausdauer und Hartnäckigkeit runden Ihr Profil ab.

Reizt Sie diese vielseitige Aufgabe in einem dynamischen Umfeld, dann freue ich mich auf Ihre vollständige Bewerbung an:

Kramer Gastronomie, Simone Strässle, Leiterin Human Resources, Herdernstrasse 56, Postfach 1767, 8040 Zürich, Tel. 044 406 85 20

**ZÜRICH AMBIANCE**

**HOREGA**

Unser Kunde ist ein modernes, wunderschön gelegenes, schweizweit bekanntes Rehaszentrum in der Ostschweiz. Es bietet in seinen komfortablen Zimmern Platz für bis zu 200 Patienten, Kur- und Hotelgäste. Das kompetente Facharztteam sorgt mit dem qualifizierten Pflegepersonal für fachkundige Betreuung. Im Angebot sind u.a. Sauna, Whirlpool und Tepidarium, ebenso ein öffentliches Spezialitätenrestaurant, ein Coiffeur und ein Kiosk. Als

**Leitung Hauswirtschaft**

sind Sie der Direktion unterstellt und leiten die Hauswirtschafts-Abteilung mit der hauseigenen Wäscherei kompetent. Sie führen Ihre ca. 30 MitarbeiterInnen inkl. 5 Lehrlinge motivierend, fordernd und fördernd.

Mit Ihrem Team, welches Sie regelmässig trainieren und schulen, sorgen Sie dafür, dass in Gästezimmern, Therapie- und Aufenthalts- und allen öffentlichen Räumen absolute Sauberkeit herrscht. Durch professionelle Pflege dieser Räumlichkeiten stellen Sie sicher, dass die hohen Standards jederzeit eingehalten werden. Dafür arbeiten Sie eng mit dem Frontoffice und mit der Haustechnik zusammen. Sie kümmern sich um Dekorationen, Blumenschmuck und Guest Supplies. Einkauf und Ersatzbeschaffungen von Wäsche, Textilien, Reinigungsmitteln usw. fallen ebenso in Ihr Aufgabengebiet wie Budgeterstellung/Überwachung und regelmässige Inventuren.

Sie haben die Ausbildung als Hotelfachfrau abgeschlossen und als Stv. Leiterin Hauswirtschaft Berufs- und Führungserfahrung gesammelt. Ferner haben Sie einen Lehrmeisterkurs absolviert und kennen die besonderen Arbeitsanforderungen in einem Kurhotel, in einer Klinik oder in einem Rehaszentrum. Sie sind initiativ, offen und humorvoll. Neben ausgeprägtem Verantwortungsbewusstsein besitzen Sie hohe Eigenmotivierung und soziale Kompetenz. Man kennt Sie als flexibel und belastbar, aber auch als integer und diskret. Sie wenden die MS-Office-Anwendungen gewandt an, sind (schweizer) deutscher Muttersprache und noch nicht 30-jährig.

Senden Sie vorerst Ihr CV via Mail an Fr. M. Gubser, <[margreth.gubser@horega.ch](mailto:margreth.gubser@horega.ch)>. Via Tel. +41 61 281 95 75 erhalten Sie weitere Informationen zu dieser interessanten Vakanz mit Eintritt n.V. und grossen persönlichen wie beruflichen Entwicklungschancen.

**HoReGa Zürich GmbH, Personalmanagement und Kaderberatung, Bergellerstrasse 12, 8049 Zürich**

**stiftung altried**  
ZENTRUM FÜR MENSCHEN MIT BEHINDERUNG

Die Stiftung Altried bietet erwachsenen Menschen mit einer körperlichen, geistigen und psychischen Behinderung bedürfnisorientierte Lebensstrukturen. Das Angebot umfasst 250 Arbeits- sowie 110 Wohnplätze mit unterschiedlichem Betreuungsangebot an 6 Standorten, Therapie, Schule und ein Feriencenter.

Infolge Pensionierung des langjährigen Stelleninhabers suchen wir per 1. Juni 2010 eine/n

**Küchenchef/in (100%, Mo-Fr)**

Ihr Aufgabengebiet umfasst die Gestaltung von kundenorientierten, abwechslungsreichen und saisonalen Angeboten unter Berücksichtigung der modernen Ernährungsstandards sowie der Wirtschaftlichkeit, den Einkauf, die Koordination des Warenflusses, die Kontaktpflege zu bestehenden und neuen Lieferanten wie auch die Budgetierung. Sie führen und erweitern ein Mitarbeiterteam von 3 Köchen und 14 Mitarbeitenden mit Behinderung in die Zukunft einer neuen, öffentlichen Gastronomie. Die aktive und initiativ Mitarbeit im Umbauprojekt der Küche und Gastronomie sowie in der Neuausrichtung der Angebote wird erwartet.

Ihr Profil – Sie kochen mit Leidenschaft und verfügen über

- mehrjährige, vielseitige Berufs- und Führungserfahrung als Küchenchef in Spital/Heim, Gemeinschaftsgastronomie und/oder öffentlicher Gastronomie/Hotellerie
- hohes Qualitätsbewusstsein
- selbstständiges, unternehmerisches Handeln
- vernetztes Denken, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit
- hohe Sozialkompetenz, Motivationsfähigkeit sowie teamorientiertes und kooperatives Führungsverhalten

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, anspruchsvolle Aufgabe mit entsprechenden Kompetenzen und attraktiven Arbeitsbedingungen sowie ein langjähriges, gut eingespieltes Team.

Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung an Frau Barbara Aebi, [b.aebi@altried.ch](mailto:b.aebi@altried.ch), Tel. 044 325 44 44  
Stiftung Altried, Ueberlandstrasse 424, 8051 Zürich

**berndorf** LUZERN **victor meyer** **HUPFER**

Wir sind Markt- und Innovationsführer im Bereich gedeckter Tisch für die Gastronomie und die Spezialisten für Speiserverteilsysteme, Küchengeräte und Grossküchenlogistik.

Für das Mitarbeiter-Restaurant unseres neuen Hauptsitzes in Sempach suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen selbständigen, qualitätsbewussten

**Küchenchef (Mittagsbetrieb/Alleinkoch)**

**Ihre Aufgaben**

- Bereitstellung und Ausgabe der angemeldeten 25-40 Mittagessen pro Wochentag
- selbstständige Angebotsplanung und selbständiger Einkauf aller Frisch- und Vorratsprodukte
- Planung und Durchführung von hausinternen Kundenevents in Zusammenarbeit mit der Marketingabteilung sowie von kleineren Spezialanlässen für Besucher der Direktion
- Mitwirkung bei der Entwicklung, Austestung und Präsentation von anspruchsvollen Speiserverteilsystemen

**Was Sie mitbringen**

- abgeschlossene Berufsausbildung als Koch
- sehr gute Deutschkenntnisse (gute Französischkenntnisse von Vorteil)
- ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein und Freude, täglich ein saisongerechtes, abwechslungsreiches Produkt anzubieten
- effizienter, disziplinierter und integerer Arbeitsstil

**Was wir Ihnen bieten**

- geregelte Arbeitszeiten Mo-Fr, problemlos planbare Arbeitseinsätze.
- eventuell Teilzeit (Möglichkeit, die Arbeit um 1430 Uhr zu beenden).
- Langzeitstelle in einem bekannten Traditionsunternehmen mit klaren Führungsstrukturen und überschaubaren Organisationsprozessen.

