

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2010)
Heft: 7

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: 21.06.2025

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



Historisch

Wenn ein Hotel von Icomos ausgezeichnet wird, profitiert es schweizweit.
Seite 13

Saisonbetrieb

Das Grand Hotel Bellevue in Gstaad will nur noch sechs Monate jährlich öffnen.
Seite 3

Traumberuf

Richard Kägi reist für Globus Delicatessa um die ganze Welt und sucht nach unbekanntem kulinarischen Produkten.
Seite 17

Arabella

«Die Schweiz ist für uns ein Kernmarkt.»
Seite 5

Wolfgang M. Neumann,
Geschäftsleitungsvorsitzender
der Arabella Hospitality Group.



Qualität setzt den Massstab

Internationale Hotelketten setzen strenge Qualitätsstandards. Wer im Luxusbereich vorne mitmischen will, ist gefordert.

CHRISTINE KÜNZLER

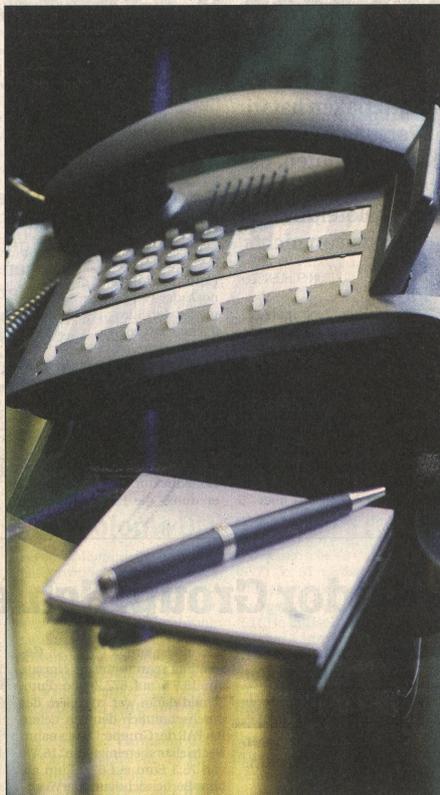
Die Leading Hotels of the World (LHW) haben ihre Qualitätskriterien verschärft. «Wir sind im Moment nicht unter den besten Hotelgruppen», sagt Chairman Jean-Jacques Gauer. Gruppen wie Four Seasons, Ritz-Carlton oder Park Hyatt hätten die Nase vorne. Gauer rechnet damit, dass sich «50 bis 70 Mitglieder» von der Gruppe trennen müssen, weil sie den neuen Standards nicht gerecht werden. «Aber das ist uns die Qualitätssteigerung wert.»

Auch die Ritz-Mitarbeitenden durchlaufen eine strenge Qualitätsschulung. Nicht alle schaffen

sie und springen wieder ab. Die intensive Weiterbildung ermöglicht der Gruppe, innerhalb eines Monats in allen Hotels weltweit sämtliche Mitarbeitende umzuschulen, falls andere Qualitätsstandards gefragt sind. Ritz-Carlton eruiert laufend mittels Marktforschung die Qualitätsansprüche der Gäste.

Reizidor setzt seit Jahren auf ihr Qualitätsprogramm «Yes I can», das den Mitarbeitenden viel Verantwortung und Kompetenz einräumt. «Yes I can» unterscheidet sich dadurch, dass es den Fokus auf die Einstellung des Mitarbeitenden ausrichtet», sagt Andreas Flückiger, General Manager des Radisson Blu ES Hotel Rom.

Eine Regel gilt es bei allen Qualitätsprogrammen zu beachten: «Nur wenn ich die Qualität nach innen sichere, kann ich sie nach aussen bieten», sagt Manfred Bruhn, Autor und Professor an der Uni Basel. Wer seinen Mitarbeitenden also nicht selber Qualität vorlebt, kann sie von ihnen auch nicht verlangen.
Seite 7 bis 11



Alain D. Bollat

Spätestens beim dritten Klingelton abheben: diese Maxime gilt für alle Dienstleistungsbetriebe, die Qualität leben.

Kommentar

Modernisierung ja, aber nicht überall gleich forsch



DANIEL STAMPLI

Stillstand ist gleich Rückschritt. Diese Weisheit wird betreffend Entwicklung immer gerne zitiert. Und sie hat auch für den Tourismus ihre Gültigkeit, denn der Konkurrenzkampf unter den Destinationen und auch über die Landesgrenzen hinweg ist gross. Doch oft sind Art und Ausmass der Entwicklung eine heikle Gratwanderung. In der Hotellerie müssen laufend Ersatzinvestitionen getätigt und der Standard muss den sich verändernden Gästebedürfnissen angepasst werden.

«Die Gästestruktur ist sehr heterogen, und darauf ist Rücksicht zu nehmen.»

Anders verhält es sich bei der Angebotserweiterung und dem Infrastrukturausbau der Ferienorte. Die Gästestruktur und die Bedürfnisse sind sehr heterogen, und darauf ist Rücksicht zu nehmen. In Gstaad, St. Moritz und Zermatt etwa ist Mandantität angesagt. Innovative Gastrokonzepte, wachsendes Angebot an Boutiquen und fast grenzenloser Pistenausbau gehören dazu. Es gibt aber auch beschauliche Orte wie etwa Müren oder St. Antonien im Prättigau, die gerade wegen der Einfachheit, dem Naturerlebnis und der Ruhe ihr Stammespublikum haben. Hier muss in Sachen Erneuerung sachte ans Werk gegangen werden. Sonst besteht die Gefahr, dass Stammgäste in Zukunft wegbleiben. Und neue Gäste-segmente anzuwerben, ist bekanntlich mit grossem Aufwand verbunden.
Seite 4

Bernhard Tschannen

Glacier 3000: Botta-Steg und ewiger Schnee

Bernhard Tschannen, seit Anfang Jahr neuer CEO von Glacier 3000, hat bereits schwindelerregende Projekte: In Les Diablerets soll an der von Botta entworfenen Bergstation ein Aussichtsteg mit einzigartiger Sicht auf den «Secx Rouge» entstehen. Weiter will sich Tschannen auf die Stärken von Glacier 3000, wie etwa Gletscherexkursionen, konzentrieren. Potenzial sieht er dabei vor allem im asiatischen Markt. Denn was asiatische Touristen suchten, hätten sie das ganze Jahr: Schnee. Um mehr Touristen anzuziehen, werden attraktive Tagespauschen für Skifahrer und Ausflügler angeboten. **os**

Seite 21

Direktion Schweiz Tourismus

Das ST-Kandidaten-Karussell dreht sich munter weiter



Elisabeth Dalucas: Von Kultur- zu Tourismusvermarktung?

Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus (ST), verlässt das Unternehmen bereits in zwei Wochen. Die Nachfolgeregelung ist in vollem Gang und sorgt in der Branche weiterhin für viel Gesprächsstoff. Während zu Beginn vor allem valable Kandidaten aus den Reihen der Tourismusdirektoren genannt wurden, tauchen nun Namen aus verwandten Branchen auf. Als Wunschkandidat vieler wird Interhome-CEO Simon Lehmann gehandelt, als Geheimfavoritin Elisabeth Dalucas, Chefin des Kultur- und Kongresszentrums Luzern (KKL). Sie hält auf Anfrage der hotel revue fest, dass sie sich zwar nicht für

die Position beworben, aber als KKL-Direktorin durchaus überlegt habe, was an der Spitze von ST wichtig sei. «Es braucht eine kommunikative Person, die in der Lage ist, die verschiedenen Player der Branche zu integrieren.»

ST-Präsident Jean-François Roth, Leiter der Findungskommission, betont, dass man sich bei der Suche nicht unter Zeitdruck setzen lassen wolle. Die Stelle sei in allen Landesteilen ausgeschrieben worden. Fraglich ist aber, ob neben dem Präsidium auch der Direktorenposten mit einer Persönlichkeit aus der Romandie besetzt werden kann. **tl**
Seite 3

www.htr.ch

Adresse: Honblipoustrasse 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
Aboservice: Tel. 031 740 97 93
E-Mail: abo@htr.ch



ANZEIGE

Energieeffizient & Umweltfreundlich
Neu auch 20L

www.minibar.ch

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

Besuchen Sie uns an der ITB Berlin bei Schweiz Tourismus.

oder einfach im Web:
www.hotelpartner.ch

HotelPartner
REPARTITION OF SUCCESS

Jilly
für Ihren Cappuccino!
www.illycafe.ch

Polster-Möbel-Klinik

Schoffengasse 3, 8001 Zürich
079 403 39 93

«De Stör-Polsterer chunt!»

