Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2009)
Heft: 45

Heft

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 01.08.2025

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

1002893
Schweiz. Nationalbibliothek
Periodikadienst
Hallwylerstrasse 15
3005 Bern
D06
013SH
30

htr hotel revue
avec cahier français
5. November 2009
Nr. 45 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA – 3001 Bern / Berne
www.htr.ch
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 240 Stellenangeboten

Café Monnier

Josef Billes eröffnet in Bern sein zweites Café. Das Stammhaus in Murten gilt als Schweizer Massstab des klassischen Wiener Kaffees.
Seite 14

Passivrauchen

Auch mit dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes ist die Diskussion noch nicht vom Tisch.
Seite 4

Moospinte

Der «Chrüteroski» geht, Sascha Berther kommt. Der junge Koch setzt auf die klassische Küche.
Seite 16

Schweiz

«Starke Kooperationen wären nötig zwischen Tourismus und Landwirtschaft.»
Seite 5

Hanspeter Schneider, Via Storia

Alain D. Boillat

Winter in Sicht

Swiss Image

Herrliche Schneeverhältnisse unter strahlender Sonne – solche Bilder sollen auch im Ausland Lust auf den Schweizer Winter wecken.

Mit einem Rekordbudget von 25,5 Mio. Franken bewirbt Schweiz Tourismus den Winter. Bestes Verkaufsargument bleibt der Schnee.

ELSBETH HOBMEIER

Wir tun alles für perfekte Wintererlebnisse», verspricht Schweiz Tourismus mit einer neuen Broschüre und in witzigen TV-Werbespots. Dabei setzt die Marketingorganisation auf Hüttenzauber und knorriges Bergler-Image. «In diesem Winter ist Schweizer Skihütte statt Karibik angesagt», betonte ST-Direktor Jürg Schmid diese Woche bei der Lancierung der Medienkampagne. Für die Bewerbung des kommenden Winters kann Schweiz Tourismus so viel Geld wie noch nie einsetzen: Dank Zuschuss von 4,75 Mio. aus dem Impulsprogramm sind es 25,5 Mio. Franken, 6 Mio. mehr als im Vorjahr.

Eine Offensive für den Schweizer Tourismus ist auch bitter nötig. Die Zahl der Hotelübernachtungen sank im letzten Jahr schweizweit um 5,7 Prozent, einer der stärksten Einbrüche überhaupt. Und der Aufschwung lässt laut Prognose des BAK Basel noch auf sich warten. Richard Kämpf vom Seco sprach zwar von «mit blauem Auge davongekommen», sagt aber für 2010 noch einen Rückgang von minus 2,6 Prozent voraus. Fürs 2011 rechnet er mit plus 1,9, für 2012 gar mit 3,9 Prozent Zunahme.

Weil es ohne Schnee weniger Gäste und damit Profit gibt, wollen die Schweizer Bergbahnen vermehrt in Kunstschnee investieren und so mit der Konkurrenz in Österreich und Südtirol gleichziehen.
Seiten 2, 7 – 11 und 19

Abstimmung

Das Walliser Tourismusgesetz ist hart umkämpft

Etwas mehr als drei Wochen verbleiben bis zur Abstimmung über das neue Walliser Tourismusgesetz. Die Branchenorganisationen Wallis Tourismus, Walliser Hotelierverein, Gastrovalais und die Walliser Bergbahnen gehören zum Unterstützungskomitee. Es gibt aber auch bei den Gegnern Branchenexponenten. So lehnen beispielsweise Hotelier Art Furrer und der Tourismusdirektor von Nendaz, Sébastien Epiney, das Gesetz ab. Die htr hotel revue hat Urs Zenhäusern, Direktor von Wallis Tourismus, und Art Furrer dazu eingeladen, ihre Argumente für ein Pro oder Contra darzulegen. tl
Seite 3

Autobahnraststätten

Rasten, tagen, shoppen und essen an der Autobahn

zvg

Am 13. November wird die Raststätte «My Stop» eröffnet.

Längst sind die Zeiten vorbei, in denen der Autofahrer nur mal schnell anhielt um das WC aufzusuchen oder das Auto aufzutanken. Die Schweizer Autobahnraststätten entwickelten sich zu begehrten Shoppingmeilen und Business-Treffpunkten. Sei es das Schweizer Traditionsunternehmen Marché International oder der italienische Raststättengigant Autogrill – die Konzepte ähneln sich. Genuss, Dienstleistung und Qualität werden gross geschrieben, und die Funktionalität. Heute konzipiere niemand mehr eine neue Autobahnraststätte, die nicht von beiden Seiten zugänglich ist, betonen die Betreiber. Mit einer Infrastruktur für beide Fahrtrichtungen ist nicht nur die Rentabilität besser gewährleistet. Auch als Business-Treffpunkte eignen sich diese Konzepte gut. So gut sogar, dass heute Autobahnraststätten die lokalen Gastrobetriebe konkurrenzieren.

Die jüngste aller Raststätten heisst My Stop: 55 Millionen Franken kostet die Anlage und wird am 13. November am neuen Autobahnabschnitt der A4 zwischen Zürich und der Innerschweiz eröffnet.
Seite 13

Kommentar

Das kostbare Weiss kostet viel Geld. Für einige zu viel.

CHRISTINE KÜNZLER

Spätestens im November beginnt sie, die Sehnsucht nach den frisch verschneiten Wäldern und Pisten. Eine weisse Weihnacht und ein frisch verschneiter Neujahrsmorgen sind tief in unseren Köpfen verankert. Nicht zuletzt deshalb sind die alpinen Destinationen in dieser Zeit ausgebucht.

Die Natur aber hält sich nicht immer an die Rituale und Wünsche der Menschen. Manchmal fällt der Schnee im November und dann erst im Februar wieder. Vor allem in jenen Destinationen, die weniger hoch liegen.

«Die Natur hält sich nicht immer an die Rituale und Wünsche der Menschen.»

Ein Dilemma. Denn Schnee muss her, damit Bahnen, Destinationen, Restaurants und Hotels Umsatz generieren können. Also wird künstlich geschneit. Und dies je länger je mehr, denn die Klimaveränderungen bringen den Schnee zum Schmelzen. Kunstschnee aber ist teuer. Nicht jeder Ort, nicht jede Bahn kann sich auf Dauer das teure Weiss leisten.

Was nun? Umdenken, what else? Die Touristiker sind hier gefordert. Allen voran jene aus kleineren, (schnee)ärmeren Wintersportorten. Dort muss sich der Hotelier ein ganz besonders hochstehendes, originelles Weihnachtsfest und einen besonders unterhaltsamen Silvesterabend einfallen lassen. Umdenken muss aber auch der Gast: Weihnachten darf auch mal braun oder grün sein. Selbst am Fest der Geschenke werden nicht alle Wünsche erfüllt.
Seiten 7 bis 11

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

ANZEIGE

Es muss doch nicht alles so
kompliziert sein.
rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch
protel hotelsoftware

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

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

eco bar
Die beste Adresse für Minibars und Zimmersafes:
www.ecobar.ch
Da finden Sie alle Modelle und Preise
Ecobar AG
5621 Zufikon
Telefon 056 631 90 60
Fax 056 631 90 91
info@ecobar.ch

BRITA Professional
PURITY C – die flexible Lösung
http://professional.brita.ch

Schweizerische Nationalbibliothek NB
Bibliothèque nationale suisse BN
Biblioteca nazionale svizzera BN
Bibliotheca naziunala svizra BN

Aus der Region

Graubünden

Umsetzung des Richtplans verzögert sich

Diesen Februar hat die Bündner Regierung einen Richtplan genehmigt, der den Zweitwohnungsbau einschränken soll. Nun müssen die Bestimmungen in die kommunalen Baugesetze überführt werden. Dass dies wie erhofft bis Ende Jahr erledigt ist, erscheint kaum realistisch. Eine Umfrage der «Engadiner Post» bei den Oberengadiner Gemeinden ergab, dass die Vorlage mit Ausnahme von Celerina noch bei der Exekutive oder zur Vorprüfung beim Kanton liegt. So wie es aussieht, sollte der Richtplan aber spätestens im Frühjahr 2010 in allen Gemeinde-Baugesetzen verankert sein. maz

Architekturpreis für die «Bergoase» des «Tschuggen»

zvg

Die vom Stararchitekten Mario Botta entworfene «Bergoase», der Spa-Bereich des Grand Hotel Tschuggen in Arosa, wurde letzte Woche mit dem Architekturpreis des Internationalen Olympischen Komitees (IOC) und der Internationalen Vereinigung Sport- und Freizeiteinrichtungen (IAKS) ausgezeichnet. Laut einer Mitteilung werden mit dem Award alle zwei Jahre beispielhaft gut gestaltete und gleichzeitig funktional gelungene Sportanlagen aus aller Welt bedacht. maz

Zentralschweiz

Experten fordern Standseilbahn für den Stoos

Die vom Verwaltungsrat der Sportbahnen Schwyz-Stoos-Fronalpstock AG eingesetzte Begleitgruppe empfiehlt, einen Neubau der Standseilbahn Schlattli-Stoos auf dem Trassee der bestehenden Standseilbahn zu realisieren. Weil die Betriebsbewilligung für diese am 31. März 2010 abläuft, plante man, den Stoos neu mit einer Gondelbahn zu erschliessen. Eine Umorientierung sei nötig, weil die Gondeln von Querschlägern der Schiessanlage Selgis getroffen werden könnten, schrieb die «Neue Luzerner Zeitung». maz

Mittelland

Sesselbahn am Weissenstein wurde abgestellt

Am letzten Sonntag hat die Sesselbahn am Weissenstein (SO) nach 60 Jahren ihren Betrieb eingestellt. Die vom Bundesamt für Verkehr (BAV) erteilte Betriebsbewilligung läuft Ende Jahr aus. Für eine Erneuerung hätte die Bahn aufwendig revidiert werden müssen – zu teuer, befand die Seilbahn Weissenstein AG. Sie will für rund 12 Millionen eine moderne Anlage mit 50 Sechser-Gondeln bauen. Der Schweizer Heimatschutz (SHS) und der Verein «Pro Sesseli» haben Einsprachen eingereicht. Sie sind für den Erhalt der historischen Sesselbahn und gegen den Neubau. maz

«Benimm» für Deutsche

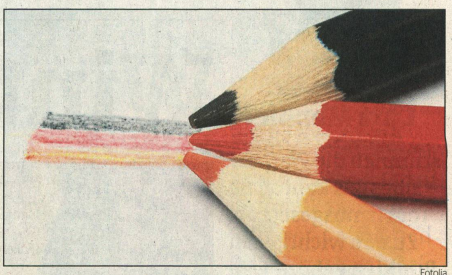
Arosa Tourismus lanciert Kurse für deutsche Mitarbeitende in Hotellerie und Tourismus. Sie sollen die Schweizer Mentalität lernen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Nicht zuletzt der Steueroasen-Streit und die Angriffe des deutschen Ex-Finanzministers Peer Steinbrück haben die Kommunikation zwischen Deutschen und Schweizern auch in Arosa gefordert. Erstmals lanciert der Tourismusort zusammen mit dem deutschen Trainer Wolfgang Foerster aus Bad Soden Kurse, die den Deutschen den Spiegel vorhalten. Die Kurse richten sich an deutsche Mitarbeitende aller touristischer Leistungserbringer und sollen dafür sensibilisieren, wie die «deutsche Art» auf Schweizer wirken kann und welche Umgangsformen in der Schweiz zum guten Ton gehören. Mitinitiator André Salamin, Direktor des 5-Sterne-Hotels Arosa Kulm: «Die deutschen Mitarbeitenden sind sich oft nicht bewusst, dass sie in der Schweiz im Ausland sind und es klare kulturelle Unterschiede gibt.» Sich so benehmen wie im eigenen Land kommt bei den Gästen nicht immer gut an: Ein norddeutsches «Tschüss» am Telefon wird schnell als unhöflich empfunden, das oftmals laute und vorschnelle Auftreten ebenfalls. Auf wenig Begeisterung stösst solches Benehmen nicht nur bei den Schweizern, die 50 Prozent der Gäste in Arosa ausmachen, so Salamin, sondern auch bei den 30 Prozent deutschen Gästen des Tourismusortes: «Unsere Gäste bedauern oft, dass wir nicht mehr Schweizer Mitarbeitende haben. Der Ton des Schweizer Mitarbeiters klingt für sie ‹herzig›, das klare Hochdeutsch schnell arrogant.»

> «Je schweizerischer der deutsche Mitarbeiter, umso sympathischer für den Gast.»
>
> **Pascal Jenny**
> Direktor Arosa Tourismus

Fast jeder dritte Mitarbeiter der touristischen Leistungsträger in Arosa stammt aus Deutschland, die meisten von ihnen stehen in direktem Gästekontakt. Der Direktor von Arosa Tourismus, Pascal Jenny, meint deshalb: «Je schweizerischer die deutschen Mitarbeitenden mit so einem Kurs werden, umso sympathischer sind diese den Gästen. Auch der deutsche Gast schätzt das Schweizerische.» Dabei sollten Deutsche ihrer Sprache aber treu bleiben, betont Salamin: «Deutschen Mitarbeitenden untersage ich regelrecht das Grüezi. Dialekt richtig zu sprechen schaffen Deutsche kaum, da sollen sie lieber beim Hochdeutsch bleiben.»



Fotolia

Typisch deutsches Verhalten kommt bei den Gästen in der Schweiz weniger gut an. Auch der deutsche Gast schätzt das Schweizerische.

Der erste «Benimm»-Kurs für Deutsche startet am 1. Dezember und dauert einen halben Tag. Arosa Tourismus übernimmt 50 Prozent der Kosten. Salamin will rund 40 Mitarbeitende schicken, darunter auch Schweizer, die «so die andere Seite besser verstehen lernen sollen.» Der Robinson Club, das 4-Sterne-Hotel Präschtli, das Design-Hotel Eden und ein weiterer Betrieb haben 15 Personen angemeldet. «Drei Hotels haben die Idee gelobt, aber die Teilnahme abgesagt, da noch zu wenig Mitarbeitende für die neue Saison vor Ort sind», informiert Jenny über das Interesse der Hoteliers.

Aufschwung im 2012

Für die kommende Wintersaison sagt das BAK Basel einen Rückgang der Hotelübernachtungen um 3,7 Prozent voraus. Ende 2010 soll sich der Markt erholen, 2012 geht's aufwärts.

ELSBETH HOBMEIER

Letztes Jahr habe man noch gefragt «Wie tief geht die Tiefe?», sagte Richard Kämpf, Leiter Ressort Tourismus beim Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco). «Wir sind mit einem blauen Auge davongekommen», ist Kämpfs Fazit. Im Rahmen der Medienkonferenz von Schweiz Tourismus (siehe Seite 7) präsentierte er die Prognosen für den Schweizer Tourismus.

Im Tourismusjahr 2009 (Nov. 08 bis Okt. 09) gingen die Hotelübernachtungen gegenüber dem Rekordjahr 2008 um 5,7% zurück, belaufen sich aber trotzdem auf 34,8 Millionen, ein Niveau, das erst sieben Mal übertroffen wurde.

Von einer schnellen Erholung könne, so Kämpf, im Tourismus nicht ausgegangen werden. Das BAK Basel prognostiziert für den Winter 09/10 einen Rückgang der Logiernächte um 3,7 Prozent (ausländische Nachfrage -5,1%). Auch der Sommer 2010 dürfte noch ein leichtes Minus von 1,7% bringen. Gegen Jahresende 2010 soll der Schweizer Tourismus wieder in die Wachstumszone zurückkehren. Und für 2011 geht das BAK von einem Plus von 1,9% aus. Eine deutliche Zunahme von +3,9% wird für 2012 erwartet, mit einem zunehmenden Anstieg der Auslandsnachfrage von 5,8%. «Nach drei mageren Jahren wird da der Aufholprozess einsetzen», meinte Richard Kämpf und wies auf die grossen Investitionen der Hotels hin, die sich auszahlen werden. «Im laufenden Jahr dürften die Zuwächse im Bauinvestitionsvolumen rund 25% betragen», sagte er.

> «Wir brauchen noch ein Jahr bis zum Ausgleich. Das Licht am Ende des Tunnels naht.»
>
> **Richard Kämpf**
> Leiter Tourismus Seco

Den geringsten Einbruch im Winter 09/10 werde der Städtetourismus erfahren, der von der gegenwärtigen Krise zuerst erfasst wurde. Von den alpinen Regionen dürften sich, so Kämpf, das Wallis und Graubünden besser schlagen als andere Regionen. Für die Zentralschweiz und für das Berner Oberland geht BAK Basel von einem Rückgang der Logiernächte von mehr als 4,5% aus; der Zentralschweiz fehlen die Schweizer Besucher, dem Berner Oberland die UK-Gäste.

Alle Zahlen auf: www.htr.ch/aktuell

Entrée: Kleine Scheidegg (BE), Hotel Bellevue-Des Alpes **www.htr.ch/hotelarchiv**

Club Grand Hôtel & Palace, Basel

Wallis stellt Weichen

Am 29. November stimmen die Walliser über das kantonale Tourismusgesetz ab. Zu den wichtigsten Punkten gehören die Destinationsbildung und ein neues Finanzierungs-System.

THERES LAGLER

Das neue Walliser Tourismusgesetz sorgt für Kontroversen. Sogar innerhalb der Branche. So gehört Urs Zenhäusern, Direktor Wallis Tourismus, zu den vehementen Befürwortern, Art Furrer, Hotelier auf der Riederalp, zu den Gegnern. Die beiden haben auf Einladung der htr hotel revue ihre Sicht der Dinge auf Papier gebracht (siehe nebenan).

Doch was ändert überhaupt mit dem neuen Tourismusgesetz? Zum einen die Strukturen, zum andern die Finanzierung. Die rund 120 lokalen Tourismusvereine sollen in acht bis zehn sogenannten Tourismusregionen (Destinationen) zusammengefasst werden. Die Kriterien zur Bildung einer Tourismusregion sind: mindestens 700 000 Logiernächte pro Jahr, mindestens eine international bekannte Marke sowie ein Gesamtbudget von mindestens 5 Millionen Franken.

Bei der Finanzierung schlägt der Kanton einen grundsätzlich neuen Weg vor. Die heutigen Kur- und Beherbergungstaxen sollen abgeschafft werden. An ihre Stelle tritt die touristische Beherbergungsabgabe. Sie wird bei allen Eigentümern von Beherbergungseinrichtungen und Eigentümern von Zweitwohnungen erhoben. In der Höhe ist die Abgabe abhängig vom Standort und von der Bruttogeschossfläche (die Gemeinschaftsräumlichkeiten in Hotels sind davon ausgenommen). Zusätzlich können Gemeinden auf freiwilliger Basis eine Tourismusförderungstaxe bei all jenen Unternehmen verlangen, die vom Tourismus profitieren. 51 tun das schon heute. Gemeinden, die einer Tourismusregion angehören wollen, aber keine Tourismusförderungstaxe aufweisen, müssen der Tourismusregion stattdessen einen Substitutionsbeitrag entrichten. Gemäss den Befürwortern können mit dem neuen Gesetz die Mittel für den Walliser Tourismus von 55 auf 80 Millionen gesteigert werden.

Swiss-Image.ch

Das Matterhorn bleibt so oder so ein beliebtes Fotosujet.

Marketing bündeln

Pro

Urs Zenhäusern, Direktor Wallis Tourismus.

Weltweit zählt der Tourismus zu den absoluten Wachstumsmärkten. Immer mehr Menschen aller Kontinente verspüren Lust zu reisen und haben dazu auch genügend finanzielle Mittel zur Verfügung.

Im Vergleich zum weltweiten Wachstum der Branche profitiert die Schweiz und ebenso das Wallis nur unterproportional von dieser Entwicklung. Auf der Rangliste nach Marktanteilen fällt die Schweiz immer weiter zurück. Allein in der kurzen Zeit zwischen 2000 und 2007 ist die Schweiz vom 14. Rang auf den 27. Rang zurückgefallen. Im Jahre 1950 stand die Schweiz noch auf dem fünften Platz! Die Rahmenbedingungen verändern sich sehr rasch und massiv. Um in diesem Orchester langfristig mitspielen zu können, sind wir gefordert, uns den Veränderungen anzupassen.

«Structures follows Strategies» wurde bereits in den 1960er-Jahren durch den Historiker Alfred Chandler belegt. Heute müssen wir aber feststellen, dass sich unsere Tourismusstrukturen in den letzten 60 Jahren kaum oder gar nicht verändert haben. Wir sind mehr denn je gefordert, unsere Strukturen den neuen Gegebenheiten des hart umkämpften Marktes anzupassen. Konkret heisst das, wir müssen sicherstellen, dass die Tourismusakteure alle Aufgaben erfüllen können, die von ihnen erwartet werden. Diese Aufgaben müssen stufengerecht delegiert und Doppelspurigkeiten müssen verhindert werden. Je näher man sich beim Gast befindet, umso mehr muss der Bereich Produkt- und Angebotsentwicklung abgedeckt sein. Marketing und Verkaufsförderung sollten von möglichst wenigen Akteuren gebündelt sichergestellt werden. Dem Tourismus müssen die notwendigen Mittel zur Verfügung gestellt werden.

Genau in diese Richtung stösst das neue Walliser Tourismusgesetz, worüber das Stimmvolk am 29.11.2009 abstimmt. Deshalb empfehle ich dringendst ein klares Ja.

Finanzierung floppt

Contra

Art Furrer, Inhaber Art Furrer Hotels, Riederalp

Seit sieben Jahren bemüht sich unser Parlament um ein neues Tourismusgesetz. Entstanden ist ein Kompromiss vom Kompromiss, vom Kompromiss. Ein Finanzierungs-System, das nicht taugt. SP wie SVP zogen die Notbremse. Das Volk griff zur Referendumswaffe.

Der wichtigste Grund: Nach der Strommarktöffnung, die höhere statt tiefere Preise brachte, kauft niemand mehr eine Katze im Sack. Versprechen wurden ganz einfach nicht eingehalten. Beim neuen Walliser Tourismusgesetz würden die Gemeinderäte rechtswidrig die Höhe der Steuern festlegen. Dies aufgrund der Flächen der Beherbergungsstätten. Beispiel Zermatt: Eine Zweitwohnung in Zermatt mit 90 m² Wohnfläche kostet zurzeit 252 Franken. Neu wären es dann bis zu 1350 Franken.

Noch wichtiger ist der zweite Punkt: In den zu schaffenden Aktiengesellschaften der acht bis zehn Destinationen werden die Gemeinderäte das Sagen haben. Ihnen stehen bis zu 49 Prozent des Aktienkapitals zu, was viel zu hoch ist. Gemeinderäte wollen wiedergewählt werden. Gefahr besteht, dass sie das verfügbare Geld nicht für den Tourismus, sondern für lokalpolitische Anliegen verbraten.

Immer mehr Politiker verlassen das sinkende Schiff. Der Walliser Ständerat J. R. Fournier ist der Meinung, dass der Kanton ohne Weiteres pro Jahr 30 Millionen Franken an Steuern in den wichtigsten Wirtschaftszweig investieren kann, statt den Zweitwohnungsbesitzer einseitig hart zu bestrafen.

Schlussendlich geht es der Mehrheitspartei, die unseren Kanton seit ca. 150 Jahren regiert, um den «Staubsauger-Effekt». So kann sie bis ins hinterste Seitental die letzten Stimmen ergattern, um Mehrheiten zu erhalten. Prügelknabe bleibt der Tourismus. Darum wird das Gesetz an der Urne scheitern.

40 Millionen Franken für die Schweizer Luftfahrt

Wenn die Schweizer Stimmberechtigten am 29. November Ja sagen, fliessen die Einnahmen aus der Kerosinsteuer zurück in die Luftfahrt, und nicht wie bisher in den Strassenverkehr.

THERES LAGLER

swiss/zvg

Inlandflüge und Privatflüge unterstehen der Treibstoffsteuer.

Die Spezialfinanzierung für Aufgaben des Luftverkehrs steht wie die Anti-Minarett-Initiative und die Initiative für ein Verbot von Kriegsmaterial-Exporten am 29. November zur Abstimmung. Die Vorlage sorgt bisher kaum für Diskussionen. Sie ist weitgehend unbestritten, aus Sicht des Tourismus aber nicht uninteressant. Die Einnahmen aus der Besteuerung von Flugtreibstoffen in der Schweiz sollen nämlich neu verteilt werden. Bisher floss die eine Hälfte des Reinertrags in die Bundeskasse, die andere Hälfte in den Strassenbaufonds. Die Luftfahrt ging leer aus. Das soll sich nun ändern.

Mit einer Anpassung der Verfassung wollen Bundesrat und Parlament dafür sorgen, dass die Erträge aus der Kerosinbesteuerung grösstenteils der Luftfahrt zugutekommen. Von den rund 60 Millionen Franken Einnahmen pro Jahr sollen 20 in die Bundeskasse und 40 in die Luftfahrt fliessen. Mit diesem Geld sollen drei Bereiche abgedeckt werden: Die Finanzierung der Flugsicherheit auf den Regionalflughäfen, die Unterstützung von Sicherheitsmassnahmen zur Abwehr von Terroranschlägen und die Finanzierung von Schallschutzfenstern und anderen Umweltmassnahmen. Gemäss Daniel Göring, Leiter Kommunikation beim Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) muss der genaue Verteilschlüssel später noch auf Gesetzesebene festgelegt werden.

Der Schweizer Tourismus-Verband (STV) stellt sich voll und ganz hinter die Vorlage. «Sie bringt ordnungspolitisch eine saubere Lösung. Die Steuereinnahmen fliessen dorthin zurück, wo sie erhoben werden», betont Mila Trombitas, stellvertretende Direktorin des STV. Zudem sei eine sichere Schweizer Luftfahrt essenziell für das Tourismusland Schweiz. Jeder dritte Tourist reise mit dem Flugzeug in die Schweiz. Auch hotelleriesuisse hebt die Sicherheit der Flughäfen hervor. Mit der Spezialfinanzierung Luftverkehr könne die Schweiz ihrem Ruf als sicheres Reiseziel weiterhin gerecht werden. Es sei aber auch sinnvoll, einen beträchtlichen Teil der Mittel in Umweltschutzmassnahmen zu investieren, die aufgrund der Belastungen durch den Luftverkehr nötig sind, so der Verband. Opposition erwächst der Vorlage nicht einmal von der Strassenlobby oder Organisationen wie dem TCS. Das mag damit zusammenhängen, dass die 40 Millionen für die Luftfahrt nur 1,3 Prozent der gesamten Strassenrechnung ausmachen.

Fakten Gelder für Luftfahrt sind kaum umstritten

Die folgenden Parteien und Verbände haben ihre Abstimmungsempfehlung abgegeben.

Ja-Parole: CVP, FDP, SVP, economiesuisse, hotelleriesuisse, Schweizer Tourismus-Verband, Schweizerischer Arbeitgeberverband, Schweizerischer Gewerbeverband, Schweizer Bauernverband, TCS.

Nein-Parole: Grüne.

Stimmfreigabe: SP, Gastrosuisse, VCS. tl

Aus der Region

Wallis

Naters will stark in den Tourismus investieren

Die Gemeinde Naters will bis 2013 an die 75 Millionen Franken investieren. Dabei fallen vor allem Projekte im Bereich Tourismus ins Gewicht, darunter die Realisierung des Reka-Feriendorfes in Blatten und eine neue Gondelbahn. Gemeindepräsident Manfred Holzer schätzt die geplanten Bruttoinvestitionen in den Tourismus auf rund 30 Millionen Franken, berichtete die «Rhone Zeitung».

Lindner investiert 50 Millionen in Crans-Montana

zvg

Die Lindner Gruppe baut für 50 Millionen Franken in Crans-Montana. Das Geld fliesst in die Neugestaltung des Lindner Golf & Ski Hotels Rhodania und zwei Appartementhäuser. Diese sollen im Stil von Walliser Chalets auf dem «Rhodania»-Grundstück erbaut werden und dereinst 24 exklusive Wohnungen beherbergen. maz

Siehe cahier français Seite 23

Berner Oberland

Sanierung der Engstligenalp Bergbahnen AG

Der neue Verwaltungsrat der maroden Bergbahnen Engstligenalp AG hat ein erstes Zeichen für die Zukunft gesetzt. An der GV vom letzten Samstag wurde die abgebrochene Versammlung vom 5. September zu Ende geführt. Der Jahresbericht und die Rechnung mit einem Verlust von 1,3 Mio. Franken wurden angenommen, Kündigungen rückgängig gemacht. Der Winterbetrieb soll am 19. Dezember starten, berichtete der «Berner Oberländer». maz

Über 300 000 Besucher auf dem Ballenberg

Marcus Gyger 3

Vom 10. April bis 31. Oktober 2009 verzeichnete das Freilichtmuseum Ballenberg 309 925 Gäste. Gegenüber dem Rekordjahr 2008 bedeutet dies eine Zunahme um 41 000 Personen. Damit ist der Ballenberg eines der meistbesuchten Schweizer Museen. Höchstwerte brachten je ein Dienstag Ende Juli und Anfang August mit 4046 und 4438 Gästen sowie die Veranstaltung «beef 09» mit 9000 Besuchern. maz

ANZEIGE

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

Schweiz

Kuoni übernimmt Reisegeschäft des TCS

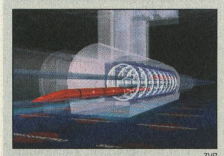
zvg

Kuoni übernimmt per 1. Dezember 2009 das Reisegeschäft des Touring Club Schweiz (TCS). Damit gehen zehn Reisebüros sowie die Reiseangebote von **«Reisen TCS»** auf Kuoni über. Die Ferienprodukte des TCS sind künftig auch in den rund 100 Kuoni- und Helvetic Tours-Büros erhältlich, wobei TCS-Angehörige nach wie vor von Mitgliedervorteilen profitieren werden. Im Zuge der Übernahme baut der TCS 150 Stellen ab. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. maz

Interhome kann von der Krise profitieren

Die Konjunkturflaute macht vor der Tourismusbranche keinen Halt. Eine Ausnahme bildet das Geschäft mit Ferienwohnungen. Denn diese Unterkunftsvariante ist vergleichsweise günstig. So verzeichnet der Anbieter Interhome 2009 für die Schweiz überaus positive Zahlen: 42,5 Mio. Franken Gesamtumsatz (3% über Vorjahr) und rund 33 000 Buchungen (6% über Vorjahr). Dabei konnten alle Regionen in der Schweiz ein Wachstum verbuchen, teilt Interhome mit. maz

Swissmetro: ETH Lausanne soll das Projekt fortsetzen



zvg

Der Verwaltungsrat der Swissmetro AG will die Gesellschaft liquidieren. Sämtliche Rechte am Projekt «Swissmetro» sollen der ETH Lausanne übertragen werden. Die Idee einer **unterirdischen Schwebebahn**, welche die Zentren der Schweiz verbindet, kam vor rund 30 Jahren auf. Bis heute wurden 11 Mio. Franken in das Projekt investiert, davon knapp 50% Bundesgelder. maz

Aus dem cahier français

Es zeichnet sich ein «Krieg» der Gastromessen ab

Im nächsten Jahr werden in der Romandie innert wenigen Monaten drei Gastromessen durchgeführt. So etwa die «Gourmet» in Genf im Juni, an welcher das Finale des europäischen Bocuse d'Or stattfindet. Dahinter steht Sirha aus Lyon. Gleichzeitig wird in Montreux erstmals die aus der Deutschschweiz heraus expandierende «Zagg» durchgeführt. Im November 2010 wird die Messe Schweiz in Lausanne die «Gastronomia» organisieren. Allen drei Messen ist gemeinsam, dass es sich um Organisatoren handelt, die nicht in der Romandie beheimatet sind. dst

Köpfe rauchen weiter

Mehrere Kantone kennen strengere Vorschriften in Sachen Passivrauchen als der Bund. Die Volksentscheide werden aber respektiert.