Mit Interesse erwarten wir Ihre vollständigen schriftlichen Bewerbungsunterlagen. Selbstverständlich sichern wir Ihnen volle Diskretion zu.

Berndorf Luzern AG  
Frau Dagmar Michel  
Industriestrasse 15  
6203 Sempach-Station

[dagmar.michel@berndorf.ch](mailto:dagmar.michel@berndorf.ch)  
[www.berndorf.ch](http://www.berndorf.ch)

Gesucht per Übereinkunft in Jahresstelle, zur Verstärkung unseres Teams

### Küchenchef mit Erfahrung

für gepflegten Speiseservice, CH-Gilde-Betrieb. Sie sind kreativ und verstehen Ihr Team zu motivieren. Qualitätsbewusst, engagiert und belastbar. Wir bieten der anspruchsvollen Aufgabe entsprechende Entlohnung, angenehmes Betriebsklima und Bewegungsfreiheit. Gerne erwarten wir Ihren Anruf und Ihre detaillierten Bewerbungsunterlagen mit Foto.



### HOTEL ALTE POST BONADUZ

Bruno Theus, Gastgeber  
Versamerstrasse 1, 7402 Bonaduz (bei Chur)  
Tel. 081 641 12 18 Fax 081 641 29 32  
www.altepost-bonaduz.ch  
info@altepost-bonaduz.ch



Wir sind der grösste Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz, mit einzigartiger Verbindung von 4-Sterne-Hotellerie, Ferienwohnungen, Wellness- und Spa-Abteilung, Sport- und Erlebnispark sowie modernem Seminar- und Bankett-Bereich.

Zur Ergänzung unserer Führungscrew suchen wir eine/n

### Chef de Service m/w

Wir stellen uns eine kommunikative und frontorientierte Persönlichkeit vor, die unserem jungen Team kompetent vorsteht. Sie überzeugen uns durch Ihr Organisationstalent und die Liebe zum Detail. Sie sind verkaufsorientiert, führungsstark und verfügen über eine grosse Fachkompetenz. Ihre Muttersprache ist Deutsch, mündliche Französisch- und Englischkenntnisse runden Ihr Profil ab.

Ebenso suchen wir im mediterranen Restaurant Panorama/Arena nach Vereinbarungen eine/n



Im Le Vieux Manoir, dem Top-Hotel direkt am Murtensee, ist vieles unverändert neu, vieles ganz antik und alles ganz aussergewöhnlich.

Der Countdown läuft  
Nach zahlreichen Neuerungen freuen wir uns über Ihre Bewerbung für die Saison 2010 zur Unterstützung unseres erfolgreichen Teams:

**MAITRE D'HOTEL-CHEF DE SERVICE-CHEF DE RANG-COMMISS DE SERVICE - CHEF DE BAR (D, F, E)**  
Offene, charmante und kompetente Persönlichkeiten mit Erfahrung im gehobenen à la Carte Service und Veranstaltungsbereich.

**SOMMELIER (D, F, E)**  
Sie kennen sich in der Welt der Weine aus und geben Ihr Wissen gerne an unsere anspruchsvollen Gäste weiter.

**COMMISS DE CUISINE - COMMISS DE PATISSIER (D, F)**  
Nach Ihrer abgeschlossenen Kochlehre überzeugen Sie durch Ihre Kreativität und Innovation in einer raffiniert-verspielten Gault Millau Küche.

**RÉCEPTIONISTIN (D, F, E)**  
Mit Ihrem charmanten, zuvorkommenden und sprachgewandten Auftreten gestalten Sie den Aufenthalt unserer Gäste zum Erlebnis.

**1. GOUVERNANTE**  
Sie verfügen über Erfahrung im Gästeservice eines 5\* Hotels und tragen mit Ihrem Auge für jedes kleine Detail zu einem herrlichen Aufenthalt unserer Gäste bei.

**WERTERHALTUNGSMITARBEITER/IN-PORTIERER-ZIMMERFRAU-BUFFETDAME-OFFICEMITARBEITER - CASSEROLIER**  
Sie bringen Erfahrung aus der gehobenen Hotellerie mit und sind ein wichtiger Schlüssel zur Begeisterung unserer Gäste.

Wir bieten Ihnen ein vielseitiges Arbeitsumfeld in unserem Bijou mit Haut Couture Stil. Eintritt per 29. März 2010 oder nach Vereinbarung. Senden Sie Ihre Bewerbung an Daniel J. Ziegler, Direktor oder Franz W. Faeh, Küchendirektor. Und dann: Let's See...

Relais & Châteaux HÔTEL Le Vieux Manoir au Lac 3280 Murten-Meyriez  
Tel 026 678 61 61 welcome@vieuxmanoir.ch www.vieuxmanoir.ch



Kurhaus-Restaurant Meinrad  
Ilgenweidstrasse 3  
CH-8840 Einsiedeln/Schweiz  
Telefon 055 418 8191  
kurhaus-restaurant@paracelsus-heute.ch

Wir eröffnen am 1. Dezember 2009 das vom Praxiszentrum Meinrad gegründete Kurhaus-Restaurant unter dem Motto:

„Auch durch die Ernährung sollen die Lebenskräfte optimal gepflegt werden.“

Deshalb wünschen wir uns für unsere neue Belegschaft Gastroprofis, die sich für energetische Küche und traditionelle chinesische Medizin interessieren und begeistern.

Für unser neues Team suchen wir:

**Kreativer, erfahrener Küchenchef**  
**Aufgeschlossener, zuverlässiger Jungkoch**  
**Freundliche, aufmerksame Servicemitarbeiter/innen**

Wir freuen uns auf Ihre persönliche, detaillierte Bewerbung mit Foto an Herrn Frank Nagy, Leiter Gastronomie.

### Servicefachangestellte/n

Sie sorgen für das Wohl unserer Gäste und verwöhnen sie mit köstlichen Speisen. Sie haben eine abgeschlossene Serviceausbildung und Ihre Muttersprache ist Deutsch. Für diese Positionen suchen wir flexible, freundliche und teamfähige Persönlichkeiten.

Wir bieten Ihnen in einem interessanten und lebhaften Umfeld eine abwechslungsreiche Aufgabe sowie diverse Mitarbeitervergünstigungen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre kompletten schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto an Frau Beatrice Bucher, Tel. +41 41 825 50 20, Beatrice.bucher@shp.ch

### SWISS HOLIDAY PARK

Immer ein Erlebnis

Swiss Holiday Park AG - CH-6443 Morschach - Telefon +41 41 825 50 50  
info@shp.ch - www.swissholidaypark.ch

Wir bieten Ihnen ein vielseitiges Arbeitsumfeld in unserem Bijou mit Haut Couture Stil. Eintritt per 29. März 2010 oder nach Vereinbarung. Senden Sie Ihre Bewerbung an Daniel J. Ziegler, Direktor oder Franz W. Faeh, Küchendirektor. Und dann: Let's See...