ACHTUNG!
Sessel • Sofas • Bänke
Stühle
Neu beziehen und aufpolstern

- Gratisberatung, Offerte und
- Sofort-Ausführung in Ihrem Betrieb
- mind. 10% auf Konkurrenzofferte
- 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
- Rufen Sie uns unverzüglich an: 079 403 39 93

Aus der Region

Ostschweiz

Die Propstei Wislikofen hat neue Zimmer



Die ehemaligen **Klosterzellen** des Seminar- und Bildungshauses Propstei Wislikofen sind alle neu renoviert worden. Die 45 Einzel- und Doppelzimmer des ehemaligen Benediktinerklosters verfügen über Dusche/WC und WLAN. Die Renovation stand unter dem Motto «Zurück zu den Wurzeln», im Einklang von Modernisierung und klösterlichem Charakter. Handgefertigte Holzmöbel zieren die Zimmer. Gäste übernachten in Alkoven, eingebaute Bettischen, wie man sie in Klöstern, aber auch in Bauernhäusern und Burgen antrifft.

Grosses Interesse an szenischen Führungen

«Schaffhauserland Tourismus» verzeichnete im Vorjahr eine Zunahme der gebuchten Stadtführungen um 11,8 Prozent. Neben den über 100 organisierten öffentlichen Rundgängen wurden 1486 private Führungen und damit 94 mehr als im Vorjahr gebucht. Grosser Beliebtheit erfreuen sich szenische Rundgänge, etwa die Nachtwächter- und Klosterführungen. Unter dem Motto der Kulinarik wird diesen Frühling mit «Köstliches Schaffhausen» eine weitere szenische Führung lanciert.

Graubünden

Der «Alp Train» soll Graubünden näher rücken

Hinter dem «Alp Train» stecken zwei Bahn-Visionen: Eine bündnerische und eine europäische. Kern der europäischen Vision ist die Vernetzung der Metropolen München, Mailand und Zürich mit einem Hochgeschwindigkeitszug. Die Graubünden-Vision sieht vor, dass Davos zu Zürich aus in einer Stunde erreichbar ist und unterirdische Haltestellen und Standseilbahnen Lenzerheide, Arosa und St. Moritz an die Linie anschliessen. Die Kosten des Jahrhundertprojekts, das die Bedürfnisse des nächsten Jahrhunderts antizipiert, werden auf 30 Mrd. Franken geschätzt.

Wallis

Zermatt vermeldet erfolgreiches Jahr

An seiner Generalversammlung vermeldete «Zermatt Tourismus» das zweitbeste Jahr seiner Geschichte: Mit 2,1 Mio. Logiernächten musste der Verein gegenüber dem Vorjahr aufgrund der Wirtschaftskrise zwar eine Einbusse von 2,89% bei den Übernachtungen hinnehmen; die Erfolgsrechnung fällt bei einem Ertrag von über 7046 Mio. Fr. und einem Aufwand von 7042 Mio. Fr. positiv aus. Damit es auch so bleibt, werde man sich zur Vermarktung der Destination stärker auf Online-Marketing konzentrieren, so Kurzdirektor Daniel Luggen.

Personalhaus steht zum Verkauf

Die Hotel Metropole AG Interlaken hat ihr Personalhaus zum Kauf angeboten. Um den Wert zu testen. Der Hoteldirektor wusste von nichts.

GUDRUN SCHLENCEK

Zur Hotel Metropole AG, zu der der markante Hotelturm mit seinen 98 Zimmern am Höheweg in Interlaken gehört, zählt auch das gegenüberliegende Wohn- und Geschäftshaus an der Harderstrasse 1. Der Bau hat ungefähr den gleichen Jahrgang wie das 4-Sterne-Hotel und dient diesem als Personalhaus. Die insgesamt 50 Appartements bieten bei Bedarf über 70

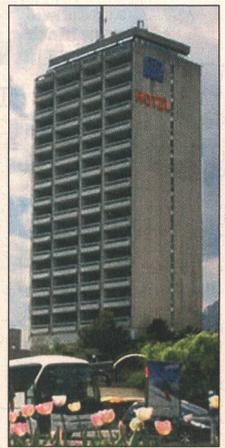
Mitarbeitenden eine Bleibe. Wichtigster Mieter der zusätzlich 860 m² grossen Büroflächen ist Interlaken Tourismus. Nun wurde das Gebäude zum Verkauf ausgeschrieben. 4,9 Mio. Franken will man für das viergeschossige Gebäude mit Baujahr 1977. Das Pikante an der Sache: Weder der Direktor des Hotels Metropole noch der Hauptmieter der Büroflächen wurden vorab informiert. Bei Interlaken Tourismus nimmt man das Ganze noch relativ gelassen. «Auch ein neuer Käufer wird an einem langfristigen, solventen Mieter interessiert sein», ist Tourismusdirektor Stephan Otz überzeugt. Weniger gelassen wirkte Hoteldirektor Marco von Euw, als er durch die Recherche der htr

«Der Verkaufsentscheid ist noch nicht gefallen. Wir suchen erst mal den Marktwert.»

Charles Zimmermann
Inhaber Hotel Metropole AG

hotelrevue von der Ausschreibung der Liegenschaft erfuhr. Eng könnte es für ihn dann werden, wenn er Personal nicht mehr so nah beim Hotel unterbringen könnte. Das wäre dann der Fall, wenn der Käufer Neues mit dem Gebäude vorhätte. Für Daniel Kurzen vom «Royal St. Georges» (90 Zimmer) in Interlaken ist ein Personalhaus klar ein Vorteil. Vor allem für die Einsatzplanung: So wären Teilschichten und Zimmerstunde einfacher zu organisieren. Kurzen: «Von Mai bis Ende September sind unsere beiden Personalhäuser immer gefüllt.» Ein Kaufinteressent, der aber nicht genannt werden will, spielt mit dem Gedanken, das Gebäude in ein Hotel umzuwandeln. Wenn

der Kaufpreis stimmt. Die ausgeschriebene Liegenschaft liegt in der Kernzone von Interlaken, grundsätzlich wäre eine Umnutzung in ein Hotel erlaubt. Doch der Metropole AG geht es vorderhand erst mal gar nicht um eine Veräusserung. Inhaber Charles Zimmermann, der auch das Hotel Wilden Mann in Luzern und die Wäscheperle AG in Interlaken besitzt, spricht von strategischen Überlegungen im Verwaltungsrat und einer Konzentration aufs Kerngeschäft Hotel: «Der Verkaufsentscheid ist noch nicht gefallen. Wir suchen erst mal den Marktwert.» Am Geschäftsgang des Hotels kann die Verkaufsabsicht weniger liegen: Das «Metropole» hatte 2009 mit -4% bei den Logiernächten weniger verloren als der Durchschnitt in Interlaken (-5,22%) und konnte den Zimmerpreis um 2% steigern. Eine Umnutzung der nach seinen Aussagen laufend unterhaltenen



Hat das Hotel Metropole bald kein eigenes Personalhaus mehr?

nen Liegenschaft sieht Zimmermann nicht vor. Auch bei einem Verkauf würde die Hotel Metropole AG das Management der Personalstudios weiter betreiben. Das rentiert nämlich: Der Käufer soll gemäss Dokumentation dafür jährlich 100 000 Franken zahlen, das ist fast ein Drittel der Mieteinnahmen mit Wohnungen (Leerstand 10%).

Rezidor Group: Schlechtes 09

Der Umsatz der Rezidor Group sank 2009 um 13,7% auf 677,2 Mio. Euro. Trotz grosser Kostenoptimierungen brach der EBITDA stark ein.

GUDRUN SCHLENCEK

Die Geschäftszahlen 2009 der Rezidor Group sind alles andere als gut. Am stärksten traf es den Um-

satz in Osteuropa (-23,5%). Gesamthaft schrumpfte der Umsatz um 13,7% auf 677,2 Mio. Euro. Schuld daran war vor allem der durchschnittlich deutlich tiefere RevPAR der Gruppe: Dieser nahm wechselkursbereinigt um 16,4% von 75,3 Euro auf 62,9 Euro ab, ohne Berücksichtigung der Wechselkursänderungen sogar um 21,7%. Besonders betroffen war die Marke Park Inn (wechselkursbereinigt -20%). Zwar war die Auslastung im letzten Quartal wieder

fast auf Vorjahresniveau, nicht aber der RevPAR (-10,6%). Stolz ist CEO und Präsident Kurt Ritter auf das Programm zur Kostenreduktion: Mit jährlichen Einsparungen von 32 Mio. Euro bei den operativen Kosten und ungefähr 4 Mio. Euro bei den zentralen Kosten wurde ein «neuer Massstab bei den Fixkosten gesetzt». Trotzdem sank der EBITDA der Gruppe 2009 um ganze 93,1% auf 4,9 Mio. Euro (2008: 70,9 Mio. Euro).