DANIEL STAMPFLI

Die Reaktionen auf die Verordnung des Bundesrates zum Schutz vor Passivrauchen (siehe Text nebenan) fallen unterschiedlich aus. Der Schweizerische Gewerbeverband, Gastrosuisse und hotelleriesuisse zeigen sich in einer Mitteilung erleichtert, dass der Bundesrat «den extremen Verordnungsentwurf des Bundesamtes für Gesundheit in einigermassen geordnete Bahnen gelenkt hat». Positiv sei zu werten, dass das Verbot von Ausschankanlagen in Fumoirs gestrichen wurde. Sehr störend sei jedoch der Wegfall jeglicher Übergangsbestimmungen.

Anders sehen es einzelne Wirte: Eine neu gegründete Interessengemeinschaft Freie Schweizer Wirte will im kommenden Januar eine eidgenössische Volksinitiative lancieren. Die IG plädiert für die freie Wahl der Wirte, ob in ihrem Lokal geraucht werden darf oder nicht. Das Rauchverbot treibe viele Betriebe an den Rand der Existenz. Bereits Unterschriften sammelt die Gegenseite: Die Lungenliga möchte eine Initiative lancieren, die schweizweit ein Rauchverbot in allen öffentlichen Räumen verlangt.

Zu den Kantonen, die eine restriktivere Gesetzgebung kennen als der Bund, gehört etwa der Kanton Solothurn. «Den Volksentscheid müssen wir akzeptieren», kommentiert Peter Oesch, Präsident von Gastro Solothurn, die kantonale Regelung.

Ganz ähnlich formuliert es Maurus Ebneter vom Wirteverband Basel-Stadt: «Wir akzeptieren den Volksentscheid, werden die Umsetzung aber genau beobachten und die Auswirkungen des Rauchverbots sehr genau dokumentieren.» Je nach Ergebnis werde dann eine Gesetzesanpassung angestrebt. In Basler Gastrobetrieben wird das Rauchverbot am 1. April 2010 in Kraft treten.

Die Regelung im Kanton Graubünden unterscheidet sich von der nationalen nur durch das Fehlen der Ausnahme für Kleinbetriebe mit bis zu 80 m² Fläche. «Wir werden versuchen, dass der Kanton die nationalen Normen übernimmt», so Andy Abplanalp, Präsident Gastro Graubünden.

Im Kanton Bern ist noch ein Urteil des Bundesgerichts hängig. Ende April hatte Gastrobern die vom Regierungsrat erlassenen Ausführungsbestimmungen zum Rauchverbot angefochten. Der Hauptpunkt betrifft das Verbot von Ausschankvorrichtungen in Fumoirs.

Fotolia

Die Diskussion um das Rauchverbot dürfte noch einige Zeit andauern.

Bundesgesetz Ab 1. Mai 2010 zusammen mit Verordnung in Kraft

Der Bundesrat setzt das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen sowie die Verordnung mit den Ausführungsbestimmungen zum Gesetz per 1. Mai 2010 in Kraft. Ab diesem Zeitpunkt müssen Angestellte an ihrem Arbeitsplatz vor dem Passivrauchen geschützt werden. Den Rauchern können Raucherräume, die mit einer ausreichenden Belüftung ausgestattet sind, zur Verfügung gestellt werden. Restaurationsbetriebe mit einer Gesamtfläche von weniger als 80 m² können als Raucherlokale zugelassen werden. In fünfzehn Kantonen sind jedoch Raucherlokale verboten.

Das Bundesgesetz legt den Mindeststandard für den Schutz vor dem Passivrauchen fest und ermächtigt die Kantone, strengere Vorschriften zu erlassen. Zurzeit verfügen achtzehn Kantone über eine Gesetzgebung in diesem Bereich. Fünfzehn davon (AR, BE, BL, BS, FR, GE, GR, NE, SG, SO, TI, UR, VD, VS, ZH) haben eine Gesetzgebung, die über die Anforderungen des Bundesgesetzes hinausgeht. dst

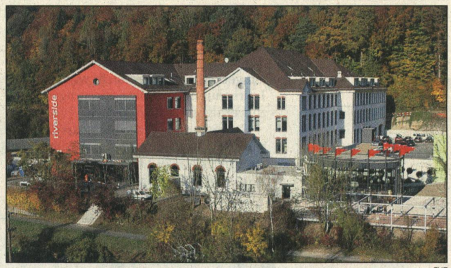
Übernachten in der Spinnerei

Im zürcherischen Zweidlen öffnet in einer ehemaligen Spinnerei das 40 Millionen Franken teure Seminarhotel Riverside. Ein ebenso peripheres wie ambitiöses Projekt.

ANDREAS GÜNTERT

Zweidlen? Selbst kantonskundige Zürcher geraten bei dieser Ortschaft zunächst geografisch etwas ins Schwitzen. Rolf Sallenbach weiss das – und hat sich deshalb einen Dreiklang zurechtgelegt: «Zweidlen ist der letzte Ort im Telefonbuch, 800 Meter von Deutschland entfernt und der tiefste Punkt im Kanton.» In diesem ländlichen Flecken im Zürcher Nordwesten wirkt Sallenbach als Gesamtleiter des Seminarhotels Riverside, das am 6. November öffnet. Der Hotel- und Gastroprofi, zuvor 16 Jahre als Verantwortlicher für alle Gastrag-Restaurants tätig, gebietet über total 400 Seminarplätze, ein Hotel mit 44 Zimmern, drei Restaurants und zehn Bowlingbahnen. Riverside ist in einer 140 Jahre alten Spinnerei entstanden; die eineinhalb Jahre dauernden Neu- und Umbauten hat sich Investor Hans-Ulrich Lehmann – Mitgründer der Mobilezone-Kette – rund 40 Millionen Franken kosten lassen.

Die grosse Herausforderung an der idyllischen Lage an der Glatt, 25 Autominuten von der Stadt Zürich und 15 Autominuten vom Flughafen Kloten entfernt: genügend Seminargäste zu finden, die das Hotel wochentags auslasten. Und natürlich, was wohl schwieriger werden könnte, die Wochenenden mit Freizeitgästen zu füllen. «Unser Investor hat uns eine tolle Anlage hingestellt und 45 Arbeitsplätze geschaffen – wir müssen das Riverside de nun mit Leben füllen», sagt Rolf Sallenbach. Mit dem Attribut «Modernste Seminartechnik – mitten im Grünen» nimmt man die Sache in Angriff. Für das Leisure-Segment verspricht sich der Touristiker einiges von der Veloroute entlang der Glatt, von hausinternen Veranstaltungen ebenso wie vom «Auto-Atelier»: Hier stellt der Investor einige seiner vierrädrigen Preziosen aus, rotgewandete italienische Tempobolzer zumeist.



zvg

40 Millionen Franken kostete das neue Seminarhotel Riverside.

Für das erste Geschäftsjahr rechnet Sallenbach einstweilen mit einer Hotelbelegung von 40 Prozent. Keines der Zimmer (Doppelzimmer wochentags 185 Franken, am Wochenende 165 Franken, ohne Frühstück) ist kleiner als 32 Quadratmeter, man strebt eine Vier-Stern-Superior-Klassierung an. Stolz ist Sallenbach auf das Farbkonzept der 44 Zimmer, das die Vergangenheit der ehemaligen Spinnerei aufgreift: Wände, Kopfkissen und Bilder sind jeweils in der gleichen Farbe gehalten, ebenso Fäden, die sich durch den Zimmerteppich ziehen. Übernachten mit einem roten Faden, gewissermassen.

Carbranche setzt auf Winter

Im Incoming-Tourismus spielen Car- und Busunternehmen eine eher untergeordnete Rolle. In der Schweiz sind Busse und Cars bei Wintersportlern beliebt.

DANIEL STAMPFLI

«Die Bedeutung der Busbranche für den Schweizer Tourismus wird generell unterschätzt», konstatiert Jean-Richard Salamin, Bereichsleiter Car Tourisme Suisse des Nutzfahrzeugverbands Astag. Wichtig seien Bus und Car insbesondere im Winter, um Wintersportler und ganze Schulklassen in die Skigebiete zu transportieren. Wie viel Umsatz die rund 600 Schweizer Bus- und Carunternehmen mit ihren 2000 Fahrzeugen machen, ist nicht bekannt.

Mit dem Bus in die Schweiz reisen gemäss Salamin vorwiegend Deutsche, Österreicher und Italiener. Übernachtet werde in der Regel in Zwei- oder Dreisternehotels. Über Zahlen bezüglich durch ausländische Busunternehmen generierte Logiernächte verfügen weder hotelleriesuisse noch Schweiz Tourismus (ST) und das Bundesamt für Statistik. Von allen Hauptmärkten inklusive Schweiz reisen gemäss ST 6,2 Prozent aller Touristen mit Bus und Car in die Schweiz und in der Schweiz. Damit belegt dieses Transportmittel nach dem Privatauto, der Bahn und dem Flugzeug den vierten Platz.

Laut Ralph Nikolaiski, Managing Director der TTW Management AG, würden vermehrt Schweizer Leistungsträger auf die Carunternehmen und damit auf den Bus Contact am TTW in Montreux aufmerksam. Bei der Sponsorensuche habe er festgestellt, dass Destinationen das Busgeschäft als wichtig erachten, es aber bei der Bewerbung den einzelnen Hotels überlassen.

Zwei Zentralschweizer Bergbahnen gehen in die Offensive

Pilatus-Bahnen investieren 30 Millionen Franken und Rigi-Bahnen kooperieren mit dem GA-Verbund.

Von Oktober 2009 bis Frühjahr 2011 realisieren die Pilatus-Bahnen Bauvorhaben im Gesamtwert von 30 Mio. Franken, die sich in vier Schwerpunkte gliedern. Hotel- und Gastronomiebetrieb des Hotels Pilatus-Kulm erfahren eine Gesamtsanierung. Neu gebaut wird eine Panoramagalerie, welche das Hotel Pilatus-Kulm mit dem Hotel Bellevue verbindet. Im Hotel Bellevue wird die Gastronomie gesamtsaniert. Ein weiterer Schwerpunkt der Investitionen bildet die zu verbessernde Infrastruktur und die neue Platzgestaltung in Alpnachstad. Der ordentliche Betrieb wird während der Bauphase aufrechterhalten, doch muss mit Einschränkungen gerechnet werden.

Am 13. Dezember 2009 beginnt für die Rigi Bahnen AG und die Generalabonnements-Kunden der Schweiz eine neue Tarif-Ära. Neu werden über 395 000 GA-Besitzer gratis (bisher 50 Prozent Reduktion) auf die Rigi fahren können. In die Kooperation ist auch das Swiss-Pass-System eingeschlossen. Damit haben ausländische Gäste die Rigi Bahnen ebenfalls im Swiss Pass eingeschlossen. dst

Alain D. Boillat

Via-Storia-Geschäftsführer Hanspeter Schneider am Sitz der Organisation in Bern.

«Schweiz besser verkaufen»

Das Schweizer Kulturwege-Netz wäre ein weltweit einzigartiges Marketing-Argument. Man müsste es nur besser nutzen.

ELSBETH HOBMEIER

Hanspeter Schneider, welche historischen Schweizer Wege haben Sie schon mit eigenen Füssen erwandert?
Einige. Aber nicht in voller Länge. Die Via Jacobi etwa bin ich abschnittweise gewandert, auf der reizvollen Route Schwarzenburg–Freiburg. Gut gefällt mir auch der südliche Teil der Via Valtellina, der einen an die Wärme führt. Aber generell bin ich kein Berglertyp.

Welche touristische Wertschöpfung bringen die 12 «Kulturwege Schweiz»-Routen?
Je mehr buchbare Angebote bestehen, desto grösser ist die Wertschöpfung. Die Via Spluga und Via Valtellina bringen zusammen bereits über 800 000 Franken. Mitte 2010 soll das ganze Via-Routennetz aufgebaut und zu buchen sein. Mit besten Grundlagen für touristische Tagesangebote und individuelle Touren, welche wir den Destinationen zur Verfügung stellen und die sie nun vermarkten können. Nach denselben Kriterien werden in den nächsten sechs Jahren rund 300 Via-Regio-Routen realisiert.

Also eine ideale Vermarktungsgrundlage für Bund und Kantone. Sind Sie da gut vernetzt und unterstützt?
Vom Seco und den Kantonen werden wir via Innotourgelder und NRP gut getragen, und die Unterstützung durch nationale Institutionen wie Pro Patria, Berghilfe oder das Verkehrshaus ist hervorragend. Leider fehlt eine adäquate Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus.

Warum das? Woran liegt's?
Das von der Schweiz mit 50 Millionen Franken aufgebaute Inventar an historischen Verkehrswegen ist ein USP, der international als touristisch einmaliges Produkt positioniert und vermarktet werden müsste – für Schweiz Tourismus als massgeblich vom Bund unterstützte Organisation wäre dies eine absolute Pflicht. Als «Megatrends» der letzten Jahre präsentierte ST jedoch irgendwelche beliebig schönen Wanderwege, wie sie auch andere Länder haben. ST wählt jeweils ein Einzelthema, zu welchem eine Organisation bereit ist, Marketingbeiträge zu leisten. Nach diesem «ökonomischen» Prinzip werden in einem Jahr die historischen Hotels vermarktet, im nächsten Jahr die Naturparks und im dritten Jahr die Unesco-Welterbestätten – alle nach derselben Marketing-Konserve aufgebaut, mit einer schönen Broschüre, die an der ITB präsentiert wird. Ich kann darin keinen Sinn erkennen. Weder für den Gast, der lieber alle Attraktionen einer Region gebündelt haben möchte, noch erkenne ich eine dauerhafte Strategie für den nachhaltigen Tourismus, geschweige denn eine Positionierung der Schweiz als USP im internationalen Markt.

> «Ich erkenne keine dauerhafte Strategie für den nachhaltigen Tourismus.»
> **Hanspeter Schneider**
> Geschäftsführer Via Storia

Das sind harte Worte. Gefallen Ihnen die ST-Broschüren nicht?
Bei aller Begeisterung für die hervorragend inszenierten Marketing-Auftritte müsste man auch bei den Inhalten und Themen eine ähnlich professionelle Strategie entwickeln. Nötig wären starke Kooperationen zwischen Tourismus und Landwirtschaft. «Kulturwege Schweiz» hat ein riesiges Potenzial, diese Brücken zu bauen.

Ist dieser Gedanke die Grundlage der «kulinarischen Wege», die Sie jetzt lancieren?
Genau. Ein Pilotprojekt im Rheintal, das wir mit der Vereinigung Culinarium gemeinsam gestartet haben, zeigt, wie stark die alten Kulturwege, auf denen schon unsere Vorfahren als Bauern, Händler, Säumer oder Gewerbetreibende unterwegs waren, mit den regionalen landwirtschaftlichen Produkten verflochten sind. Würste, Backwaren, Käse, Fisch – all das schmeckt immer dort am besten, woher es ursprünglich stammt.

Dann könnten Produzenten und Hotel-Restaurants, die am Wege liegen, sich bei Ihnen anschliessen?
Ja, eine Einbindung in die elektronischen Marketingplattformen ist möglich und gedacht. Aber wir planen unser Wegnetz nach historischen Strukturen und machen keine Bögen, um direkt an einem Bauernhof oder einem Hotel vorbeizukommen. Das Bedürfnis der Gäste ist jedoch eindeutig, auf diesen Wanderwegen auch Unterkünfte und Gaststätten zu finden, welche die regionale Eigenheit und die kulinarischen Spezialitäten bewusst pflegen. Diese machen eben die Einmaligkeit der Schweiz aus.

Zur Person Via Storia und die Kulturwege

Hanspeter Schneider
lic.phil.nat. ist Geschäftsführer von Via Storia in Bern. Im Auftrag des Bundes erarbeitete diese 1984 bis 2003 das Inventar historischer Verkehrswege der Schweiz IVS. Im Mandat baut Schneider für den Europarat ein internationales Kulturwegekonzept auf. eho

www.viastoria.ch; www.kulturwege-schweiz.ch

Standpunkt

Die Stereotypen trotzen der medialen Informationsflut

THOMAS BIEGER

Wie viele Vorurteile und Stereotypen – die nicht (mehr) zutreffen – unter anderem auch in den Medien gepflegt werden, zeigt immer wieder ein längerer Aufenthalt vor Ort – beispielsweise in den USA. Das Bild des erdölverschlingenden und abfallproduzierenden, ungesunden und unsportlichen Amerikaners wird zumindest in den grossen Universitätsstädten rasch korrigiert. Abfalltrennung nach vier Gruppen, Sauberkeitskampagnen im öffentlichen Raum, Schulung defensiver Fahrweise, öffentliche Sportanläs-

> «Heute informiert man sich selektiv in Communitys wie Facebook.»

se und gepflegte innerstädtische Joggingstrecken imponieren. Umgekehrt wirken, im Vergleich zu vielen innerstädtischen Räumen in der Schweiz, viele Teile amerikanischer oder asiatischer Städte heute sauberer. Aber immer noch hält sich das Image der sauberen Schweiz im Ausland.

Man fragt sich, warum sich heute viele Vorurteile viel stärker halten, trotz dem fast unbeschränkten Informationsangebot. Offensichtlich bewältigt der Mensch Informationsüberfluss mit selektiver Wahrnehmung und Verdrängung. In der Zeit der Druckmedien wurden Texte meist vollständig gelesen, mit der Zunahme der Angebote bei den elektronischen Medien wurde durch Zapping «überflüssige» Information weggeblendet, heute informiert man sich selektiv in Communitys wie Facebook. Die Meinung des unbekannten Bloggers hat einen grösseren Einfluss als objektive Information in den klassischen Medien oder Imagekampagnen von Unternehmen.

Dies stellt auch das traditionelle Tourismusmarketing in Frage. Wahrscheinlich gibt es nur zwei Strategien: entweder durch virales «Guerilla»-Marketing auf Communitys einwirken, oder durch reklameartige, wiederholte und intensive Kommunikation einer nutzenorientierten Kernbotschaft informativ werben.

Professor Thomas Bieger ist Prorektor der Universität St. Gallen und leitet ihr Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus.

Le sentier des aphorismes, un chemin de croix

EUGENIO D'ALESSIO
REDACTEUR

Zum Thema
Voyage

Fraîchement converti au tourisme de proximité, j'ai opté cet été pour un court séjour aux Grisons, une terre qui a toujours résonné dans mon imaginaire de citadin endurci comme un lieu mythique aux saveurs odysséennes, une contrée mystérieuse à la beauté ensorceleuse que l'on découvre, sur la pointe des pieds, avec la naïveté et l'appréhension du premier communiant, un territoire traversé de forces magiques où la nature relègue l'être humain au rang de simple comparse.

C'est l'esprit rempli d'enthousiasme, l'âme assoiffée de découvertes et l'humeur badine que j'ai rejoint, à la mi-août, Samnaun. Malgré ses grappes de touristes allemands, autrichiens et italiens, ce village de Haute-Engadine parvient à insuffler une dose euphorisante de dépaysement au visiteur peu habitué aux décors montagnards. Mais pour communier avec les sommets, pour sentir

> «Quant à rebrousser chemin, il n'en était pas question, m'intimait ma fierté toute latine.»

vibrer dans mes tripes les réminiscences d'un Ulysse des montagnes, il me fallait fouler un territoire encore vierge pour moi, celui de la randonnée en altitude. En intellectuel soucieux de marier culture et exercice physique, j'ai choisi sans hésiter le sentier des aphorismes, un itinéraire à la portée des débutants que l'on peut avaler en une heure et demie, clame l'Office du tourisme de Samnaun.

Confiant, l'esprit conquérant et chaussé de simples baskets, je me suis lancé tête baissée sur le sentier des aphorismes. Quelle ne fut pas ma surprise de constater que cette virée, entre précipices propres à donner le tournis, semblait interminable et que même les réflexions des plus grands auteurs suisses, allemands et français ne calmaient pas mon angoisse et ma fatigue naissantes. Quant à rebrousser chemin, il n'en était pas question, m'intimait ma fierté toute latine. En nage, il m'a donc fallu plus de deux heures pour venir à bout de cette «promenade» culturelle. Tout penaud, le citadin endurci est reparti du village de Samnaun avec une douloureuse collection de courbatures et les pieds en compote et, surtout, avec la conviction que la montagne ne s'apprivoise pas en un jour…

«Es ist schön, wenn man eine Auszeichnung erhält, aber im Endeffekt kocht man für seine Gäste und nicht für Punkte.»
Markus Neff Küchenchef, «Fletschhorn», Saas-Fee

«Culinary Cup 2009»

Sechs Finalisten kämpften um den Sieg am «Culinary Cup». Die Pokalübergabe fand in der Hotelfachschule, die Party im Hotel Montana in Luzern statt.

MATHIAS ZAUGG

Mathias Zaugg

Die Küchenchefs **Renato Wüst** (v. l.), Grand Resort Bad Ragaz, **Torsten Götz,** Hotel Victoria-Jungfrau Interlaken, **Markus Inauen,** Tavolago AG Luzern.

Mathias Zaugg

Pascal Schwarz, Restaurant Schöngrün in Bern.

Mathias Zaugg

Gabi Thommen (l.), «Stucki», Basel; **Prisca Stocker,** Rehaklinik Bellikon.

Mathias Zaugg

Peter Walliser (l.), neuer Präsident des Schweizer Kochverbands, und **Kurt Imhof,** Direktor Schweizerische Hotelfachschule Luzern.

Die 14. Auflage des «Swiss Culinary Cup» fand letzte Woche ihren würdigen Sieger. Er heisst Thomas Bissegger, zum Zeitpunkt der Austragung Chef Garde-Manger im Kunden- und Direktionsrestaurant am UBS-Hauptsitz in Zürich, seit 1. November Sous-chef im Restaurant Rathaus, Pfäffikon. Für Bissegger war es nicht der erste Wettkampfsieg in seinem Metier. Der junge Aargauer war Mitglied der Junioren-Kochnationalmannschaft, die 2006 in Luxemburg den Weltmeistertitel holte. Am «Culinary Cup 2009» des Schweizer Kochverbands (SKV) überzeugte er die elfköpfige Jury, darunter Spitzenköche wie Torsten Götz oder Renato Wüst, mit Kreativität, Konstanz und einer organisierten Arbeitsweise.

Die Konkurrenz im Final war gross – «und ausgeglichen», wie Jurypräsident Franz Jonke betonte. Entsprechend «schwer fiel den Juroren die Entscheidung», sagte Norbert Schmidiger, Geschäftsführer des SKV. Knapp hinter Bissegger platzierte sich der erst 19-jährige Pascal Schwarz, Commis des Berner Spitzenkochs Werner Rothen vom Restaurant Schöngrün. Er war ebenfalls wettkampferprobt, während die Bronze-Gewinnerin Gabi Thommen von ihrer Erfahrung aus diversen Topbetrieben profitierte. Dazu gehört auch die vorläufig letzte Station der 25-Jährigen, die 17-Punkte-Küche von Tanja Grandits im Basler «Stucki».

Culinary-Cup-09-Sieger **Thomas Bissegger,** bis vor kurzem Chef Garde-Manger im «UBStairs» am Zürcher Paradeplatz, arbeitet neu im «Rathaus» Pfäffikon.

«Travel Star» sorgte für Überraschungen

Mit viel Glamour wurden am Dienstagabend in Montreux zum 17. Mal die Travel Star Awards – die «Oscars» der Schweizer Reisebranche – verliehen.

SIMONE LEITNER

Rainer Schenkel, Tui Suisse; **Pascal Wieser,** TCS; **Marco Amos,** Interhome Schweiz (v. l. n. r.).

Die Schweizer Reisebranche feierte die diesjährige Vergabe der insgesamt 53 Travel Star Awards, 19 in Gold, 17 in Silber und 17 in Bronze. 550 Gäste verfolgten im Montreux Music & Convention Centre gespannt die Resultate, die in einigen Kategorien für Überraschungen sorgten. Die Gewinner werden jeweils durch eine landesweite repräsentative Befragung bei rund 700 Schweizer Reisebüros eruiert.

TUI Suisse konnte sich gegenüber dem Vorjahr (drei Awards) nochmals steigern und wurde mit fünf Awards ausgezeichnet. Mit acht Awards (zweimal Gold, dreimal Silber, dreimal Bronze) wurden Hotelplan und seine Tochtergesellschaften dieses Jahr mit einem Award weniger ausgezeichnet als 2008. Zu den Verlierern gehört Kuoni. Zusammen mit seinen Tochtergesellschaften holte sich das Unternehmen acht Awards (fünf in Gold, einen in Silber und zwei in Bronze). Das sind sieben weniger als letztes Jahr.

Bekamen weniger «Stars» als im letzten Jahr (v. l. n. r.): **Stefan Leser,** CEO Kuoni Schweiz; **Peter Rothwell,** CEO Kuoni Gruppe, **Max Katz,** CFO Kuoni.

Angelo Heuberger (l.), **Röbi Koller.**

Sesselrücken

Neuer Leiter für Jungfrau Region Marketing AG

Philippe Sproll (Bild) wurde vom Verwaltungsrat der Jungfrau Region Marketing AG zum Nachfolger von **Samuele Salm** gewählt. Sproll

zvg

wuchs zweisprachig im Tessin auf, wo er nach einer Banklehre auch die Hotel- und Tourismusfachschule (SSAT) besuchte. Der 37-Jährige absolvierte zudem die Betriebswirtschaftshochschule (HEG) in Sierre und verfügt über einen MBA-Titel der Hochschule Luzern. Sproll hat einschlägige Berufserfahrung in den Bereichen Tourismus, Marketing und Verkauf. Zurzeit ist er noch Geschäftsführer von Andermatt-Gotthard Tourismus. Die Leitung der Jungfrau Region Marketing AG wird Sproll im Frühjahr 2010 übernehmen.

Lenzerheide mit interimistischer Führung

Marc Tischhauser (Bild), bisheriges Geschäftsleitungsmitglied von Lenzerheide Tourismus (LT), hat ad interim die Leitung der Len-

zerheide Marketing und Support AG (LMS) übernommen. Der Verwaltungsrat der neu gegründeten Destinationsorganisation LMS hat entschieden, den Projektleiter und bisherigen Direktor von LT, **Roger Fischer,** nicht als Direktor zu übernehmen. Das Verhältnis wurde im «gegenseitigen Einvernehmen» per 31. Oktober aufgelöst, schreibt die LMS.

Disentis Sedrun setzt auf einen Bankfachmann

Roland Bachmann wird ab 1. Dezember 2009 neuer Leiter Service Public und Mitglied der Geschäftsleitung von Sedrun Disentis Tourismus. Der ehemalige Regionaldirektor der Luzerner Kantonalbank Hochdorf ersetzt damit **Franziska Meier,** die es nach dreijähriger Tätigkeit in den Raum Zürich ziehe, heisst es in einer Mitteilung. maz

ANZEIGE

Weiterbildung aktuell.

Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus, Stufe I
16./17.11.2009, Chur
09./10.12.2009, Lenzburg
26./27.01.2010, Thalwil
08./09.02.2010, Luzern
17./18.03.2010, Interlaken
22./23.03.2010, St. Gallen
20./21.04.2010, Sarnen

Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus, Stufe II
19./20.11.2009, Lenzerheide
23./24.11.2009, Bern
02./03.03.2010, Gwatt

KOPAS-Ausbildungen
25.03.2010, Basel
11.05.2010, Gwatt

Beginn Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, Zyklus 37
20.10.2010

Informationsveranstaltungen
11.05.2010, Hotel Allegro, Bern
09.08.2010, Hotel Schweizerhof, Zürich

NEU: reception@hotelleriesuisse
Zyklus 4
Modul 1 Persönlichkeit: 08.–13.03.2010
Modul 2 Front Desk Skills: E-Learning, Self Learning
Modul 3 Kommunikation: 17.–22.05.2010
Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung, weiterbildung@hotelleriesuisse.ch, Telefon +41 (0)31 370 43 01

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

fokus

htr hotelrevue
Nr. 45 / 5. November 2009

REKLAME

Lassen Sie sich inspirieren...
check-in.ch
MEDIAparx – Die kreative Internetagentur im Beraternetzwerk der hotelleriesuisse.

Winter. Tourismus. Mit Winterromantik und einem satten Marketingbudget will Schweiz Tourismus den Markt ankurbeln. Statt in die Ferne zu schweifen, soll der Schweizer diesen Winter vermehrt im eigenen Land bleiben.

Hüttenromantik soll den Abwärtstrend im Tourismus stoppen. Im Bild: die Belalp.

Swiss-Image

Was finden Sie wo im fokus?

Schnee von gestern ist günstiger.
Seite 8

Für die Bergbahnen ist Kunstschnee Gold wert.
Seite 9

Klimaerwärmung kostet Tourismus viel Geld.
Seite 11

Fakten Die Wintersaison 09/10 in Zahlen

Das Budget von Schweiz Tourismus für das Winter-Marketing beträgt 25,5 Mio. Franken inklusiv 4,75 Mio. aus dem Impulsprogramm (2008/09: 19,5 Mio.). Die Zielmärkte sind die Schweiz, Deutschland, Frankreich, Italien, Belgien, Niederlande, Spanien, Grossbritannien, Nordamerika und Russland.

Die neue Winterbroschüre wird in einer Auflage von 10,3 Mio. Exemplaren weltweit verteilt. Dazu rechnet man mit 10,8 Mio. Besuchern auf der Website. In Zusammenarbeit mit Reiseunternehmen werden 1,2 Mio. direkt beeinflüsste Logiernächte generiert. Zur Pflege der Medienbeziehungen sind 23 Pressekonferenzen geplant, es werden 720 Journalisten in die Schweiz eingeladen. Damit sollen total 3,9 Milliarden Leser, Zuhörer und Zuschauer erreicht werden. eho

Das Winterwunderland

Mit einem rekordverdächtigen Marketingbudget von 25,5 Millionen Franken wirbt Schweiz Tourismus um Gäste für die Wintersaison.

ELSBETH HOBMEIER

Mit Hüttenromantik will Schweiz Tourismus sich diesen Winter gegen den Abwärtstrend in der Hotellerie stemmen. «Es wird ein heimeliger Winter», sagte ST-Direktor Jürg Schmid an der Medienkonferenz dieser Woche. Er sagte es mit einem leichten Augenzwinkern – und mit Blick auf die neue Winterbroschüre und den Werbespot, welche beide mit Hüttenzauber, Barry und knorrigen Älplern ein heiles Winterwunderland-Image propagieren.

Denn rekordverdächtig hoch ist nicht nur das Marketingbudget von 25,5 Mio. Franken, welches ST dank Zuschuss aus dem Impulsprogramm für diese Winterkampagne zur Verfügung steht. Rekordverdächtig hoch ist auch die Ursache für diese Anstrengungen: der Einbruch der Anzahl Logiernächte in den letzten zwölf Monaten. Von November 08 bis Oktober 09 sank die Zahl der Hotelübernachtungen schweizweit um 5,7 Prozent – ein Einbruch, wie er seit Zweitem Weltkrieg nur einmal registriert wurde.

Als besonders schwierige Märkte erwiesen sich UK (-20,5%), USA (-11,9%) und Japan (-9%), da hier neben der Krise auch der massiv teurere Schweizer Franken ins Gewicht fiel. Trotzdem sprach Jürg Schmid nicht von einem schlechten, sondern nur von «einem durchzogenen Jahr», da sich Parahotellerie und Tagestourismus erfreulich entwickelten. Zugelegt haben auch die Märkte China (+13,5%) und Russland (+9,5%), was auf ein nicht unerhebliches Entwicklungspotenzial hinweise. Und dass die Logiernächte aus den wichtigen Märkten Schweiz (-2,9%), Frankreich (-0,5%), Italien (-1,7%) und Belgien (-2,9%) nur leicht rückläufig waren, zeigt, dass die Schweiz trotz globalem Konsumrückgang in Kontinentaleuropa vergleichsweise ungeschoren wegkommt.