Relais & Châteaux HÔTEL Le Vieux Manoir au Lac 3280 Murten-Meyriez  
Tel 026 678 61 61 welcome@vieuxmanoir.ch www.vieuxmanoir.ch

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 die Neueröffnung des

### Restaurants Mishio Bern

Bärenplatz 2, 3011 Bern  
suchen wir per Mitte Februar 2009 eine

### Betriebsleitung (w/m)

MISHIO steht für eine frische, aromatische, gesunde und schnelle Küche in Anlehnung an die thailändische, vietnamesische und chinesische Garküche. MISHIO bedeutet Licht und Salz. Licht hat auch bei der Umsetzung unseres Gastrokonzepts eine grosse Rolle gespielt. Salz, das einst teurer war als Gold, symbolisiert eine geschmackvolle Küche.

**Ihre Aufgaben:** Ihr Aufgabengebiet als Betriebsleitung umfasst hauptsächlich die operative Führung und Betreuung des Restaurants, die Weiterentwicklung des Restaurantkonzepts, die Einhaltung und Umsetzung der Mishio-Richtlinien, die Mitarbeit an der Front, die Führung und Schulung der Ihnen unterstellten Mitarbeitenden, die Erledigung diverser administrativer Arbeiten sowie das Handling des Kassa- und Inventarwesens.

**Ihr Profil:** Sie verfügen über mehrjährige Front- und Führungserfahrung und von Vorteil einen Hotelfachabschluss. Im Weiteren haben Sie bereits Erfahrung in ähnlicher Position, vorzugsweise in der Systemgastronomie. Sie sind eine dienstleistungsorientierte Gastgeberpersönlichkeit und besitzen gute betriebswirtschaftliche Kenntnisse. Teamfähigkeit, Innovation und Flexibilität sind für Sie keine Fremdwörter. Das Restaurant ist jeweils von Montag bis Samstag geöffnet. Öffnungszeiten Montag bis Freitag sind 07.00 - 21.00 Uhr, am Samstag ist das Restaurant von 09.00 - 21.00 Uhr geöffnet.

**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](http://www.zfv.ch).

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

### City-Hotel

## Ochsen Zug

Das Haus mit Ambiance und Komfort im Zentrum der historischen Stadt am Kolinplatz.

Zur Verstärkung unserer Küchenbrigade suchen wir nach Vereinbarung eine(n) flexible(n) und fachkundige(n)

### Chef de Partie Entremetier (w/m)

Sie lieben eine fantasievolle, marktorientierte, saisonale und zeitgemässe Küche? Ja? Rufen Sie mich an oder senden Sie mir Ihre Unterlagen. Ich freue mich darauf, Sie kennenlernen zu dürfen.

Matthias Hegolin, City-Hotel Ochsen Zug  
Kolinplatz 11, 6300 Zug  
Telefon 041 729 32 32  
mh@ochsen-zug.ch



Haberli's Schützenhaus ist ein moderner Gastronomiebetrieb vor den Toren der Stadt Bern mit Brasserie, Gourmet und Bankettsaal. Eine gedeckte Sonnenterrasse sowie die Vinothek ergänzen das Angebot.

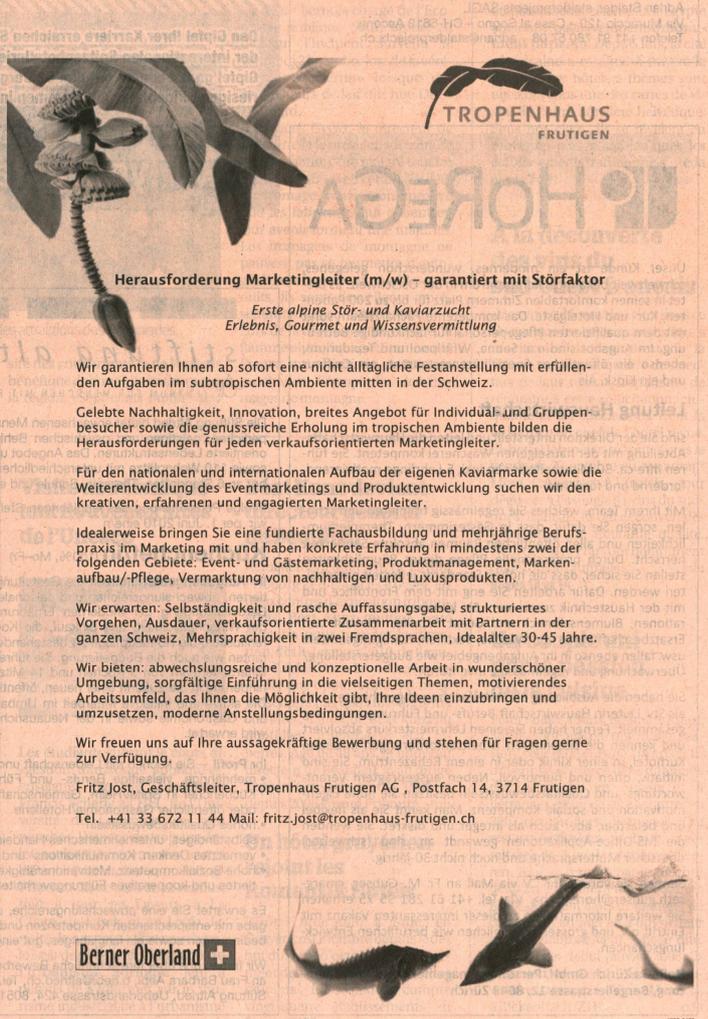
Für die Unterstützung von Fredi Haberli, Küchenchef, und zur Ergänzung unserer Küchenbrigade haben wir ab sofort folgende Stelle neu zu besetzen:

### Commis de cuisine

Sind Sie kreativ, belastbar und können sich für eine vielseitige, saisonale Küche mit grossem Fischangebot begeistern, dann sind Sie unser Topkandidat für diese Stelle.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung.

**LE BISTRO - LA BRASSERIE - LE GOURMET LES SALLES DE BANQUETS - LE MILLESIME**  
Familie J. & F. Haberli, Münchenbuchssee  
Tel. 031 868 89 88, Fax 031 868 89 89  
[www.haberli.com](http://www.haberli.com)



### Herausforderung Marketingleiter (m/w) - garantiert mit Störkraft

Erste alpine Stör- und Kaviarzuucht  
Erlebnis, Gourmet und Wissensvermittlung

Wir garantieren Ihnen ab sofort eine nicht alltägliche Festanstellung mit erfüllenden Aufgaben im subtropischen Ambiente mitten in der Schweiz.

Gelebe Nachhaltigkeit, Innovation, breites Angebot für Individual- und Gruppenbesucher sowie die genussreiche Erholung im tropischen Ambiente bilden die Herausforderungen für jeden verkaufsorientierten Marketingleiter.

Für den nationalen und internationalen Aufbau der eigenen Kaviarlinie sowie die Weiterentwicklung des Eventmarketings und Produktentwicklung suchen wir den kreativen, erfahrenen und engagierten Marketingleiter.

Idealerweise bringen Sie eine fundierte Fachausbildung und mehrjährige Berufspraxis im Marketing mit und haben konkrete Erfahrung in mindestens zwei der folgenden Gebiete: Event- und Gastemarketing, Produktmanagement, Markenaufbau/-pflege, Vermarktung von nachhaltigen und Luxusprodukten.