Tourismus erwartet sinkende Umsätze und Gewinnrückgang

Das Festtagsgeschäft 2009 verlief laut UBS Outlook harziger als ein Jahr zuvor.

Gemäss der jüngsten UBS-Quartalsumfrage von Dezember 2009 und Januar 2010 erwarten die befragten Tourismusunternehmen im 1. Quartal 2010 im Jahresvergleich weiterhin sinkende Umsätze und einen Gewinnrückgang. Allerdings dürfte sich die Abwärtsspirale etwas weniger schnell drehen als noch im 4. Quartal. Während das Geschäft mit den inländischen

Gästen etwas besser laufen könnte, gehen die befragten Branchenexperten nicht von einer Erholung im Geschäft mit ausländischen Touristen aus. Die Preise und Tarife dürften stabil bleiben. Der Umsatz mit den ausländischen Gästen sank über die Festtage erneut, der Einbruch des Gesamtumsatzes war im vierten Quartal noch stärker als im Vorquartal.

Entrée: Welches Hotel ist hier abgebildet? Wettbewerb auf www.htr.ch/hotelarchiv





Im Gespräch für die Nachfolge von Jürg Schmid: Die KKL-Chefin Elisabeth Daluca, der Interhome-CEO Simon Lehmann und Marcel Schneider, CEO von TUI China.

Die Branche rätselt weiter

Die Findungskommission lässt sich bei der Direktorensuche für Schweiz Tourismus Zeit. Derweil kursieren neue Namen von möglichen Kandidaten.

THERES LAGLER

Die Amtszeit von Jürg Schmid als Direktor von Schweiz Tourismus (ST) geht bereits in zwei Wochen zu Ende. Kein Wunder herrscht in der Branche ein munteres Rätselraten über den möglichen Nachfolger an der Spitze von ST. Die htr hotel revue hat bereits Anfang Jahr valable Kandidaten aus den Reihen der Tourismusdirektoren genannt, wies aber gleichzeitig darauf hin, dass auch ein Queereinsteiger aus der IT- oder Reisebranche das Rennen machen könnte. Ein Name, der in letzter Zeit öfter gefallen ist, ist Simon Lehmann. Der 39-Jährige ist seit

Oktober 2005 CEO des Ferienhaus-Spezialisten Interhome AG und wird als regelrechter Wunschkandidat gehandelt.

Drei Männer mit grossem Know-how aus der Reisebranche

Lehmann selber fühlt sich geehrt, dass man ihm den Posten als Nachfolger von Jürg Schmid zu- traut, betont aber: «Meine berufliche Leidenschaft liegt im Management von Change-Prozessen, wo profitorientiertes Arbeiten im Gegensatz zu einer reinen Marketing-organisation klar im Vordergrund steht. Aus diesem Grund wäre ich zum heutigen Zeitpunkt nicht die

richtige Person für Schweiz Tourismus.» Wie Lehmann weiter festhält, liegt die Priorität für ihn klar bei der Interhome AG. «Sie befindet sich in einer sehr spannenden Expansionsphase, die ich auch weiterhin begleiten möchte.» Ebenfalls aus der Reisebranche stammt Marcel Schneider, der seit 2005 CEO der TUI China Travel ist. Er soll auf die Frage unter Kollegen, ob er sich eine Rückkehr in die Schweiz vorstellen könne, geantwortet haben, dass der Posten als ST-Direktor eine spannende Herausforderung wäre. Die htr hotel revue konnte für eine offizielle Stellungnahme aber nicht erreichen. Hans-Peter Nehmer, der langjährige Kommunikationschef des Reiseunternehmens Hotelplan, der zuletzt bei der Cablecom tätig war, war ebenfalls im Gespräch, hat sich aber unterdessen anderweitig verpflichtet.

«Wir sichten zurzeit die Kandidaten und erstellen unsere Shortlist in drei bis vier Wochen.»

Jean-François Roth
Präsident Schweiz Tourismus

Eine Frau, die Kultur und Kommerz aufs Beste vereint

Als Geheimfavoritin wird eine Frau bezeichnet: Elisabeth Daluca. Sie hat 2003 die Führung des Kultur- und Kongresszentrums Luzern (KKL) übernommen, das fi-

nanziell in Schwierigkeiten steckt. Seither hat der Betrieb immer mit Gewinn abgeschlossen. Auch Elisabeth Daluca ist zu Ohren gekommen, dass sie als Kandidatin gehandelt wird, hält dazu aber fest: «Ich habe mich nicht beworben für diese Position und bin auch nicht angefragt worden.» Ihr gefalle ihre Aufgabe beim KKL, betont Daluca. Generell sei sie an spannenden Schnittstellen interessiert, wo etwas weiterentwickelt werden könne. Sie sei weniger die Konsolidiererin.

Das Interesse am Posten ist gross

ST-Präsident Jean-François Roth, der die Findungskommission leitet, lässt sich noch nicht in die Karten blicken. Der Direktionsposten bei ST sei begehrt, so Roth.

«Wir sichten zurzeit die Kandidaten und erstellen unsere Shortlist in drei bis vier Wochen.» Unklar ist, ob der neue ST-Direktor bereits am Ferientag am 5. Mai in Flims vorgestellt werden kann: «Das ist möglich, aber nicht sicher. Wir wollen uns die nötige Zeit für ein sorgfältiges Auswahlverfahren nehmen. Das Tempo ist weniger wichtig als die richtige Wahl», so Roth.

Chronologie Die CEOs von ST

Folgende Männer leiteten die Geschichte von Schweiz Tourismus:

Jürg Schmid, 1999 – 2010: Er brachte von Oracle IT-Erfahrung mit und wird nun Leiter Personenverkehr bei den SBB.

Marco Hartmann, 1995 – 1999: Vor seinem Engagement bei ST war er Direktor von Graubünden Ferien, danach CEO von Hapimag. Heute ist Hartmann CEO der Firma Grischalpin, die Ferienresorts entwickelt.

Walter Leu, 1979 – 1995: Während seiner Amtszeit wurde die

Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ) in ST umbenannt. 1996 wurde Leu Executive Director der European Travel Commission (ETC) in Brüssel.

Werner Kämpfen, 1960 – 1979: War Leiter des Touristikkomitees der OECD und später Verwalter des Touristikrates der PTI.

Siegfried Bittel, 1933 – 1960: Führt die SVZ durch den Krieg, war am längsten im Amt.

Albert Junod, 1918 – 1933: Der Lehrer für Wirtschaftsgeographie und Wirtschaftspolitik war der erste Direktor der SVZ.

Bern

«Schlössli» Ipsach zum vierten Mal in Konkurs

Das Hotel-Restaurant Schlössli in Ipsach muss seinen Betrieb wegen Konkurs einstellen. Es ist schon das vierte Mal in den letzten zehn Jahren, dass das «Schlössli» in Konkurs geht. Laut der «Berner Zeitung» wird die Eigentümerin des «Schlössli», die GK Immobilien-Beteiligungen AG, den Betrieb selber weiterführen. Dabei werde voraussichtlich ein Grossteil des Personals von der konkurrierenden Mieterin Hotel Schlössli Ipsach AG übernommen. Davon nicht betroffen sind das Bowlingcenter und die Disco Castellino, die unabhängig geführt werden. **dst**

Berner Oberland

Die Gondelbahn von Rougemont wird ersetzt



Die Gondelbahn Rougemont-La Videmanette, deren eine Gondel im Januar abstürzte, wird nicht wieder in Betrieb genommen. Sie soll in diesem Sommer neu gebaut werden, vorausgesetzt, das Projekt kann finanziert werden. Der Neubau wird auf 20 Mio. Fr. geschätzt. Trotz dieser Ausgaben will die Bergbahnen Destination Gstaad AG an den laufenden Bauprojekten in der Höhe von 41 Mio. Franken festhalten. **ck**

Zürich

E-Domizil verdupelt den Umsatz

E-domizil, der Online-Vermittler von Ferienwohnungen, verdoppelt seinen Umsatz für den Winter 2009/10 und baut nun sein Serviceteam in Zürich massiv aus. «Eine derart hohe Zunahme hat selbst uns überrascht», sagt Marc Bertschinger, Geschäftsführer der e-domizil AG. Auch für den Sommer geht E-domizil von einem starken Wachstum aus. 7500 Schweizer Ferienwohnungen und -häuser und über 125 000 Feriendomizile in über 60 Ländern können gebucht werden. **ck**

Innerschweiz

Beim Wandern Wildtiere nicht füttern



Wildtiere brauchen im Winter ihre Ruhe. Das Zuger Amt für Fischerei und Jagd ruft auf, beim Wandern gepfadete Wege zu benutzen und Tiere nicht zu füttern. Ihr Stoffwechsel würde damit aus dem Gleichgewicht gebracht. Solange sie Ruhe hätten, kämen sie mit der Nahrungsknappheit zurecht. Würden Tiere gestört, koste das ihre letzten Reserven. **ck**

Bellevue Gstaad: nur noch saisonal

Statt zwölf Monate nur noch zweimal drei Monate: Das Grand Hotel Bellevue in Gstaad stellt vom Jahresbetrieb auf den Saisonbetrieb um. Grund ist die fehlende Rentabilität.