Die Parahotellerie – also Campingplätze, Ferienwohnungen, Jugendherbergen, B&B und Gruppenunterkünfte – dürfte das hohe Niveau des Jahres 2008 halten können. Und die Bergbahnen übertrafen das Bestergebnis von 2008 um 0,1 Prozent. Für 2010 wird hier allerdings ein Rückgang von 5,8 Prozent erwartet, wie Richard Kämpf vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) prognostizierte (siehe Seite 2).

Ein markantes Nachfragewachstum im Ferienwohnungsmarkt vermeldete Interhome-CEO Simon Lehmann. «Wir profitieren doppelt von der Finanzkrise», sagte er, «die Nachfrage steigt enorm, und zudem wollen jetzt viele Ferienhausbesitzer ihre Wohnungen vermieten.» 2009 konnten über 300 neue Objekte aufgenommen werden, die Buchungen lagen um 4% über dem Vorjahr. In der Schweiz erzielte Interhome einen Gesamtumsatz von 42,5 Mio. Franken (+3%).

Jürg Schmid «Diesen Winter ist Schweizer Skihütte statt Karibik angesagt»

Die Schweizer bleiben im eigenen Land, hiess der Trend des Sommers. Wird sich dieser Trend im Winter 09/10 im gleichen Stil fortsetzen?
Davon bin ich überzeugt. Diesen Winter sind Karibikferien nicht wirklich angesagt, die Alternativen im eigenen Land sind weit trendiger. Unsere These bestätigt sich: Die Schweizer bleiben da. Der aktuelle Buchungsstand ist ein Indikator dafür. Für Ferien im eigenen Land spricht auch folgende gute Nachricht: Der Schweizer Winter wird nicht teurer.

Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus.

Sie lancieren für diesen Winter das Motto «Hüttenzauber». Heisst das Skihütte statt Fünf-Sterne-Hotel?
Nein, bei unserer Winterkampagne geht es um das Erlebnis des Einkehrens in einer der typischen Hütten in der Nähe der Skipisten. Die bieten ja nur in Ausnahmefällen auch Betten an – der Gast übernachtet im Hotel oder in der Ferienwohnung und geniesst den Luxus und die Wellnessangebote seiner gewählten Feriendestination. Aber tagsüber kann er irgendwo, seis als Ziel einer Wanderung oder als Pause beim Skifahren, ein authentisches Hüttenfeeling erleben.

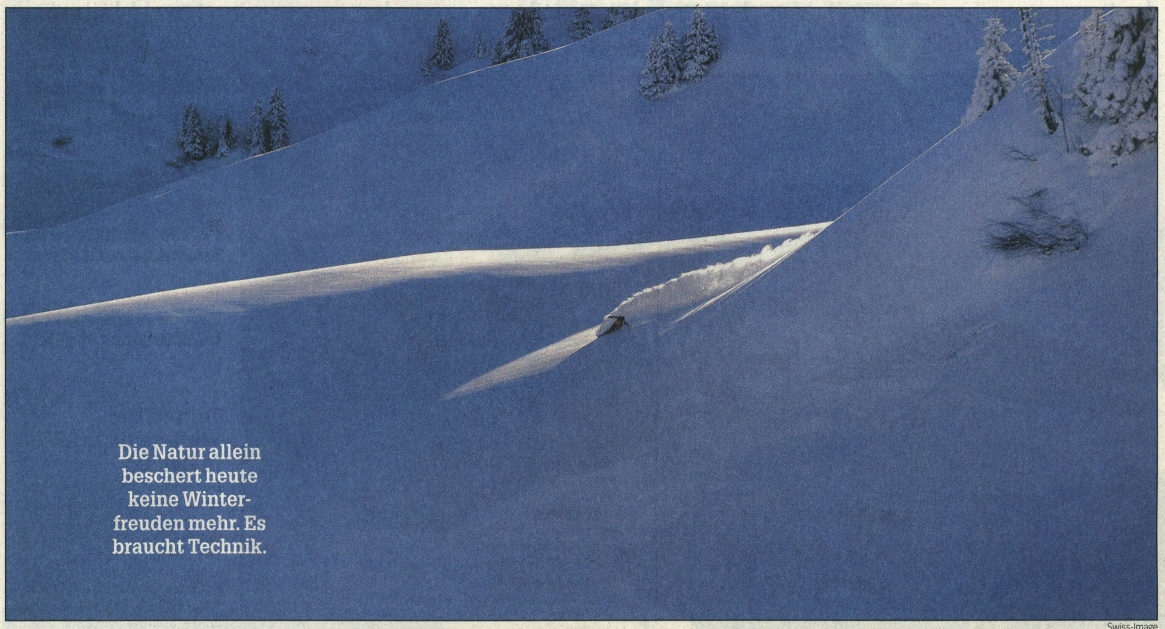
Und welche Anstrengungen unternimmt Schweiz Tourismus für die Hotellerie?
Wir setzen weiterhin sehr stark auf unsere Labels und Hotelgruppen wie Wellness-Hotels, Designhotels, Schweizer Hotels. Vergessen wir nicht: 55 Prozent aller Gäste, die in die Schweiz reisen, logieren in einem Hotel. Beim Reiseentscheid steht jedoch oft nicht die Unterkunft im Vordergrund, sondern eine andere Motivation. Daher versuchen wir potenzielle Gäste mit verschiedenen Anreizen zu motivieren.

Loipen, Winterwege, Schneeschuhpfade machen den Skipisten Konkurrenz. Sind diese «sportlich entschleunigten» Gäste touristisch interessant?
Das Gleiten auf Schnee per Ski oder Board bleibt nach wie vor der Hauptgrund für Winterferien. Aber die heutigen Gäste sind vermehrt Genussfahrer, welche die Abwechslung suchen. Sie wollen zwischendurch auch mal wandern, langlaufen, einkehren und geben dabei auch Geld aus. Diese attraktive Kombination kann die Schweiz auf verschiedensten Ebenen bieten. eho

ANZEIGE

htr hotelrevue
Nr. 45 / 5. November 2009

Winter. Schnee konservieren. Schnee von gestern kommt günstiger, als heute neuen Kunstschnee zu produzieren. Viele Bergbahnunternehmen decken deshalb Gletscher- und Altschnee ab, um ihn zu konservieren.



Die Natur allein beschert heute keine Winterfreuden mehr. Es braucht Technik.

Swiss-Image

Weisses Gold bewahren

Die Gletscher retten kann man mit Abdecken nicht. Aber die Folgen des Rückzugs abfedern. Das Abdecken ist zudem günstiger als neu Schnee zu produzieren.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Schweizer Gletscher ziehen sich Jahr für Jahr weiter zurück. Und die Kluft zwischen der Gletscherzunge und dem übrigen Gelände wird immer grösser. So auch beim Längfluhgletscher oberhalb von Saas-Fee. «Wenn wir hier nicht vorsorgen, müssen wir das irgendwann baulich überbrücken», meint Bernhard Pfammatter, Technischer Verantwortlicher bei den Saas-Fee Bergbahnen. Das gleiche Problem beim Diavolezza-Gletscherfirn oberhalb St. Moritz. Seit letztem Jahr deckt man 8000 m² Altschnee und Gletscher mit Vlies ab, beschwert mit eingenähten Wasserschläuchen. «In erster Linie, um das Gelände zu sichern», verdeutlicht Peter Dübendorfer, Betriebsleiter bei der Bergbahnen Engadin St. Moritz AG.

Bessere Bettenauslastung dank früherem Saisonstart

Schöner Nebeneffekt: Statt vormals erst ab Anfang Dezember kann der Gast in St. Moritz nun bereits ab Mitte Oktober Ski fahren. Auf dem konservierten Altschnee kann gut beschneit werden, auf dem im Herbst noch warmen Geröll und Fels bleibt der Kunstschnee nicht liegen. «Der frühere Skisaisonstart beschert uns nun auch eine frühere Bettenauslastung», ist Dübendorfer überzeugt. Das Abdecken kommt die Bahnen zudem weniger teuer zu stehen, als die gleiche Menge Schnee neu zu produzieren. Früher habe man im Vorfeld der Saison mit grossem Aufwand Schnee hergekarrt, blickt Pfammatter zurück, um den Niveauunterschied auszugleichen und den Gletscher für Skifahrer zugänglich zu machen. Zwei Wochen waren die Pistenfahrzeuge jeweils im Einsatz. Jetzt sind noch zwei bis drei Leute während zwei Tagen beschäftigt. Dann liegt das Vlies auf dem Gletscherrand, befestigt mit Sandsäcken. 20 000 m² werden in Saas-Fee abgedeckt. 92 000 Franken haben die Bergbahnen in das Vlies investiert – Fr. 4.60 pro Quadratmeter.

> «Wenn wir nicht vorsorgen, müssen wir irgendwann baulich überbrücken.»
>
> **Bernhard Pfammatter**
> Saas-Fee Bergbahnen AG

Welche Lebensdauer das Vlies hat, muss sich erst noch weisen. Ebenfalls 20 000 m² deckt seit drei Jahren die Weisse Arena Gruppe auf dem Vorabgletscher bei Flims/Laax ab. Bis drei Meter Schnee kann man so über den Sommer erhalten und 40 Prozent der Energiekosten der Gletscherbewirtschaftung einsparen. Zurzeit wertet die Gruppe die Ergebnisse aus und entscheidet dann, ob das Projekt weiterverfolgt wird.

Während das Abdecken der Gletscher in der Schweiz vielerorts bereits üblich ist, steckt das Übersommern von Schnee in tieferen Lagen noch in den Kinderschuhen. Erste Versuche mit der Konservierung von Altschnee macht man in Davos. Statt ein Vlies, das den Schnee vor allem vor der Sonneneinstrahlung schützt, kommt Sägemehl zum Einsatz, welches zusätzlich isoliert. Oberhalb von 2200 Metern eigne sich Vlies bestens, bei tieferen Höhenlagen bedürfe es einer besseren Isolation, erklärt Hans-Ueli Rhyner vom Institut für Schnee- und Lawinenforschung SLF in Davos.

Schneeübersommerung ist vor allem ein Platzproblem

Rund 40 Zentimeter dick, mit einer Schneeschleuder, trägt man das Sägemehl in Davos auf den 2000 Kubikmeter fassenden Schneehaufen auf. Trotzdem schmelzen über den Sommer 10 bis 20 Prozent. Der Rest reicht, um bereits Mitte Oktober die erste 500 Meter lange Loipe zu präparieren. Norbert Gruber, Leiter technische Dienste der Destination Davos Klosters: «So können wir auf einen bestimmten Termin hin eine Loipe anbieten.» Um das Gleiche mit frischem Kunstschnee zu erreichen, brauche es Temperaturen von -4 Grad.

Viel mehr Aufwand entstehe durch die Schneeübersommerung nicht. Gruber: «Für die Loipe müssen wir den Schnee sowieso aus einem Depot verteilen.» Herrsche zum Zeitpunkt, wenn der Schnee gebraucht wird, mindestens minus 7 Grad, könnte die Beschneiung jedoch wirtschaftlicher sein als die Schneeübersommerung, schätzt Rhyner. Der begrenzende Faktor für Letztere: Es braucht Fläche, um den Schnee zu lagern. In Davos sind es 50 mal 80 Meter, auf einem Grundstück, das der Destination gehört. Die Schneeübersommerung werde sich in der Schweiz deshalb nicht durchsetzen, resümiert Rhyner: «Wir haben nicht so viel Platz wie die skandinavischen Länder.»

Swiss Knife Valley: Karte für Piste mit 24 Anlagen

Eine neue Tarifverbundskarte bietet das Hoch-Ybrig-Gebiet zusammen mit der Mythenregion. Dank einer Verbindungspiste können beide Skigebiete mit total 24 Anlagen «durchgehend» besucht werden. Aber auch die verbesserte Piste vom Spirstock ins Bergdorf Illgau bietet als «Skisafari» zusätzliche Abwechslung mit nur einem Ticket. ck

zvg

Savognin: «Stress» bringt die Schlittelfans auf Touren

Savognin eröffnet am Wochenende vom 11. bis 13. Dezember mit dem Rapper Stress, Björn Again und einer neuen Schlittelpiste die Saison. Auf dem neuen «Schlittada-Run» lässt sich auf vier Kilometern talwärts brausen. Mit dieser zusätzlichen Schlittelbahn avanciert Savognin zum Paradies für Schlittelfans. Familien kurven auf der ab heuer vollständig beschneiten blauen Abfahrt von Somtgant einfacher ins Tal. Neu setzt Savognin auf einen Schlittelpass: Ab 11 Franken rodeln Gäste einen halben, ab 15 Franken einen ganzen Tag. Ab 20 Franken ist zudem die Gerätemiete inbegriffen. ck

Im Heidiland bestimmt der Gast die Zusatzleistung

Im Heidiland kann der Gast eine Heidiland Snow Safari buchen. Mit dieser Angebotspauschale können die Gäste die gesamte Ferienregion Heidiland nach Lust und Laune erkunden. Ab zwei Hotelübernachtungen lassen sich Zusatzleistungen nach Wunsch buchen: Tageskarten für die Schneesportgebiete Pizol, Flumserberg, Kerenzerberg, Amden und/oder Eintritte in die Tamina Therme oder die Wellness-Oase Resort Walensee-Unterterzen. Neu auch, dass die Gondelbahn von Unterterzen nach Flumserberg auch nachts fährt. ck

Im Engadin entsteht ein neuer Weg in die Einsamkeit

Von der Bergstation Muottas Muragl aus ist der Weg in die Einsamkeit nicht weit: Im Winter 2009/10 entsteht ein neuer markierter

zvg

Schneeschuhwanderweg, der sich auf einer Länge von 3,5 km über den Bergrücken zieht. Für die Rundwanderung werden etwa drei Stunden gebraucht. Zu Beginn oder zum Ausklang des Winters: Mit dem Ski & Snowboard Special Top Hit fahren die Gäste mit einem Preisvorteil von bis zu 30 Prozent auf Übernachtung im Hotel oder in einer Ferienwohnung, auf Skipass und ÖV, über die Oberengadiner Pisten. ck

Die Winter-Highlights 2009 auf Myswitzerland.com

Schweiz Tourismus bietet den Gästen auf Myswitzerland.com für die Wintersaison folgende Highlights: Pauschal- und Unterkunftsangebote; Veranstaltungskalender mit über 200 Winteranlässen; Ausflugs-Ideen und Erlebnis-Perlen für den Winter; Verzeichnis (pdf) zum Herunterladen mit allen Schlittelbahnen, Snowtubing- und Airboard-Pisten sowie den längsten Pisten der Schweiz; spezielle Rubrik zum Thema Hüttenzauber mit Hüttenfinder, Angeboten, Ausflugstipps, Gewinnspiel; Winter-Angebote für Familien sowie Wintersportorte-Finder (beide Rubriken ab Mitte November verfügbar). ck

Ab Dezember: Wintersportbericht für das iPhone

Ab Anfang Dezember können sämtliche Informationen des Online-

zvg

Wintersportberichts (www.Myswitzerland.com/schnee) wie Pistenpläne, Pisten- und Ortsinformationen, Livecams und Google-Karten kostenlos aufs iPhone geladen werden (www.Myswitzerland.com/mobil). Der Wintersportbericht beinhaltet einen täglich aktualisierten Schneebericht von 250 Stationen inklusive Angaben über Schneehöhe, Schneefall, Pisten, Loipen, Funparks, Schlittelbahnen, Winterwanderwege, Hotlines und Ortsinfos. Die Lawinensituation wird täglich aktualisiert, über Livecams kann das Wetter erkundet werden. Der Gast kann sich über Bahnpreise informieren und Skipässe direkt buchen. Alle Wintersportinfos sind auf einer interaktiven Karte abrufbar. ck

Mit spassigen Schlitten bergab sausen

Sie sind handlich und spassig, die sportlichen Kunststoff-Schlitten, dank deren Lenkstiel man sicher in der Spur bleibt. Ab Januar 2010 stehen für Schlittelfans die Zipfy-Bobs in Zermatt bereit: für die Abfahrt von Rotenboden bis Riffelberg. ck

Der Toggenburger Winterhit: zwei für eine Nacht

Vom 1. bis zum 22. Dezember 2009, vom 10. März bis zum 6. April 2010 bezahlt der Gast in 15 Toggenburger Hotels für zwei Übernachtungen inklusive Skipass für zwei Tage nur den halben Preis. ck

Winter. Beschneiung. Auf 33 Prozent der Schweizer Skipisten liegt künstlich erzeugter Schnee. In Zermatt beispielsweise sorgen Schneekanonen bei 65 Prozent der Pisten für Pulverschnee.

Swiss-Image

Der Idealfall – genug Naturschnee um ein Iglu zu bauen – trifft nicht immer ein.

Ohne Schnee kein Profit

Die Schweizer Bergbahnen wollen punkto Kunstschnee mit dem Ausland gleichziehen. Das Ziel: Investitionen absichern.

ROBERT WILDI

Winterzeit ist Erntezeit – zumindest für die Bergbahnen. 80 Prozent ihrer Einnahmen generieren sie zwischen November und April. Die Abhängigkeit vom Schnee ist daher gross. Weil der Klimawandel tendenziell schneeärmere Winter bringt, muss die Technik nachhelfen. «33 Prozent der verfügbaren Pisten in der Schweiz werden heute technisch beschneit», sagt Roger Baumann, Sprecher beim Verband öffentlicher Verkehr (VöV). Gegenüber Konkurrenten wie Österreich (66%) und Südtirol (75%) hinkt man hinterher. Das hat mit den höheren Lagen der hiesigen Skigebiete, teilweise aber auch mit den kantonalen Vorschriften zu tun. Natürlich lösen Beschneiungsanlagen happige Neukosten aus. Dafür «sichern sie die Investitionen der Bergbahnen», sagt Baumann.

So sind in Zermatt heute 65 Prozent der gesamten Pistenlänge technisch beschneit, was in den letzten sieben Jahren rund 60 Millionen Franken kostete. Bei den Jungfraubahnen beläuft sich die Investitionssumme der letzten drei Jahre auf 12 Millionen Franken. Heute wird über die Hälfte der Pistenkilometer auf der Kleinen Scheidegg technisch beschneit. In Wildhaus im Toggenburg haben die Bergbahnen in den letzten acht Jahren 13 Millionen Franken in Schneeanlagen gesteckt. Sie decken knapp 30 Prozent der Pistenfläche ab. Gemäss Seilbahnen Schweiz beträgt die Investition (Installation und Betrieb) für die Beschneiung eines Pistenkilometers 1 Million Franken. Die reinen Betriebskosten pro Kilometer schätzt der Verband auf 40 000 bis 100 000 Franken im Jahr. Bei den Savognin Bergbahnen sind es 62 000 Franken, bei den Wildhaus Bergbahnen 50 000 Franken. Günstiger beschneien können wegen Skaleneffekten grössere Unternehmen wie die Zermatt Bergbahnen (16 000 Franken) oder die Weisse Arena in Flims/Laax (30 000 Franken).

Unterschiedliche Technologien und Prioritäten

Bei der Nutzung von Beschneiungs-Technologien unterscheiden sich die Destinationen. Die Zermatt Bergbahnen setzen seit dem letzten Winter den sogenannten «Snowmaker» ein, der temperaturunabhängig rund 1000 Kubikmeter Schnee pro Tag produziert. «Allerdings nur für Spezialeinsätze am Gletscher», sagt CEO Christen Baumann. Bei der Titlis Rotair AG in der Zentralschweiz setzt man auf ein neues, energieeffizientes Schneelanzen-System, welches im Vergleich zu herkömmlichen Lanzen 80 Prozent weniger Druckluft verbraucht. «Das System ist ökologisch wie ökonomisch interessant für uns», sagt Peter Reinle, Leiter Markt Schweiz bei Titlis Rotair. Die Weisse-Arena-Sprecherin Britta Maier hebt hervor, dass der Strom zur Beschneiung in Flims/Laax zu 100 Prozent aus CO_2-freier Schweizer Wasserkraft der Speicherseen gewonnen werde. Reinen Kunstschnee wollen auch die Jungfraubahnen produzieren und verzichten gemäss Geschäftsleitungsmitglied Christoph Egger deshalb auf Wasser-Zusatzstoffe wie das Bakterium Snowmax, das den Einsatz von Schneekanonen bei höheren Temperaturen ermöglicht.

Weitere Investitionen sind bereits geplant

Die Investitionen in die technische Beschneiung nehmen künftig zu. Die Savognin Bergbahnen haben das Einsatzgebiet ihrer Schneeanlage für die Wintersaison 2009/10 um 1,4 Pistenkilometer erweitert und dafür 1,2 Millionen Franken ausgegeben. Geplant, aber noch nicht terminiert, ist gemäss CEO Vendelin Coray der Ausbau in Radons. Die Kosten dort belaufen sich auf 11 Millionen Franken für die Beschneiung und 3 Millionen Franken für den Speichersee.

Auch andere Bergbahnen setzen auf Kunstschnee. Titlis Rotair will ab dem Winter 2010/11 mit einer Investition von 3 Millionen Franken neu die Gebiete Jostock und Engstlen, das heisst über 50 Prozent der Pisten, technisch beschneien. Diesen Winter beschneien die Jungfraubahnen für 500 000 Franken neu den Eigergletscher, und 2010/11 soll mit einer Investition von 5,5 Millionen Franken die Talabfahrt nach Grindelwald neu gebaut und beschneit werden.

Fakten Eine Ausbildung zum «Schnei-Meister»

Anlässlich eines vor kurzem erstmals durchgeführten Seminars zur Optimierung der Technischen Beschneiung (OTB) sind sich die organisierenden Verbände Seilbahnen Schweiz (SBS) und Vereinigung Technisches Kader Schweizer Seilbahnen (VTK) einig geworden, dass zusätzlich zu bestehenden Bemühungen eine praxisorientierte Ausbildung zum «Schnei-Meister» geschaffen werden müsse. row

Der Trend zum Online-Ticket

Das Ski-Ticketing allein nur in der Schweiz und Österreich hat ein Umsatzvolumen von mehr als 2 Mrd. Franken. Online-Buchung und komfortabler Zugang vor Ort werden wichtiger.

KARL JOSEF VERDING

Anstatt an einer Bergbahnkasse anzustehen, buchen immer mehr Schneesportler ihr Ticket online. «Mittlerweile verkaufen über 60 Skigebiete in der Schweiz ihre Skibillette über ein Online-System», so Roman Weissen, Sprecher von Seilbahnen Schweiz: «Die Benutzungshäufigkeit ist stark von dem Marketing der Bergbahnen abhängig.»

Technisch vorherrschend vor Ort beim Zutritt zur Anlage sind RFID-Chipkarten (RFID = Radio Frequency Identification) und die entsprechenden «Freemotion-Gates» – wie etwa die 160 Zugänge des Wintersportgebiets von Zermatt. Laut Roman Weissen teilen zwei Skiticket-Systeme den Schweizer Markt in etwa wie folgt auf: Skidata 80 Prozent, Axess 20 Prozent.

Tickets für möglichst viele Schneesport-Destinationen auf einer gemeinsamen Website zu verkaufen, das hat sich ticketcorner.ch vorgenommen, mit dem sowohl Skidata wie Axess kooperieren. «Ticketcorner ist ein Pionier», so CEO George Egloff gegenüber der hotel revue: «In der kommenden Wintersaison können Schneesportfans nun direkt für rund 90 Skigebiete im Internet, über das Call-Center und an den 1400 ‹Points of sale› von Ticketcorner ihren Skipass aktivieren – ohne Kosten für den Endkunden.»

Coop- und Postfinance-Kunden haben Skiticket schon in der Tasche

Der neue Ticketcorner-Skiwebshop hat Suchfunktionen und Kriterien entwickelt. Neben Informationen zu den Skigebieten, wie offene Anlagen und integrierte Webcams, gibt es Schneehöhen und Gastrotipps. Das Online-Buchen ist vereinfacht, denn die meisten Kunden von Ticketcorner haben jetzt

zvg

Nur das Drehkreuz wird berührt, die Chipkarte bleibt in der Jacke.

ihr Skiticket bereits in der Brieftasche: Sie besitzen ein Coop-Supercard-Ticket (kostenlos zu beziehen unter coop.ch), eine Postfinance Card (gratis via postfinance.ch), eine Ticketcorner VIP Card oder die alte, elektronisch erfasste Skikarte der letzten Saison.

Mehr internationale Reichweite des Online-Ticketing dank Swatch

Seit neustem kooperiert auch Swatch mit Ticketcorner, und zwar durch die Integration des Swatch-Snowpass-Systems als eingebaute Zugangs-Funktion der Uhr. «Das Online-Skiticketing über Ticketcorner wird immer mehr zur Commodity», äussert Ticketcorner-CEO George Egloff zur Zusammenarbeit mit Swatch: «Jetzt können wir auch eine internationale Skiklientel bedienen – mit der Zielsetzung, unseren Bergbahnen zusätzliche Gäste ins Gebiet zu bringen.»

Eine andere Lösung hat der Schweizer Technologieanbieter xsmart in Zusammenarbeit mit Swatch entwickelt. Sie heisst «mobileSKI». Der Mobile Ticketing Service der Davos Klosters Bergbahnen nutzt diese Technik. Schneesportler, die über eine Kreditkarte, ein SMS-fähiges Mobiltelefon sowie einen Handyvertrag mit einem Schweizer Telekomanbieter verfügen, registrieren sich einmalig auf www.davosklosters.ch und wählen den gewünschten Ticketträger – Swatch Snowpass oder Skidata KeyCard. Am gewünschten Tag schaltet der Skigast den Ticketträger frei: entweder per Anruf der vorgegebenen Telefonnummer oder per SMS. Das Skiticket wird aktiviert, und gleichzeitig wird der Kaufpreis der registrierten Kreditkarte belastet.

ANZEIGE

Das Designstück am Fuss des Matterhorns

Das Unique Hotel Post in Zermatt ist Traditions- und Trendhotel zugleich. Erbaut im Mountain-Lodge-Stil gilt es als einer der innovativsten Hotel- und Unterhaltungskomplexe des Alpenraums.

Beim Unique Hotel Post ist der Name Programm. In dem Zermatter Hotel mit Tradition treffen Moderne und Tradition aufeinander und verschmelzen zu einer einzigartigen Mischung aus modernem Designhotel und einer vielfältigen Restaurant-, Bar- und Clublandschaft.

Im Unique Hotel Post trifft Tradition auf Moderne.

Das Hotel Post blickt in Zermatt auf eine lange und bewegte Geschichte zurück. Das Haus wurde 1875 eröffnet und ist eines der drei ältesten Hotels in dem berühmten Ferienort in den Walliser Alpen. Bereits seit 118 Jahren befindet sich das Hotel Post im Besitz der Familie Perren-Gattlen, die den Betrieb während der meisten Zeit auch geführt hat.

Obschon für die heutigen Geschäftsführer und Inhaber, Martin und Daniela Perren, die Tradition des Hauses und die Familiengeschichte einen hohen Stellenwert darstellen, ist für sie das Hotel Post mehr als ein blosser Traditionsbetrieb. Seit den 1960er-Jahren hat sich das Hotel Post zu einem modernen Restaurant- und Unterhaltungszentrum mit heute 4 verschiedenen Restaurants und 5 Bars und Clubs entwickelt, das fest in der dörflichen Struktur von Zermatt integriert ist.

Dörflicher Treffpunkt mit Stars von Welt

Martin Perren, der die Hotelfachschule in Lausanne (EHL) sowie ein zusätzliches Betriebswirtschaftsstudium absolviert hat und der den Betrieb seit 2001 zusammen mit seiner Frau Daniela Perren führt, sieht das Hotel Post als zentrale Austauschplattform im Dorf, in dem sich Gäste und Einheimische mit verschiedenen Hintergründen begegnen. Dass sich unter die Gäste auch immer wieder Prominente unterschiedlichster Couleur mischen, gehört zum Hotel Post wie das Matterhorn zu Zermatt.

«Grundsätzlich wollen die etwas bekannteren und berühmteren Gäste, wie alle anderen Gäste, natürlich, respektvoll, persönlich und zuvorkommend behandelt werden», so Perren über Berühmtheiten wie Tom Cruise und Nicole Kidman, Robbie Williams, Phil Collins, Michael Douglas, Prinz William von England mit seiner Freundin Kate Middleton, Bob Geldof oder David Gilmore der Psychedelic Rockers Pink Floyd, die im Hotel Post schon ein- und ausgegangen sind. Sogar ein Papst hatte bereits im «Pöschtli», wie das Hotel auch inoffiziell genannt wird, logiert. Das war jedoch 1889 und seither sind viele Jahre ins Land gegangen.

Unique Hotel Post Zermatt
Bahnhofstrasse 41,
3920 Zermatt
Tel. +41 (0)27 967 19 31
www.hotelpost.ch

«Ein Hotel ist wie ein Lebewesen»

Die Kombination aus 20 qualitativ hochstehenden Designzimmern im Mountain-Lodge-Stil, 3 Deluxe-Loft-Zimmern, 5 Juniorsuiten sowie der Matterhorn-Suite (mit separatem Wohn- und Arbeitszimmer, atemberaubender Terrasse, Jacuzzi, Kamin), dem gemütlichen und preisgekrönten Wellnessbereich sowie einem reichhaltigen Unterhaltungsangebot macht aus dem 134 Jahre alten Betrieb eines der innovativsten

Martin und Daniela Perren, Gastgeber.

Hotelkonzepte in Zermatt, wenn nicht im gesamten Alpenraum. «Ein Hotel ist wie ein Lebewesen: Es muss sich andauernd den neuen Gegebenheiten und Gästebedürfnissen anpassen und sich dementsprechend stetig weiterentwickeln und neu erfinden», so Martin Perren über die Faktoren, die aus dem Hotel Post ein wegweisendes Hotel – ein «Trend»-Hotel – machen.

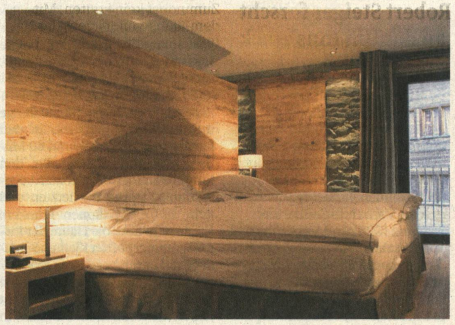
Fortschritt, Vielfalt und Design

Diese Überlegungen waren auch die Gründe, die Martin und Daniela Perren dazu führten, 2007/2008 den Betrieb mit einem Investitionsvolumen von 16 Mio. Franken komplett zu erneuern. Neben dem neu gestalteten Beherbungskomplex wurde dem bestehenden Angebot auch ein stimmungsvoller Wellnessbereich mit verschiedenen Massage- und Kosmetikangeboten hinzugefügt.

Nach dem Umbau erwartet den Gast ein vielseitiges Angebot mit vier Restaurants, die unterschiedlicher nicht sein könnten: die «Spagetti & Pizza Factory», das «Ristorante» Portofino» mit 14 Gault-Millau-Punkten, der «Broken Tex Mex Grill» sowie die «Brown Cow Snack Bar». Für beste Unterhaltung je nach Geschmack sorgen das «Brown Cow Pub», die gemütliche «Papa Caesar Lounge Bar», die trendige «Loft Club Lounge» sowie die groovige «The Pink Live Music Bar», in der bereits Jon Lord von Deep Purple, Roger Taylor von Queen oder Phil Collins eine Jam-Session zum Besten gegeben haben. Die «Broken Bar Disco» schliesslich gilt als Kultdisco in Zermatt, in der seit 1958 ausgelassen gefeiert wird.

Alle Restaurants, Bars und Clubs überzeugen durch ihre hochstehende und bestechende Designumsetzung des jeweiligen Themas. Auch im Beherbergungsbereich steht Spitzendesign an erster Stelle: Jedes Zimmer und jede Suite wurde individuell von der international bekannten Designerin Federica Palacios persönlich gestaltet. Die Schweizerin mit argentinischen, schwedischen und französischen Wurzeln wurde von dem international bekannten Designlabel Andrew Martin eingeladen, das Projekt Unique Hotel Post in der Jahresbuchausgabe 2009/2010 zu präsentieren.