Wir erwarten: Selbstständigkeit und rasche Auffassungsgabe, strukturiertes Vorgehen, Ausdauer, verkaufsorientierte Zusammenarbeit mit Partnern in der ganzen Schweiz, Mehrsprachigkeit in zwei Fremdsprachen, Idealtaler 30-45 Jahre.

Wir bieten: abwechslungsreiche und konzeptionelle Arbeit in wunderschöner Umgebung, sorgfältige Einführung in die vielseitigen Themen, motivierendes Arbeitsumfeld, das Ihnen die Möglichkeit gibt, Ihre Ideen einzubringen und umzusetzen, moderne Anstellungsbedingungen.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung und stehen für Fragen gerne zur Verfügung.

Fritz Jost, Geschäftsleiter, Tropenhaus Frutigen AG, Postfach 14, 3714 Frutigen  
Tel. +41 33 672 11 44 Mail: [fritz.jost@tropenhaus-frutigen.ch](mailto:fritz.jost@tropenhaus-frutigen.ch)

Als erfolgreiches Unternehmen in der Gastronomie suchen wir

**Geschäftsführer**

für einige unserer Bar-Betriebe in und um Zürich.

**Ihr Profil:** Sie sind frontorientiert, haben aber auch keine Mühe mit der Erledigung der täglichen administrativen Aufgaben. Sie sind zwischen 30 und 40 Jahre alt, konnten bereits Führungs- sowie Berufserfahrung sammeln und sind Inhaber des Wirtepatents oder haben eine gleichwertige Ausbildung.

**Ihre Aufgaben:** Als Geschäftsführer leiten Sie den Betrieb nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen. Ihr Sprachtalent unterstützt Sie in der Kommunikation mit den oft internationalen Gästen. Ihre offene Art und Ihr herzlicher Umgang mit Menschen lässt Sie als Gastgeber glänzen.

Sind Sie interessiert, dann senden Sie Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 4516-2429 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

4516-2429

Profis gesucht



Im Heidland finden Sie ein vielfältiges Angebot und einzigartige Erlebniswerte: Echte natürliche Schönheiten in einer Welt von Bergen, Seen und Wiesen. Hier in Heidis Heimat finden unsere Gäste Vertrautheit und Geborgenheit, die Ihnen emotionale Glücksmomente beschern.

Wollen Sie diese Region vermarkten? Wir suchen Fachleute für die Bereiche:

- Marketing und PR
- Product Management

Weitere Infos unter [www.heidland.com/inside](http://www.heidland.com/inside)

4516-2429



Für die kommende Wintersaison ab 18. Dezember 2009 bis 5. April 2010 suchen wir noch folgende Mitarbeiter für unseren traditionsreichen Betrieb

**Servicemitarbeiter/in**  
Frühstück/ Speisesaal/Hotelbar

**Jungkoch**  
in kleiner Brigade

**Réceptionspraktikant**

Über Ihre Bewerbung würden wir uns freuen.

Familie E. Loretan-Possa  
Klibenstr. 19  
3954 Leukerbad  
Tel. 027 472 25 25  
info@reginaterme.ch

4516-2429



Im Restaurant Events L'AO in Pfäffikon, wird gastronomischer «Lifestyle» vom Feinsten zelebriert. Geschmackvolles Design in Verbindung mit raffinierter Kochkunst und höchster Gastfreundschaft stehen dabei im Vordergrund.

Ein Haus mit Charme und Atmosphäre direkt am romantischen Pfäffikersee gelegen. Der ideale Treffpunkt für erholsame Mittagslunches, den gemütlichen Kaffeepausen, elegante Dinners.

**JUNG – DYNAMISCH – INTERESSIERT?**

Mit persönlichem Engagement können Sie mit uns einen erfolgreichen Gelingen in unserem Betrieb beitragen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir

**Servicefachangestellte/r**

Freundlich und kompetent mit einem fundierten Fachwissen und vorhandener Berufserfahrung. Sehr zuvorkommend im Umgang mit unseren Gästen, flexibel und verantwortungsbewusst. Auf eine gute Zusammenarbeit im Team und eine aktive Einsatzbereitschaft wird grossen Wert gelegt.

Wir bieten: junge Unternehmung an! bester Lage – interessante Kundschaft – gutes Arbeitsklima – interne Entwicklungsmöglichkeiten

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wenn ja, freuen wir uns über Ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto.

L'AO Gastronomie AG, Christian Terbeck  
Usterstrasse 39, 8330 Pfäffikon, [www.lao.ch](http://www.lao.ch)  
oder elektronisch: [christian.terbeck@bluewin.ch](mailto:christian.terbeck@bluewin.ch)

4516-2429

**Direktionsassistent w/m**

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

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

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

Bitte richten Sie Rückfragen, Ihre Bewerbung mit Referenzen, Angabe des möglichen Eintrittstermins und Gehaltvorstellung, wenn möglich per Internet an Bernd Zanker, Gartenweg 5, 3715 Adelboden, [bernzanker@hotelhari.ch](mailto:bernzanker@hotelhari.ch). Wir behandeln Ihre Bewerbung vertraulich und freuen uns auf Sie.

schweizer relocation

**Suchen Sie die etwas andere Herausforderung?**

Schweizer Relocation unterstützt Mitarbeiter und deren Familien von internationalen Unternehmen bei der Niederlassung im Raum Zürich.

Wir suchen für diese äusserst vielseitige Aufgabe einen

**Relocation Consultant (w)**

Sie sind eine flexible, kontaktfreudige und kundenorientierte Persönlichkeit. Ausserdem sind Sie sprachgewandt, verfügen über EDV-Erfahrung (Windows) sowie einen Führerschein. Vorzugsweise haben Sie im Ausland gearbeitet und bringen ein hohes Mass an Eigenverantwortung sowie Geschäftssinn mit.

Wenn Sie gerne in einem kleinen Team arbeiten, an einer längerfristigen Zusammenarbeit interessiert sind und Zürich Ihnen vertraut ist, dann möchten wir Sie gerne kennen lernen.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an Astrid Ohlendorf.

Schweizer Relocation GmbH, Baslerstr. 30, 8048 Zürich  
Tel. +41(0)43 243 70 70 – Fax +41(0)43 243 70 72  
[astrid.ohlendorf@schweizer-relocation.ch](mailto:astrid.ohlendorf@schweizer-relocation.ch)  
[www.schweizer-relocation.ch](http://www.schweizer-relocation.ch)



**Eine besondere Herausforderung im führenden Kultur- und Seminarzentrum**

Die Kartause Ittingen zählt zu den führenden Seminar- und Kulturzentren der Schweiz. Unseren Gästen stehen zwei Hotels mit 68 Zimmern, ein Restaurant- und Bankettbereich mit über 1'000 Plätzen und 20 Kursräumlichkeiten mit bis zu 300 Plätzen zur Verfügung. In einzigartiger historischer Umgebung bieten wir einen unvergleichlichen Rahmen für vielfältige gesellschaftliche Anlässe.

Auf 1. Januar 2010 oder nach Vereinbarung suchen wir einen

**Bankettleiter (m/w)**

Sie sind Gastgeber aus Leidenschaft und lassen zusammen mit Ihrem Team den Aufenthalt unserer Gäste zu einem unvergesslichen Ereignis werden.