DANIEL STAMPFLE

Seit der Neueröffnung vor sieben Jahren bis heute hat das Grand Hotel Bellevue rote Zahlen geschrieben, bestätigt Rudolph Schiesser,

Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates des Grand Hotel Bellevue und Grand Hotel Les Trois Rois. Denn mit den Erträgen aus Sommer- und Wintersaison vermachte der Betrieb die Verluste aus der Zwischensaison jeweils nicht zu kompensieren. «Es ist unmöglich, ein 5-Sterne-Superior-Hotel in den Bergen in der Zwischensaison geöffnet zu halten», so Schiesser. Deshalb würden dies auch die anderen Luxushotels in Gstaad nicht tun. Bereits in einem Interview mit der htr hatte Rudolph Schiesser erklärt, dass im «Bellevue» zu wenig profitorientiert gearbeitet wurde. Entsprechend seien die Benchmarks nicht erreicht worden. Die Lancierung als Jahresbetrieb vor sieben Jahren sei in der Hoffnung erfolgt, dass in Gstaad ein Kongresszentrum gebaut würde. Diese Pläne haben sich aber zerschlagen. Logische Konsequenz sei nun die Umstellung vom Ganzjahresbetrieb auf den Saisonbetrieb. Nach Ende der laufenden Wintersaison wird das Hotel am 11. April seine Türen schliessen. Wiedereröffnung der Sommersaison ist am 25. Juni und Ende am 19. Sep-

tember. Start zur Wintersaison ist dann am 10. Dezember. Bezüglich Qualität soll eher noch zugelegt werden, so Schiesser weiter. Die überwiegende Mehrheit der 110 Mitarbeitenden hat neue Saisonarbeitsverträge angeboten erhalten. Den Mitarbeitenden des Grand Hotel Bellevue würden auch freie Stellen im Schwesterhotel Les Trois Rois in Basel angeboten. «Die erfreuliche Nachricht», so Schiesser, sei die Verpflichtung von Urs Gschwend als neuer Küchenchef. Er wird seinen Job am 1. April antreten. Im Hotel Giardino in



Urs Gschwend kocht ab 1. April im Grand Hotel Bellevue in Gstaad.

Ascona hatte sich Gschwend 16 Gault-Millau-Punkte erkocht. Zuvor hatte er erfolgreich im «Lenkerhof» an der Lenk gewirkt.

Interhome ist Exklusiv-Partner von Orascom Development in El Gouna

Der ägyptische Unternehmer Samih Sawiris setzt ab März 2010 auf Europas grössten Ferienhausvermittler.

Der Ferienhausvermittler Interhome expandiert weiter und geht mit der ägyptischen Orascom Hotels & Development S.A.E. einer 100%igen Tochtergesellschaft des Städteentwicklers Orascom Development Holding AG, eine exklusive Partnerschaft ein. Ab 1. März 2010 ist Interhome im Orascom-Resort in El Gouna (Ägypten) präsent. Die vom ägyptischen Unternehmer Samih Sawiris gegründete und geführte Orascom Development ist auf den Bau und den Betrieb integrierter Städte spezialisiert. Ob diese neue Zusammen-

arbeit zwischen Interhome und Sawiris auch der Startschuss für eine weitere Zusammenarbeit in Sawiris' Resort in Andermatt sein wird, ist reine Spekulation. Die Zeichen stehen aber gut. Samih Sawiris, Chairman und CEO von Orascom Development, setzt auf Interhome. «Mit Interhome haben wir den optimalen Kooperationspartner gefunden, der uns mit seiner Vernetzung sowie seinen hochwertigen Dienstleistungen gut ergänzt.» Und für Simon Lehmann, CEO der Interhome-Gruppe, ist die Partnerschaft «ein Meilenstein». **sls**

Weniger Buchungsvolumen

Die Swiss International Hotels (SIH) registrierten 2009 ein Online-Buchungsvolumen von 8,691 Mio. Franken. Leicht weniger als im Vorjahr.

DANIEL STAMPFLE

Das leicht rückläufige Online-Buchungsvolumen schreibt SIH vorwiegend der allgemein schwierigen Situation und den zum Teil markanten Rückgängen Anfang 2009 in verschiedenen Städten Europas zu. Im Geschäftsjahr 2009 richtete SIH den Fokus auf



Neu bei SIH: Hotel Le Petit Manoir in Morges.

den Verkauf und implementierte mehrere verkaufsrelevante Massnahmen, wie die Marketing- und Verkaufsorganisation mittelteil. Per Anfang 2010 stiessen drei weitere Hotels zu den Swiss Inter-

national Hotels. Darunter zwei 4-Sterne-Hotels in der Schweiz: das Hotel Le Petit Manoir in Morges und das Hotel Krone in Thun. In Paris gehört das 4-Sterne-Hotel La Maison Champs Elysées neu zu SIH.

Im Jahr 2009 umfasste das Portfolio von Swiss International Hotels insgesamt 86 Hotels in der Schweiz, Deutschland, Italien, Frankreich, Asien/Pazifik und im Mittleren Osten/Afrika. Seit Januar 2009 arbeiten die Hotels mit einer neuen Online Booking Engine mit Anbindung an GDS/IDS. Auch die SIH-Website wurde mit verschiedenen Verkaufsinstrumenten ergänzt.

Schweiz

Sunstar hat ein neues Privilege-Hotel

Die Ferienclub Privilege AG, an der die Liestaler Sunstar Hotelgruppe zu 45 Prozent beteiligt ist, hat ihren Anteil am 4-Sterne-Hotel Castello di Villa in Isola d'Asti (I) von bisher 20 Prozent auf 100 Prozent erhöht. Das Boutique-Hotel im Piemont wird am 11. März 2010 unter der Marke «Privilege Hotel» in die neue Saison starten und das bewährte Konzept des ersten Privilege-Hotels Villa Caesar in Brissago übernehmen. Das Hotel hat 14 grosszügige Zimmer, Junior-Suiten und Suiten. Zum Hotel gehört noch ein Nebengebäude, das bei Bedarf künftig für weitere Hotelzimmer genutzt werden könnte. ck

Schweiz will es gleich machen wie die EU



Die Verkehrsminister der EU haben über einen besseren Schutz vor Terroranschlägen auf Flughäfen beraten. Der umstrittene Einsatz von Körperscannern soll diskutiert werden. Der spanische EU-Vorsitz will verhindern, dass es auf europäischen Flughäfen unterschiedliche Kontrollen und Sicherheitsvorschriften gibt. Die Schweiz jedoch will einen Einsatz von Körperscannern nicht ohne Koordination mit der EU einführen. ck

Hotelpreise im Vergleich zu 2008 markant gefallen

Laut Studie des Geschäftsdienstleisters Hog Robinson Group (HRG) Switzerland sind die Hotelpreise in New York am stärksten gefallen (-23%), gefolgt von Dubai und Dublin (-21%). Zürich musste wie Hongkong einen Rückgang um 18% hinnehmen und liegt auf der Liste der teuersten Städte für Hotelübernachtungen nur noch auf Platz 12. Genf, wo die Preise um 12% sanken, konnte seinen 7. Platz halten. Am meisten zahlte der Gast in Moskau: Obwohl die Preise um 5% sanken, kostet eine Hotelübernachtung durchschnittlich 465 Franken. os

Bahnhofstrasse teurer als New Bond Street



Laut einer Erhebung der Location Group ist die Zürcher Bahnhofstrasse das fünfteuere Pflaster der Welt. Für einen Quadratmeter zahlt der Mieter 9475 Franken pro Jahr. Damit hat sie die New Bond Street in London überholt (8350 Franken). Die zweitwerteste Luxusmeile der Schweiz ist die Rue du Rhône in Genf (7400 Franken). Weltweit am teuersten ist die Fifth Avenue in New York: Die Jahresmiete beträgt 18500 Franken pro Quadratmeter. os

Klein und gemütlich? Oder rückständig und zu wenig innovativ? Die Meinungen zum Ferienort Mürren gehen auseinander.

DANIEL STAMPFLI

Viele Winterferiengäste in Mürren kommen seit Jahren immer wieder. Wer als Kind hier das Skifahren erlernte, kommt oft als Erwachsener mit seinem eigenen Nachwuchs auf die Berner Oberländer Bergterrasse. Doch vereinzelt wird das Angebot als rückständig und damit zu wenig innovativ beurteilt. «In der Ortschaft scheinen die Worte Investieren, Modernisieren, Renovieren nicht bekannt zu sein», verschaffte etwa Thomas Wendelstein aus Stuttgart gegenüber Mürren Tourismus in einem Schreiben seinem Ärger Luft. Er komme nunmehr seit 30 Jahren jährlich nach Mürren und habe festgestellt, «dass in diesem Ort das 21. Jahrhundert noch in weiter Ferne liegt».