Schon immer war das Hotel Post in Zermatt ein bekannter und beliebter Hotel-, Restaurant- und Unterhaltungsbetrieb. Ein einschneidender Hotelumbau in den Ausmassen, wie dies vor 2 Jahren geschehen ist, will laut Martin Perren gut überlegt sein. Bei der Umbauplanung wurde deshalb genauestens darauf geachtet, dass vor allem auch die zahlreichen Stammgäste abgeholt und für die Neuerungen begeistert werden konnten. Ein Unterfangen, das vollends geglückt ist. Nach wie vor schätzen die Gäste des 4-Sterne-Superior Designhotels die komfortablen Zimmer, die grosszügigen Wellnessangebote sowie das Ambiente der verschiedenen Restaurants, Clubs und Bars.


Ein harmonisches Paar: hochwertige Bettwäsche von Schwob und die luxuriösen Zimmer im Mountain-Lodge-Stil.

«Unique» auch bei der Wahl der Hotelwäsche

Das Bedürfnis nach qualitativ hochstehender Hotelwäsche deckt sich mit der Philosophie eines hochstehenden Boutique-Hotels, in dem noch so jedes kleine Detail Designmassstäben gerecht werden muss. So setzen Martin und Daniela Perren vor allem auf individualisierte Textilien in den verschiedenen Hotel- und Restaurantbereichen. Dass im Hotel Post auch bei der Hotelwäsche nur das Beste auf das Bett kommt, bleibt der anspruchsvollen Kundschaft im Zermatter Luxusbetrieb nicht verborgen. «Die sehr gute Qualität und die Individualität der Zimmerwäsche werden von den Gästen ausserordentlich geschätzt und entsprechen den Erwartungen gegenüber unserem Hotel, etwas Spezielles und Einzigartiges zu erleben.» Das Unique Hotel Post Zermatt benutzt Bettwäsche mit Spezialkonfektionen. Die Kopfkissenbezüge sind in sorgfältiger Handarbeit mit einem kunstvoll ausgeführten Volantbesatz sowie Bourdonnet ausgerüstet, auch die Duvetbezüge sind mit einem Bourdonnet versehen.

Schwob: schnell und flexibel in der Zeit des Umbaus

Obschon die Totalrenovation des Unique Hotel Post Zermatt innerhalb einer kurzen Zeit erfolgt war, konnten sich Martin und Daniela Perren voll auf den schnellen und flexiblen Service der Firma Schwob verlassen. Innert Rekordzeit wurden die gewünschten Hotelwäschedesigns individuell gestaltet und in höchster Qualität produziert. «Qualität, Individualität, Zuverlässigkeit, und Flexibilität», so lassen sich laut Martin Perren die Vorzüge der Emmentaler Leinenweberei in wenigen Worten zusammenfassen. Zwei einzigartige Unternehmen haben hier zusammengefunden. Wie das Hotel Post setzt auch die Firma Schwob auf kompromisslose Qualität und Spitzendesign und auf die harmonische Balance zwischen Fortschritt und Tradition. Eine «unique» Partnerschaft, die hoffentlich noch sehr lange andauern wird.

Schwob AG Textiles of Switzerland

Textilherstellung und -pflege

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

Erstklassiges Sortiment

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

Feines aus dem Herzen der Schweiz

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

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

Winter. Klimaveränderung. Nicht die Klimaerwärmung, sondern die hohen Kosten werden den Kunstschnee *verunmöglichen*. Das sagt Robert Steiger vom Geographischen Institut an der Uni Innsbruck.

Schnee, natürlich oder künstlich? Das wird immer öfter zur Überlebensfrage.

Swiss-Image

Kostbar und kostspielig

Robert Steiger forscht an der Uni Innsbruck an den Auswirkungen des Klimawandels auf den Wintertourismus in Tirol. Er sieht schwarz für kleine Skigebiete.

CHRISTINE KÜNZLER

Robert Steiger, der Klimawandel bringt den Schnee zum Schmelzen. Düstere Aussichten für den Tourismus in den Alpenländern?

Zumindest keine guten. Mit dem Klimawandel geht der Naturschnee immer mehr zurück. Also muss mit viel Investitionen Kunstschnee hergestellt werden. Der Klimawandel bringt mehr Kosten. Da stellt sich die Frage, inwieweit sich Skigebiete Schnee leisten können.

Wenn der Winter zu warm ist, helfen auch Schneekanonen nicht mehr weiter…

Das stimmt. Doch es wird erst Mitte oder Ende Jahrhundert, je nach Höhenlage, so warm sein, dass man nicht mehr künstlich beschneien kann. Bevor das Klima die Beschneiung verunmöglicht, werden es wohl die Kosten tun.

Heisst das für die Alpenhotellerie künftig Wellness-Angebote statt Skipässe?

Es schadet nicht, sein Angebot auszugleichen und nicht nur auf Wintertourismus zu setzen. Ob allerdings Wellness die Lösung ist, bezweifle ich. Ich denke, dieser Markt ist langsam gesättigt. Ein guter Mix ist die bessere Strategie. Der Klimawandel ist ein Prozess, der langsam vorangeht, der Hotelier muss also nicht von einem Tag auf den andern umstellen. Touristische Trends ändern sich schneller, als der Klimawandel fortschreitet. Man hat etwa eine Generation Zeit, darauf zu reagieren.

> «Die Marktbereinigung setzt sich fort, unrentable Skigebiete müssen aufgeben.»
>
> **Robert Steiger**
> Uni Innsbruck

Nimmt die Branche den Klimawandel ernst genug?

Es gibt Touristiker, die ihn sehr ernst nehmen und in ihre Überlegungen miteinbeziehen, andere ignorieren ihn. Der Klimawandel scheint sehr weit weg zu sein, akute Probleme haben Priorität. Im Moment überlegt man sich, wie sich die Wirtschaftskrise auswirken wird. Solche Krisen sind den Anpassungen an den Klimawandel wenig förderlich.

Wenn sich die Emissionen heute senken liessen, würde sich das positiv auf die Schneesicherheit auswirken?

Wenn die Kyoto-Ziele erreicht würden, liesse sich die Erwärmung vielleicht auf 2 Grad eindämmen. Das CO_2 bleibt jedoch sehr lange in der Atmosphäre, das heisst, selbst wenn wir heute sämtliche Emissionen stoppen würden, würde sich in den nächsten Jahren am Klimawandel vermutlich nichts ändern. Auf lange Sicht gesehen, würde die Klimaveränderung jedoch etwas weniger ausgeprägt.

Robert Steiger forscht an der Uni Innsbruck.

Die schmelzenden Gletscher und die höhere Baumgrenze wirken sich auch auf die Bergflora und -fauna aus. Die Berglandschaft verändert sich…

Wenn man davon ausgeht, dass vollständig bewaldete Gebiete touristisch weniger attraktiv sind, wird es starke Einbrüche geben für Destinationen, die vorwiegend auf Landschaft setzen. Davon betroffen ist auch die Schweiz.

Sehen Sie eine Alternative?

Wenn ich eine hätte, würde ich mich sofort selbstständig machen… Patentrezepte gibt es keine. Die Gäste kommen in Scharen in die Wintersportorte, denn die Pisten sind sehr breit. Wenn der Touristiker versucht, mit Wandern oder Biken auszugleichen, kann er nicht die gleiche Menge an Gästen holen. Er muss also versuchen, mit weniger Gästen die gleiche Wertschöpfung zu erzielen. Das bedeutet, Investitionen und Kosten senken. Schwierig.

Sehen Sie auch Vorteile der Klimaveränderung?

Es wird oft behauptet, das wärmere Klima könnte den Sommertourismus begünstigen. Fundierte Studien dazu kenne ich keine. Möglicherweise haben steigende Energiepreise und steigendes Umweltbewusstsein weniger Fernreisen zur Folge, das könnte den einheimischen Tourismus stärken.

Ihre Winterprognosen für 2020?

Die Marktbereinigung wird sich fortsetzen, die unrentablen Skigebiete müssen früher oder später aufgeben. Der Trend zu Grossraumskigebieten wird wachsen, die kleinen Skigebiete müssen sich eine starke Profilierung zulegen, um neben den grossen bestehen zu können.

Hoteliers haben kein Geld für Kunstschnee

Der Kunstschnee hält Österreichs Wintertourismus in Gang. Beschneien wird aber immer teurer. Und die Hotelvereinigung will keine Kostenbeteiligung.

HERIBERT PURTSCHER

Fotolia

«Schnei-Tage» werden immer weniger, die Beschneiung immer teurer.

Im Winter 2008/09 generierten die Benutzer der österreichischen Bergbahnen Bruttoumsätze von 5,8 Milliarden Euro. Dazu trugen die Übernachtungsgäste mit 85,5 Prozent am meisten bei. Rund ein Fünftel ihres Budgets gaben die Wintersportler für Liftkarten aus, mehr als die Hälfte entfiel auf Unterkunft und Verpflegung. Die Bergbahnen sind damit ein potenter Wirtschaftsfaktor, zumindest solange es genügend Schnee hat. Denn mehr als 70 Prozent der Winterurlauber in Österreich wollen auf die Piste. Im Vergleich zu anderen Winterdestinationen wurde deshalb stark in Beschneiungsanlagen investiert. 25 400 ha (66%) der österreichischen Pistenlandschaft können beschneit werden. 2008/09 wurden 163 Millionen Euro für Beschneiungstechnik (Neubau und Modernisierung) aufgewendet, für die Saison 2009/10 trotz Wirtschaftskrise wird's etwa gleich viel. «Grundsätzlich gilt, dass wir mit den hohen Investitionen in die Beschneiung den gesamten Wintertourismus aufrechterhalten», sagt Marketingchefin Elke Basler vom Fachverband der Seilbahnen in der Wirtschaftskammer Österreich.

Buchungsverhalten beeinflusst die Beschneiungskosten

«Die Schneeanlagen machen sich nicht nur in schneearmen Wintern bezahlt. Sie gewinnen auch wegen des Buchungsverhaltens an Bedeutung», erklärt Basler. Trotz exzellenter Schnee- und Wetterbedingungen im März und April nehmen die Frequenzen zum Saisonende hin ab. Für das betriebswirtschaftliche Ergebnis seien daher vor allem die «Schlüsselzeiträume» wie Weihnachten, Semesterferien oder Ostern entscheidend, so Basler. Dank der Grundbeschneiung in den ersten kalten Tagen kann in den meisten Gegenden Österreichs eine durchgehende Schneedecke bis März erhalten werden. Da jedoch die Zahl der möglichen «Schnei-Tage» abnehme, gehe der Trend zu immer leistungsstärkeren Anlagen, erklärt Elke Basler. Auch dadurch steigen die Kosten stetig an, was in Österreich einmal mehr eine Debatte über die Finanzierung des Kunstschnees ins Rollen brachte.

> «Wir halten mit der Beschneiung den gesamten Wintertourismus aufrecht.»
>
> **Elke Basler**
> Fachverband der Seilbahnen (A)

Hoteliers sind gegen eine Kostenbeteiligung

Auslöser der jüngsten Diskussion war der Wiener Tourismusforscher Peter Zellmann. Er fragte, ob die steigenden Beschneiungskosten allein über die Liftpreise (die Tageskarten scheinen aus Sicht der Skifahrer an einer Obergrenze angelangt) abgegolten werden sollen, oder ob die «Inszenierung der Winterlandschaft» wegen des regional gesamtwirtschaftlichen Interesses auch andere (Mit-)Finanzierungen notwendig macht.

Ablehnend dazu äussert sich die Hotellerie. Für Thomas Reisenzahn, Generalsekretär der Österreichischen Hotelvereinigung (ÖHV), ist eine finanzielle Beteiligung an bestehenden Beschneiungsanlagen «keinesfalls annehmbar», da die bereits erfolgten Investitionen und damit die Kosten nicht mehr beeinflusst werden könnten. Zudem spreche der direkte Vergleich der Eigenkapitalstruktur und der Investitionstätigkeit gegen eine derartige Umverteilung: 48 Prozent der Investitionssumme in einer Destination kämen aus der Hotellerie, nur 14 Prozent von den Bergbahnen. Die Eigenkapitalquote der 4- und 5-Sterne-Hotellerie liege bei 6, die der Bergbahnen bei über 33 Prozent, argumentiert der ÖHV-Vertreter.

ANZEIGE

Mit uns rechnen:
ein Erfolgsrezept!

tsg treuhand & software
für das gastgewerbe ag

061 366 99 30
info@tsgbasel.ch

liegenschaften

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
seit 35 Jahren

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

Wir sind die Drehscheibe
für interessante Betriebe –
teilen Sie uns Ihre
Anforderungskriterien mit

Wir sind auch die Spezialisten für:

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

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

189-2237

In typischem Tessiner Dorf, auf Sonnenterrasse oberhalb des Luganersees zu verkaufen (einmalige Gelegenheit), besteingeführtes

3-Sterne-Hotel
(7000 m² inkl. Garten)

50 Zimmer mit allem Komfort, Sauna, Swimmingpool, Fitness, verschiedene Restaurants, prachtvoller Park mit vielen mediterranen Pflanzen und altem Baumbestand. Grosse Liegewiese. Absolut ruhige Lage. Langjährige, zufriedene Kundschaft vorhanden.

Anfragen unter Chiffre-Nr. 4563-2459 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, oder Tel. 079 621 83 72.

4563-2459

Zu verkaufen in Basel:

3-Sterne-Hotel mit Restaurant

An bester Lage in Kleinbasel liegt das 3-Sterne-Hotel mit 21 Zimmern. Im EG befindet sich das Restaurant mit insgesamt rund 140 Plätzen (inkl. Taverne).

Für weitere Informationen:
GREVAG Immobilien AG
Telefon 062 916 30 63
www.grevag.ch

4580-2471

Zu verkaufen an bester Lage in Flims
an der Talstation der Bergbahnen

EXKLUSIVES ****HOTEL

Investitionen: 13 Mio. Franken, VP 11 Mio. Franken

Auskunft/Besichtigung: scanmatic@bluewin.ch

4187-2269

Zu verpachten auf Frühjahr 2010

Gasthaus Schiff Güttingen

Direkt am Bodensee

- Gaststube mit 45 Sitzplätzen
- Grosszügige Gartenwirtschaft
- Wirtewohnung
- Parkplätze

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Peter Egloff
Rutishausen 4
8585 Langrickenbach
peeg@bluewin.ch

4621-2502

Schweizer Paar sucht:

Guest House/Hotel

zur Pachtübernahme, ideal bis zu 50 Betten, bevorzugt Mittelmeerraum. Wir sind ausgewiesene Touristiker, leidenschaftliche Gastgeber mit internat. Erfahrung. Service und Dienstleistung sind unsere Markenzeichen.
Sprachen: D, F, E, I, SP, GR.

Wir freuen uns auf Ihr Angebot:
rosemar@bluewin.ch

4573-2467

aus- und weiterbildung

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

1532-589

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

113-47

Gelesen von Entscheidungsträgern!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

dolce vita

htr hotelrevue Nr. 45 / 5. November 2009

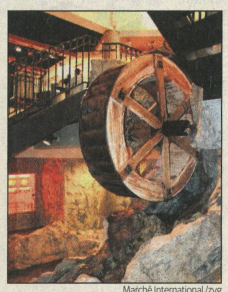
Ikea-Hotel
In Südschweden steht ein Ikea-Hotel. Die Möbel müssen oft ausgewechselt werden.
Seite 17

Neue Autobahnraststätten sind heute von beiden Fahrtrichtungen erreichbar. Eine Infrastruktur, die Pendler und Business-Leute gleichermassen erfreut. zvg

Nicht auf der Strecke geblieben

Lukas Giger Autogrill / zvg

Ein qualitativ hochstehendes Angebot auf Raststätten gehört zum Standard. Und wird von Pendlern und der lokalen Bevölkerung geschätzt.



Marché International / zvg

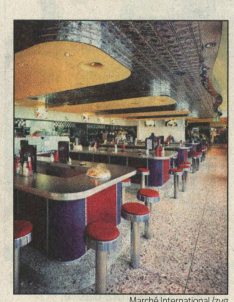
Ein touristisches Highlight: Die Raststätte Heidiland.

Heute ist Rasten auf der Autobahn kein Graus mehr, sondern Genuss. Die Pausenplätze für Autofahrer bieten moderne Food-, Einkaufs- und Business-Konzepte.

SIMONE LEITNER

Lukas Giger Autogrill / zvg

Die Autobahnraststätte Pratteln erregte schon vor 30 Jahren viel Aufsehen. Heute bietet die Brücke viele Dienstleistungen.



Marché International / zvg

Autobahnraststätte Deitingen (ex Silberkugel) von Marché Schweiz.

Autogrill / zvg

Autogrill baut die Raststätte in Lavaux um und eröffnet 2008 zusätzlich zum Passaggio Restaurant ein Migros-Detailhandelsgeschäft.

Schreckliche Klos, unappetitliches Essen, finstere Betonbunker-Autobahnraststätten hatten lange einen üblen Ruf. Zu Unrecht. Viele von ihnen bekamen längst ein Facelifting und mauserten sich zu beliebten und umsatzstarken Ausflugszielen, Shoppingzentren und Business-Locations. «Unsere Raststätten sind alle mit W-Lan und einige mit Meetingräumen ausgestattet», sagt Caroline Stoiber, Medien-sprecherin von Marché International. Neukonzipierte Anlagen sind meistens von beiden Fahrtrichtungen zugänglich und «bieten daher für Business-Meetings ideale Voraussetzungen». Mit einem zeitgemässen Gastrokonzept setzt die grosse Betreiberin von Autobahnraststätten, die Marché Schweiz AG, nicht nur auf simple Verpflegung. «Unsere Produkte sind nach Möglichkeit aus der Region und saisonal», versichert Caroline Stoiber.

Auch der zweite grosse Player im Markt, der italienische Raststättengigant Autogrill, fokussiert nicht auf kurze Pausenstopps, sondern auf Entertainment und Dienstleistungen. 1978 erregte die Autobahnraststätte Pratteln wegen ihrer gewagten Architektur viel Aufsehen. Noch heute wecken die extravaganten Bullaugen die Neugier der Reisenden. «Unsere Raststätte in Pratteln ist schon längst Shoppingcenter, Ticketverkaufsstelle und beliebte Food-Meile», sagt Martin Scheidegger, Head of Product Management von Autogrill Schweiz. Mit Angeboten wie einer Kleiderreinigung wird auch die lokale Bevölkerung angesprochen. Martin Scheidegger: «Wir haben viele Kunden aus der Region, die bei uns essen, Alltägliches erledigen oder einfach eine gute Zeit verbringen.» Der Trend aller neuen Autobahnraststätten geht weg von der reinen Verpflegungsanstalt und hin zu Oasen auf der Autobahn. Der Wohlfühlfaktor wird beim Rasten auf der Strasse wichtiger: In Deutschland herrscht auf der Autobahn gar sanfte Harmonie. Europas erste Feng-Shui-Raststätte wurde letztes Jahr eröffnet.

«My Stop» Jüngste Raststätte setzt auf Genuss

Fünfzehn Auto-Minuten nach Zürich, 15 Auto-Minuten nach Zug: Der Newcomer unter den hiesigen Autobahnraststätten, My Stop im Knonauer Amt, liegt mitten zwischen zwei Wirtschaftshochburgen. Die 55 Millionen Franken teure Anlage, die am 13. November am neuen Autobahnabschnitt der A4 zwischen Zürich und der Innerschweiz öffnen wird, dürfte viele Gäste aus dem Nahverkehr anziehen, sagt My-Stop-CEO Thomas Zweifel: «Von den insgesamt jährlich erwarteten 2,5 bis 3 Millionen Besuchern werden wohl 60 bis 65 Prozent Berufspendler sein.» Auch deshalb legt man neben der Gastronomie – zwei Café-Bars und ein Restaurant mit 250 Plätzen – Wert auf gepflegtes Shopping. Wer auf dem Arbeits- oder Heimweg noch etwas einkaufen will in einem der beiden My-Stop-Shops – einer davon rund um die Uhr offen –, soll in gediegener Atmosphäre und auch mit regionalen Produkten bedient werden. Eine Etage der Betonkonstruktion mit Metallgitter-Aussenhülle ist zudem für acht Fremdmieter reserviert. My Stop – die Firma führt auch die Gotthard-Raststätte in Schattdorf – peilt im Knonauer Amt inklusive Treibstoffverkauf einen Jahresumsatz von 30 Millionen Franken (ohne Fremdmieter) an.

zvg

Die neuste Autobahnraststätte in der Schweiz: My Stop auf der A4.

Angestrebt wird ein Umsatz-Mix aus 40 Prozent Shopping und 60 Prozent Gastronomie. Man geht von täglich 50 000 bis 60 000 querenden Autos aus. Im Restaurant setzt man auf Front-Cooking an vier Inseln: Asia-Thai, Mittelmeer-Pasta, Vegetarisch und Snacks, Kaffee und Dessert. Jede Insel bietet zudem einen Verkaufsstand mit thematisch passenden Produkten. Das Thema Genuss unterstreichen eine Kaffeerösterei mitten im Restaurant und eine grosszügige Raucher-Lounge. Bei allen Versuchen, den Gast länger zu binden, zählt aber auch der Faktor Schnelligkeit, sagt Zweifel: «In maximal zehn Minuten, Parkieren inklusive, hat der Pendler Kaffee und Gipfeli in der Hand. Und sitzt wieder im Wagen.» ag

Nachgefragt

Oliver Altherr (1966)

Position: CEO Marché International

1. Welches ist Ihre persönliche Lieblingsautobahn-Raststätte?
Eine meiner Lieblingsraststätten ist das Marché Wörthersee in Techelsberg, das einen tollen Blick auf den Wörthersee bietet.

2. Hat Marché International ein neues Konzept in der Pipeline?
Ein neues Konzept von Marché International wird das «Mövenpick Café», sowohl an Raststätten wie auch an Flughäfen, sein.

3. Sie eröffnen bald eine Raststätte in Singapur. Ist Swissness auch im Ausland ein Thema?
Das neue Marché Restaurant in Singapur ist keine Raststätte an der Autobahn, sondern ein Restaurant in einer Shopping Mall. Swissness ist bei uns natürlich ein grosses Thema. Wir sind ein Schweizer Traditionsunternehmen und tragen die Schweizer Wurzeln somit auch ins Ausland. Ein Beispiel: Das Interieur für das Marché Restaurant Singapur wird unter anderem aus originalgetreuen Schweizer Chalets aus dem 16. Jahrhundert gebaut, so fühlen sich die Gäste in Asien in die Schweizer Bergwelt versetzt. Ebenfalls steht die Schweizer Spezialität «Rösti» in jedem unserer Marché Restaurants weltweit auf dem Speiseplan.

4. Wie sehen Autobahnraststätten in zehn Jahren aus?
Es wird wahrscheinlich alles technischer werden und es kommt auch darauf an, wie sich die Autoindustrie entwickelt. So werden Stromtankstellen, wie wir sie gerade auf der Raststätte Marché Bellinzona Süd eröffnet haben, nichts Aussergewöhnliches mehr sein. sls

SV Schweiz übernimmt Spiga im Westside

SV Schweiz, Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie, übernimmt per 1. Januar 2010 die Pacht für das Restaurant Spiga im Berner Westside und erwirbt zusätzlich sämtliche Konzept- und Markenrechte. Durch diese Akquisition verstärkt SV Schweiz ihr Portfolio im Bereich öffentliche Gastronomie. Spiga wird als eigenständige Marke weitergeführt. Der Restaurantname Spiga kommt aus dem Italienischen und bedeutet «Ähre». Spiga wird unter dem bestehenden Namen, der auch als Marke erhalten bleibt, in das Markenportfolio von SV Schweiz integriert. Die 14 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Spiga werden weiterbeschäftigt. sls

Neue Generation von Bouillon im «Töpfli»

Knorr lanciert mit «Bouillon Töpfli» eine neue Generation von Brühe. Es handle sich dabei um die bedeutendste Neuentwicklung seit Erfindung der Bouillonwürfel 1912. Die Bouillon im Töpfli überzeugt nicht nur wegen des guten Geschmacks, sondern auch durch die leicht lösliche und einfach dosierbare Konsistenz. Das neue Produkt kommt ohne Geschmacksverstärker und Konservierungsstoffe aus und ist ab Mitte November in den Varianten Huhn, Rind und Gemüse erhältlich.

www.knorr.ch

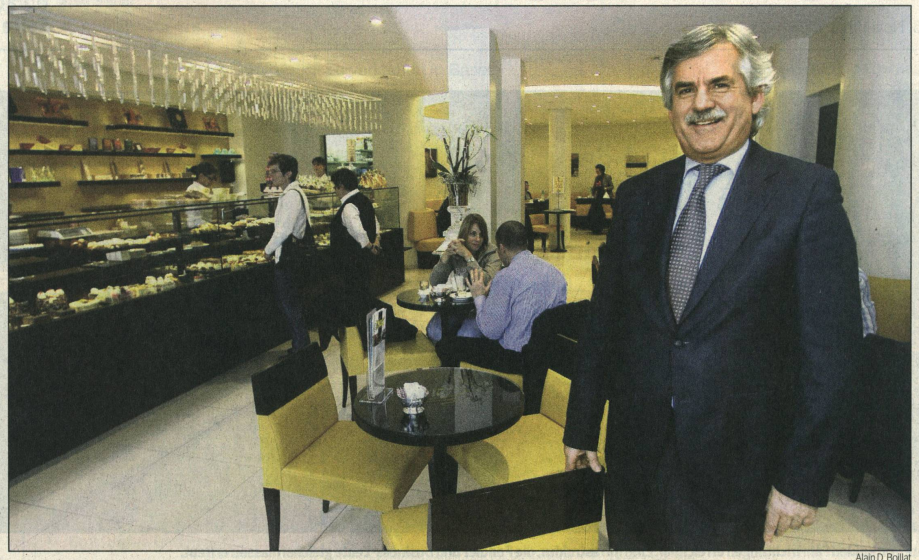
Zürich: 4000 Weine aus 23 Ländern an Bord

Bereits zum 56. Mal ankert die Zürcher Weinflotte am Bürkliplatz. Bis zum 12. November bietet die Zürcher Weinausstellung Expovina auf zwölf Schiffen über 4000 Weine aus allen bedeutenden Anbaugebieten der Welt zur Degustation an. Neu ist in diesem Jahr ein Extraschiff dem bekanntesten aller spanischen Anbaugebiete, der Region Rioja, gewidmet. Auch Schweizer Weine sind an der Expovina traditionsgemäss gut vertreten. An Bord der zwölf Weinschiffe stellt sich die Schweiz mit über 1200 Weinen vor. sls

www.expovina.ch

400 000 Besucher an der «Bad Ragartz»

Die 4. Schweizerische Triennale der Skulptur «Bad Ragartz» in Bad Ragaz und Vaduz ist am Sonntag zu Ende gegangen. Während fünf Monaten wurden rund 400 000 Besucher gezählt. 78 Kunstschaffende aus 15 Ländern stellten 400 Werke aus. Es wurden 500 Führungen gebucht, darunter 95 von Schulklassen, und 40 Skulpturen verkauft, wie es in der Mitteilung heisst. Der Kulturanlass habe die örtliche Gastronomie, das Gewerbe und die Hotellerie spürbar belebt. 260 Grossskulpturen standen in Bad Ragaz, 20 in Vaduz sowie 120 Kleinskulpturen im Kulturzentrum Altes Bad Pfäfers in der Taminaschlucht. row



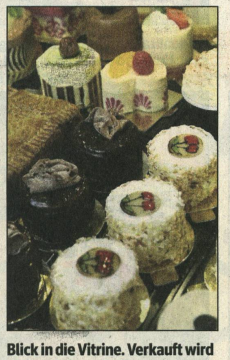
Alain D. Boillat

Josef Billes hat an der Schauplatzgasse in Bern – unweit des früheren Standorts im Loeb – wieder ein Café mit Verkaufstheke eröffnet.

Süsser Genuss im Retro-Look

Das besondere Konzept Sein zweites «Café Monnier» eröffnete Josef Billes in Bern. Das Stammhaus in Murten gilt als Schweizer Massstab des klassischen Wiener Kaffees.

ELSBETH HOBMEIER



Blick in die Vitrine. Verkauft wird viel auch über die Gasse.

Monnier ist zurück in Bern. Diese Nachricht sprach sich schnell herum unter den Fans, welche nach dem Umbau des Warenhauses Loeb das einstige «Café Monnier» schmerzlich vermisst hatten. «Ich trennte mich im Guten von Loeb, aber schaute mich sofort um nach einem neuen Lokal in Bern», bestätigt Josef Billes, Inhaber und Motor der in Murten beheimateten Confiserie samt Tea Room.

Josef Billes fand die idealen Räume in der ehemaligen Nespresso-Boutique an der Schauplatzgasse 26 – nur wenige Schritte vom «Loeb-Egge» und Bahnhof entfernt. Während in Murten der klassische Kaffeehaus-Stil mit Louis-Quinze-Dekor zelebriert wird, gibt sich die Berner Filiale moderner. Die Möbel In Gelb- und Brauntönen wurden speziell für Billes angefertigt, der Raum ist im behaglichen Retrostil eingerichtet, die Theke mit reicher Auswahl auch für den Verkauf. Das Berner «Monnier» wird von Gunda Böhrensen geführt, die schon im «Loeb» dabei war und sich über «viele von früher bekannte Gesichter» freut.

Produktion in Murten, Lieferungen nach Bern. Auch ins Bundeshaus.

Wichtig für Josef Billes ist: «Alles muss Monnier-like sein». Das will heissen: Allerbeste Qualität, ausschliesslich hausgemacht, edler Auftritt. Hergestellt werden alle Patisserien, die Pralinen, die Sandwiches und das Brot in der Produktionsstätte in Murten, täglich wird zwei bis drei Mal nach Bern geliefert. Diese Kombination der zwei

Eine «Monnier-like» Patisserie mit Früchten.

Standorte sei ideal, sagt er: «In Murten läuft's im Sommer wie verrückt, der Winter dagegen ist ruhiger. Die Berner Filiale bringt mir eine gleichmässigere Auslastung». Insgesamt sind 40 Fachleute bei Monnier tätig, rund 16 Personen davon arbeiten in Bern. Einen guten Namen gemacht hat sich Josef Billes im Cateringgeschäft: er beliefert Apéros und Stehlunches für Firmen und Private, ist aber auch regelmässiger Lieferant im Bundeshaus und bei Anlässen im Von-Wattenwyl-Haus.

Der Österreicher Koch, der unbedingt Konditor werden wollte

Hinter dem Namen «Monnier» steht der gebürtige Österreicher Josef Billes. Der gelernte Koch arbeitete einst im «Vier Jahreszeiten» in München und pendelte dann jahrelang im Saisonrhythmus zwischen St. Moritz und Murten – im Sommer kochte er im «Schiff» am Murtensee, im Winter im «Carlton» und in der «Chesa Veglia» im Engadin. «Doch eigentlich liebte ich immer besonders die Konditorei. Und dann hatte ich irgendwann auch genug vom unsteten Saison-Leben», erzählt er. In der traditionsreichen Berner Confiserie Eichenberger lernte er dann die Kniffe des Konditoren-Handwerks.

Für Berufstätige: «Gluschtige» Zwischenverpflegung

Im Januar 1988 konnte Josef Billes das traditionsreiche Murtener Kaffeehaus samt Confiserie übernehmen. Das Haus hat er gepachtet, das Label gekauft und viele alte Rezepte der Gründerfamilie übernommen. «Noch heute stellen wir die Truffes-Schnitten, gewisse Patisserien und die Gipfeli nach diesen aus der Gründerzeit überlieferten Rezepten her», sagt er. In den 21 Jahren seither hat Billes jedoch viel frischen Wind in den Laden gebracht. Seine Spezialitäten sind bekannt und gefragt, die Canapés und Sandwiches als kleiner Imbiss begehrt, die Mittagsmenüs in Murten ein starkes Verkaufsargument.