Für diese verantwortungsvolle und überaus interessante Aufgabe suchen wir eine frontorientierte, sympathische Persönlichkeit mit Verkaufstalent. Sie haben ausgewiesene Service-Erfahrung, gute administrative Kenntnisse und sind ausgesprochen flexibel und belastbar. Wir können uns auch einen Absolventen einer Hotelfachschule vorstellen, der seine angeeigneten Kenntnisse in die Tat umsetzen möchte.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.kartause.ch](http://www.kartause.ch). Bitte senden Sie Ihre Bewerbung samt Foto an Thomas Jann, Hoteldirektor oder Peter Mötteli, Personalchef:

Stiftung Kartause Ittingen  
CH 8532 Warth  
[peter.moetteli@kartause.ch](mailto:peter.moetteli@kartause.ch)  
Telefon 052 748 44 11



Im Mittelpunkt steht bei uns der Mensch!  
«mitarbeiten – mitgestalten»

Saas Fee | Wallis

Für die kommende Wintersaison suchen wir in unserem dynamischen Team folgende begeisterungsfähige Mitarbeiter:

**verantwortungsbewussten, kreativen Jungkoch m/w – Commis de cuisine**

motivierten **Servicemitarbeiter m/w**  
für den Speisesaal der Hausgäste  
(Frühstück- und Abendservice)

**Hilfskräfte** für Küche und Zimmer/Lingerie

Der GletscherGarten ist ein kleiner Familienbetrieb mit persönlicher Atmosphäre und internationalem Gästepublikum.

Sie lieben es, selbständig zu arbeiten und haben Freude, wahre Gastfreundschaft zu pflegen. – Dann sind Sie bei uns genau richtig.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf und Ihre Bewerbungsunterlagen!

**Chalet-Hotel GletscherGarten**  
Spezialitäten-Restaurant «Carl Zuckmayer-Stube»  
Familie Wendelin & Monika Bumann-Anthamatten  
CH-3906 Saas Fee  
Telefon 027 957 21 75, Fax 027 957 30 00  
E-Mail: [welcome@hotelgletschergarten.ch](mailto:welcome@hotelgletschergarten.ch)  
[www.hotelgletschergarten.ch](http://www.hotelgletschergarten.ch)



Per 1. Dezember suchen wir – wir, das ist das Hotel/ Restaurant Salatrains, ein beliebtes Ziel von Einheimischen und internationalen Gästen, mitten im sonnigen Skigebiet von St. Moritz:

**- REZEPTIONISTIN  
- SEKRETÄRIN**

Teamegeist, Charme und souveränes Handling der mit dieser Anstellung verbundenen Anforderungen sind für Sie eine Selbstverständlichkeit, ebenso wie selbstständiges, verantwortungsvolles Arbeiten in einem erfolgsorientierten, motivierten Team.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen, die Sie bitte an folgende Adresse richten:

HOTEL SALASTRAINS, z. Hd. Herrn Sergio Testa  
Via Salatrains 12, CH-7500 St. Moritz  
Tel. +41(0) 81-830 07 07, Fax: +41(0) 81-830 07 08  
Mobil: +41(0) 79 61 030 51  
E-mail: [info@salatrains.ch](mailto:info@salatrains.ch)  
Internet: [www.salatrains.ch](http://www.salatrains.ch)



Kategorie: Unikat

**Kloster Kappel**  
Seminarhotel und Bildungshaus

Das erfolgreiche Seminarhotel ist ein Ort der Begegnung und des Austauschs, des Lernens und der Inspiration. Es wird von der evangelisch-reformierten Landeskirche des Kantons Zürich getragen. Im ehemaligen Zisterzienserkloster im Dreieck Zürich – Luzern – Zug gelegen, finden inmitten von Natur und Ruhe Firmenseminare, theologische Weiterbildungen und Bankette statt.

Wir suchen per 01. Januar 2010 oder nach Vereinbarung einen fachlich fundierten

**Koch 100% (Sous Chef)**

Ihr Aufgabengebiet umfasst die saisonale und regionale Angebotsgestaltung nach biologischen Grundsätzen und wirtschaftlichen Aspekten. Sie arbeiten dabei eng mit der hausigen Gärtnerin zusammen, welche Hauptlieferantin unserer Küche ist. Sie sind dienstleistungsorientiert, flexibel, belastbar, ideenreich und überzeugen durch sicheres und zuvorkommendes Auftreten. Sie haben ein ausgesprochenes Flair für die vegetarische Küche und lieben die Abwechslung. Abends besteht keine öffentliche Verkehrsbindung.

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, anspruchsvolle Aufgabe mit attraktiven Anstellungsbedingungen. Für nähere Auskünfte steht Ihnen gerne Benny Wiese (Küchenchef) Tel. 044 764 88 10, zur Verfügung – oder besuchen Sie uns unter [www.klosterkappel.ch](http://www.klosterkappel.ch). Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Diese senden Sie bitte bis 15. November 2009 an:  
Kloster Kappel, Jürgen Barth, Geschäftsführer, 8926 Kappel am Albis

4516-2429

4516-2429

## Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

Einfach unter [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch) den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen.

Viel Erfolg bei der Suche!

## Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

### Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebsleitung Einzelperson oder auch Paar	Region Graubünden	J7048
Hotelier	Region Oberwallis	J7093
Betriebsassistent	Region Oberwallis	J7094
Geschäftsführer/in 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J7037
General Manager	Region Basel	J6951
Geschäftsführer (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J6926

### Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Verkauf-Service	Region Bern	J6734
Kassierer(in)	Region Mittelland (SO,AG)	J7108
Aussendienstmitarbeiter/in 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J7038
Ladenverkäufer(in)	Region Mittelland (SO,AG)	J7107

### Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Hotelsekretärin	Region Oberwallis	J7106
Buchhaltung	Region Graubünden	J7127

### Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Reception-Sekretärin	Region Bern	J6916
Allrounderin für Etage, Lingerie und Rezeption	Region Bern	J6888
Réceptionist/-in	Region Basel	J7059
1. Receptionist/in	Region Ostschweiz	J6855
Hotelfachfrau	Region Oberwallis	J6807
Receptionistin	Region Oberwallis	J7088
Receptionist (m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J7121
Receptionistin (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J7123
Réceptionist/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J6953
Rezeptionistin	Region Graubünden	J7067
Rezeptionist(in)	Tessin	J7063
Receptionist (w/m)	Region Oberwallis	J6891
Receptionistin	Region Oberwallis	J6950
Receptionist/in		J6839
Receptionist/in	Region Bern	J6918

### Food & Beverages

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Anlassleitung (operativ) (m/w)	Region Zentralschweiz	J7124
Chef de partie/Saucier	Region Zürich/ Schaffhausen	J7057
F&B Assistent/Chef de Service	Tessin	J7052

### Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J7120
Chef de partie m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J6705
Japanischer Koch	Region Zürich/ Schaffhausen	J6707
Asiatischer Küchenchef	Region Bern	J6706
Tourant Koch	Region Graubünden	J6738
Jungkoch (m/w) 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J6732
Garde-manger/Jungkoch	Region Mittelland (SO,AG)	J6739
Commis de cuisine	Region Mittelland (SO,AG)	J6772
Küchenchef	Region Zentralschweiz	J6773
Koch	Region Oberwallis	J6809
Koch	Region Oberwallis	J6805
Koch/Pizzaiolo	Region Graubünden	J6821
Köche	Region Graubünden	J6810
Jungkoch	Region Zentralschweiz	J6842
Fachkraft Küche	International	J6866
Chef pâtissier	Region Graubünden	J6873
Chef de partie	Region Graubünden	J6875
Frühstückskoch (w/m)	Region Oberwallis	J6893
Chef de partie saucier m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J6901
Koch	Region Oberwallis	J6909
Küchenfachangestellter	Region Freiburg	J6917
Chef de partie	Region Bern	J6920
Alleinkoch/Köchin in kleinem Team	Region Bern	J6922
Chef de partie/Sous-chef	Region Bern	J6924
Sous Chef w/m	Region Zentralschweiz	J6940
Commis de cuisine	Region Ostschweiz	J6937
Chef de Partie	Region Oberwallis	J6942
Jungkoch	Region Bern	J6945
Koch	Region Ostschweiz	J6938
Commis de cuisine	Region Graubünden	J6944

### Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Partie (Pâtisserie)	Region Graubünden	J6948
Chef de partie m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J6952
Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J6955
Commis de cuisine w/m	Region Zürich/ Schaffhausen	J6961
Sous Chef (w/m)	Region Graubünden	J7122
Chef de Partie Tagesstelle	Region Basel	J6964
Koch	Region Graubünden	J7128
Hilfskoch	Region Graubünden	J7129
Koch	Region Ostschweiz	J7132
Chef de Partie w/m	Region Zürich/ Schaffhausen	J6962
Küchenhilfe	Region Graubünden	J7131
Gourmet/Tourant Koch	Region Graubünden	J7136
Chef de Partie	Region Mittelland (SO,AG)	J6966
Chef de partie	Region Oberwallis	J7047
Koch 60%	Region Basel	J7032
Chef de partie	Region Mittelland (SO,AG)	J7056
Küchenchef	Region Zürich/ Schaffhausen	J7068
Sous Chef 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J7036
Chef Entremetier	Region Mittelland (SO,AG)	J7044
Küchenchef Bankett (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J7060
Sous Chef	Region Ostschweiz	J6865
Sous Chef	Region Bern	J7062
Chef de Partie oder Sous chef	Region Bern	J7097
Koch	Region Oberwallis	J7114
Koch	Tessin	J7066
Entremetier/Saucier	Region Bern	J7075
Koch/Chef de Partie	Region Mittelland (SO,AG)	J7073
Koch	Region Ostschweiz	J6823
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J7079
Koch/ Tourant	Region Zürich/ Schaffhausen	J7076
Küchenchef	Region Zürich/ Schaffhausen	J7085
Sous-Chef	Region Mittelland (SO,AG)	J7096
Gardemanger	Region Graubünden	J7100
Jung Koch / Köchin	Region Mittelland (SO,AG)	J7109
Jungkoch (Tourant)	Region Zürich/ Schaffhausen	J7103
Hilfskoch / Hilfsköchin	Region Mittelland (SO,AG)	J7112
Koch/Jungkoch	Region Bern	J7117

### Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Demi-chef de rang (England - Newick)	International	J7087
Serviceangestellte	Region Graubünden	J6843
Serviceangestellte	Region Oberwallis	J7051
Fachkraft Service	International	J6708
Fachkraft Service	International	J6709
Serviceangestellte	Region Zürich/ Schaffhausen	J6733
Allrounderin-Verkauf-Service	Region Bern	J6735
Servicefachkraft	Tessin	J6829
Servicefachmitarbeiter	Region Ostschweiz	J7061
Betriebsassistentin	Region Zürich/ Schaffhausen	J6740
Servicemitarbeiter m/w	Region Waadt/ Unterwallis	J6741
Z. Restaurant & Bar Manager/in (Luxury river cruise liner)	International	J6771
Serviceangestellte	Region Oberwallis	J6775
Restaurant & Bar Manager/in (Luxury river cruise)	International	J6770
Service-Mitarbeiterin	Region Bern	J7098
Serviceangestellte	Region Mittelland (SO,AG)	J6776
Servicefachkraft	Region Bern	J7053
Serviceangestellte	Region Zentralschweiz	J6777
Serviceangestellte/er	Region Oberwallis	J6806
Restaurationsfachfrau/mann	Region Mittelland (SO,AG)	J7055
Serviceangestellte/r	Region Graubünden	J6822
Restaurationsfachfrau/mann	Region Oberwallis	J6808
Serviceangestellte	Region Graubünden	J6820
Serviceangestellte	Region Zentralschweiz	J6841
Serviceangestellte	Region Bern	J7099
Servicefachangestellter	Region Zürich/ Schaffhausen	J6845
Service mit Inkasso	Region Graubünden	J6847
Servicefachangestellte	Region Oberwallis	J6840
Serviceangestellte	Region Oberwallis	J6849
Commis de Rang (w/m)	Region Oberwallis	J6844
Servicemitarbeiter/in	Region Ostschweiz	J6857
Servicefachfrau/Servicefachmann	Region Zentralschweiz	J6862
Servicemitarbeiter/in	Region Bern	J6850
Chef de Service	Region Zentralschweiz	J6863
Servicefachangestellte	Region Bern	J6864
Service	Region Graubünden	J7118
Demi-chef de rang	Region Bern	J6868
Chef de rang	Region Bern	J6870
Koch	Tessin	J7065

## Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Servicefachangestellte/w	Region Bern	J7070
Chef de rang	Region Graubünden	J6871
Serviceangestellte	Region Zentralschweiz	J6894
Service	Region Oberwallis	J6913
Operative Eventleiterin/operativer Eventleiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J7077
Kellner	Region Oberwallis	J6910
Servicefachangestellte	Region Graubünden	J7101
Serviceangestellte(r)	Region Mittelland (SO,AG)	J7110
Servicefachangestellte/r	Region Mittelland (SO,AG)	J6914
Chef de Service	Region Mittelland (SO,AG)	J6915
Servicefachangestellte/r	Region Zürich/ Schaffhausen	J7069
Chef de Service	Region Zentralschweiz	J6928
Serviceangestellte m/w	Region Zentralschweiz	J6939
Serviceangestellte	Region Ostschweiz	J6943
Servicefachmitarbeiterin	Region Bern	J6946
Servicefachangestellte	Region Oberwallis	J6935
Servicefachmitarbeiterin	Region Oberwallis	J7115
Commis de Rang	Region Graubünden	J6949
Servicefachmitarbeiterin	Region Ostschweiz	J6936
Serviceangestellte	Region Zentralschweiz	J6941
Servicefachangestellte/r	Region Zürich/ Schaffhausen	J7104
Serviceangestellte	Region Graubünden	J7072
Servicefachangestellte/er	Region Mittelland (SO,AG)	J7074
Servicefachangestellte	Region Bern	J6954
Serviceangestellte/r	Region Basel	J7081
Servicefachangestellte	Region Graubünden	J7135
Servicefachmitarbeiter/in	Region Graubünden	J7030
Servicefachkräfte	Region Graubünden	J7031
Serviceangestellte	Region Graubünden	J7125
Chef de Service (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J6960
Leiter Café/Bar	Region Zürich/ Schaffhausen	J6963
Restaurant Manager	Region Mittelland (SO,AG)	J7126
Chef de Rang	Region Basel	J7080
Gastgeberin / Gastgeber	Region Mittelland (SO,AG)	J7137
Serviceangestellte	Region Graubünden	J7130
Commis de rang	Region Oberwallis	J7089
Aushilfe	Region Ostschweiz	J7134
Chef de rang	Region Oberwallis	J7091
Serviceangestellte	Region Ostschweiz	J7133
Restaurantleiter/in	Region Mittelland (SO,AG)	J7095
Serviceangestellte	Region Mittelland (SO,AG)	J7138
Servicefachangestellte	Region Mittelland (SO,AG)	J7139
Demi-chef de rang (Luxury river cruise liner)	International	J7086
Servicefachangestellte/r	Region Mittelland (SO,AG)	J7043
Serviceangestellte	Region Graubünden	J7045
Kellnerinnen	Region Oberwallis	J7090
Aushilfe im Service	Region Mittelland (SO,AG)	J7111
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Oberwallis	J7046
Servicefachangestellte	Region Oberwallis	J7049
Praktikant/in Service	Region Bern	J7040
Chef de Rang	International	J6506
Serviceangestellte	Region Zürich/ Schaffhausen	J6675
Kellner	Region Zürich/ Schaffhausen	J6676
Servicefachangestellte	Region Oberwallis	J7042
Serviceangestellte	Region Zürich/ Schaffhausen	J6682
Servicefachmitarbeiterin	Region Oberwallis	J6679
Serviertochter	Region Oberwallis	J6680
Serviceangestellte	Region Zentralschweiz	J6686
Team Member Restaurant	Region Zürich/ Schaffhausen	J6690
Servicefachangestellte, w/m	Region Oberwallis	J6678
Servicefachangestellte/r	Region Oberwallis	J7041
Praktikant/in Service	Region Oberwallis	J6687

## Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Service- und Barmitarbeiterin	Region Oberwallis	J7116
Chef de Bar 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J7039
Bardame	Region Zürich/ Schaffhausen	J7105
Barmaid	Region Zürich/ Schaffhausen	J6743
Seminarverantwortliche (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J6672
Barmaid	Region Oberwallis	J6853
junge Barmitarbeiter/in	Region Mittelland (SO,AG)	J7078
Serviceangestellte / Bar	Region Zürich/ Schaffhausen	J7102
Barmitarbeiter/in	Region Zentralschweiz	J6861
Barmaid	Region Oberwallis	J6774
Barmitarbeiterin	Region Oberwallis	J6934
Barmitarbeiter / in	Region Oberwallis	J6908
Barmitarbeiterin	Region Graubünden	J6947
Bar Angestellte	Region Zürich/ Schaffhausen	J7071

## Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Gouvernante	Tessin	J7064
Zimmer - Lingerie	Region Oberwallis	J7050
Etagegouvernante 100%	Region Zürich/ Schaffhausen	J7035
Officemitarbeiter(in)	Region Mittelland (SO,AG)	J7113
Allrounderinnen 50 bis 100 %	Region Bern	J6889
Zimmermädchen	Region Oberwallis	J6911
Hausdamenassistentin (w/m)	Region Oberwallis	J6892
Zimmermädchen/Tourmate	Region Bern	J6846
Reinigung	Region Oberwallis	J6912
Zimmerfrau/Portier (Paar)	Region Bern	J6919

## Beauty / Wellness / Fitness / Spa

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Masseur/in FA SRK	Region Bern	J6921
dipl. Fachkraft Wellness	Region Oberwallis	J7092

## Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Praktikantin Service	Region Graubünden	J7119
Servicepraktikant	Region Bern	J7054
Hotelfachmann/-frau	Ganze Schweiz	J5419
Koch/Köchin	Ganze Schweiz	J5422
Praktikant/in Service	Region Oberwallis	J5291
Praktikant/in Service	Region Graubünden	J5290
Cuisinier/Cuisinière	Toute la suisse	J5425
Employé/e de commerce HGT	Toute la suisse	J5427
Kaufmann/-frau HGT	Ganze Schweiz	J5423
Spécialiste en hôtellerie	Toute la suisse	J5426
Restaurationsfachmann/-frau	Ganze Schweiz	J5421
Spécialiste en restauration	Toute la suisse	J5424
Réceptionspraktikant/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J5337

## Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Facility-Servicekoordinator/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J6710
Bufetmitarbeiter	Region Bern	J6929

## Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B656	Back Office	37	CH	per sofort	D F E
B503	Bar	23	DE	per sofort	D E
B92	Betriebsleiteras / Chef de Service / Stev. Chef de Service / Stev. Restaurantleiter	28	CH	per sofort	D F E S
B627	Chef de Service/Restaurantleiter	29	KS	per sofort	AL
B21	Direktion / Rooms Division / F&B	40	AT	per sofort	D E
B51	Diverse Möglichkeiten	52	CH	per sofort	D E
B636	Geschäftsführer / Betriebsleiter	42	DE	per sofort	D F E
B613	Geschäftsleitung, Food & Beverage	29	CH	per sofort	D F E
B286	Gouvernante	26	CH	ab sofort	D
B662	Housekeeping		PT	per sofort	F E E PT
B686	im bereich gastro. NUR Tagesschicht	29	CL	per sofort	D E TA
B698	Kellnerin, Bar-tender, Rezeptionist	28	HU	per sofort	E H U
B450	Kinderanimator, Kinderskilehrer, Privatlehrer, Pflegehelfer SRK	48	CH	per sofort	D F E
B699	Küchenchef oder Sous chef	40	CH	per sofort	D E
B664	Küchenchef / Sous Chef	37	FR	per sofort	D F
B371	küche und geschäftsleitung	39	NL	per sofort	D F E NL
B624	Kuechenchef, Koch, Alleinkoch	49	CH	per sofort	D E
B588	Marketing, Project Manager, Sales	24	CH	per sofort	D F E
B542	Réception	21	CH	per sofort	D E
B682	reception, dishng, portier		SE	per sofort	E S V
B701	Réception / KV / Portier / Night-Auditor	28	DE	per sofort	D F E
B482	Reservationsmitarbeiter, Direktion, Réception, Buero, Marketing	34	IT	per sofort	D F E
B687	Rezeption	19	CH	per sofort	D F E
B196	Service	37	SK	per sofort	D E S K
B351	Service	25	CH	per sofort	D
B694	Service/Küchenhilfe/Reinigung	46	CH	per sofort	D E E L
B525	Service, Küche, Wellness, Reception.	17	AT	per sofort	D E
B3	Servicefachmitarbeiter	42	CH	per sofort	D F
B673	Zimmermädchen/Lingerie/Allrounderin	27	SK	per sofort	D

- 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 26. 10. 2009. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

## IMPRESSUM

### hotel revue - stellen revue / marché de l'emploi

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

Herausgeber / Editeur: hotelleriesuisse, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:  
 Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elisabeth Hübner

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

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

Anzeigen-Immediat / Service des annonces: Angela Di Renzo, Monika Hausammann, Patricia Nobs Wyss

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

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

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

### Termine:

- Ausgabe	Nr. 45/2009	Nr. 46/2009	Nr. 47/2009	Nr. 48/2009
- Erscheint	5. 11. 2009	12. 11. 2009	19. 11. 2009	26. 11. 2009
- Anzeigenschluss	Mo. 12.00 Uhr 2. 11. 2009	9. 11. 2009	16. 11. 2009	23. 11. 2009

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

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

www.gastronet.ch

Fach- und Kaderstellen – Fach- und Kaderleuten  
Professionnels et cadres – emplois et personnel  
Professionali et quadri – posti e impiegati

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



**DOMINO GASTRO**  
Personal – Vertrout  
www.dominogastro.ch  
Tel. 055 415 5280  
personal@dominogastro.ch  
für Bewerber kostenlos.