Reaktionen und Anregungen werden ernst genommen

Wenn einer während 30 Jahren nach Mürren käme und ihm nicht auffiele, dass in Neuerungen investiert und viel unternommen werde, um vorhandene Mängel zu beheben, sei dies «ein armer Mann», konstatiert René Feuz, Leiter Mürren Tourismus. «Ebenfalls sehr bedauerlich» sei laut Ferienagent Thomas Wendelstein, dass noch keine Langlaufloipe eingerichtet worden sei. Gleichzeitig macht er einen konkreten Vorschlag: «von Grütisch bis zum südlichen Ende von Mürren, aus-



Mürren im Winter: Beschaulichkeit und Gemütlichkeit prägen das Bild. Keine Spur von Mondanität.

René Feuz/htr

Mürren in Mürren

serdem etwas anspruchsvoller auch mit einer Überquerung des Allmendhubels.» Dem widerspricht René Feuz: «Dieser Vorschlag ist nicht umsetzbar, denn es ist ein Winterwanderweg.» Und das Überqueren der Skipiste mit einer Langlaufloipe sei gesetzlich gar nicht erlaubt. Es sei jedoch kein Problem, mit der Bahn nach Lauterbrunnen oder Stechelberg zu fahren, wo eine gute Loipe zur Verfügung stehe. Gleichzeitig räumt Feuz ein, dass man Reaktionen und

Anregungen wie jene Wendelsteins durchaus ernst nehme. «Wir haben Thomas Wendelstein unsere Stellungnahme direkt zukommen lassen, und damit ist für uns die Geschichte erledigt», so Feuz. Allzu sehrentäuscht dürfte Wendelstein von Mürren allerdings doch nicht sein. Denn er schloss sein Schreiben mit folgenden Worten: «Wir kommen weiterhin gerne nach Mürren, allerdings geben wir die Hoffnung, dass diese Anregungen Folgen haben werden, nicht auf.»

8 Mio. Franken für Sanierung des Kur- und Sportzentrums

Dass Mürren bereit ist, in Modernisierung und Ausbau zu investieren, zeigen die Pläne mit dem

Alpinen Kur- und Sportzentrum (AKSZ). Eine Studie des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus der Uni Bern ergab, dass das AKSZ für die Destination Mürren einen ganz zentralen Stellenwert hat und mittels Sanierung die Attraktivität gesteigert werden müsse. Der Kanton Bern hat zugesagt, sich finanziell zur Hälfte an der 8 Mio. Franken teuren Sanierung zu beteiligen. Bis heute brachte die Aktiengesellschaft AKSZ selbst 3,2 Mio. Franken zusammen. «Wir sind immer noch am Sammeln, gleichzeitig aber auch auf Kurs. Wir möchten möglichst nahe an die 4 Mio. Franken herankommen, damit der Kanton vorbehaltlich der Zustimmung des Grossen

Rates verdoppeln wird», so Feuz. In der Herbstsession 2010 soll das Projekt dem Berner Grossrat unterbreitet werden.

Zu den Sorgenkindern Mürrens gehört das Hotel Alpin Palace, das laut Homepage «wegen Renovierungsarbeiten bis zur Wintersaison geschlossen bleibt». Und dies ist es auch zum heutigen Zeitpunkt noch. «Wir hoffen, dass es möglichst schnell wieder öffnet, damit wir wieder über die 100 Betten, die uns in Mürren fehlen, verfügen können.» Übernommen hatte das Hotel Alpin Palace vor einem Jahr Svetlana Kan aus Kasachstan, die durch eine Investorengruppe aus ihrem Heimatland unterstützt wird.

Tessin: «Zu viel Improvisation»

Im Tessin tobt eine intensive Debatte über die Bedeutung des Tourismus und die Strategie des Verkehrsvereins.

GERHARD LOB

Vor Kurzem hat der Tessiner Grosse Rat den neuen Tourismus-Rahmenkredit für die Jahre 2010–2013 in Höhe von 32 Mio. Franken gesprochen (htr vom 28. Januar). In der Debatte unterstrichen einmal mehr etliche Politiker von rechts bis links die wichtige Bedeutung des Tourismus für die Tessiner

Volkswirtschaft. Und das Tourismus- und Hotelgewerbe frohlockte ob dem Millionenerfolg.

Doch es kamen unangenehme Fragen zum Traktandum auf. Nicht aus der Politik, aber aus der Wirtschaftswissenschaft. Daniele Besomi, Ökonom an der Uni Lausanne, zeigte in einem Essay in der Tageszeitung «La Regione» etliche Schwachstellen in der Tessiner Tourismuswirtschaft auf. Nicht einmal auf die einfachsten Fragen, so Besomi, haben man bis heute eine verlässliche Antwort.

So wisse man nicht, wie gross der Anteil des Tourismus am kantonalen Bruttoinlandsprodukt sei. Die immer wieder genannte Zahl

von 11 bis 12 Prozent sei veraltet und methodisch nicht verlässlich, kritisierte der Wirtschaftswissenschaftler. Dabei sei es doch in Bezug auf die Investitionsstrategien von grossem Gewicht, ob dieser BIP-Anteil 6 oder 12 Prozent betrage. Unbekannt sei die Zahl der Arbeitsplätze, die direkt oder indirekt mit dem Tourismus verknüpft seien, genauso wie die Antwort auf die Frage, in welchen Gegenden des Tessins die Wertschöpfung in welcher Höhe erbracht wird. Statt

auf genaue Daten und ihre Auswertung zu setzen, werde im Tourismus vor allem improvisiert.

Das liess der Direktor des kantonalen Verkehrsvereins (ETT), Tiziano Gagliardi, nicht auf sich sitzen. Zwar gab er einige Schwachstellen zu, doch gerade mit dem neuen Strategie-dokument «Tourismus 2010–2013» verfüge man über eine hervorragende Grundlage künftiger Arbeit. Und auch das Observatorium für den Tourismus werde wieder aktiviert.

Eine Debatte in der Debatte bildet die Präsenz der Deutschen im Tessin. Immerhin stellen die Deutschen nach den Deutschschweizern die wichtigste Gruppe an Feriengästen. Zusammen mit der Euro.08 und dem Aufenthalt des deutschen WM-Teams im Tessin intensivierte Ticino Turismo seine Anstrengungen auf dem deutschen Markt. Trotzdem ging 2009 die Zahl deutscher Touristen zurück – entgegen dem landesweiten Trend und bei besserem Wetter als 2008. Für Besomi ein klares Zeichen falschen Marketings. ETT-Direktor Gagliardi entgegnet: «Ohne unsere Marketing wären noch weniger Deutsche gekommen.»

«Ohne unser Marketing wären noch weniger Deutsche gekommen.»

Tiziano Gagliardi
Direktor Tessiner Verkehrsvereins

Jungfraubahnen: gutes 2009

Im Geschäftsjahr 2009 erzielten die Jungfraubahnen den zweithöchsten Verkehrsertrag in der Unternehmensgeschichte.

DANIEL STAMPFLI

Mit 102 Mio. Franken fiel der Verkehrsertrag des Jahres 2009 um 1,1 Prozent geringer aus als jener des Rekordjahres 2008. Angesichts des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds sei das Geschäftsjahr 2009 deutlich besser ver-

laufen als erwartet, ist dem am Dienstag veröffentlichten Aktionärsbrief zu entnehmen. Der Gästeverkehr aus Asien auf dem Jungfraujoch habe durch Aktionen in der Schweiz und Europa wettgemacht werden können. Insgesamt nahmen die Personenfrequenzen auf Jungfraujoch um 3,7% auf 651 000 zu. Es habe sich bewährt, die Zahl der Passagiere auf 5000 pro Tag zu beschränken. Dieses Regime gilt seit Mai 2009.

Weniger gut begonnen hat die Wintersaison 2009/10, die zwei Wochen später begann als die letzte Saison. Bis Ende Januar ver-

zeichnete die Region Jungfrau diesem Winter gegenüber der Saison 2008/09 einen Ertragsrückgang von 6,2%. Die Jungfraubahnen führen dies in erster Linie auf schlechtes Wetter und fehlende Tagesgäste zurück.

Gewinn und Einzelheiten zum Ergebnis werden an der Bilanzmedienkonferenz am 15. April bekannt gegeben. Der Generalversammlung vom 17. Mai wird der Verwaltungsrat beantragen, Peter Baumann als zusätzliches Mitglied in den Verwaltungsrat zu wählen. Baumann ist Ingenieur ETH und wohnt in Grindelwald.