Fürs «Monnier» in Bern hat Josef Billes einige neue Ideen. Er sieht Handlungsbedarf bei der fliegenden Verpflegung der zahlreichen Berufstätigen rund um den Bahnhof. «Es gibt zwar viele Angebote, aber alle zielen in dieselbe Richtung», sagt er. Ab 2010 will er eine ganze Palette von Traiteur-Spezialitäten bieten, welche sich «gluschtig» präsentieren und bei Bedarf im Büro oder Haushalt in die Mikrowelle geschoben werden können.

Café Monnier, Schauplatzgasse 26, 3011 Bern, Tel. 0313117173.

Neue Bücher

300 Sauce-Rezepte aus aller Welt für Geniesser

Saucen sind das i-Tüpfelchen auf jedem Gericht und gehören zur Kunst des Kochens einfach dazu.

Meisterkoch Paul Gayler zeigt, wie alle Saucen perfekt gelingen, wenn man bestimmte Küchentechniken beherrscht und Profi-Tricks kennt. Seine Saucenkochschule führt den Leser rund um die Welt – mit klassischen und modernen Rezepten, vielen Informationen und Tipps. Die Saucen der klassischen französischen Küche finden sich in diesem Buche ebenso wie asiatische oder mediterrane Spezialitäten. sls

Paul Gayler: **Saucen für Geniesser.** Kochbuch, Christian Verlag, 224 Seiten, Fr 47.90.

Honig hat heilende Kräfte und beflügelt die Fantasie

Das Paradies – ein Land, wo Milch und Honig fliessen. Schon im Alten Testament weckte das «flüssige Gold» die Sehnsüchte der Menschen. Verena Verita folgt der «Honigspur» vom alten Ägypten über die römisch-griechische Antike bis in die Gegenwart. Kleopatra dienten Honig-Bäder als Schönheitspflege. Heute werden die vielseitigen Kräfte des reinen Naturprodukts neu entdeckt. Nicht nur als Nahrungs- sondern auch als Heil- und Schönheitsmittel. An diese vielseitigen Einsatzmöglichkeiten erinnert die Autorin. Sie gibt viele kostbare Tipps, wie Honig in seinen verschiedensten Sorten als Heilmittel, in der Kosmetik, zur Entspannung und auch in der Küche eingesetzt werden kann. sls

Verena Verita: **Die Speise der Götter.** Edition Aurea, 160 Seiten, Fr. 29.90.

Die schönsten Cafés in Europa – von Budapest bis Paris

Coffee to go geht in diesem Fall gar nicht: Kaffee gehört – egal, ob er nun Espresso oder Melange oder Cappuccino heisst – in ästhetisch stilvollem Ambiente und in anständigen, dickwandigen Porzellantassen serviert. Jedenfalls für die beiden Autoren. Und wer denkt, das Kaffeehaus sei pure Nostalgie, der irrt: Das Café lebt. 30 Kaffeehäuser in den europäischen Kaffeehaus-Metropolen

fanden Eingang in diesen Bildband: Klassiker mit Plüschbänken, Thonet-Stühlen und Marmortischen existieren elegant und zeitlos neben aufregend modernem Design mit Sichtbeton und dunklem Holz, strahlende Kristalllüster neben aktuellen Lichtlösungen, knarrende Holzböden neben schimmernden Steinflächen. sls

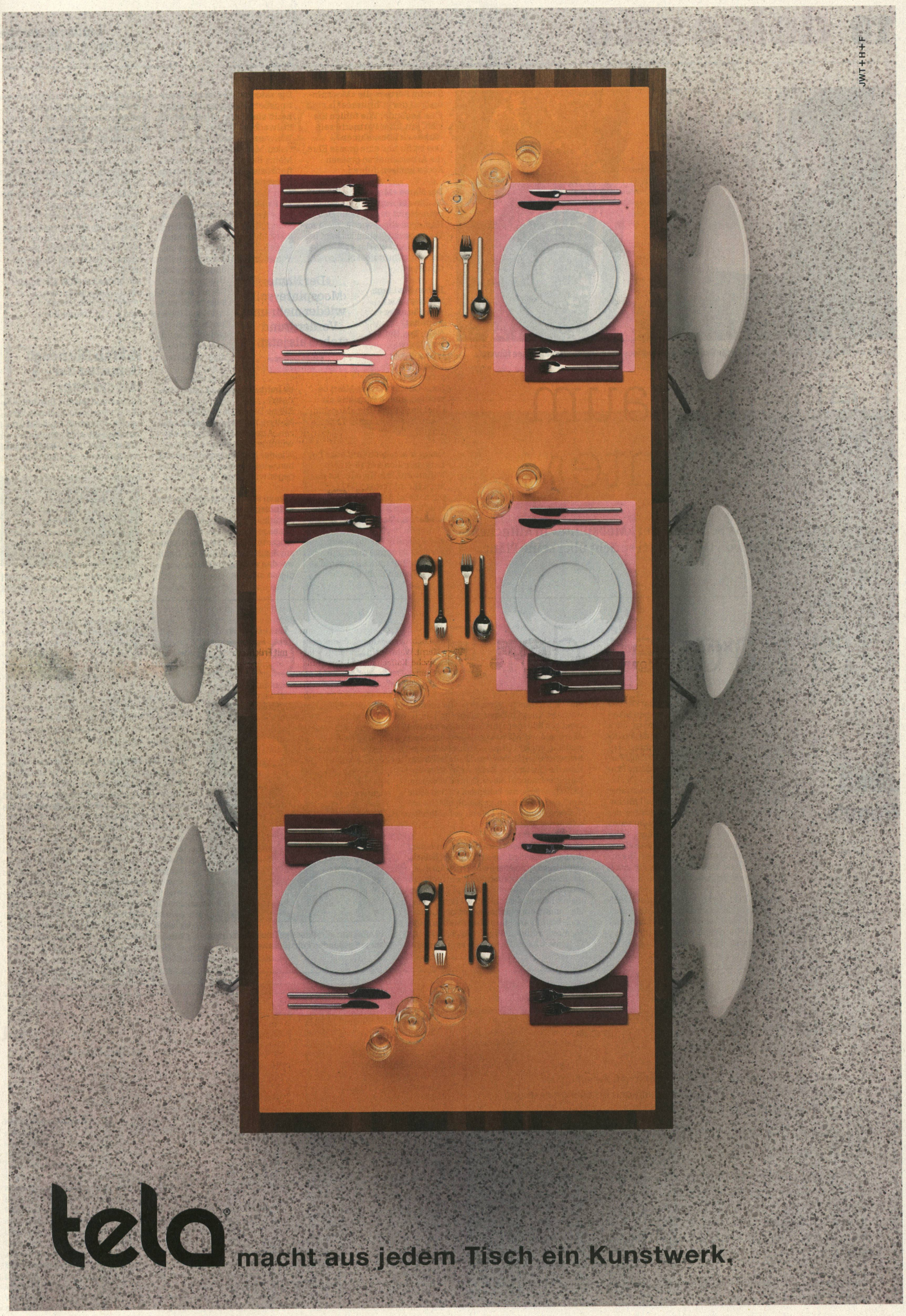
Barbara Sternthal und Harald Eisenberger: **Coffee to stay.** Christian Brandstätter Verlag, 191 Seiten, Fr. 52.90.

Schöne Genuss-Gebiete in der Schweiz

Die vom Autoren Heinz Dieter Finck beschriebenen Kulturwege mit ihren Gourmet-Highlights zeigen besonders schöne Genuss-Gebiete der Schweiz. Im ersten Band

finden sich die sechs Genuss-Regionen von «Das Beste der Region» mit dem Emmental, Bern, Seeland, Berner Oberland, Gantrisch und Jura . Es erscheinen weitere Bände in dieser Reihe. sls

Heinz Dieter Finck: **Wege zum Genuss.** Weber AG Verlag, Via Storia, 203 Seiten, Fr. 29.–.


JWT+H+F
tela®
macht aus jedem Tisch ein Kunstwerk.

Alain D. Boillat

Sascha Berther wird mit seiner Partnerin Stefanie Weber die «Moospinte» in Münchenbuchsee führen.

Lebenstraum «Moospinte»

Ab April 2010 kocht Sascha Berther in der «Moospinte» in Münchenbuchsee. Der Nachfolger von Oskar Marti spricht über seine Pläne.

GUDRUN SCHLENCZEK

Sascha Berther, die «Moospinte» und der «Chrüteroski» sind eine Legende: Wie fühlen Sie sich, mit Ihrer Partnerin sein «Erbe» zu übernehmen?
Das ist für uns eine grosse Ehre, die Arbeit eines so grossen Kochs weiterzuführen.

Der Name «Moospinte» bleibt?
Ja. Die «Moospinte» als Gastrobetrieb gibt es seit 1846. Der Name soll sogar wieder mehr im Vordergrund stehen als jetzt bei Oskar Marti, wo der Fokus eher auf den «Chrüteroski» ausgerichtet ist.

Haben Sie lange überlegt, als man Sie angefragt hat?
Nein. Das Haus gefällt uns schon länger. Ich hatte mich schon mal als Sous-Chef bei Oskar Marti beworben, meine Partnerin als Chef de Service. Die «Moospinte» zu führen ist unser Lebenstraum.

Oskar Marti kocht auf sehr hohem, nämlich auf 16-Gault-Millau-Punkte-Niveau: Ist das auch Ihr erklärtes Ziel?
Ich habe sicher den Ehrgeiz, auf sehr hohem Niveau zu kochen. Ich denke, dass ich durch meine Stationen bei Georges Wenger und Roland Jöhri die nötigen Voraussetzungen mitbringe. Der gute Ruf der «Moospinte » soll bestehen bleiben.

«Der Name ‹Moospinte› soll wieder mehr im Vordergrund stehen als jetzt.»
Sascha Berther
Küchenchef

Die «Moospinte» ist ein Traditionsbetrieb, Sie und Ihre Partnerin sind jung: Wird es einen Stilwechsel geben?
Wir werden sicher den Stil von Oskar Marti nicht kopieren. Meine Basis ist die klassische französische Küche, modern interpretiert: mit verschiedenen Texturen, kleineren Portionen. Zudem kreiere ich gerne verschiedenste Variationen eines Rohprodukts. Ich werde möglichst auf regionale Produkte setzen, Einheimisches soll im Vordergrund stehen. Das heisst aber nicht, dass Hummer und Co. auf der Speisekarte fehlen werden. Molekulare Kochtechniken wird man bei mir nicht antreffen.

Und wie steht es beim Design und beim Interieur?
Kleine Details werden wir verändern, moderne Akzente setzen. Aber der Charme des ehrwürdigen Hauses soll bleiben. Wie der Relaunch genau aussehen wird, darüber beraten wir gegenwärtig mit dem Investor.

Freuen Sie sich auf den grossen Kräutergarten?
Natürlich, das ist mein Traum, genauso wie der Obst- und Beerengarten. Das gesamte Grundstück misst rund 3000 m². Dafür werden wir einen Gärtner engagieren müssen.

Ein Gourmet-Restaurant gewinnbringend zu führen, ist nicht einfach. Und Münchenbuchsee ist nicht Bern. Wie wollen Sie das schaffen?
Das ist eine grosse Herausforderung. Wir haben seitens des Investors klare Vorgaben betreffend Wirtschaftlichkeit. Das Geschäft muss rentieren. Es macht keinen Sinn, wenn ein Investor immer Geld nachschiessen muss. Aber die Lage ist gut, Bern nicht weit und direkt daneben liegt der Golfplatz. Sparen können wir bei den Warenkosten dank dem eigenen Garten. Auch eine kreative Küche auf der Basis einheimischer Produkte rechnet sich besser, als wenn man nur Luxusprodukte einsetzt.

Fakten Die neuen Geranten der «Moospinte»

Küchenchef **Sascha Berther** (28) und Gastgeberin **Stefanie Weber** (26) führen ab April 2010 gemeinsam die «Moospinte» in Münchenbuchsee. **Oskar Marti** verkauft die Liegenschaft an **Anton Kräuliger** und hört Ende Februar auf. Das Lokal zählt eine Gaststube, ein Gourmetrestaurant (total 60 Plätze), einen grossen Saal und eine Terrasse. Zurzeit arbeiten Berther und Weber im «Worbenbad» und absolvieren am Schweizerischen Institut für Unternehmensschulung den Unternehmer-Diplomlehrgang. gsg

Urs Pircher, der Engagierte

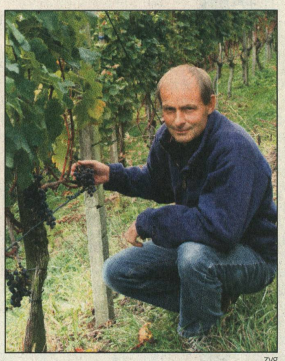
Geny's

Geny Hess, Ex-Hotelier und Weinspezialist, befasst sich hauptsächlich mit Schweizer und Europäischen Weinen.

In der fruchtbaren Gegend im Zürcher Unterland wird von alters her Ackerbau, Viehzucht und begrenzt auch Rebbau betrieben. Bis Mitte des letzten Jahrhunderts waren die Besitztümer beschränkt geordnet, und die kleinflächige Parzellierung erschwerte zunehmend eine ökologische Bewirtschaftung der Böden. Der Erlös aus dem Weinbau war für die Bauern aber immer schon eine zusätzliche und überlebenswichtige Einnahmequelle. Anfang der Fünfzigerjahre des letzten Jahrhunderts stimmten die Grundeigentümer einer Gesamtmelioration zu. Wald, Kulturland und Rebberge wurden zusammengelegt. So entstanden ideale Voraussetzungen für einen zeitgemässen Rebbau.

Die Familie Pircher ist in der Region seit 1956 im Weinbau tätig. Sohn Urs ist 1975 in den väterlichen Betrieb eingestiegen und führt diesen seit 1980 in eigener Regie. Er ist der vollen Überzeugung, dass erstklassige Trauben nur auf vollkommen gesunden Rebstöcken wachsen. Diese müssen wiederum von lebendigen Böden ernährt werden, welche von Abermillionen Mikroorganismen bevölkert sind. Ein intaktes Ökosystem hat bei ihm einen sehr hohen Stellenwert. Denn der Winzer kann die Qualität des Weins nicht beim Ausbau herbeizaubern, sie entsteht im Weinberg. Konsequenterweise behandelt Pircher seine rund sechs Hektaren grosse Rebfläche am hinteren Stadtberg in Eglisau auf möglichst schonende Weise.

Der Stil der Pircher-Weine hat sich im Verlauf der Jahre verändert: Sie sind schmeichelhaft, saftig, fruchtig und harmonisch zugleich, ohne deswegen anspruchsloser geworden zu sein. Dies ist wahrscheinlich auf die konsequente Reifung der Trauben, die Entrappung, die Temperaturregulierung bei der Gärung und – beim Pinot Noir – auf den Ausbau im Eichenfass zurückzuführen. Auch kritische Weinnasen haben Pirchers Weine in den letzten Jahren ins Herz geschlossen. Dass die Weine aus dem Kanton Zürich heute nicht mehr nur als fruchtig-saure Beerliweine gelten, verdanken sie vor allem ihm.



zvg

Urs Pircher: «Erstklassige Trauben wachsen nur auf gesunden Rebstöcken.»

Der Räuschling erfreut durch seine delikate Frucht, der Riesling x Sylvaner ist nuancenreich und elegant zugleich, der Pinot Gris besticht durch seine geschmacklich vornehm blumige Art, und der Gewürztraminer hält am Gaumen, was er an kräftig-würzigen Aromen in der Nase verspricht. Bei den Roten dominiert bei Pircher die Rebsorte Pinot Noir. Finesse, eine gewisse Delikatesse, reiche Fruchtigkeit, bemerkenswerte Struktur und ausgewogener Rückhalt sind die ersten Gedanken, die einem in den Sinn kommen, wenn man den 2005er Pinot Noir vom Weingut Pircher verkostet. Nach kurzer Zeit im Glas entdeckt man schnell auch Tiefe, Komplexität und die unwiderstehliche Verführungskraft dieses von frischer Einfachheit geprägten Weins.

ANZEIGE

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

SCH
SGH
SCA

Das **Hotel Finance Forum** ist eine Partnerschaft zwischen der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit und hotelleriesuisse und widmet sich in diesem Jahr der

Preisstrategie und –gestaltung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten.

Drei erfahrene Referenten (**Prof. Dr. 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) werden dieses Spannungsfeld zwischen Kosten-, Preis- und Kundennutzenorientierung ausleuchten und Wege aus dem „Teufelskreis" des Preisdumpings aufzeigen.

Anschliessend findet eine **Podiumsdiskussion** mit den Referenten und andern Exponenten aus der Hotellerie statt.

Hotel Finance Forum 2009
26. November 2009
Swissôtel, am Marktplatz Oerlikon, Schulstrasse 44, Zürich

Programm

ab 13:00 Uhr	Eintreffen der Teilnehmer
13:30 bis 15:30 Uhr	Referate
15:30 Uhr	Podiumsdiskussion
16:30 Uhr	Apéro

Die Simultanübersetzung deutsch/französisch ist gewährleistet.

Die Präsentationen der Referenten können nach der Veranstaltung von www.sgh.ch oder www.hotelleriesuisse.ch heruntergeladen werden.

Das Anmeldeformular steht auf der Homepage (www.sgh.ch) zum Herunterladen zur Verfügung.

Ein Hotel im Ikea-Stil

In Südschweden steht ein Ikea-Hotel. Trotz des Erfolg versprechenden Brands wird keine Expansion dieser Hotel-Marke angestrebt – zumindest im Moment.

GERHARD LOB

Das südschwedische Älmhult ist die Wiege des Ikea-Konzerns. Hier eröffnete Ikea-Gründer Ingwar Kamprad 1958 sein erstes Möbelhaus, hier gab es das erste Ikea-Restaurant. Und bis heute finden sich wichtige Unternehmenseinheiten in Älmhult, wo beispielsweise der Ikea-Katalog entworfen wird. Auch ein Ikea-Hotel, das «Värdshuset», steht dort. Lange Jahre war es das einzige der Welt. Doch vor kurzem hat der Konzern ein zweites Hotel im holländischen Delft hochgezogen – in der Nähe des «Ikea Concept Center», wo der Möbelgigant neue Verkaufstechniken ausprobiert. Das «Tulip Inn» mit 140 Zimmern wurde im Dezember 2008 eröffnet. Eigentümerin ist die «Inter Ikea Systems B.V.».

Gerhard Lob

Hotel «Värdshuset»: sich mit Ikea-Möbeln wie zu Hause fühlen.

Ikea verhandelte mit Accor-Gruppe

Beide Hotels leben hauptsächlich vom Ikea-Personal. In Älmhult machen die Ikea-Angestellten 85 Prozent der Gäste aus. Sie kommen aus aller Welt in den abgelegenen Ort, um die neuen Kollektionen kennen zu lernen oder Fortbildungen zu besuchen. In Delft, wo das Haus von der niederländischen Hotelgruppe Golden Tulip geführt wird, dürften es 60 bis 70 Prozent der Gäste sein. Auch in Älmhult war Outsourcing ein Thema. Die Accor-Gruppe verhandelte mit Ikea. «Doch es kam zu keinem Abschluss», sagt Direktor Mikael Palmgreen.

Von aussen verströmt das «Värdshuset» den Charme eines Wohnblocks in Schwamendingen. Die Gänge erinnern an Jugendherbergen. Die 150 Zimmer sind simpel gestaltet und tragen natürlich Ikea-Handschrift. Eine wohl weltweite Besonderheit: Auf dem Schreibtisch findet der Gast neben dem Neuen Testament den neusten Ikea-Katalog. Im Hofbereich ist die Motel- Architektur unverkennbar. Kamprad gründete den Komplex 1964, nachdem er in den USA Motels gesehen hatte. «Es ist ein Patchwork, typisch Ikea eigentlich», sagt Palmgreen.

«Ikea-Möbel sind nicht für Dauerbelastungen in Hotels konstruiert.»

Mikael Palmgreen
Direktor im Ikea-Hotel in Älmhult (S)

Ikea-Angestellte sind die besten Hotelkunden

Alles begann mit einem Restaurant für die Kunden, dann kamen 15 Zimmer dazu, aus dem Restaurant wurde eine Art Kantine. Die Anlage wuchs. Im Jahr 2004 musste das Schwimmbad weichen. Im Aufenthaltsraum, streng im Ikea-Design gehalten, hängen heute gigantische Fotoposter aus früheren Tagen.

Früher kamen Ikea-Kunden ins Hotel. Denn sie legten teilweise lange Reisen zurück, um einzukaufen. Heute lasten Ikea-Angestellte die Betten aus – allerdings nur unter der Woche. Das hoteleigene Restaurant schliesst am Wochenende und bietet nur Frühstück an.

«Ich kann mir vorstellen, dass es eines Tages mehr Ikea-Hotels geben wird.»

Mikael Palmgreen
Direktor im Ikea-Hotel

Im Keller ein Museum

Für Hoteldirektor Palmgreen lässt diese Gäste- und Belegungsstruktur wenig Spielraum, zumal die Preise gemäss Ikea-Philosophie nicht zu teuer sein dürfen. Die Idee, jedes Zimmer individuell zu gestalten, wurde deshalb nicht verwirklicht. «Wir sind eigentlich ein 2-Sterne-Business-Hotel», sagt er mit einem Schmunzeln.

Ein Doppelzimmer pro Nacht kostet umgerechnet 120 Franken, und wer will, kann sich im Keller das Museum von Ingwar Kamprad ansehen. Es dokumentiert seinen Aufstieg zu einem der reichsten Männer der Welt und zeigt die Entwicklung der Ikea- Produkte.

Ikea-Hotels wie das «Värdshuset» hätten an einem attraktiveren Standort durchaus Potenzial. Nicht zuletzt, weil «sie ein wunderbares Schaufenster für die Möbel wären», sagt Palmgreen: «Ich kann mir vorstellen, dass es eines Tages mehr Ikea-Hotels geben wird.» Vorläufig konzentriere sich der Konzern jedoch auf das Kerngeschäft, sagt Ikea-Sprecherin Josefin Thorell. Will heissen: Auf Möbel und Accessoires, die nach Palmgreen «auch im Hotel eine angenehme Atmosphäre schaffen».

Die Möbel sind nicht für die Ewigkeit geschaffen

Die Ausstattung mit Ikea-Möbeln habe jedoch auch Nachteile, verrät der Hoteldirektor aus Älmhult: «Sie sind für den privaten Bedarf, nicht aber für Dauerbelastungen in Hotels konstruiert, weshalb wir unsere Möbel häufiger auswechseln müssen.»

Ikea-Sessel: Nicht Generationen überdauernd, aber billig.

ANZEIGE

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

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elsbeth Hobmeier/eho.
Stellvertreter: Miroslaw Halaba/mh.
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Simone Leitner Fischer/ sls (Ressortleitung dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Ressortleitung cahier français); Eugenio D'Alessio/eda; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenczek/gsg; Karl Josef Verding/kjv.
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo.
Korrektorat: Paul Le Grand.
Volontär: Mathias Zaugg
Online Redaktion: Melanie Roth/rom

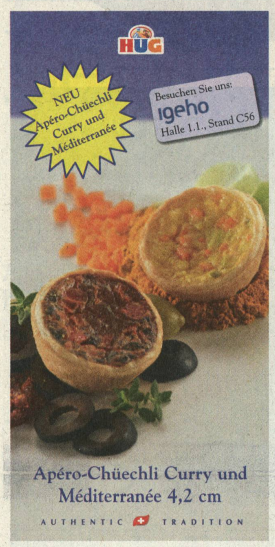
Verlag
Leitung: Barbara König;
Assistentin: Monika Hausammann.
Stelleninserate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss.
Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger.
Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage: WEMF-beglaubigt 2008/09, verkaufte Auflage: 10 732; Gratisauflage: 769.
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.–.
ISSN: 1424-0440

Kontakte
Adresse:
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: www.htr.ch
Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.
Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable

Food

Non-Food

Backwaren



Gastro-Grosshandel

Partner Per Professionisti ippergros www.ippergros.ch

Ippergros Noranco
091 986 49 60

Ippergros Losone
091 791 56 61

Berufsbekleidung

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

Corporate Fashion und Teambekleidung
(Design- und Katalogartikelkonzepte)

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

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

Gastropapiere

WIDA Papiere AG
Servietten- und Papierwarenfabrik

WIDA

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

Hotelzimmer/Innenausbau

Strasser

Gastro Innenausbau
Bar-Buffetanlagen

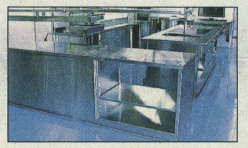
Hotel Innenausbau
Hotel Empfangsanlagen

3608 Thun
Telefon 033 334 24 24

info@strasserthun.ch
www.strasserthun.ch

Gastro-Einrichtungen

GROSSKÜCHEN SELF-SERVICE-ANLAGEN
schmocker AG



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

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

Gastrotextilien

«Gut beraten, gut bedient.»

ZETAG
gastrotextilien

ZETAG AG, Textilwerk Sornital, Postfach 28, 9213 Hauptwil
Tel 071 424 62 50, Fax 071 424 62 51, www.ze-tag.ch

Hotelzimmer

beck Design

Innenausbau Gastrokonzepte Ladenbau

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

Gastro-Grosshandel

Cash+Carry
CC A Angehrn
Frische fur Profis.

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

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

CCA-Frischmarkt
CCA-Lebensmittelmarkt
CCA-Nonfoodmarkt

Kaffeerösterei

Jilly CAFE

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

Grossküchenmaschinen

ROTOR Lips

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

Kaffeemaschinen

cafina
Kaffeemaschinen für
Gastronomie und Betriebsverpflegung

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

Weinhandel

Gastro-Einrichtungen

FRIGONORM
Kühlmöbelbau

JUNG GASTROBAU

Bern: 031 951 23 73
Lausanne: 021 625 92 50

www.ladenbau-jung.ch

Sicherheit

365 Nächte im Jahr

Im Dienste der *** - **** & ***** Hotellerie

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

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

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

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

Marktplatz – immer am ersten Donnerstag im Monat

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

htr hotel revue

Namensschilder/Werbeartikel

HAENNI PROMOTION

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

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

cahier français

htr hotelrevue No 45 / 5 novembre 2009

Salon Gourmet
Concurrente de Gastronomia, la manifestation sera mise sur pied à Genève en juin 2010.
Page 21

Valais
La nouvelle destination Verbier Saint-Bernard a pris son envol début novembre.
Page 23

La reprise à l'horizon 2012

Swiss-Image

Comme ces skieurs à Chasseral, le tourisme suisse reprendra la pente ascendante à partir de 2011 et, surtout, à partir de 2012.

Le tourisme suisse peut percevoir l'avenir avec plus de sérénité. La reprise est annoncée, mais pas avant 2012, estime l'institut BAK Basel.

MIROSLAW HALABA

Lundi à Zurich, Richard Kämpf, le responsable du secteur tourisme au Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco), a donné aux responsables touristiques suisses des pistes pour préparer leur stratégie à moyen terme. Si la coupe n'est pas encore bue jusqu'à la lie, l'espoir d'une reprise des affaires est réaliste. Mais il faudra cependant encore attendre. Etablies par l'institut bâlois BAK Basel et présentées lors de la conférence de presse de Suisse Tourisme consacrée à la saison hivernale, les prévisions pour le tourisme n'annoncent la véritable reprise que pour 2012. Celle-ci, a indiqué Richard Kämpf, sera vigoureuse, puisque les nuitées devraient progresser de 3,9%, la demande étrangère augmentant à elle seule de 5,8%. Pour les experts du BAK Basel, ce regain d'activité résultera d'un processus de rattrapage après «trois années plutôt moroses».

> «Le tourisme suisse s'en tire, cette année, avec un œil au beurre noir.»
> **Richard Kämpf**
> Responsable du tourisme au Seco

Car avant d'en arriver là, le tourisme doit encore poursuivre sa traversée du désert. L'année difficile qui s'achève n'a, on le sait que trop, pas épargné le tourisme suisse. Le millésime 2009 (novembre 2008 à octobre 2009) se traduira par une baisse des nuitées hôtelières de 5,7%, sous l'influence principalement de la demande étrangère qui a reculé de 7,6%. Une baisse sensible de la valeur de la livre a notamment mis la demande britannique au tapis.

La demande indigène, en revanche, a mieux résisté. Le recul n'a été que de 2,7%. Comme prévu, les Suisses sont restés davantage au pays. Ils ont animé le tourisme journalier et la parahôtellerie. Principal prestataire de maisons de vacances, Interhome a ainsi enregistré durant le seul été une progression de son chiffre d'affaires en Suisse de 9%, a indiqué Simon Lehmann, son CEO. Les villes suisses ont «étonnamment» bien tiré leur épingle du jeu, notent les experts du BAK Basel. Berne et Bâle ont profité, respectivement, des championnats du monde de hockey sur glace et de l'exposition Van Gogh. Les remontées mécaniques ont aussi bien résisté. Grâce au tourisme journalier, les revenus réels ont progressé cet été de 3,5%. Pour Richard Kämpf, une conclusion s'impose: «Le tourisme suisse n'a pas connu de recul drastique. Il s'en tire, cette année, avec un œil au beurre noir.»

L'année prochaine sera toujours marquée par un recul d'activité. BAK Basel table sur une diminution des nuitées pour la saison d'hiver de 3,7%. La demande étrangère, notamment, devrait reculer de 5,1% et la demande indigène de 1,9%, les raisons étant à chercher ici dans la hausse du chômage et de son effet défavorable sur la consommation. A noter que le Valais et les Grisons devraient être mieux lotis que les autres régions alpines. La stabilisation est attendue pour l'été 2010. La baisse des nuitées ne sera alors plus que de 1,7%. Les Jeux de la Passion notamment, qui ont lieu tous les dix ans à Obergammergau, en Allemagne, devraient dynamiser la demande américaine. On s'attend également à une croissance de la demande asiatique de 10%. Pour l'ensemble de l'année 2010, BAK Basel prévoit une baisse des nuitées de 2,6%. C'est la reprise de la consommation privée en Suisse et dans le monde qui devrait mettre fin aux performances négatives. En 2011, les nuitées devraient repartir à la hausse dans toutes les régions de Suisse et atteindre un taux de croissance de 1,9%. Dans les grandes villes, ce dernier pourrait même atteindre le chiffre de 3,5%.

L'hôtellerie et la restauration investissent

Les experts de l'institut BAK Basel constatent dans leur rapport que les branches de l'hôtellerie et de la restauration font preuve de dynamisme. Il note que le volume d'investissements dans la construction a augmenté «de plus de 10% au cours de l'année dernière» et qu'il «pourrait même atteindre 25% cette année». Ces investissement devraient, d'ailleurs, se poursuivre. Pour les cinq prochaines années, ces mêmes experts prévoient une «augmentation annuelle proche de 5%». mh

Rapport du BAK Basel disponible à l'adresse: www.htr.ch/cahier-francais

Les cabanes au cœur de la campagne d'hiver

La promotion pour la saison d'hiver a été lancée par Suisse Tourisme. Véhiculant une image d'authenticité, les cabanes sont au centre de ce message hivernal.

MIROSLAW HALABA

Ce sont 25,5 millions de francs, dont 4,75 millions proviennent du programme d'impulsion, qui seront utilisés par Suisse Tourisme pour promouvoir la saison d'hiver.

L'authenticité et la simplicité étant des valeurs de plus en plus recherchées par les hôtes, Suisse Tourisme a décidé de mettre au cœur de son message promotionnel un symbole qui recèle bien ces valeurs. Son choix s'est porté sur les cabanes de montagne. Plus que de cinq cents objets figurent ainsi sur le site MySwitzerland.