## Deutsche Schweiz

3.2.1  
hubert erniWir suchen gute Leute für das neue Lokal «the blinker»;  
die neue Crew garantiert für Qualität auf hohem Niveau,  
364 Tage im Jahr. Der Arbeitsort ist Cham.Vollzeit:  
Chef de partie m/w  
Junior Chef de partie m/w  
Commis de cuisine m/wBitte senden Sie uns Ihre kompletten  
Bewerbungsunterlagen per Post.  
Zuhanden von  
Hubert Erni  
Geschäftsleiter3.2.1 hubert erni ag  
gewerbstrasse 9  
postfach  
ch-6330 cham 2  
fax +41-41 710 40 64  
phone +41-41 710 40 60  
contact@3-2-1.ch  
www.3-2-1.ch

**HOTEL CAREER** **HORESTO**  
Jobs  
www.hotelcareer.fr www.horestoch  
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



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

## Stellengesuche

## International

## La Métairie \*\*\* en Périgord

Hotel de charme, 11 chambres et  
restauration semi-gastronomique,  
Châteaux et Hotels de Collection,  
recherche à partir du 15 mars 2010  
**RESPONSABLE DE L'ETABLISSEMENT**  
(eventuelle couple, chef cuisine)  
Envoyez CV et lettre de motivation  
à notre bureau en Suisse:  
Hotel Bristol, CH-3715 Adelboden  
metairie.la@wanadoo.fr  
www.la-metairie.com

27-jährige Slowakin mit guten Deutsch-  
kenntnissen sucht Arbeit als  
**Kosmetikerin**  
Besitze abgeschlossene Ausbildung  
zur Kosmetikerin plus Weiterbildung zur  
Maskenbildnerin und Visagistin sowie für  
Ganzkörper-, Lifting- und Mikromassa-  
gen der Augenregion. Mehrjährige  
Berufserfahrung in deutschsprachigen  
Schweizer Wellness-Hotels vorhanden.  
Jana Petrikova, Tel. 0041 79 884 38 29,  
Kontaktperson: Ueli Netz, Hotel Hippel  
Krone, 3210 Kerzers, Tel. 079 566 92 31.

Eidg. dipl. **Küchenchef/Produktions-  
leiter** (43 Jahre) sucht auf anfangs Jahr,  
oder nach Vereinbarung interessante  
und vielseitige Herausforderung.  
Auf die erste Kontaktaufnahme freue ich  
mich unter:  
kuechenchef@windowslive.com

Wintersaison 2009/2010  
mitten im Skigebiet  
von Wangs-Pizol im Heidiland

Unser lebhafter und anspruchsvoller  
Hotel- und Restaurantbetrieb liegt mit-  
ten im Skigebiet von Wangs-Pizol. Mit  
Ihnen gemeinsam freuen wir uns heute  
schon auf die neue Herausforderung  
der kommenden Wintersaison.

Unterstützen Sie uns mit Ihrem fach-  
lichen Können als:

2 Servicefachangestellte  
(CH, A, D)

Sind Sie ein Freund von Bergen, Sonne  
und auch Schnee und arbeiten gerne  
in einem jungen, dynamischen Team?  
Dann verwöhnen wir doch unsere  
Gäste in der kommenden Wintersaison  
gemeinsam.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Be-  
werbung oder auf Ihren Anruf.

Hotel Furt, Artho Meli 7323 Wangs-Pizol  
Tel. 081 723 21 66, Fax 081 723 40 66  
www.hotel-furt.ch  
E-Mail: hotel.furt@spn.ch

## Hotel Vorab

Für unser bestbekanntes Hotel und À-la-carte-Restaurant su-  
chen wir für kommende Wintersaison folgende bestversteuerte,  
motivierte Mitarbeiter:

## Servicefacharbeiter/in für Pizzeria Veneziana

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leis-  
tungsgerechte Entlohnung, tolle Atmosphäre in jungem Team,  
sowie viele Freizeit- und Sportmöglichkeiten.

Ja, Sie fühlen sich angesprochen? So senden Sie bitte Ihre Be-  
werbungsunterlagen mit Foto an:

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

## Svizzera italiana

**Parkhotel Brissago**  
BRISSAGO  
Ladone non è facile parlare!  
Dort wo Ihnen der Abschied nicht leicht fällt!  
L'endroit qu'il n'est pas facile de quitter!



Zur Vervollständigung unseres jungen Teams,  
als motivierte/r und fröhliche/r Mitarbeitende/r, die ihren  
Beruf lieben, suchen wir Sie!

Folgende Stellen sind für die kommende Sommersaison  
Mitte März bis ca. 2. November 2010 zu besetzen:

- Réceptionist/in D/I/F mit Hotelerfahrung
- Chef de Partie Entremetier I
- Commis de cuisine I
- Chef de rang D/I/E, für à la carte und Saal
- Commis de rang D/F für Saal
- Service-Praktikant/in D für Saal
- Buffet-Dame I
- Raumpflegerin I

Wir bieten Ihnen geregelte Arbeitszeiten, Urlaub während der  
Saison sowie Benützung unserer Sport-Infrastruktur.  
Fühlen Sie sich angesprochen?  
Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Natascha Rothermann, Direktions-Ass./Personalchefin  
Via Sacro Monte 21 6614 Brissago  
Tel. 091 786 81 11 Fax 091 793 40 56  
www.brissago.ch E-Mail: team@brissago.ch

Divino  
ristorante  
cucina

Per il potenziamento della  
brigata cerchiamo

## CUOCO/A

diplomato/a, dinamico/a e con  
comprovata esperienza.

Inviare offerte scritte corredate  
di Curriculum Vitae con  
fotografia e certificati a:  
**Ristorante Divino**  
Viale Verbanio 13, 6600 Murato

HOTEL CAMPIONE  
RESTAURANT ALL'ARCO

Wir sind ein Familienbetrieb am Luganersee und suchen zur  
Vervollständigung unseres Teams für sofort oder nach Vereinbarung.

## Réceptionist/in mit Erfahrung

(D, I, F, E)

## Service-Mitarbeiter/in

(I, D)

## Stagiare

(I, D)

Schriftliche Offerten mit den üblichen Unterlagen bitte an:  
Armin RAST, Dir., Hotel Campione, 6816 Bissone-Lugano

## Suisse romande

Hôtel-Restaurant  
BEL-AIR

Cuisine bourgeoise, spécialités de poissons et  
diverses quinzaines selon les saisons.

Wir suchen, Nous recherchons  
pour compléter notre brigade

1 cuisinier/ère / Koch oder Köchin

R. CHERVET 026 673 14 14 / 079 684 86 66

1788 Praz-Vully (bord du lac de Morat)

www.bel-air-lac.ch, e-mail: bel-air@bel-air-lac.ch