Chinesen haben nun ihr Hotel-Bewertungsportal

Das Reiseportal HolidayCheck.de baut seine internationalen Websites weiter aus. Als neuestes Angebot startet jetzt für China die Plattform HolidayCheck.cn. Chinesische Urlauber können Bewertungen in ihrer eigenen Sprache lesen und selbst Hotelbewertungen abgeben. Buchungen von Hotelzimmern sind in Kürze ebenfalls möglich. Besonders attraktiv ist die neue Website für Chinesen, die Fernreisen unternehmen und dazu in ihrer eigenen Sprache bisher wenige Informationen fanden. ck

In Hamburg bucht der Gast sein Hotel im Taxi

Durch die Kooperation, die Hamburg Tourismus GmbH mit Hansa Taxi eingegangen ist, ist es erstmals in Deutschland möglich, eine grosse Auswahl an Hotels direkt aus dem Taxi zu buchen. Die Zentrale von Hansa Taxi erhält über den Taxifahrer die Anfrage des Fahrgastes und sucht daraufhin das dem Gast entsprechende Hotel zu den tagesaktuellen Raten. Hansa benachrichtigt das Hotel, während der Gast dorthin unterwegs ist. Der Gast wird im Hotel erwartet und kann direkt einchecken. ck

«Die Talsohle ist jetzt erreicht»

Arabella-Hospitality-Chef Wolfgang Neumann über Firmenkultur, Chancen in der Schweiz und Hotelnächte für 68 000 Franken.

ANDREAS GÜNTERT

Wolfgang Neumann, Sie haben letzten April nach dem Tod des Firmeninhabers Stefan Schörghuber den Geschäftsleitungsvorsitz der Arabella Hospitality Group übernommen. Wie war das für Sie?

Der Tod von Stefan Schörghuber führte zu einem Umbruch in der Firma. Seine Witwe hat das Unternehmen daraufhin in kurzer Zeit und auf fantastische Weise umgebaut und so Aufbruchstimmung geschaffen. Ich muss aber auch sagen, dass ich Respekt hatte vor meinem Schritt. Weil es ein Wechsel war in eine andere Firmenkultur.

Nach 24 Jahren bei Hilton kamen Sie in ein mittelständisches Unternehmen. Ein Kulturschock?

Überhaupt nicht. In der Arabella Hospitality Group findet sich das Beste aus zwei Welten. Einerseits die Vorteile eines mittelständischen Unternehmens: man kann schneller agieren als im Grosskonzern, gleichzeitig aber auch langfristiger denken. Und in der Führung fallen viele politische Überlegungen weg. Auf der anderen Seite arbeiten wir durch das Starwood-Joint-Venture mit einer renommierten Grossfirma zusammen. Hier der global tätige Riese, da das kleine Privatunternehmen mit Geschichte, Unternehmerrgeist und bayerischer Kultur – das passt.

Ihr Arabella-Eintritt fiel in eine der grössten Krisen des Hotelgeschäfts. Wie lief das Jahr für die Firma?
Es mag Leute geben, die sagen, das Jahr sei nicht so schlimm gewesen. Wollen Sie wissen, wie es wirklich war? Es war eine Katastrophe. Wir sind mit

einem Umsatz-Einbruch von zwölf Prozent noch gut davongekommen. Ich denke, dass nun die Talsohle erreicht ist. Auch wenn sich die Erholung noch nicht so ausgeprägt zeigt, wie wir uns das wünschen.

Zu Jahresbeginn wurde in Deutschland die Mehrwertsteuer für Beherbergungsdienstleistungen von 19 auf 7 Prozent gesenkt. Geben Sie das Ihren Gästen weiter?

Das Geld, das wir nun sparen, investieren wir hauptsächlich in mehr Trainingsaktivitäten für unsere Mitarbeiter. Daneben sind wir offen für preisliche Aktionen, aber generell runter gehen wir sicher nicht.

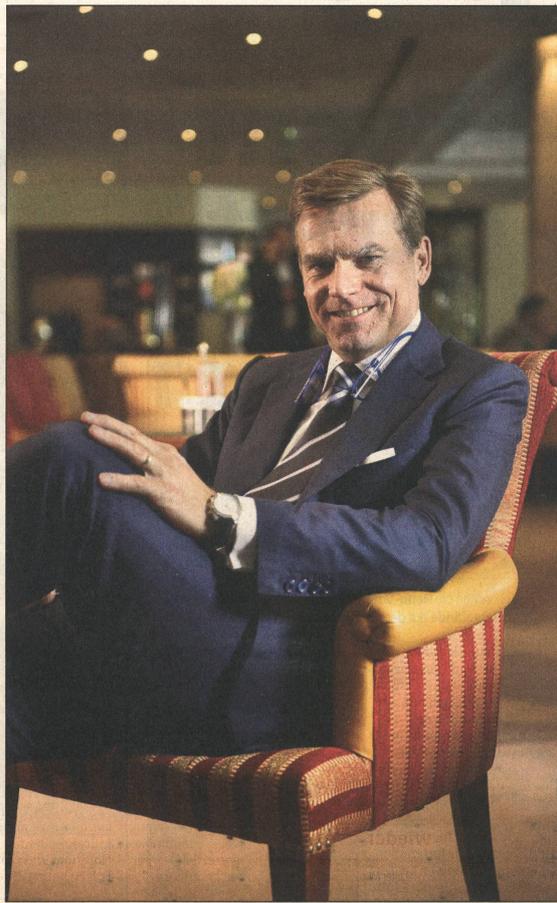
Welche Rolle spielt die Schweiz für die Arabella Hospitality Group?

Die Schweiz ist ein Kernmarkt für uns. Und die Vernetzung mit der Arabella Schweiz AG, die ja neben der Hotellerie auch in der Gastronomie, in der Aus- und Weiterbildung sowie im Finanzbereich tätig ist, zeigt sich als wertvoll.

Die Schweiz ist ein sehr attraktives Land, das den Tourismus äusserst professionell betreibt.

Hat es neben Ihren bisherigen Betrieben in Zürich, Genf und Davos Platz für mehr Arabella-Häuser?

Ja, und zwar sowohl im Freizeit- wie auch im Geschäftsbereich. Ich kann mir vorstellen, dass es in Basel und Genf noch Möglichkeiten gibt für uns. Auch deshalb, weil das Land in Sachen Markenthotellerie unterentwickelt ist. In den USA dominiert die Markenthotellerie mit 68 Prozent Marktanteil, in Europa sind es 38 Pro-



Wolfgang Neumann: «Wir sind mit einem Umsatz-Einbruch von 12 Prozent noch gut davongekommen.»

zent – in der Schweiz aber noch unter 20 Prozent. Da liegt noch mehr drin.

Arabella führt als Kleingruppe mit St. Regis, Westin, Sheraton, Four Points by Sheraton und The Luxury Collection nicht weniger als sechs Marken. Ein klares Profil ist nicht erkennbar.

Das sehe ich ganz anders. Bei uns steht der Gast im Mittelpunkt, und dieser übernachtet einfach in einem Sheraton oder einem Westin. Gäste wünschen eine Unterkunft im hoch- oder mittelklassigen Segment – und wir können sie zielgenau mit unseren Marken bedienen.

Ein Gemischtwarenladen?

Auf einem Blatt Papier mag das so aussehen. Aber für den Gast präsentiert sich diese Markenvielfalt als wertvolles Zusammenspiel. So kann er nämlich je

nach situativer Neigung unsere Hotels quer durch den Markengarten benutzen – und profitiert doch immer von unserem Loyalitätsprogramm.

Das luxuriöseste Angebot aus ihrem Markengarten ist bestimmt die 1680 Quadratmeter grosse Royal Penthouse Suite im Genfer Präsident Wilson, die pro Nacht 68 000 Franken kostet. Haben Sie dort schon einmal übernachtet?

Nein, ich wehre mich dagegen. Dieses Erlebnis gönne ich lieber unseren zahlenden Gästen.

Hand aufs Herz: Kann eine Übernachtung wirklich 68 000 Franken wert sein?

Natürlich kann sie das. Es gibt nun einmal Gäste mit sehr hohen Ansprüchen und besonderen Wünschen. Und das ist auch gut so, weil es die Welt spannend hält.

«Ich kann mir vorstellen, dass es in Basel und Genf für uns noch Möglichkeiten gibt.»

Wolfgang Neumann
Chef Arabella Hospitality Group

Standpunkt

Bestgehütet: Das Schweizer Tourismus- Geheimnis



JÜRIG SCHMID

Es ist in aller Leute Munde: das Schweizer Bankgeheimnis. Das Geschäftsmodell sorgt für Schlagzeilen – leider primär negative. Das Image der Schweiz ist angekratzt. Es steht viel auf dem Spiel. Es geht um die Reputation unseres Landes.