Mais que l'on ne s'y trompe pas: «L'idée n'est pas de positionner les cabanes comme logement, mais bien d'utiliser l'image qu'elles véhiculent», précise Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme. Pour lui, il n'y a pas de risque de confusion. «Notre brochure d'hiver est très claire. Elle fait de la promotion pour les hôtels», dit-il.

Le site internet servira de support majeur à la campagne d'hiver. «Dix millions d'internautes devraient venir s'informer sur nos pages», explique Jürg Schmid. Ce site contient notamment une cinquantaine de «perles», offres pour les amateurs d'originalité. Dès le début du mois de décembre, diverses informations, comme les bulletins d'enneigement, pourront être disponibles du iPhone. Avec Suisse Tourisme, la Suisse est le premier pays au monde à utiliser Google Street View à des fins touristiques. Les hôtes pourront donc recourir à cette application pour chercher des chalets, par exemple.

La campagne de promotion prévoit aussi diverses actions spectaculaires dans les marchés étrangers. Ainsi, la Suisse sera pays hôte à la Coupe du monde de ski de fond FIS qui se déroulera en décembre à Düsseldorf. Deux cent cinquante mille spectateurs sont attendus. La saison d'hiver sera aussi lancée dans deux halles de sports de niege aux Pays-Bas.

Swiss-Image

Les cabanes véhiculent une image d'authenticité et de convivialité.

La conférence de presse, organisée lundi à Zurich pour présenter la campagne d'hiver, a aussi permis à Suisse Tourisme de dévoiler ses nouveaux visuels. Ceux-ci contiennent des «images claires et concises, expressives et chargées d'émotion». Partout apparaissent des personnages portant une touche rouge en guise «de marque de fabrique de Suisse Tourisme». Ce message se concentre sur l'essentiel.

L'automne est aussi chez Suisse Tourisme la période de préparation de la prochaine saison estivale, en l'occurrence celle de 2010. Comme l'indique Jürg Schmid, c'est la randonnée qui en sera le thème vedette. Parmi les actions, on relèvera la présentation, en collaboration notamment avec Suisse Rando, le Club Alpin suisse et SuisseMobile, d'une cinquantaine de randonnées à ne pas manquer.

Voir aussi le cahier fokus

Dès la semaine prochaine, le cahier français paraîtra dans une nouvelle présentation.

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

Vous y trouverez toutes les informations nécessaires.

Contactez-nous pour les annonces: **inserate@htr.ch**

Contactez-nous pour les abonnements: **abohtr.ch**

htr hotel revue

Dans la foulée de la finale du Bocuse d'Or européen, le salon Gourmet, chaperonné par le Sirha de Lyon, sera organisé du 6 au 8 juin 2010 à Palexpo-Genève.

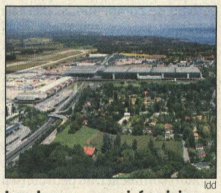
PIERRE THOMAS

Fotolia

Les salons réservés aux professionnels de l'hôtellerie et de la restauration baigent dans une soupe de concurrence féroce.

La «guerre des salons» fait rage

Les organisateurs ont présenté leur dossier jeudi passé à Crissier, chez le chef Philippe Rochat, président du comité d'organisation du Bocuse d'Or Europe. Ils ne le disent pas clairement, mais le salon Gourmet paraît dirigé contre Gastronomia, repris par MCH Foire Suisse, qui cherche à l'organiser du 7 au 10 novembre, au Palais de Beaulieu, à Lausanne. La «guerre des salons» réservés aux professionnels de l'hôtellerie et de la restauration aura donc bel et bien lieu en Suisse romande, puisqu'un troisième larron, le ZAGG, est agendé, pour la première fois aussi, à Montreux à la même période, du 6 au 9 juin 2010!



ldd

Le salon sera organisé en juin 2010 à Palexpo-Genève.

Dans les trois cas, l'argument est identique: des organisateurs venus de l'extérieur veulent faire bénéficier la Suisse romande de leur expertise. A Genève, le Sirha entend s'appuyer sur son fond de commerce lyonnais.

La directrice du Sirha envisage une alternance

La directrice du Sirha et de Gourmet, Marie-Odile Fondeur, adjointe au maire de Lyon, envisage une alternance: le Sirha à Lyon les années impaires, et Gourmet à Genève, les années paires. L'organisateur MCH, qui met sur pied Igeho à Bâle, tient le même discours: années impaires à Bâle (du 21 au 25 novembre 2009) et années paires à Lausanne (voir htr du 1er octobre).

Quant à ZAGG, ce salon a déjà lieu à Lucerne… La manifestation genevoise s'est déjà assuré le plein soutien de l'hôtelier Christian Marich, ancien président de… Gastronomia. Et Claude Membrez, directeur général de Palexpo, estime «qu'un marché est à prendre». Mais il ne voit pas la manifestation lausannoise en concurrence directe de la genevoise: cette dernière vise une clientèle franco-helvétique, sur la Suisse romande et les quatre départements français limitrophes de la Suisse.

Sur quatre millions d'habitants, quelque 20 000 visiteurs professionnels sont attendus à Genève. La première édition bénéficiera de l'aura du Bocuse d'Or Europe (voir l'encadré). En 2012, Gourmet devrait accueillir la sélection suisse du Bocuse d'Or et d'autres trophées du même genre, dans l'esprit du Sirha, organisé par le groupe GL Events, via sa filiale Sepel Com. Mondialisé, le groupe met sur pied 250 salons professionnels par an dans le monde entier.

A Genève, outre les cuisiniers de l'Académie du Bocuse d'Or, le salon a l'appui de l'Ecole hôtelière de Lausanne, de celle de Genève et du directeur du groupe DSR, Andrew Gordon, a assuré Claude Membrez.

«La manifestation de Lausanne ne sera pas en concurrence avec celle de Genève.»

Claude Membrez
Directeur général de Palexpo

Un rôle majeur pour la formation

L'accent sera mis sur la formation et Roland Pierroz, directeur de projet de la finale du Bocuse d'Or européen, affirme: «On insiste lourdement sur la formation professionnelle et tous les apprentis cuisiniers de Suisse seront invités», malgré la date qui tombe sur les examens de fin de cours.

De Gastronomia, qui n'en voulait plus, Gourmet récupère un «restaurant des chefs romands», avec 224 couverts haut de gamme et 400 places dans une brasserie, ouverte les trois jours, du dimanche au mardi. Philippe Rochat déclare, lui, qu'il s'agit de «mobiliser toute la Suisse».

Concours
Une première helvétique

La Suisse organise pour la première fois un concours supérieur à sa sélection nationale. Non pas la finale du Bocuse d'Or mondial, qui reste l'apanage du Sirha à Lyon (en janvier 2011), mais la finale européenne, une nouveauté lancée en Norvège il y a deux ans. Avec le trophée asiatique, à Shanghaï, et celui d'Amérique latine, à Mexico, qui s'est joué récemment, la compétition permettra de qualifier les vingt-quatre finalistes mondiaux, parmi des candidats de 56 pays.
A Genève, vingt candidats (un par pays) se disputeront douze places de finalistes, en plus du podium européen, les 7 et 8 juin, devant 1800 personnes. Début mars, à Berne, la sélection suisse désignera son challenger. pt

Le tourisme helvétique reste serein

Du 9 au 12 novembre, le World Travel Market (WTM) se tiendra à Londres pour sa trentième édition. La crise n'entame pas la confiance des exposants suisses.

EUGENIO D'ALESSIO

Cette année, cinquante-six exposants suisses feront le déplacement londonien. Dans un contexte de crise persistante, avec des nuitées qui piquent du nez et des touristes étrangers, britanniques notamment, qui se font rares, le WTM revêt une signification particulière.

Mais loin de céder à la morosité, les acteurs touristiques du pays se rendent en terre anglaise le cœur empli d'espoir et avec la conviction de pouvoir tirer leur épingle du jeu.

Pour Suisse Tourisme, qui débarquera à Londres avec son nouveau stand axé sur l'animation multimédia, l'objectif est clair comme de l'eau de roche. «Il s'agit de créer des liens avec les tours-opérateurs du WTM et de générer une augmentation des nuitées, en baisse de 20% cette année pour les Britanniques», lâche la porte-parole, Véronique Kanel.

Et de poursuivre: «Au niveau de la stratégie, il faudra continuer d'investir dans des actions de marketing, puisque la Grande-Bretagne reste et restera un marché prioritaire pour le tourisme helvétique.»

Villars Tourisme se montre optimiste

Directeur du marketing à Villars Tourisme, Guy Chanel rejoindra la capitale anglaise en qualité de responsable de la promotion des Alpes vaudoises. A l'instar de Véronique Kanel, il fait preuve d'un volontarisme d'acier: «La situation est difficile sur le marché britannique, mais on ne relâche pas la pression, car, c'est bien connu, les Anglais adorent les Alpes. Nous allons donc à Londres pour rencontrer nos partenaires habituels et dénicher de nouveaux voyagistes.» Et de faire preuve d'optimisme: «Nous sommes convaincus que malgré la récession, il est encore possible d'agir sur le marché.»

«Il faudra continuer d'investir dans des actions de marketing.»

Véronique Kanel
Porte-parole de Suisse Tourisme

Xavier Bianco, le responsable du marketing de Crans-Montana, accorde lui aussi une grande importance au WTM: «Ce salon permet de rencontrer les tours-opérateurs qui commercialisent notre station, de faire le point avec eux sur l'état des réservations et de les informer sur nos innovations. Nous tentons aussi de démarcher d'autres partenaires.» Et de préciser: «Nous rencontrons par ailleurs les journalistes anglais auxquels nous présentons les nouveautés hivernales.»

Pour attirer les touristes britanniques, Crans-Montana est bien armée: «Notre point fort est la proximité, avec le nouveau charter Snowjet, qui atterrira à Sion. Nous allons aussi jouer sur le fait que la station valaisanne possède tous les atouts d'une petite ville à la montagne, avec le shopping et une grande diversité en matière de logement et de gastronomie», explique Xavier Bianco. Avec ses 5000 exposants issus de quelque 200 pays des cinq continents et les 24 000 visiteurs attendus cette année, le WTM est l'un des rendez-vous majeurs de l'industrie mondiale du tourisme.

Tous les acteurs de la branche seront de la partie

Organisé tous les ans depuis 1980, ce salon professionnel, qui s'étend sur une surface de 43 000 mètres carrés, rassemble tous les acteurs de la branche, des tours-opérateurs aux hôteliers en passant par les compagnies aériennes et les croisiéristes. Il permet aux professionnels de négocier et de conclure des contrats. Il leur fournit, dans la foulée, un panorama très complet des dernières tendances de la galaxie touristique.

www.wtmlondon.com

En bref

Suisse

Nuitées: léger recul en septembre

Le mois de septembre a été caractérisé par une légère baisse des nuitées hôtelières. Celles-ci se sont élevées à 3,4 millions, soit un recul de 0,4% par rapport à septembre 2008. La demande indigène est restée stable à 1,6 million et la demande étrangère s'est élevée à 1,8 million (-0,7%). La satisfaction est venue d'Asie. La demande japonaise a affiché la plus forte augmentation absolue, soit 26% ou 12 000 nuitées supplémentaires. La plus forte baisse absolue a, quant à elle, été enregistrée par le marché britannique avec -17% ou -32 000 nuitées. mh

La FST pour les fonds en faveur du trafic aérien

swiss/zvg

Le tourisme suisse doit être au bénéfice d'un **transport aérien** «fiable et compétitif», estime la Fédération suisse du tourisme (FST). Raison pour laquelle, cette dernière recommande de soutenir, le 29 novembre, l'article constitutionnel sur le financement spécial en faveur du trafic aérien. Pour la FST, une partie du produit de l'impôt sur les carburants d'aviation doit être utilisée dans le domaine du trafic aérien et pas dans celui des routes. mh

Genève

Le CICG confie sa restauration au Crowne Plaza

ldd

Le **Centre international de conférences, Genève** (CICG) a confié son service de restauration à l'Hôtel Crowne Plaza. L'accord conclu entre les deux partenaires donnera naissance au «MPI - Meet in Point», qui ouvrira ses portes le 11 janvier, entité qui sera gérée par Vanessa Gressin. L'objectif du CICG était de trouver «un restaurateur local possédant les connaissances d'un service adapté à la clientèle internationale». mh

Allemagne

Les vacances toujours au programme

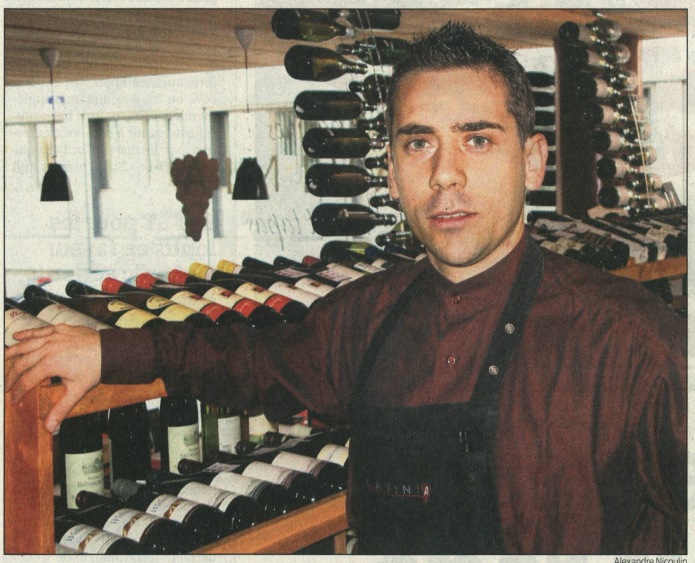
La situation économique difficile et la menace d'une hausse du chômage n'empêchent pas les Allemands de songer aux vacances. Une récente enquête de l'Automobile Club ADAC a montré que 70,6 % d'entre eux sont décidés à faire des vacances prolongées l'an prochain. 58,5% envisagent même d'entreprendre un voyage ou un séjour de loisirs d'ici la fin de l'année. Il est toutefois probable que les vacanciers dépensent moins que d'habitude. mh

htr hotel revue
No 45 / 5 novembre 2009

Un Milanais roi du palais

En septembre, Fabio Miccoli a été consacré «meilleur sommelier suisse de l'année». Découverte d'un Milanais qui travaille à Genève.

ALEXANDRE NICOULIN



Alexandre Nicoulin

Fabio Miccoli estime qu'une des principales qualités du sommelier est l'humilité.

Il s'agit d'une vraie renaissance!», s'enthousiasme Myriam Broggi-Praz, responsable de la formation et de l'organisation des concours de l'Association suisse des sommeliers professionnels (ASSP) depuis cinq ans. En effet, en 2005, le producteur de champagne Ruinart, organisateur historique du concours du «meilleur sommelier» du pays, quittait le navire, laissant les sommeliers helvétiques orphelins de leur compétition. Jusqu'à ce que l'ASSP ne réveille cette Belle au bois dormant cet automne.

En sommellerie, les concours, ce n'est pas de la cosmétique. C'est du sérieux et, surtout, c'est important. «Les compétitions nationales sont indispensables à la formation de nos sommeliers. Et c'est aussi le meilleur moyen de les préparer aux compétitions internationales», affirme Myriam Broggi-Praz, elle-même vainqueur du trophée en 1987. Et pour sa renaissance, c'est au Salon suisse des goûts et terroirs, à Bulle, que s'est déroulée en septembre dernier la compétition.

Les épreuves étaient nombreuses: décanter un vin en carafe en cinq minutes, associer des vins à des mets, à des tapas, trouver la combinaison harmonieuse qui enchantera les palais, placer des cépages sur une mappemonde, déguster, décrire et reconnaître des vins. Les concurrents étaient également testés sur leurs connaissances en matière de thés, de cafés, d'eaux minérales ou de cigares. Sur toute la ligne, en somme. Et tout ça, sous l'œil d'un jury qui comptait quelques grands noms de la profession tels que Paolo Basso ou Eric Duret.

Après une première journée de sélection qui écarta une vingtaine de participants, ils n'étaient plus que trois en lice: Fabio Miccoli, de la vinothèque Lavinia à Genève, Benjamin Wolf, de l'Hôtel d'Angleterre à Genève également, ainsi que Réza Nahaboo, du Restaurant de l'Hôtel de Ville de Philippe Rochat, à Crissier. Lors de la deuxième journée, Fabio Miccoli tira son épingle du jeu et supplanta ses deux concurrents.

Un coup de maître, certes, mais pas un coup d'essai, puisqu'il a déjà moissonné un impressionnant palmarès. Il a été «meilleur sommelier d'Allemagne» en 2005, où il travaillait alors. Couronné deux fois «meilleur sommelier d'Italie», il s'est distingué l'an passé en terminant parmi les dix premiers du concours européen.

Quelles sont, selon le nouveau lauréat, les qualités indispensables du bon sommelier? «Il s'agit d'associer un très bon palais avec de larges connaissances théoriques. Mais la profession requiert surtout beaucoup d'humilité et de qualité d'écoute, car le but est de comprendre les désirs du client et de les satisfaire.»

Après de nombreuses expériences dans la restauration, ce Milanais d'origine exerce actuellement ses talents chez Lavinia, le plus grand caviste de Suisse. «Avec plus de 3000 références, ainsi que l'émulation générée par mes collègues, Lavinia est un superbe terrain de jeu où je peux parfaire mes compétences.»

Dernier petit tour et puis s'en va?

«Se développer», «s'améliorer», «progresser» sont les maîtres mots de Fabio. Et s'il y a peu de risques qu'il se repose sur ses lauriers, il n'exclut pas que cette victoire ait marqué sa dernière participation à ce type de compétitions. «De tels concours exigent tellement d'investissement. J'ai déjà pris part à une dizaine d'entre eux et, aujourd'hui, je me dis que c'est assez.» Mais il s'empresse de préciser qu'il peut changer d'avis. On imagine que se mesurer à ses confrères devrait le démanger assez rapidement.

Alors sommelier, un petit conseil maison? «Les vins que je préfère viennent des collines des Langhe, dans le Piémont. Le Barolo ou le Barbaresco sont pour leur part sublimes». Conseil à suivre!

Sommellerie
Que de chemin parcouru en Suisse

Contrairement à certains de nos voisins, la Suisse est dénuée de tradition en matière de sommellerie. L'ASSP effectue un travail en profondeur articulé autour de deux axes: la formation des sommeliers et la reconnaissance de la profession par le public. Myriam Broggi-Praz rappelle que «jusqu'aux années 1980, la définition de sommelier donnée par le Larousse spécifiait qu'en Suisse, le terme désignait aussi les serveurs et serveuses...» an

Le projet d'hôtel jurassien quatre étoiles attendra

Le projet d'hôtel à Saignelégier (JU) est en suspens. Les maires des Franches-Montagnes ont ajourné leur décision sur la promesse de vente du terrain qui doit accueillir ce quatre-étoiles.

EUGENIO D'ALESSIO

La décision refait souffler un vent de sérénité en terre jurassienne: réunis le jeudi 29 octobre à Soubey, les maires des Franches-Montagnes ont pris le parti de ne pas se prononcer sur la promesse de vente de 14 000 mètres carrés de terrain agricole en vue de l'implantation d'un hôtel quatre étoiles à Saignelégier. Le dossier est donc renvoyé à des jours meilleurs, probablement au début de l'année prochaine.

Le projet est devisé à 21 millions de francs

Devisé à quelque 21 millions de francs et porté par l'architecte biennois Hans Dietziker, ce projet prévoit la construction, au sud-ouest du village jurassien, d'un établissement de haut standing doté de 80 chambres. L'hôtel serait, entre autres, équipé d'une piscine et d'un centre de bien-être. Ce quatre-étoiles a notamment les faveurs du célèbre chef du Noirmont Georges Wenger, qui en avait vanté les mérites début octobre.

Or, ces dernières semaines, des voix s'étaient élevées, parmi certains maires franc-montagnards et au sein de milieux politiques de la République, pour dénoncer un projet «irréaliste et sans pitié pour la beauté des paysages jurassiens». Fort heureusement, la prise de position des maires franc-montagnards a permis d'éteindre en grande partie le feu de la polémique et de faire désormais place à une discussion plus rationnelle.

Le président des maires se dit soulagé

En tout cas, Claude Schaffter, le président de l'Association des maires des Franches-Montagnes, est plus que soulagé: «L'ajournement de la décision sur la promesse de vente du terrain a la vertu de ramener le calme et de mettre un terme à une controverse qui devenait pesante. Nous attendons maintenant le business plan du promoteur biennnois, qui permettra aux maires de se prononcer avec davantage de discernement.»

ldd

Le nouvel hôtel de Saignelégier devrait disposer de 80 chambres.

Philippe Flotiront, le directeur de Jura Tourisme, est sur la même longueur d'onde. «On ne peut que saluer la décision de l'Assemblée des maires des Franches-Montagnes. Il faut en effet laisser une chance à ce projet hôtelier. Avant de jouer l'opposition, il faut qu'on puisse nous le présenter de façon exhaustive.»

Quant à Hans Dietziker, il est convaincu que son projet d'hôtel quatre étoiles est solide. «Je l'ai soumis à Andreas Juncker, un expert de grande notoriété qui conseille une foule d'établissements helvétiques, et il l'a jugé excellent», argumente notamment l'achitecte biennois.

ANNONCE

igeho

21–25 novembre 2009 | Bâle | www.igeho.ch

Salon international de l'hôtellerie, de la gastronomie et de la consommation hors domicile

LES TENDANCES DE L'HÔTELLERIE SE RÉVÈLENT ICI

Secteur de poids à Igeho:
L'hôtellerie dans le secteur de la santé;
World of Inspiration; Le goût sans compromis

Nouveau: Projet de film «petit hôtel, grand design»

Powered by

Partenaires médias

Verbier Saint-Bernard démarre

La nouvelle destination touristique Verbier Saint-Bernard est opérationnelle depuis le début du mois. Présentation d'un modèle.

GENEVIÈVE ZUBER

Trois régions touristiques véhiculant des images célèbres mais parfois si différentes – luxe et glamour à Verbier, chiens et chanoines au Grand Saint-Bernard – se fondent dans une seule et même destination, Verbier Saint-Bernard. Exit donc Verbier-Pays de Bagnes, la Tsoumaz et Pays du Saint-Bernard.

Une seule direction et une stratégie unique

«Nous avons voulu ce mariage, parce qu'avec la nouvelle entité, nous serons plus forts et plus professionnels», explique Léonard Perraudin, président de la SA Verbier Saint-Bernard. «Nous avons désormais une seule direction, une stratégie unique, un seul budget marketing. Le management, le marketing, les secteurs finances et controlling sont centralisés et renforcés, ainsi d'ailleurs que le secteur events, qui bénéficie de trois postes de travail supplémentaires. L'un de nos grands objectifs est en effet de développer des events en lien avec l'été et la culture.»

Forte de 23 collaborateurs, trois de plus qu'auparavant, la nouvelle destination tourne avec un budget annuel de 5,3 millions de francs, dont 2,2 millions pour le marketing. Par comparaison, le budget marketing de Verbier, fer de lance de la nouvelle destination, était auparavant de l'ordre de 800 000 francs. C'est à Verbier, d'ailleurs, que se trouve le siège central de la nouvelle destination, dirigée par Gérard-Philippe Mabillard. La dizaine de bureaux locaux restent en place, que ce soit à la Fouly, à Champex ou à l'Hospice du Grand Saint-Bernard, mais grâce à la nouvelle organisation, les heures d'ouverture seront plus souples et les collaborateurs auront davantage de temps à consacrer à l'accueil. «Pendant les heures creuses, précise Léonard Perraudin, ils seront affectés à des tâches de back office pour l'ensemble de la destination.»

Les effets de synergie se déploieront aussi au niveau de l'offre et des produits: il s'agit, entre autres, d'éditer un seul prospectus pour les itinéraires VTT, les hôtels ou encore les cabanes d'altitude. Selon Léonard Perraudin, «Verbier, par exemple, va bénéficier de la complémentarité de l'offre proposée dans le reste de la destination. Un plus, alors que les touristes sont en demande d'expériences aussi diversifiées que possible.»

La nouvelle destination, on le voit, se veut un instrument au service de la compétitivité touristique de toute une région. Reste maintenant à convaincre les partenaires que l'outil sera véritablement utile. «Nous devons réussir l'examen pour que le contrat soit reconduit dans trois ans», précise Léonard Perraudin.

Le défi du travail en partenariat avec des sociétés privées

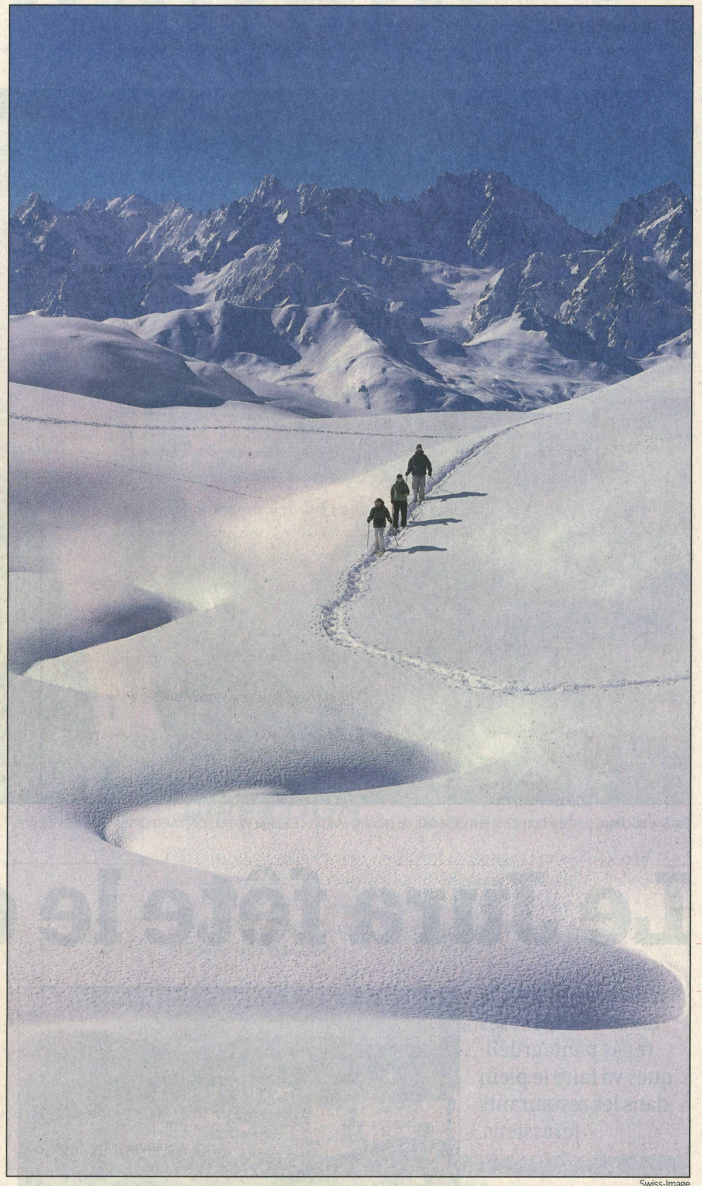
Autre défi, lié au premier: travailler en partenariat avec des sociétés privées par le biais de contrats de prestation, s'occuper, par exemple, des tâches marketing, celles de Téléverbier notamment, toujours dans des buts de synergie et de cohérence.

Enfin, la nouvelle destination sera peut-être appelée à croître en intégrant les 4 Vallées (Verbier-Nendaz-Veysonnaz-Thyon). «Il y a là un potentiel de développement très important, de l'avis du député bagnard Gabriel Luisier. Verbier aurait même dû débuter par là. La cohérence est plus forte au niveau des produits, soit Verbier et le domaine skiable des 4 Vallées, qu'au niveau géographique par lequel on a commencé, car l'hiver reste la saison la plus porteuse.»

L'idée n'a rien d'irréaliste. Jean-Marie Fournier, de Veysonnaz, se déclare tout à fait intéressé. Quant à Léonard Perraudin, il estime, lui aussi, que c'est un pas à envisager, mais dans une deuxième phase. «Nous ne voulons pas faire la révolution, mais construire d'abord des fondations solides.»

Nouvelle entité
Aucun lien avec la loi sur le tourisme

La nouvelle loi sur le tourisme, qui sera soumise au peuple le 29 novembre, prévoit des destinations fortes. La nouvelle destination Verbier St-Bernard a-t-elle été mise sur pied pour anticiper la loi? «Pas du tout, répond Léonard Perraudin. Notre projet a été lancé antérieurement. Il correspond à une démarche volontaire des partenaires de notre région. Si la loi passe la rampe, nous devrions disposer de davantage de moyens, mais nous pourrons également vivre sans elle.» Cette loi, tant débattue en Valais, les différents partenaires du tourisme de Verbier la rejettent en raison, notamment, du mode de financement prévu. gz



Swiss-Image

Avec la nouvelle destination Verbier Saint-Bernard, le Valais trace le sillon d'un mariage à trois.

Lindner investit à Crans

La chaîne hôtelière Lindner libère 50 millions à Crans-Montana pour la construction de résidences, la transformation et l'agrandissement de son hôtel et la création d'un parking. .

ISABELLE BAGNOUD

Jeudi dernier, Marc Lindner, de Lindner Hotels & Resort, donnait le premier coup de pioche à l'agrandissement de l'hôtel quatre étoiles Rhodania de Crans-Montana, à la construction de deux résidences et d'un parking. Il était visiblement ému de présenter un projet devisé à 50 millions de francs, porté par la famille Lindner depuis plus de 28 ans, mais retardé par des oppositions.

La famille, attachée à Crans-Montana qu'elle fréquente depuis 40 ans, est restée tenace. Marc, qui est l'un des cinq fils d'Otto Lindner qui avait acheté l'hôtel il y a 30 ans, s'est même installé dans la station il y a un an pour donner toutes ses chances au projet. Et cela a visiblement payé. Les travaux ont débuté par la construction des deux résidences dans le style chalet, qui abriteront 24 appartements.

ZVG

Les travaux ont débuté par la construction des deux résidences dans le style chalet, qui devraient avoir cet aspect dans seize mois.

Une fois ces travaux achevés, d'ici à 16 mois environ, commencera la construction d'un parking souterrain de 210 places situé sur la commune de Lens. Soixante pour cent des places de parking seront d'ailleurs rachetées par cette dernière pour un montant de 4,5 millions et mises à la disposition des visiteurs de la station et des riverains. Une aubaine pour les automobilistes qui pourront se garer à l'entrée de la station en évitant le centre, une chance pour les piétons de la rue du Prado qui verront le nombre de voitures diminuer par un sens unique à la route des Mélèzes, qui passe devant le Rhodania.

Enfin, la dernière étape prévoit la transformation et l'agrandissement de l'hôtel, qui passera de 42 à 120 chambres et qui abritera un espace congrès ainsi qu'un espace bien-être et beauté. «Tout l'argent sera investi en Valais», a rappelé l'hôtelier allemand, persuadé qu'un tel projet doit se réaliser le plus localement possible pour exister. Le financement vient du Credit Suisse/Région Crans-Montana, les entreprises de la région assurant les plans et les constructions.

La progression du groupe se poursuit de plus belle

La chaîne Lindner Hotels & Resorts, 4000 lits à son actif, propriétaire de plus de trente-trois hôtels, dont le Grand Hôtel Beau Rivage d'Interlaken, est l'unique grand groupe hôtelier allemand. Ce dernier est composé du père, Otto, et de ses cinq fils, qui sont tous impliqués dans l'entreprise familiale. Et la progression du groupe se poursuit de plus belle: la chaîne vient d'ouvrir cette année quatre hôtels, dont certains très novateurs: au centre d'un zoo ou dans un stade de football.

Lorsqu'on a demandé à Marc Lindner quel serait l'atout d'une station comme Crans-Montana, le manager n'a pas hésité: «Le golf et le ski, c'est unique.» Ce n'est donc pas un hasard si l'hôtel s'appelle précisément Lindner Golf & Ski Parc Hôtel Rhodania.