Zum Glück haben wir noch ein anderes Geheimnis in der Hand, das für den Standort Schweiz gerade jetzt nützlicher denn je sein könnte: das Tourismus-Geheimnis. Es ist wohl eines der bestgehüteten. Die pure Natur, die Echtheit der Gastgeber, die verborgenen Schön-

«Unsere Politik ist aufgerufen, dem Imagefaktor Tourismus Rechnung zu tragen.»

heiten sind erstklassige Sympathieträger. Sie locken jährlich Millionen von Gästen an. Die direkte und indirekte Wertschöpfung dieses dritt-wichtigsten Wirtschaftszweiges ist hoch bedeutsam für unser Wohlergehen – und für unser Ansehen. Die Schweiz ist nicht nur ein Banken-, sondern auch – und vor allem – ein alpines Tourismusland der ersten Stunde.

Unsere Volkswirtschaft braucht Diversifikation. Das bestätigen unterdessen sogar die grössten Skeptiker, die viele Jahre unsere Branche ihrer geringen Produktivität wegen belächelt hatten. Gerade in Krisenzeiten schafft der Tourismus willkommene Arbeitsplätze. Die Hege und Pflege des Tourismus ist deshalb für unser Land essenziell.

Hier sind einerseits die Touristiker gefordert, indem sie innovative Angebote schaffen, die ökologisch und ökonomisch tragfähig sind. Swissness soll weiterhin ein Synonym für Wahrfähigkeit und Vertrauenswürdigkeit, für Qualität und Gastfreundschaft bleiben. Zum anderen ist unsere Politik aufgerufen, dem Image- und Produktionsfaktor Tourismus angemessene Rechnung zu tragen. Spätestens wenn es um die Refinanzierung von Schweiz Tourismus als führende Vermarktungsorganisation in diesem Land geht, können unsere Volkswirtschaftler Akzente setzen. Für das weltweit beliebte Reiseland Schweiz.

Jürg Schmid ist Direktor von Schweiz Tourismus in Zürich.

Wenn der Rock 'n' Roll sein Gesicht verliert



FRANZISKA EGLI
REDAKTORIN

**Zum Thema
Nichtrauchen**

Ich gestehe: Mich ödet diese ganze Raucher-Nichtraucher-Debatte an. Dieses Gut-Böse-Ding? Grauenhaft, und ich stehe mittendrin: Ich bin Nichtraucherin mit Hang zum Genussrauchen. Ein- bis zweimal die Woche zünde ich mir eine bis zwei Zigis an. Im Ausgang, nach geselligem Essen, in Gesellschaft. Aber auch ich bin froh, dass sich niemand mehr angewidert von mir abwendet, wenn ich spätnachts heimkomme und ins Bett falle. Und über-

haupt, dass die Kleider nicht mehr stinken. Und dass es im Restaurant keinen Ärger mehr gibt. Und dass man bedenkenlos mit Kindern überall hin kann. Und dass das Personal nicht mehr unter Rauch leiden muss. Und dass meine Mutter nicht vor jedem Ausgang mit hochgezogener Augenbraue und leicht gequälter Stimme nach den dortigen Gepflogenheiten fragt. Ist mir alles recht. Ich kann mich sogar damit abfinden, dass auch in verruchten Bars nicht mehr geraucht werden darf.

«Weit und breit kein Dunst, kein Dreck, kein Ärger, keine Kippe, kein Ambiente – es war kein Zustand.»

Was aber nicht geht, ist Folgendes: Ein Club neulich nachts. Ein Konzert der wilderen Sorte. Die Musik: grossartig. Die Stimmung: fantastisch. Jedenfalls zu Beginn, denn irgendwann, unmerklich, kippte sie. Ich, manchmal etwas begriffstutzig, zu

meiner Freundin: «Was ist denn hier los?» – Sie: «Was wohl. Finito paffen» und deutet mit dem Handrücken eine Henkersbewegung an. Uns bot sich ein Bild des Jammers: Die wenigen Gäste, die noch anwesend waren, lauschten andächtig der Musik und wippten sachte im Takt. Oder lümmelten gesittet an der Bar rum und nippten an ihrem Bier. Weit und breit kein Dunst, kein Dreck, kein Ärger, keine Kippe, keine Ambiance, kein Ambiente, kurz: kein Rock 'n' Roll. Es war kein Zu-

stand. Wir gingen raus, schliesslich musste das verdaut werden. Und siehe da, draussen vor der Tür, in eisiger Kälte, waren sie alle versammelt, die Sünderböcke und dem Blauen-Dunst-Fröner. Verstellten die Strasse und foppten die Securitas, lachten zu laut und rauchten definitiv zu viel. Man paffte und schwatzte und schwatzte und paffte. Meine Freundin raunte mir zwischen zwei Zügen ein Oscar-Wilde-Zitat zu: «Allem kann ich widerstehen, nur der Versuchung nicht.»



«Im Jacuzzi-Whirlpool pflege ich die innere Kraft.»

Simon Ammann Goldmedaillen-Gewinner

Hunde-Event mit Zugkraft

Letztes Wochenende trafen sich mehr als hundert internationale Schlittenhund-Gespanne an der Lenk. Der Tourismus im Tal hat profitiert.

KARL JOSEF VERDING

Das Schlittenhundrennen zog viele Renn Teilnehmer und Zuschauer an. «Wir hatten insgesamt 110 Teilnehmer, die zum grössten Teil mit einem Partner anreisen. Das heisst: wir hatten rund 220 Personen, die zwischen einer und zwei Nächten an der Lenk übernachteten», freut sich Denise Bächler, zuständig für Marketing und Events bei Lenk-Simmmental Tourismus. Und: «Erfreulicherweise hatten wir am Rennwochenende sehr viele Zuschauer, die das Rennen am Streckenrand hautnah miterleben konnten. Es waren rund 1000 während den beiden Tagen.» Die Rennen in verschiedenen Kategorien starteten jeweils um 10 Uhr und führten durch einen übersichtlichen Rundkurs im Lenker Talbo-



Die Zuschauer konnten die Renn-Vorbereitungen der Schlittenhundeführer im Start- und Zielgelände auf der Lischmatte mitverfolgen.

den. Die Zuschauer konnten das Rennen sowie die Vorbereitungen der Musher (Schlittenhundeführer) im Start- und Zielgelände auf der Lischmatte mitverfolgen.

Das Lenker Rennen ist vom Verband ESDRA sanktioniert, was eine Qualifikationsmöglichkeit unter anderem für die Europameisterschaft bedeutet. Ein «Dörfli» mit Verkaufsständen bot allerlei Zubehör und Nützliches für Hundesport und Freizeit. Das Internationale Schlittenhundrennen an der Lenk wird vom Hundesportclub Obersimmmental, dem Schweizerischen Musher-Verband und Lenk-Simmmental Tourismus organisiert.



Ausser Atem? Nein, die Zunge hängt zur Kühlung heraus...



Das Lenker Rennen ist vom europäischen Verband anerkannt, was eine Qualifikation unter anderem für die Europameisterschaft ermöglicht.

Sesselrücken

Vom «Seven» in die Chefrolle des «Vitznauerhofs»

Am 1. April übernimmt Pascal Schmutz (26) in den drei Restaurants Sens, Panorama und Inspiration sowie in der BARIOle des Vier-



sternhotels Vitznauerhof am Vierwaldstättersee das kulinarische Zepter. Davor war er Stellvertreter von Chefkoch Ivo Adam im Ristorante Seven in Ascona. Schmutz war 2008 in der Kocharena der Zagg-Messe der Gesamtsieger.

Vom «Dolder Grand» zur Gemeinschaftsgastronomie

«DSR Le Restaurateur», die auf Personalrestaurants und Gemeinschaftsgastronomie ausgerichtet



Unternehmung mit Westschweizer Wurzeln, erhält Verstärkung im kulinarischen Bereich. Ab dem 1. März zeichnet Claudio Schmitz, der noch bis Ende des Monats als Executive Chef à la carte im Garden Restaurant des «The Dolder Grand» in Zürich wirkt, als neuer Executive Chef für die Deutschschweizer Betriebe verantwortlich.

Leiter Gastronomie für Natur- und Tierpark Goldau

Erich Aschwanden ist neuer Leiter der gesamten Gastronomie im Natur- und Tierpark Goldau. Sein oberstes Ziel sei es, die Gäste kulinarisch zu begeistern. Deshalb will er ein neues Gastronomiekonzept erarbeiten, das in den nächsten Monaten Schritt für Schritt umgesetzt wird. Zuletzt hat Aschwanden das Gasthaus Pluspunkt, Stiftung BSZ, in Brunnen geführt. Er ist Präsident des Regioverbandes Rigi-Mythen und Delegierter für «Das Beste der Region».