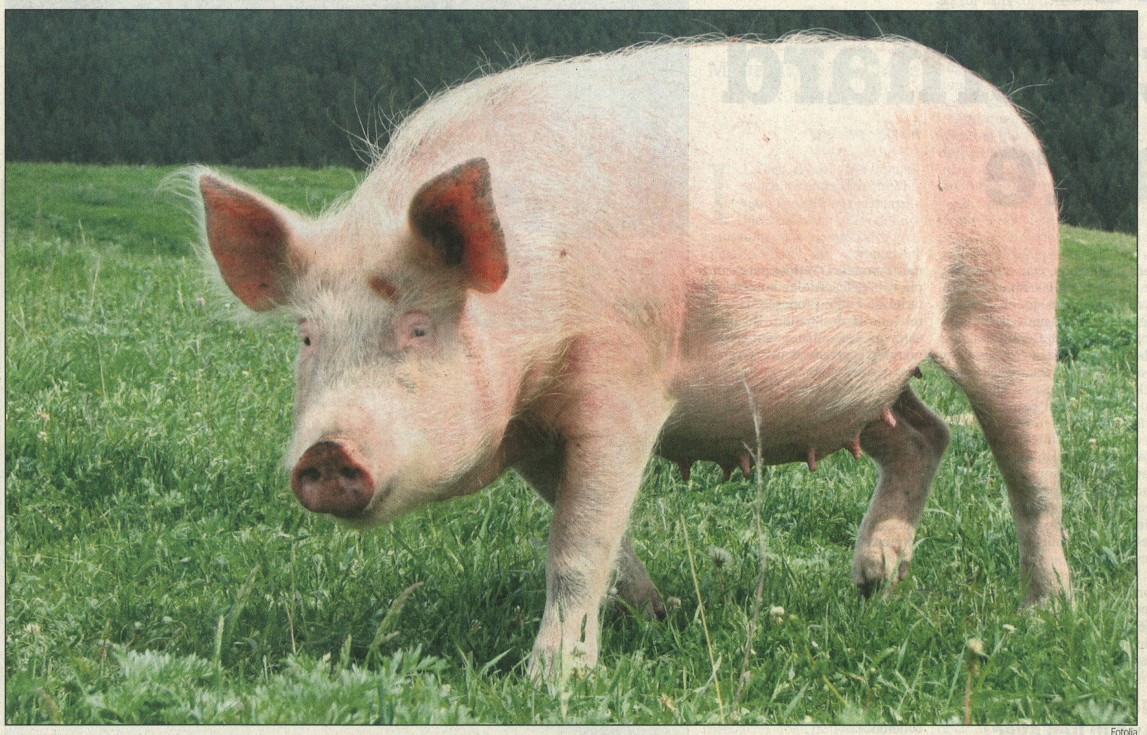
ANNONCE

la «der»

htr hotelrevue No 45 / 5 novembre 2009

«Les itinéraires culturels de Suisse ont le potentiel pour bâtir des ponts entre le tourisme et l'agriculture.» **24**

Hanspeter Schneider (page 5)



Fotolia

Dans le **cochon,** tout est bon: c'est le maître mot de la Saint-Martin, célébrée au mois de novembre en terre jurassienne.

Le Jura fête le cochon

Tradition ajoulote, **la Saint-Martin** et ses repas pantagruéliques va faire le plein dans les restaurants jurassiens.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Swiss-Image

Comme toute l'Ajoie, **Saint-Ursanne** vit ce mois au rythme de la Saint-Martin.

Le Jura, et plus particulièrement l'Ajoie, aiment le cochon. Celui-ci le leur rend bien. Et comme dans le cochon, tout est bon, on imagine les ripailles et les bombances qui accompagnent cette véritable fête du cochon qu'est la Saint-Martin.

Le canton du Jura célèbre la fin d'un cycle

Comme pour les bénichons fribourgeoises deux semaines plus tôt, c'est la fin d'un cycle qu'on célèbre. Les récoltes sont rentrées. Les greniers et les celliers sont pleins. C'est le moment de s'arrêter un peu, de faire la fête. Jusqu'au début du 20e siècle, après la messe, les hommes s'en allaient à l'apéritif, les femmes en cuisine et, à midi, tout le monde, patrons, domestiques, parents, voisins, se retrouvait autour de la table de fête. C'est encore le cas en ce début novembre. Tout commencera par la Foire de la Saint-Martin à Porrentruy, du 12 au 16. On y vient de loin et, le plus souvent, tables familiales, restaurants, salles des fêtes ou cantines aménagées affichent complet plusieurs semaines avant l'événement.

ldd

La Jura va se gaver de **repas pantagruéliques.**

Pour un repas de cochonnailles, bien sûr. Le voici dans son intégralité, même si beaucoup d'estomacs contemporains exigent de l'alléger quelque peu: bouillon, bouillide porc (collet, épaule), salade de carottes cuites, salade de racines rouges, boudin grillé, grillades (atriaux, saucisses à rôtir), purée de pommes, choucroute garnie (jambon fumé, saucisse d'Ajoie, lard fumé, lard salé frais), rôti de porc (faux-filet, collet, épaule) accompagné du jus de déglaçage, nouilles de ménage ou purée de pomme de terre, salade d'endives et doucette, gâteau, biscuit, crème au sucre brûlé, totché (un gâteau à la crème acidulée et salée), café, damassine, kirsch. Les restaurateurs offrent à leurs clients la possibilité de choisir un menu partiel, chacun n'ayant pas un appétit suffisant pour engloutir autant de bonnes choses. Mais qu'on ne parle pas de röstis en Ajoie. Ils ne doivent pas figurer sur la table pour ces jours de fête, alors que les paysans en mangeaient toute l'année au petit-déjeuner.

Les restaurateurs éditent une charte de qualité

Une charte de qualité y veille d'ailleurs, édictée par les restaurateurs de Haute-Ajoie, qui signalent qu'on peut également déguster d'excellents repas de la Saint-Martin dans les districts de Delémont et des Franches-Montagnes, notamment chez Georges Wenger, au Noirmont.

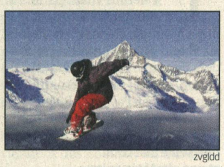
D'une langue à l'autre

Des cours de «bonnes manières» pour les Allemands

Arosa Tourisme mettra sur pied, dès le 1er décembre prochain, des cours de sensibilisation au mode de vie et aux mœurs helvétiques à l'intention des collaborateurs allemands de la branche touristique. Objectif: apprendre, ou rappeler, les bonnes manières en terre helvétique. L'initiateur des cours, André Salamin, qui est également le directeur de l'Arosa Kulm Hotel, explique les raisons de cette démarche: «Les collaborateurs allemands oublient trop souvent qu'ils travaillent en Suisse et pas en Allemagne.» eda

page 2

Une nouvelle loi qui met le Valais en ébullition



zvg/ldd

Les Valaisans se prononceront le 29 novembre sur la nouvelle loi sur le tourisme, qui veut créer une dizaine de **régions touristiques** fortes et leur attribuer davantage de moyens (80 millions contre 50 millions aujourd'hui). Pour Urs Zenhäusern, le directeur de Valais Tourisme, cette loi permettra de moderniser les structures du tourisme. L'hôtelier Art Furrer craint, lui, que les fonds supplémentaires ne tombent dans les poches des politiciens et pas dans celles du tourisme. eda

page 3

Le climat met à mal le tourisme hivernal

Robert Steiger, de l'institut de géographie de l'Université d'Innsbruck, étudie les effets du réchauffement climatique sur le tourisme hivernal. Son diagnostic est loin d'être réjouissant. Le chercheur estime notamment que le manque de neige occasionnera des frais toujours plus lourds pour les stations hivernales, à tel point que les domaines skiables les moins rentables seront contraints de mettre la clé sous le paillasson. Corollaire de ce phénomène: d'ici à 2020, seules les grandes stations devraient survivre. eda

page 11

La profonde transformation des restoroutes

Elle est loin l'époque où les restoroutes ressemblaient à des bunkers sans âme qui servaient des plats peu appétissants. Avec l'arrivée de deux groupes très actifs comme Marché International et l'italien Autogrill, les restoroutes ont fait leur révolution: ils permettent non seulement de goûter une cuisine qui est souvent de qualité, mais ils offrent également une foule de services comme des centres d'achat ou des aires de divertissement. «Certains de nos restoroutes sont même équipés de salles de conférence», confie Caroline Stoiber, la porte-parole de Marché International. eda

page 13

Oskar Sykora honoré par l'EuroCHRIE

ldd

Ancien directeur de l'Ecole hôtelière de Genève, **Oskar Sykora** a été honoré par EuroCHRIE, la fédération qui regroupe les universités européennes spécialisées dans le domaine de l'accueil et du tourisme et les écoles hôtelières. Fin octobre, devant plus de deux cents de ses pairs réunis en congrès à Helsinki, il s'est vu remettre le prix Laureate honorant sa contribution significative au développement de la formation hôtelière. jje

Les Swiss Deluxe Hotels sont «confiants»

Les établissements membres du groupement des Swiss Deluxe Hotels sont «confiants» pour la prochaine saison d'hiver. Selon les résultats d'une enquête effectuée par le secrétariat du groupement, l'état des réservations est «excellent» pour la période des fêtes. Les perpectives sont, par ailleurs, aussi «positives» pour les mois de janvier et de février. Ceci est particulièrement le cas pour les hôtels dans les stations. Des signes encourageants ont aussi été émis par quelques établissements situés en milieu urbain. Ainsi, le Fairmont Le Montreux Palace fait état de «nombreuses demandes pour des conférences». mh

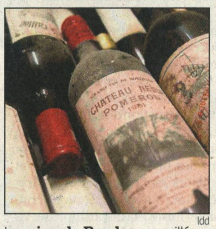
Restaurant «Da Giovanni» aussi en Suisse romande

Coop et son partenaire italien Pastificio Rana ouvrent, aujourd'hui au Centre commercial de La Praille, à Genève, son premier premier restaurant «Da Giovanni» en Suisse romande. mh

Bordeaux: la récolte 2009 se présente comme un «grand millésime»

Les vendanges se terminent dans le vignoble bordelais. Les experts donnent leurs premières impressions.

Quel vin donnera la récolte 2009 dans le Bordelais? «On pourrait qualifier l'année de solaire. Tout est réuni pour faire un grand millésime», indique Pierre Lurton (Château Marjosse), cité par l'Agence Fleurie. Pour Louis Mitjaville (Domaine de l'Aurage), le millésime 2009 «a été marqué par des conditions exceptionnelles» qui font des «millésimes exceptionnels». «Ce millésime se profile sous les meilleurs auspices», dit, quant à lui, le consultant Stéphane Toutoundji. mh



ldd

Les **vins de Bordeaux**, millésime 2009, sont prometteurs.

stellenrevue htr
marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi de la branche

htr hotel revue Nr. 45 / 5. November 2009

New Challenge
Personalberatung & Vermittlung

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

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

HOTEL CAREER
Die Jobbörse für die Hotellerie, Gastronomie und Touristik:
WWW.HOTEL-CAREER.CH

Wir sorgen für Nachwuchs
htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

www.gastrojob.ch
Topjobs und Gastroprofis – ganze Schweiz

GastroJob
Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

Inhalt / Sommaire

Kaderstellen 1-3
Deutsche Schweiz 2-5
Svizzera italiana 8
International 8
Stellengesuche 8
Suisse romande 8
Marché international 8
Demandes d'emploi 8

Freienhof
★★★★
Hotel und Restaurants

Unser **** Business- und Seminarhotel liegt inmitten der Thuner Altstadt, ruhig gelegen auf der Aarehalbinsel.
Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir
Per 1. Dezember oder nach Vereinbarung folgende Mitarbeiter:

Commis de cuisine m/w
Chef de Partie m/w

Es erwartet Sie ein junges, aufgestelltes Team und eine vielseitige, interessante Arbeitsstelle.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an Herrn R. Rath oder senden Sie gleich Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:

Freienhof Thun AG, Hotel und Restaurants
Freienhofgasse 3, 3600 Thun
Tel. 033 227 50 50, Fax 033 227 50 55
www.freienhof.ch rath@freienhof.ch

4586-2474

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 Entlöhnung, 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

1937-1119

CASTELL
THE FINE ART OF RELAXING

Ein wunderbarer Ort im Oberengadin mit einer eleganten und unkomplizierten Atmosphäre, wo sich Natur- und Kunstliebhaber, Sportler wie Entspannung Suchende, Singles und Familien wohlfühlen.

Die Hoteldirektion, Herr und Frau Plattner-Gerber, verwirklichten die Vision eines besonderen Ortes mit gelebter Gastfreundschaft und führten das Unternehmen zum Erfolg.

Im Frühjahr 2010 werden sie neue Herausforderungen annehmen. Deshalb suchen wir auf diesen Zeitpunkt eine ambitionierte und begeisterungsfähige

DIREKTION

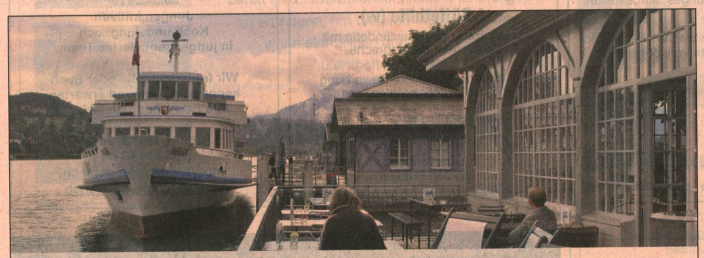
Die anspruchsvolle Position verlangt profundes Fachwissen und Führungserfahrung, Neugierde und Interesse am Zeitgeschehen sowie Freude, dieses lebendige und innovative Unternehmen weiterzuentwickeln. Unsere Homepage vermittelt Ihnen Einblick in Vision und Konzept.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme mit dem Unterzeichnenden. Wir sichern Ihnen absolute Diskretion zu und informieren unseren Auftraggeber erst mit Ihrem Einverständnis.

Max Engel, ENGEL & ASSOCIATES
Huttenstrasse 60, 8006 Zürich
Tel. +41 44 261 15 50, e-mail: me@eaa.ch

HOTEL · RESTAURANT · HAMAM
CH-7524 ZUOZ
Tel +41 (0)81 851 52 53 · www.hotelcastell.ch

4605-2490



Tavolago - Gastronomie zu Wasser und Land

Als Tochtergesellschaft der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersee verfügt die Tavolago über eine ausgezeichnete Infrastruktur und ein grosses logistisches Know-How, um neben der Gastronomie "zu Wasser" auf den 20 Dampf- und Motorschiffen auch "zu Land" in unseren Bistros, der Mensa HSLU-SA, Kiosken und bei Caterings einen optimalen kulinarischen Genuss zu garantieren. Seit Mitte dieses Jahres darf die Tavolago auch für das gastronomische Wohl der Gäste in der Swiss Life Arena und in der Messe Luzern sorgen.

Wir suchen ab Januar 2010 oder nach Vereinbarung

Leiter "Gastronomie zu Land" (m/w)
Mitglied der Geschäftsleitung

Ihr Aufgaben- und Verantwortungsgebiet:
- Operative Führung des Geschäftsfeldes "Gastronomie zu Land" als eigenständiges Geschäftsfeld mit 9 Betrieben, rund 80 Mitarbeitenden und circa CHF 8 Mio. Ertrag
- Betriebswirtschaftliche Führung inkl. Budgetierung und Umsetzungscontrolling
- Konsequente Weiterentwicklung und Ausbau des Geschäftsfeldes
- Operative Planung und Ausführung von Caterings bis zu 5'000 Personen

Küchenchef "Produktion" (m/w)
Eidg. Dipl. Gastronomiekoch

Ihr Aufgaben- und Verantwortungsgebiet:
- Operative Führung der Produktionsküche mit 12 Mitarbeitenden
- Überwachung der Qualität, des Angebots und der Einhaltung der Standards und HACCP-Richtlinien
- Unterstützung des Küchenleiters bei der Angebotsplanung, Bestellwesen und Mitarbeiterführung
- Erfahrung in der Organisation und Durchführung von Grossanlässen und Caterings

Wollen Sie sich gemeinsam mit uns weiterentwickeln? Dann freuen wir uns auf Ihre komplette und aussagekräftige Bewerbung per Post oder Mail.

Tavolago AG
Samuel Vörös, Geschäftsleiter Tavolago
Werftestrasse 5, 6002 Luzern
s.voeroes@tavolago.ch

TAVOLAGO
Quality. Our Passion.
VIER WALDSTÄTTERSEE

4596-2483

Swiss School
of Tourism and Hospitality

Wir sind eine zweisprachige Hotelfachschule in Chur und Passugg mit über 700 Studierenden aus mehr als 50 Ländern. Wir suchen für unser Schulhotel in Passugg per 1.12.09 oder nach Vereinbarung einen/eine

Leiter/in und Fachlehrperson Restauration

Haben Sie eine höhere Ausbildung im Bereich Hotellerie/Gastronomie und mehrjährige Berufserfahrung? Hätten Sie Freude, Ihr Wissen an junge künftige Hotel-Kaderleute weiterzugeben?

Sie sprechen sehr gut Deutsch und Englisch und haben von Vorteil bereits methodisch-didaktische Erfahrung. Nebst dem praktischen und theoretischen Unterricht in Restaurationsfächern sind Sie für die Führung und Weiterentwicklung dieses Bereiches an unserer Schule verantwortlich.

Interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Marco Haas, Leiter Betriebswirtschaft. Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Marc-Etienne Gartmann, Leiter Höhere Fachschulen (081 255 17 27), gerne zur Verfügung.

SSTH Schweizerische Schule für Touristik und Hotellerie AG
Comercialstrasse 19, Postfach, CH-7007 Chur, Tel. +41 (0)81 255 11 11
marco.haas@ssth.ch, www.ssth.ch

4585-2461

RÉCEPTION - PRAKTIKANT/IN

An unserer Reception ist die Praktikumsstelle frei. Wir suchen eine/n motivierte/n, flexible/n, kommunikative/n und verantwortungsbewusste/n Praktikantin/Praktikanten. Nebst guten Umgangsformen und einem gepflegten Auftreten erwarten wir eine/n ehrliche/n, selbstständige/n, belastbare/n, gästeorientierte/n und zuvorkommende/n Mitarbeiter/in.
Neben guten Mundartkenntnissen ist Englisch eine Pflichtvoraussetzung. Eintritt: 1.12.2009

Schriftliche oder elektronische Bewerbungen senden Sie bitte an:

Frau Carmen Wanner ¦ Hotel Linde ¦ Mellingerstrasse 22 ¦ 5400 Baden ¦ 056 222 53 85 ¦ jobs@linde-baden.ch

LINDE BADEN

4811-2496

Raum Bern-Thun

Für einen modernen und komplett eingerichteten Betrieb suchen wir infolge Strategiewechsels des Eigentümers einen neuen Gastgeber im

Pacht-Verhältnis

Wir bieten der sehr engagierten, erfahrenen und unternehmerisch denkenden Persönlichkeit die Chance, zu äusserst attraktiven Bedingungen, ohne Ablösung, den grossen und gut laufenden Betrieb zu übernehmen.

Aktueller Umsatz Fr. 2 Mio./Jahr, Tendenz steigend.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann senden Sie uns bitte Ihre ausführlichen Unterlagen mit Referenzen unter Chiffre 4457-2393 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern zu.

Diskretion wird zugesichert.

4457-2393

INTERLAKEN

CAFÉ DE PARIS

Wir suchen kreativen, verantwortungsbewussten und teamfähigen

Küchenchef

Wir legen grossen Wert auf eine gepflegte, frische und saisonale Küche

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen

Café de Paris, 3800 Interlaken
Alex Auderset, Marktplatz 14
tel 033 821 69 10

4603-2487

Restaurant Burehuus

traditionelle Schweizer Küche neu entdeckt

Gesucht nach Vereinbarung in vielseitiges Restaurant (Neubau 2007) in Thun

Geschäftsführer (w / m)

Das 14 Punkte „Gault Millau" Restaurant umfasst 200 Sitzplätze (70 Restaurant/30 Stübli/100 Bankett-Saal), grosse Gartenterrasse mit Lounge und Gewölbe–Weinkeller im Stöckli

Wir erwarten:
- Gastgeber/in aus Leidenschaft, der/die eine langfristige Zusammenarbeit sucht
- Die Fähigkeit ein Team von 15 Mitarbeitern zu führen
- Professionalität im Servicebereich und einige Jahre Berufserfahrung
- notwendige Fähigkeitszeugnisse oder Bereitschaft, diese zu erlangen

Wir bieten:
- selbständige Geschäftsführung
- administrative Unterstützung im Back-Office
- zeitgemässe Anstellungsbedingungen und Erfolgsbeteiligung
- Zusammenarbeit mit Küchenchefin Monika Gysin (Entdeckung G&M 2007 und den Partnerbetrieben der Hauenstein Hotels & Restaurants.

Wenn Sie sich dieser Aufgabe gewachsen fühlen, senden Sie die Bewerbungsunterlagen mit Foto mit

Daniel Eschmann — Tel 033 244 66 66
W. Hauenstein Immobilien AG — Fax 033 244 66 67
Staatsstrasse 115, 3626 Hünibach d.eschmann@hauenstein-immo.ch

4570-2465

Wasserschloss Hagenwil

Das Wasserschloss Hagenwil als Arbeitsort

Das Wasserschloss Hagenwil ist das einzige Wasserschloss der Ostschweiz und beherbergt eine vielseitige Gastronomie. Neben einem À-la-carte-Restaurant verfügt das historische Gebäude über mehrere Räumlichkeiten für Bankette für bis zu 110 Personen oder Apéros für bis zu 150 Gäste. Für unseren spannenden Betrieb suchen wir per Januar/Februar 2010 eine/einen

Serviceleiterin/Serviceleiter

Ihre Aufgaben
umfassen die Leitung eines jungen Serviceteams. Ausserdem sind Sie für den reibungslosen Betrieb des Restaurants zuständig. Die Ausbildung der Servicelehrtochter fällt ebenfalls in Ihren Zuständigkeitsbereich. Eine zusätzliche Herausforderung ist bestimmt das Erstellen der Arbeitspläne für das Serviceteam und die Aushilfen.

Wir bieten
einen abwechslungsreichen Arbeitsalltag in einem aussergewöhnlichen Ambiente, eine anspruchsvolle Stelle mit Verantwortung und die Möglichkeit, in einem jungen motivierten Team mitzuwirken.

Voraussetzungen
sind eine abgeschlossene Lehre als Servicefachangestellte(r) und Ausbilderkurs sowie mehrjährige Berufserfahrung im Service, vorzugsweise in leitender Position.

Sind Sie jung, flexibel und haben Spass am Umgang mit Menschen? Dann sind Sie das fehlende Puzzleteil in unserem Team. Gerne stehen wir Ihnen bei Fragen unter 071 411 19 13 (Andi Angehrn) zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto:

Wasserschloss Hagenwil
Andi Angehrn, Schloss-Strasse 1, 8580 Hagenwil bei Amriswil
oder per E-Mail an: info@schloss-hagenwil.ch

4592-2475

Hotel Restaurant Drei Linden

Wetzikon ZH
www.hoteldreilinden.ch

Hotel Restaurant Rössli Hurden

www.hotel-restaurant-roessli.ch

Die Oase am Zürichsee zwischen Pfäffikon und Rapperswil, Hotel Restaurant Drei Linden in Wetzikon (ZH), sucht nach Übereinkunft noch folgendes qualifiziertes Personal in Saison- und Jahresstellung:

Stellvertreter Restaurantleiter (m/w)
Chef der Rang mit Erfahrung (m/w)
Restaurationsfachfrau mit Réceptionserfahrung (m/w)
Chef der Rang mit Erfahrung
Chef de Partie (m/w)
Abwascher Allrounder

Wir bieten: 25 komfortable Hotelzimmer, Seminarräume. Eine der schönsten Seeterrassen, Seepavillon, Weinkeller, gepflegter Service, hochstehende Küche, junges aufgestelltes Team. 365 Tage offen.

Sind Sie teamfähig, belastbar, haben Freude am Beruf und würden gerne unsere anspruchsvollen Gäste verwöhnen?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung
Hotel Restaurant Rössli/RECH Management
H. Krammer
Hurdnerstrasse 137
CH-8640 Hurden
Tel. +41 78 603 82 06
Fax +41 55 416 21 90
E-Mail: info@rech-management.com

4594-2481

Hotel Arvenbüel Restaurant

auf der Sonnenterrasse über dem Walensee, mitten im Skigebiet, sucht für die Wintersaison 20. Dez. 2009 bis 31. März 2010 jüngere, motivierte und belastbare Mitarbeiter

1 Servicefachangestellte/r
1 Zimmermädchen
1 Büffethilfe (w)

SchweizerIn oder AusländerIn mit deutscher Muttersprache.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Fam. Rüedi, Hotel Arvenbüel
8873 Amden
Tel. 055 611 60 10, Fax 055 611 21 01
Info@arvenbuel.ch
Montag Ruhetag

4537-2446

Sport- und Seminarhotel Minster
8842 Unteriberg

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung in Saisonstelle (01.12.2009 bis 30.04.2010)
Jungen,initiven Koch und Jungkoch in junges,motiviertes Team.

Wir freuen uns,Sie oder Euch kennenzulernen und erwarten Ihre Bewerbungsunterlagen

Fam. H. und S. Jäger
055 414 62 00
info@sporthotel-minster.ch
www.sporthotel-minster.ch

4564-2460

Die Gastronomiegruppe zfv

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

Für das neu von uns im Auftrag geführte

Personalrestaurant der Helvetia Versicherungen

Engelgasse 9, 4052 Basel

suchen wir per 01. Januar 2010 einen

Küchenchef

Ihre Aufgabe: Sie sind für das Führen der Küchenbrigade (ca.4 Mitarbeitende) sowie die aktive Mitarbeit bei der Menüproduktion zuständig. Zudem helfen Sie bei der Angebotsplanung, dem Offertenwesen sowie bei der Lagerhaltung mit. Sie übernehmen die Einsatzplanung der Mitarbeitenden, das Schulen und Weiterbilden der Küchenmannschaft sowie alle anfallenden administrativen Arbeiten. Ebenfalls gehören die Einhaltung und Durchsetzung der Hygiene- und EKAS-Richtlinien zu Ihrem Aufgabengebiet.

Ihr Profil: Sie üben Ihren Beruf mit Freude aus, bringen Erfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie sowie in ähnlicher Funktion mit und sind sich eine selbständige Arbeitsweise gewohnt. Sie sind kreativ, innovativ, engagiert und auch bei Anlässen ausserhalb der üblichen Arbeitszeit (zwischen Montag und Freitag von 07.00 bis 16.30 Uhr) einsatzbereit. Zudem verfügen Sie über ein hohes Qualitätsbewusstsein, unternehmerisches Denken und Handeln sowie PC-Kenntnisse.

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

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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

4588-2475

City Weissenstein ****

Gesucht ab 1.12.2009 oder nach Übereinkunft

Hotelfachfrau/-assistentin 100% Leitung Hauswirtschaft

Für unser modernes, mit Liebe zum Detail und individuell gestyltes Hotel, 33 Wohneinheiten, 66 Betten, 13000 Logiernächte, 14 Angestellte und sehr vielen zufriedenen Stammgästen, suchen wir:

eine erfahrene, ehrgeizige Mitarbeiterin, die die vielseitigen Aufgaben in unserem schönen Haus mit Freude anpackt und an einer langfristigen Anstellung interessiert ist:

- Das Reorganisieren ist für Sie eine Herausforderung
- Sie überzeugen durch Ihre Führungsqualitäten
- Sie bilden gerne Lehrlinge aus (ca. vier Auszubildende)
- Sie stellen hohe Ansprüche an Qualität
- Sie übernehmen gerne Verantwortung
- Sie arbeiten im Team mit (ca. 40–50%)
- Sie sind loyal, initiativ, selbstständig, ambitioniert

Wir bieten zeitgemässe Anstellungsbedingungen und eine an der Verantwortung gemessene hohe Entlohnung. Bei Bedarf kann eine kleine möblierte Personalwohnung (vorübergehend) zur Verfügung gestellt werden.

Sind Sie die Frau, die wir suchen? Senden Sie uns bitte heute noch Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Ursula Frei
Hotel City Weissenstein
Davidstrasse 22-24
9000 St. Gallen
Tel. +41 71 228 06 28
Info@cityweissenstein.ch

www.cityweissenstein.ch

4595-2482

Thun Tourismus-Organisation
CH-3601 Thun · Postfach 2582
Tel. +41 (0)33 225 90 00 · Fax +41 (0)33 225 90 09
www.thun.ch · thun@thunersee.ch

Sie können mit Leichtigkeit auf Menschen zugehen, Kunden und Leistungsträger für Ihre Ideen begeistern, ein eingespieltes Team zu Höchstleistungen motivieren und behalten auch in hektischen Situationen Ihr Ziel fest im Auge.

Thun
Die Stadt. Lieben. Leben.

Sie haben ein gutes Business-Verständnis, sind gut im organisieren, erkennen Strukturen und das darin verborgene Potential, haben den Mut, Dinge zu verändern und bewährtes behutsam einfliessen zu lassen?

Leiterin oder Leiter Welcome-Center Thun Tourismus

Willkommen in unserer lebendigen Stadt und in einer der attraktivsten Feriendestinationen.

Fremdsprachen werden Ihnen vieles leicht machen. Ihr Alter liegt zwischen 30 und 40 Jahren und Sie haben eine Tourismusfachschule oder Hotelfachschule absolviert.
Sie können mit den gängigen technischen Hilfsmitteln umgehen, bilden gerne junge Fachleute aus und sie sehen sich als innovativ und initial?

Haben Sie Lust, ab **Neujahr oder nach Vereinbarung** Ihr Talent in der Stadt am See langfristig unter Beweis zu stellen? Unser Welcome-Center ist die Visitenkarte von Thun und Sie spielen die Hauptrolle!

Herr Beat Anneler freut sich auf Ihr vollständiges Bewerbungsdossier.

Thun Tourismus
Beat Anneler
Postfach 2582
3601 Thun
Tel. 033 225 90 01
beat.anneler@thunersee.ch

Berner Oberland thun Die Stadt. Lieben. Leben.

4589-2484

AARGAUHOTELS.CH
zum wohlfühlen

Im Hotel Aarehof in Wildegg suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung zwei neue Teammitglieder als

ServicemitarbeiterIn
oder
RéceptionsmitarbeiterIn
(100% oder Teilpensum nach Absprache)

Lächeln Sie gerne, haben Freude am Gastkontakt, sind aufmerksam und fachlich auf dem neusten Stand?

Dann melden Sie sich noch heute. Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Infos zum Betrieb erhalten Sie unter:
www.aargauhotels.ch

Hotel Aarehof Wildegg
Claudia Rüttimann
Bahnhofstrasse 5 / 5103 Wildegg
079 693 46 58

ein Betrieb der AARGAUHOTELS.CH

4566-2462

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)

pflichtbewussten Réceptionisten m/w
gute Sprach- und EDV-Kenntnisse
Mithilfe im Service und in der Gästebetreuung

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
www.hotelgletschergarten.ch

4600-2465

Seminarhotel GERZENSEE

Das **Seminarhotel Gerzensee** ist ein Haus der Stiftung der Schweizerischen Nationalbank, ausgezeichnet mit dem QIII und liegt inmitten einer einmaligen Landschaft. Wir verfügen über 54 Hotelzimmer, Seminarräumlichkeiten, Restaurants und eine Vielzahl von Freizeitmöglichkeiten in und um das Hotel. Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir per **1. Februar 2010** eine/n

Chef de Reception (w/m) 100 %

In dieser spannenden Funktion sind Sie für die Leitung und Organisation des Empfangs verantwortlich. Sie führen Monats- und Jahresabschlüsse durch und übernehmen Receptionsschichten. In Ihrer Führungsaufgabe sind Sie für ein Team von vier Mitarbeitenden zuständig und deren Arbeitseinsatzplanung sowie der Durchführung von Qualifikationsgesprächen. Sie gewährleisten der Direktion einen konstanten Informationsfluss bezüglich Buchungs-, Reservations- und Auslastungsstand. Eine professionelle und dienstleistungsorientierte Betreuung der Gäste und die Verantwortung über die Debitoren, der ausgehende Post sowie die Büromaterialverwaltung runden Ihre vielseitige Tätigkeit ab.

Ihr Profil
– Ausbildung als Receptionist/in oder KV-Ausbildung
– Stilsicher in Deutsch
– Gute Sprachkenntnisse in Englisch und Französisch
– Erfahrung in einer ähnlichen Position
– Gute PC- und Hotelsoftwarekenntnisse
– Hotelfachschulabschluss von Vorteil

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

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

Seminarhotel Gerzensee
Andrea Müller, Stv. Hotel Direktorin
Dorfstrasse 2
3115 Gerzensee
www.seminarhotelgerzensee.ch

managed by SV

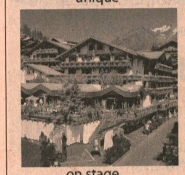
4588-2484

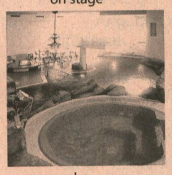
Wir suchen per 1. Februar 2010
2 indische Köche (m)
für unser Spezialitäten-Restaurant.
Voraussetzung:
5 Jahre Berufserfahrung und Erfahrung mit Tandoori-Ofen.
Sprache:
Englisch und Hindi.
Zwischen 25 und 35 Jahre alt.
Restaurant Spice India
Postfach 428
3800 Interlaken
Telefon 033 821 00 91

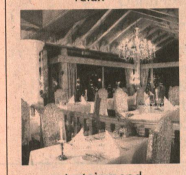
4570-2469

Saas-Fee
SAASTAL

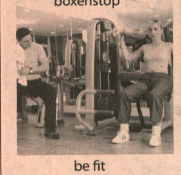
unique


on stage


relax


eatertainmend

boxenstop


be fit

Das nachhaltigste 5* Hotel Europas wartet auf Sie

Für die kommende Wintersaison oder in Jahresstelle suchen wir begeisterte «Artisten», die bereit sind, überdurchschnittliche Leistungen zu erbringen, um unseren «Ferienartisten» einen einmaligen und ferienartigen Aufenthalt zu bieten.

Service (D/F/E)

Chef de Service (w/m)

Chef de Rang (w/m)

Commis de Bar (w/m)

Barmaid

Restaurant-fachangestellte (w/m)

Ihre Bewerbung freut uns und wir laden Sie gerne zu einem Probeauftritt ein.

Nichtraucher werden bevorzugt!

FERIEN art
RESORT&SPA SAAS-FEE

Chantal & Beat Anthamatten
Ferienart Resort & Spa
CH-3906 Saas Fee
Tel +41(0)27 958 19 00 - Fax +41(0)27 958 19 05
info@ferienart.ch - www.ferienart.ch

4602-2491

Waldhüs Bodmen
3906 Saas Fee

Für kommende Wintersaison suchen wir in unser rustikales und feines Restaurant noch

Servicemitarbeiter/innen
und
Köche

Restaurant zur Schäferstube
3906 Saas Fee

Für unser traditionsreiches und urchiges Restaurant suchen wir für kommende Wintersaison

Servicemitarbeiter/innen
und
Köche

meeting point
morenia
SAAS-FEE

Topmodern und mitten im Skigebiet suchen wir noch

Barmaids
Köche
Kassierer/innen
Allrounder

Wenn Sie interessiert sind, in einem der schönsten Wintersportorte mit viel Schnee und Sonne zu arbeiten, erwarten wir Ihre Bewerbung an:

Waldhüs Bodmen
z. Hd. Martin Beutler, 3906 Saas Fee
Tel. +41 27 957 20 75

E-Mail: morenia@bluewin.ch

4578-2470

Lyceum Alpinum Zuoz
SWISS INTERNATIONAL BOARDING SCHOOL

Unsere private Internatsschule im Engadin (www.lyceum-alpinum.ch) bereitet 220 Interne aus der ganzen Welt sowie 100 Externe aus der Region auf die Schweizer Matura, das deutsche Abitur oder das IB-Diploma vor. Unser Verpflegungsbetrieb bewirtet bei den Hauptmahlzeiten 250 bis 300 Personen und beschäftigt das ganze Jahr über zwölf Mitarbeitende. Im Weiteren umfasst er Zwischenmahlzeiten und Kaffeeecken und führt jährlich verschiede Anlässe durch.

Leiter Restauration und Küchenchef

Infolge Pensionierung des bisherigen Leiters suchen wir ab Mai 2010 eine engagierte Führungspersönlichkeit, die gleichzeitig die Produktion wie auch den gesamten Gastronomiebereich mit Einkauf, Lager, Küche, Office und Service auf gehobenem Dienstleistungsniveau leitet.

Aufgaben
· Kunden- und unternehmensorientierte Leitung des Verpflegungsbetriebs
· Planung, Herstellung und Präsentation gesunder, attraktiver und täglich wechselnder Speisen und Buffets
· Führung, Betreuung und Ausbildung von elf Mitarbeitenden (davon ein Auszubildender)
· Laufende Pflege und Dekoration der Einrichtungen des Verpflegungsbetriebs

Anforderungen
· Gastronomiekoch/-köchin (EFA) mit Führungserfahrung in der gehobenen Gastronomie
· Organisatorische und betriebswirtschaftliche Vertiefung; Ausbildung für Diatküche von Vorteil
· Leidenschaft für Kundenzufriedenheit, Qualität des Angebots und das Ansehen der Schule
· Hohe Selbständigkeit, Belastbarkeit, Kreativität und Initiative
· Personalführung in D und I; E-Kenntnisse; Leichtigkeit im Umgang mit dem PC

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung bis zum 28. November 2009.
Auskünfte vom Stelleninhaber: H. Berner unter Tel. 081 851 30 14.
Kontaktperson: D. Bezzola, Leiter Finanzen & Dienste
(duri.bezzola@lyceum-alpinum.ch). Ihre komplette Bewerbung richten Sie an:

Lyceum Alpinum Zuoz AG
Leiter Finanzen & Dienste
Aguêl 185
7524 Zuoz

4601-2486

hoteljob.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Le changement commence ici!

www.hoteljob.ch

Maintenant aussi en français.

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

Hotel Regina Terme

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

Réceptionspraktikantin

Über Ihre Bewerbung würden wir uns freuen.

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

4548-2454

Etzliberg

Das Gasthaus im Grünen mit wunderschöner Berg- und Seesicht, 15 min von Zürich City entfernt.

Unsere Brigade an der Front sucht Verstärkung von einer/m jungen

Restaurationsfachfrau/-mann 100%.

Ihre Hauptaufgabe besteht darin, unsere Gäste charmant und kompetent zu betreuen. Mit dem à la carte Service und dem Führen einer eigenen Station sollten Sie vertraut sein. Neben höflichen Umgangsformen und einem gepflegten Erscheinungsbild sind Sie verantwortungsbewusst, zuverlässig und behalten auch in hektischen Zeiten den Überblick.

Für diese Stelle erwarten wir eine abgeschlossene Ausbildung im Service und sehr gute Schweizerdeutschkenntnisse. Eintritt: 1. Januar 2010 oder nach Vereinbarung.

Restaurant Etzliberg
Familie Chicherio, Etzlibergstr. 14, 8800 Thalwil,
Tel. 044 720 18 88, www.etzliberg.ch

4607-2492

Restaurant Frohsinn, 8908 Hedingen (ZH)

Auf Anfang Januar 2010 suchen wir eine

Servicefachangestellte
(80–100%, Jahresstelle)

für unser kleines Speiserestaurant (30 Sitzpl./14 Gault-Millau-Punkte).

Wir wünschen uns:
Junge Fachkraft, welche Freude an der Ausübung ihres Berufes hat
Bereit ist, selbstständig zu arbeiten
Interesse am gepflegten Speise- und Weinservice mit sich bringt

Wir bieten:
Geregelte Arbeitszeiten (Montag, Dienstag und Samstagmittag frei)
bei 80% jedes 2. Wochenende frei
Kleines, familiäres Team
Nach Wunsch Zimmer im Haus

Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung!
Brigitte Maag
Tel. 044 761 63 65 /
www.frohsinn-hedingen.ch

4590-2477

Hotel Vorab

Für unser bestbekanntes Hotel und À-la-carte-Restaurant suchen wir für kommende Wintersaison folgende bestversierte, motivierte Mitarbeiter:

Servicemitarbeiter/in für Pizzeria Veneziana

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

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

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

4630-2440

Best Western Stücki Hotel Basel

Conference • Bar • Lounge

Für das neue, moderne Seminar- und Business-Hotel im Dreiländereck von Basel suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Réceptionist/in D/E/F – 100%

Ihnen macht es Spass, in einem kleinen Team zu arbeiten. Sie haben Fronterfahrung, fundierte EDV- und Fidelio-kenntnisse, schätzen den persönlichen Kontakt mit unseren Gästen und können sich auch in hektischen Situationen behaupten.

Wir bieten Ihnen ein internationales, aber dennoch familiäres Umfeld, eine abwechslungsreiche Tätigkeit sowie attraktive Arbeitszeiten.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Herr Antonio Nigg, Leiter HR, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung.
welcome hotels & restaurants
Holbergstrasse 1, CH-8302 Kloten
Tel. 044 804 75 26, www.welcomegroup.ch

Das Best Western Hotel Stücki in Basel ist ein Unternehmen der welcome hotels & restaurants. Das bedeutet: engagierte, herzliche Gastfreundschaft, hohe Qualitätsstandards mit individuellem Service und viel Leistung zu einem attraktiven Preis.

welcome hotels & restaurants | Ihr Gastgeber mit Herz.

4610-2495

Hostellerie am Schwarzsee

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die kommende
Wintersaison 2009/2010:

Jungkoch

Ein junges, motiviertes Team wartet auf Ihre Unterstützung!

Infos und Bewerbung an:
Hostellerie am Schwarzsee AG
Herr Peter Roodbeen
Postfach 96, CH-1716 SCHWARZSEE
T. 026 / 412 74 74 F. 026 / 412 12 66
info@hostellerieamschwarzsee.ch

4605-2489

Breiter

Managment Beratungen Zürich

Wir suchen per sofort eine/n dynamischen

Jungkoch/Köchin

der/die seine/ihre Kenntnisse in einem renomierten Hotel-Restaurant erweitern möchte.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

Breiter, Hotel- und Tourismusmanagement,
Zollikerstrasse 153, 8008 Zürich
Tel. 044 388 92 00
E-Mail: breiter@breiter-beratungen.ch
www.breiter-beratungen.ch

4557-2458

Schloss Brandis

Sind Sie Gastgeber/In aus Leidenschaft mit einer Gastronomieerfahrung auf hohem Niveau?

Wir suchen für das aussergewöhnliche

Restaurant Schloss Brandis in Maienfeld

in der Bündner Herrschaft ein

Pächterpaar

Mit Ihrem unternehmerischen Denken und Handeln führen Sie ab dem Jahr 2011 das gepflegte Restaurant mit seinem sehr guten Ruf und motivierten Team weiter.

Angaben zum Betrieb:

Rittersaal	80 Plätze
Saal	140 Plätze
Turmstube	35 Plätze
Brandisstube	40 Plätze
Brandiskeller	60 Plätze
Schlossgarten	40 Plätze

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Dann freuen wir uns
über Ihre Bewerbungsunterlagen an

Riedi – Ruffner – Theus
Treuhand- und Revisionsgesellschaft
Herr B. Steinbacher
Poststrasse 22
7002 Chur
081 258 46 46

4607-2366

landgasthof LENGMATTA

lenger weilen

Nicht-LENGweiliges Praktikum

Möchten Sie die vielen spannenden Seiten der Hotellerie kennenlernen?
Réception, Bankett-Administration, allg. Büroarbeiten…
Sie sammeln Erfahrungen im Service und beraten und betreuen unsere Gäste?

….dann warten Sie nicht LENGer – wir freuen uns, Sie baldmöglichst kennenzulernen.
Gaby Furrer, Gastgeberin und das Lengmatta-Team

Landgasthof Lengmatta | CH-7276 Davos-Frauenkirch
Telefon +41 (0)81 413 55 79 | Fax +41 (0)81 413 60 53
www.lengmatta.ch | info@lengmatta.ch

4591-2478

restaurant Spina

Wintersaison 2009/10 in Davos!
Anders als die anderen

Ambiente: ungezwungen, locker
Küche: frisch, authentisch
Bist du auf dem Weg zum Gipfel? Wir sind die richtige Adresse für einen Saisonstopp. Das Restaurant Spina ist keine typische Verpflegungsstation für Skifahrer, wir bieten mehr… Deshalb brauchen wir aussergewöhnliche Persönlichkeiten, welche mit uns die Gäste verwöhnen.

Jungkoch w/m

Service & Küchen-Praktikant/in

Küchenhilfe, Studenten/Aushilfen

Die Pistenflitzer verpflegen wir mit hausgemachter Pasta und delikaten Saucen, am Abend geniessen unsere Gäste mehrgängige Gourmetmenüs. Vom Amuse-Bouche bis zum Zirntstern, wir stellen alles selber her…
Telefon: 081 420 31 01
Schriftliche Bewerbung mit Foto an
Restaurant Spina, Susanne Pfister,
Spinerstrasse 9, 7277 Davos Glaris
restaurant@spina-davos.com

4593-2480

Häberli'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 Häberli, 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 MILLÉSIME
Familie J. & F. Häberli, Münchenbuchsee
Tel. 031 868 89 88, Fax 031 868 89 89
www.haeberlis.com

4532-2441

Bocken:

Unser stilvolles und aussergewöhnliches Seminar- und Eventhotel hat eine auf vier Häuser verteilte, einmalige Ambiance. Wir verfügen über 40 Hotelzimmer und 14 Seminarräume sowie eine Eventhalle für 200 Personen, ein Restaurant und eine Bar. Inmitten von einzigartigen Kunstwerken, eingebettet in der Natur und doch in Stadtnähe geniessen unsere anspruchsvollen Gäste internationale Gerichte mit saisonalen Akzenten sowie den Charme und die Professionalität unserer Mitarbeiter. Für unsere Küchenbrigade suchen wir per 1. Dezember 2009 oder nach Vereinbarung eine/n

Chef de Partie / Commis de cuisine

Sie verstehen es als motivierter Fachmann mit einigen Jahren Berufserfahrung unser junges, 13-köpfiges Küchenteam zu unterstützen. Qualität, Sauberkeit und Einhaltung der geforderten Standards sind keine Fremdwörter für Sie. Unsere Küche wird für ihre qualitativ hochstehenden, saisonalen und kreativen Gerichte geschätzt.

Ihr Profil
- abgeschlossene Berufslehre als Koch
- Berufserfahrung in einem renommierten Restaurant/ Hotel
- Fachkenntnisse und Qualitätsbewusstsein
- teamorientierte Persönlichkeit
- gepflegtes Auftreten

Wir bieten
- hohe Eigenständigkeit
- spannendes und herausforderndes Umfeld

Haben wir Sie neugierig gemacht?! Dann freut sich Herr Stephan Schué auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Seminarhotel Bocken
Stephan Schué, Hotel Manager
Bockenweg 4
8810 Horgen
stephan.schue@bocken.ch
www.bocken.ch

managed by SV

4567-2463

hoteljob.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Veränderungen beginnen hier
www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

hoteljob.ch

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

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

Viel Erfolg bei der Suche!

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Innovativer Geschäftsführer	Region Mittelland (SO,AG)	J7268
Geschäftsführer (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J6926
Leiter Restauration	Region Zentralschweiz	J7155
Geschäftsführer/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J7037
Betriebsleitung Einzelperson oder auch Paar	Region Graubünden	J7048
Stv. LeiterIn Gastronomie	Region Zentralschweiz	J7146
Betriebsassistent/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J7159

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Aussendienstmitarbeiter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J7038
conseiller(ère) à la clientèle		J7253
Kundenberater im Aussendienst	Region Neuchâtel/ Jura	J7251
Regionalverkaufsleiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J7163

Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Personalassistentin	Region Ostschweiz	J7147
Personalfachfrau/mann	Region Zürich/ Schaffhausen	J7280

Reiseleitung/ Tourismus

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Geschäftsstellenleitung (m/w) (50%)	Region Ostschweiz	J7246

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Réceptionist/-in	Region Basel	J7059
Receptionist (m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J7260
Verantwortliche Réception Administration	Region Zürich/ Schaffhausen	J7158
Front Office Manager (w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J7154
Réceptionist/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J6953
Réceptionisten	Region Zürich/ Schaffhausen	J7261
Réceptionist/in Seminarbetreuung	Region Zürich/ Schaffhausen	J7283
Réceptions-Praktikant/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J7271
Receptionist/in	Region Ostschweiz	J7258
Rezeptionist/in	Region Graubünden	J7264
Rezeptionistin	Region Graubünden	J7067

Food & Beverages

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Executive Chef	Region Zürich/ Schaffhausen	J7157
Anlassleitung (m/w)	Region Zentralschweiz	J7124
Leiter Einkauf m/w	Region Bern	J7241

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de partie saucier m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J7270
Chef pâtissier	Region Graubünden	J6873
Chef de partie	Region Graubünden	J6875
Chef de partie/Sous-chef	Region Bern	J6924
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
Chef de Partie	Region Mittelland (SO,AG)	J6966
Demi-chef de partie	Region Oberwallis	J7144
Commis de cuisine	Region Oberwallis	J7151
Koch 60% DI-DO abends	Region Basel	J7032
Chef Entremetier	Region Basel	J7165
Koch für temporäre Einsätze	Region Zürich/ Schaffhausen	J7240
Sous Chef m/w	Region Bern	J7166
Chef de partie	Region Mittelland (SO,AG)	J7056
Küchenchef	Region Zürich/ Schaffhausen	J7068
Sous Chef	Region Zürich/ Schaffhausen	J7036
Küchenchef Bankett (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J7060
Sous Chef	Region Bern	J7062
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J7079
Küchenchef	Region Zürich/ Schaffhausen	J7085
Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J7120
Chef de Partie	Region Bern	J7243
Saucier	Region Bern	J7242
Commis de cuisine w/m	Region Zürich/ Schaffhausen	J7247
Commis de cuisine 5*	Region Oberwallis	J7249

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sous Chef 80%	Region Zürich/ Schaffhausen	J7257
Chef de partie m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J7272
Chef Patissier (m/w)	Region Bern	J7259
Chef de partie (England - Cambridge)	International	J7266
Commis de cuisine (England - Cambridge)	International	J7267
Chef de Partie	Region Bern	J7273
Asiatischer Koch	Region Bern	J7274
Sous-Chef	Region Zürich/ Schaffhausen	J7282
Leiter Restauration	Region Graubünden	J7276
Nachtkoch	Region Zürich/ Schaffhausen	J7281

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Servicefachangestellte w	Region Bern	J7070
Chef de rang	Region Graubünden	J6871
Serviceangestellte/r	Region Basel	J7081
Servicefachangestellte/r /Kellnerin /Kellner	Region Bern	J7263
Servicefachangestellte	Region Oberwallis	J7049
ServicemitarbeiterIn	Region Zentralschweiz	J7152
Praktikant/in Service	Region Bern	J7040
Servicefachangestelle/r	Region Oberwallis	J7041
Servicefachangestellte	Region Oberwallis	J6935
Servicefachmitarbeiter	Region Ostschweiz	J7061
Chef de rang	Region Zürich/ Schaffhausen	J7269
Restaurationsfachfrau/mann	Region Mittelland (SO,AG)	J7055
Servicefachangestellte/r	Region Bern	J7140
Eventleiterin/ Eventleiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J7077
Chef de Rang	Region Basel	J7080
Demi-chef de rang (Luxury river cruise liner)	International	J7086
Demi-chef de rang (England - Newick)	International	J7087
Demi-chef de rang	Region Bern	J6868
Leiter Café/Bar	Region Zürich/ Schaffhausen	J6963
Servicefachangestelle w	Region Oberwallis	J7245
Servicefachangestellte	Region Zürich/ Schaffhausen	J7277
Chef de Service (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J6960
2. Chef de service	Region Oberwallis	J7248
Chef de rang	Region Bern	J6870
Chef de rang	Region Oberwallis	J7250
Servicefachkräfte	Region Graubünden	J7031
RestaurationsleiterIn/ Maître d'hôtel	Region Zürich/ Schaffhausen	J7254
Restaurationsfachangestellte/r	Region Bern	J7256
Servicemitarbeiter/in	Region Graubünden	J7030
Chef de Service (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J7161
Chef de Service	Region Zürich/ Schaffhausen	J7162
Servicefachangestellter	Region Basel	J7164
Servicefachangestellte	Region Bern	J6954
Restaurantleiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J7156
Demi-chef de rang 5*	Region Oberwallis	J7153
Barmaid	Region Bern	J7238
Eventleiter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J7262
Servicefachmitarbeiterin	Region Ostschweiz	J6936
Serviceaushilfe	Region Zürich/ Schaffhausen	J7239
Chef de Service	Region Zentralschweiz	J6928

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Barmitarbeiter/in	Region Mittelland (SO,AG)	J7078
Barmitarbeiterin	Region Oberwallis	J6934
Chef de Bar	Region Zürich/ Schaffhausen	J7039
Chef de rang Bar 5*	Region Oberwallis	J7142
Barmitarbeiterin	Region Zentralschweiz	J7265

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Etagengouvernante	Region Zürich/ Schaffhausen	J7035
Chef Gouvernante	Region Graubünden	J7275

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Buffetmitarbeiter	Region Bern	J6929
Einstieg in die Lebensmittelindustrie?	Region Zürich/ Schaffhausen	J7278
Lebenmitteltechnologe (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J7279
Kassierer m/w 50-80%	Region Zürich/ Schaffhausen	J7244

Our passion is our products – yours the wellbeing of our employees

Unilever is one of the world's leading consumer goods companies with 200,000 employees worldwide. Every day 150 million people in over 150 countries choose Unilever products – for more vitality and quality of life. Unilever Supply Chain Company (USCC) is the regional headquarters of the European Supply Chain organisation responsible for sourcing, manufacturing and logistics in Europe. Its brand new offices centrally located at Schaffhausen main station are the home base to more than 200 international managers.

Do you love to be the perfect host to a house full of demanding guests but not the working hours of typical hotel and F&B careers? If so apply for our newly created position of

Hospitality Manager (m/f)

Not just any job: As our Hospitality Manager, you will be responsible for our office, conferencing, event, Food & Beverage and front desk management. You and your team will ensure:
- smooth day-to-day operations of our modern-design office space, meeting rooms for meetings with up to 100 people with state-of-the-art conferencing facilities, an employee restaurant and 3 lounges
- impeccable service at the front desk and restaurant
- development and execution of creative, targeted in-house and external events

Not just anyone: We are looking for independent, high-achieving individuals with natural authority and the ability to work under pressure. You possess:
- completed higher hotel management education
- minimum 3 years work experience in upscale hotels or comparable work environments
- minimum 2 years experience in Food & Beverages and/or Conventions & Event management including team management
- German native (native equivalent) and fluency in English

Could it be

Enthusiastic? Curious to know more?

Please apply online via: www.unilever.ch

Unilever

Knorr Lipton Becel Lusso OMO Dove

4609-0484

ENZLER
REINIGUNG UND UNTERHALT MIT SYSTEM

Mit über 1900 qualifizierten Reinigungsfachleuten sorgen wir bei vielen Klein- und Grosskunden für perfekte Sauberkeit. Unsere Fachkräfte arbeiten in der Unterhalts-, Industrie-, Spital-, Labor-, Bau-, und Hotelreinigung. Zur Verstärkung unseres Gouvernanten-Teams in einem grossen Hotelkomplex in Bern suchen wir per sofort eine motivierte, engagierte und flexible

Hauswirtschaftsleiterin/ Generalgouvernante
sowie
eine Etagengouvernante

Tätigkeit
- Organisation und Planung der Mitarbeitenden
- Erste Ansprechsperson gegenüber der Hoteldirektion
- Kontrolle der Gästezimmer und Allgemeinflächen
- Führen und Betreuen der Gouvernanten
- Permanente Schulung der Mitarbeitenden
- Einhalten der Arbeitssicherheit und Hygienevorschriften
- Betreuung der Hotelgäste

Anforderung
- erprobte Erfahrung als Gouvernante
- Erfahrung im Führen von Mitarbeitenden
- Im Kundenkontakt ist Englisch erforderlich und französisch von Vorteil
- Exakt, flexibel und belastbar
- Offene Persönlichkeit mit ausgeprägter Dienstleistungsorientierung
- PC-Kenntnisse

Bei uns erwartet Sie eine spannende und herausfordernde Aufgabe, zudem bieten wir geregelte Arbeitszeiten mit wenig Wochenendarbeit und gute Sozialleistungen. Haben wir Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Photo. Wir freuen uns darauf, Sie kennen zu lernen.

Enzler Reinigungen AG
Yvonne Leimgruber
Edenstrasse 20
8027 Zürich
Tel: 044 455 55 38
y.leimgruber@enzler.com

4582-2472

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

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

Viel Erfolg bei der Suche!

Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
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

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B656	Back Office	37	CH	per sofort	D|F|I|E
B709	Bar	20	CH	per sofort	
B503	Bar	23	D	per sofort	D|E
B713	Bedienungspersonal / Handel , Hotelbetrieb , Tourismus	44	BG	per sofort	D|F|RU
B716	Betriebsleitung/Pacht	54	CH	per sofort	D
B21	Direktion / Rooms Division / F&B	40	A	per sofort	D|I|E
B725	Direktionsassistentin / Chef de Service	35	CH	per sofort	D|F|I|E
B51	Diverse Möglichkeiten	52	CH	per sofort	D|F|E

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B636	Geschäftsführer / Betriebsleiter	42	DE	per sofort	D|F|E
B613	Geschäftsleitung, Food & Beverage	29	CH	per sofort	D|F|I|E
B662	Housekeeping		PT	per sofort	F|I|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|HU
B699	Küchenchef oder Sous chef	40	CH	per sofort	D|E
B664	Küchenchef / Sous Chef	37	F	per sofort	D|F
B371	küche und geschäftsleitung	39	nl	per sofort	D|F|E|NL
B682	reception, dishing, portier		SE	per sofort	E|SV
B723	Réceptionistin	21	CH	per sofort	D|F|E|ES
B701	Réception / KV / Portier / Night-Auditor	28	D	per sofort	D|F|E
B687	Rezeption	19	CH	per sofort	D|F|E
B196	Service	37	SK	per sofort	D|E|SK
B722	Service, Bar, Küche	36	CH	per sofort	D|F|I|E
B694	Service/Küchenhilfe/Reinigung	46	CH	per sofort	D|I
B525	Service, Küche, Wellness, Reception,	17	A	per sofort	D|I|E
B3	Servicemitarbeiter	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 2. 11. 2009. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

4618-2499

Fassbind Hotels
Berne, Genève, Lausanne
www.fassbindhotels.com

Pour l'**Hôtel Alpha-Palmiers à Lausanne,** nous recherchons notre:

Chef de cuisine

Pour la brasserie (90 couverts), les banquets (jusqu'à 250 couverts) et la demi-pension des groupes des 3 hôtels lausannois.

Le candidat idéal devra aimer mettre la main à la pâte pour préparer une offre à la carte alléchante et de saison. En modifiant régulièrement les ardoises. Il proposera également un programme pour les banquets et finger-food qui sorte de l'ordinaire. Il saura gérer et motiver une équipe de cuisine jeune, composée de 4 personnes. Il sera responsable de tous les achats food de l'hôtel. Pour assurer une bonne collaboration avec notre équipe de cuisine thaïe qui partage les mêmes locaux, la maîtrise de l'anglais serait un atout.

Merci d'envoyer votre dossier à Eric Fassbind, Hôtel Alpha-Palmiers, rue du petit-chêne 34,1003 Lausanne.

4575-2468

Svizzera italiana

Hotel Tobler

...ankommen und daheim sein...

Führendes ****Ferienhotel in Familienbesitz am Lago Maggiore sucht für die Sommersaison von April bis Oktober 2010 folgende motivierte Mitarbeiter:

Réceptionist/in (m/w)
qualifiziert, mehrsprachig (Deutsch und Italienisch unerlässlich)

Serviceangestellte/r (m/w)
qualifiziert, kommunikativ (Deutsch, Italienischkenntnisse von Vorteil)

Etagenmitarbeiter/in (m/w)
erfahren (Deutsch- und Italienischkenntnisse von Vorteil)

Allrounder (m) für Küche und Park
erfahren, flexibel (Deutsch- und Italienischkenntnisse von Vorteil)

Wir bieten Ihnen ein angenehmes, familiäres Betriebsklima, geregelte Arbeitszeiten und gute Verdienstmöglichkeiten.

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:
Hotel Tobler, Via Collina, 6612 Ascona, Tel. 091 785 12 12
www.hotel-tobler.ch, info@hotel-tobler.ch

4577-2466

International

Wheatleigh

Boutique Luxus Hotel mit 5 Diamond-Restaurants zwischen Boston und New York sucht auf Anfang 2010.

Assistant F&B Manager / Restaurant Manager

Mailen Sie uns bevorzugt in englischer Sprache Ihre Bewerbung.

Gerne treffen wir Sie für ein persönliches Interview Mitte November in Zürich.

1- und 2-Jahres-Visums sind erhältlich und wir sind gerne bereit, Ihnen dabei zu helfen.

Wheatleigh, Mr. Marc Wilhelm
P.O. Box 824, Lenox, MA 01240, USA
Website: www.wheatleigh.com
E-Mail: hr@wheatleigh.com

The Leading Hotels of the World, Ltd.

4569-2475

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

4515-2428

Stellenvermittlungen

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

484-269

eJobHotel.ch

1er portail de recrutement...
extras-events
temporaires saisons
fixes, plan de carrière
dans l'hôtellerie en Suisse romande
- SPA manager Vaud 4-5* h/f
- Commis de cuisine h/f
- Serveur saison hiver h/f
Autres postes et inscriptions sur...
www.ejobhotel.ch

4604-2488

3832-1995

HOTEL CAREER
HORESTO Jobs
www.hotelcareer.fr www.horesto.ch
Offres et recherches d'emploi sur 2 portails de recrutement spécialisés pour l'hôtellerie et la gastronomie
Tél.: 044 721 41 31 contact@hotel-career.ch

4026-2118

Stellengesuche

Nach meiner Baby-Pause suche ich, 36, **dipl. Gastronomie-Köchin,** Lehrabschluss Service & Küche, nun den schrittweisen Wiedereinstieg. Am liebsten 40–60%, gerne auch im Stundenlohn. Einsetzbar in Service, Bar und Küche; ich bin flexibel, routiniert und belastbar. Vom Standort Bern aus bin ich als GA-Inhaberin in der ganzen Schweiz verfügbar. Ich freue mich auf Ihr E-Mail an gastro-help@women-at-work.org

4615-2468

Intern. erf. **Küchenchef** sucht neuen Wirkungskreis in 3- bis 4-Sterne-Hotel oder Restaurant. Tel. 078 318 20 72.

4608-2480

27-jährige Slowakin mit guten Deutschkenntnissen sucht Arbeit als

Kosmetikerin

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

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

4349-2328

Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue

IMPRESSUM

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

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

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

Termine:

	Nr. 46/2009	Nr. 47/2009	Nr. 48/2009	Nr. 49/2009
– Ausgabe				
– Erscheint	12. 11. 2009	19. 11. 2009	26. 11. 2009	3. 12. 2009
– Anzeigenschluss **Mo. 12.00 Uhr**	9. 11. 2009	16. 11. 2009	23. 11. 2009	30. 11. 2009

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

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

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

Impressum