«Neue Blumenau» mit neuem Chef de Cuisine

Am 2. März wird die «Neue Blumenau» in Lömmenschwil nach Abgang von Küchenchef Thuri Maag



und «kurzer kreativer Pause» wiedereröffnet. Aus der Küche wird frischer Wind wehen. Besitzer Felix Bertschinger (Bild, rechts) macht die «Blumenau» zur Plattform für einen jungen, talentierten Koch. Nenad Milarevic (links) ist ab sofort Chef de Cuisine. Seine letzte Station war das Zürcher «Mesa» (Aufsteiger des Jahres 2010). k.j.v.

Ritz Madrid verwöhnt Gstaad

Gstaads Grand Hotel Park veranstaltet seine Journées Gastronomiques. Zum Auftakt am letzten Wochenende präsentierte es die Kunst der Küchen-Equipe des Hotels Ritz aus Madrid.

KARL JOSEF VERDING

Chef und Equipe eines Hotels von höchstem Rang aus der spanischen Metropole kochten im Grand Hotel Park. Jorge González, Küchenchef des Hotels Ritz in Madrid, und seine Helfer gaben den Gästen des Hotels die Gele-



Kulinarisch-musikalisch vereint (v.l.n.r.): Jean-Yves Blatt, Generaldirektor Grand Hotel Park, spanische Tänzerin, Jorge González, Executive Chef Ritz Madrid, Giuseppe Colletta, Executive Chef Grand Hotel Park, zwei Musiker, und Juan José Marinex Ortiz de Zarake, Vize-Direktor des Ritz Madrid.

genheit, eine grosse Auswahl an traditionellen spanischen Spezialitäten zu entdecken. Ausserdem präsentierten die Ritz-Köche ihre

kreativen eigenen Originalrezepte, die sich von der baskischen und der französischen Küche beeinflussten.

Paul Bocuse teilt Fisch-Auszeichnung mit Kämpfern gegen die Überfischung

Geehrt werden Bocuse, Namibias Fischereiminister Abraham Iyambo und Ex-EU-Fischereikommissar Joe Berg.

Der 3-Sterne-Koch Paul Bocuse (84) teilt sich mit den zwei Politikern den Kungsfenan Swedish Seafood Award. An Bocuse wurde er in der Kategorie Maritime Gastronomie verliehen. Zur Leistung des Franzosen hiess es, Bocuse habe das Niveau dieses Bereichs der Gastronomie angehoben. Die Jury verwies auf den von ihm 1987 lancierten Wettbewerb «Bocuse d'Or»: «Durch die Teil Konkurrenz «Bestes Fischgericht» haben Fisch und Schalentiere eine herausragende Position in der anspruchsvollen Kochkunst erobert.» Der



Leif Mannerström überreicht die Auszeichnung an Paul Bocuse.

Preis ist mit insgesamt 59000 Franken dotiert. Iyambo und Berg teilen sich die zweite Hälfte. k.j.v.

Aufsteiger André Lüthi



Am Sanktgaller Touristiker-Tag vom letzten Freitag wurde André Lüthi, CEO des Globetrotter Travel Service, mit dem «travel manager Personality Award» zur Branchenpersönlichkeit des Jahres gewählt. Mit der Auszeichnung wird jährlich eine Vorzeigefigur aus der Tourismusbranche geehrt, die sich mit ihrem Engagement, ihrem Erfolg und ihrem Visionen Respekt verschafft und in der Öffentlichkeit für Beachtung sorgt. Die Leser des «travel manager» hatten aus zwölf Vorschlägen ihre Favoriten bestimmen können. k.j.v.

Umsteiger Hanspeter Mazenauer

Die Stelle des Leiters Freizeit, Sport, Liegenschaften war in der Abteilung Bau der Stadt Arbon seit September 2009 vakant. Mit der Wahl von Hanspeter Mazenauer hat der Stadtrat diese Schlüsselposition nun neu besetzen können. Mazenauer ist ein erfahrener Fachmann im Bereich Tourismus.



Unter anderem war er Leiter Marketing Ostschweiz. A.D. Bollat Tourismus und Leiter Marketing St. Gallenland Tourismus. Am letzten Montag trat er seine neue Stelle an. Zu seinem Werdegang gehörte unter anderem eine Weiterbildung zum Marketingleiter GIM-IMB. k.j.v.

Luzerner Koch unter besten Rezidor-Lernenden

Der strahlende Sieger bei den Köchen heisst Gian Pietro Cameri. Sein Handwerk lernt er im Radisson Blu Hotel, Luzern.

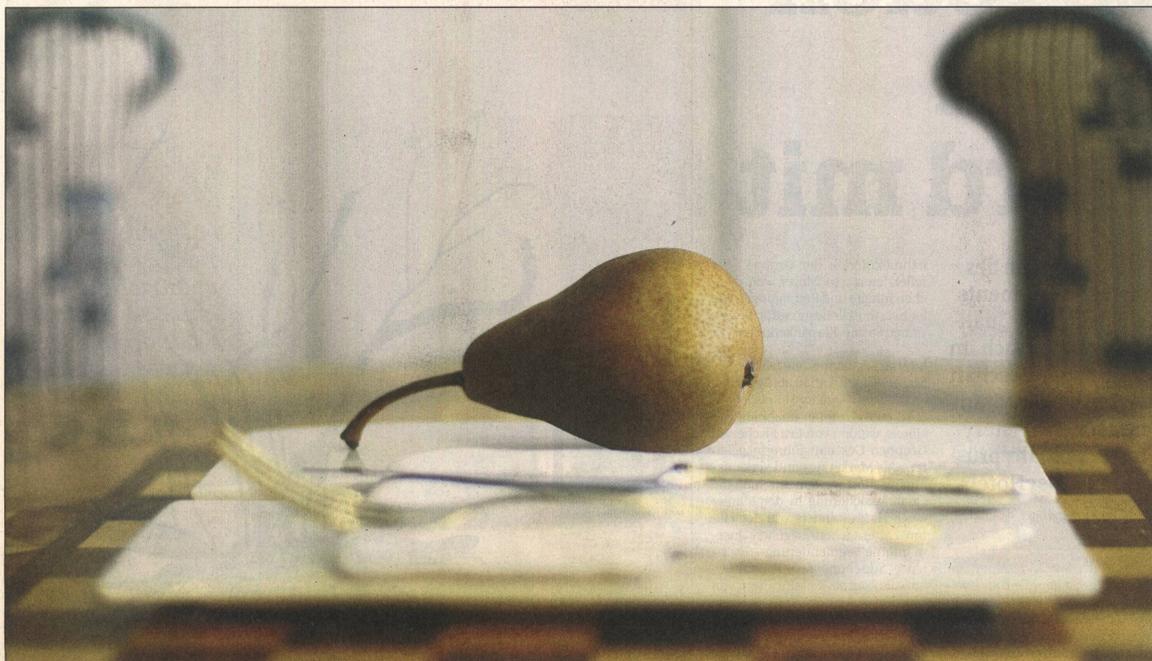
KARL JOSEF VERDING

28 Auszubildende aus den Sparten Hotelfachmann, Restaurationsfachmann und Koch hatten sich unter den nahezu 600 Lehrlingen der 48 Rezidor-Hotels in Deutschland, Österreich und der Schweiz qualifiziert. Der Wettstreit fand im Radisson Blu Resort Schloss Fleesensee statt.



Siegerfoto (v.l.n.r.): Gaston Gellens, GM Radisson Blu Hotel, Berlin, Gian Pietro Cameri, 1. Platz Köche, Radisson Blu Hotel Luzern, Stefan Meyer, 2. Platz Köche, Schloss Fleesensee, Susanne Peter, 1. Platz Hofas, Schloss Fleesensee, Nadine Girke, 2. Platz Hofas, Radisson Blu Leipzig, Daniel Bojahr, GM Radisson Blu Resort Schloss Fleesensee, Martina Wenta, HR Manager, Radisson Blu Hotel, Hamburg Airport, Schirmherrin.

Qualitätsstandards. Hotelketten und -gruppen. Qualitätsstandards in internationalen Häusern sind meist weltweit die gleichen. Sie umzusetzen, erfordert auch eine gute interne Kommunikation, sagt Manfred Bruhn.



Qualität in Luxushotels heisst: Täglich frische Früchte im Hotelzimmer. – Alle unsere Hauptfotos in diesem Fokus entstanden im Swiss Deluxe Widder Hotel in Zürich. Alain D. Bollat

Dienstleistungsqualität muss verinnerlicht sein. Sie kann nur begrenzt antrainiert werden. Es gibt Menschen, die freundlich sind, Einfühlungsvermögen haben und auf Menschen zugehen können. Und es gibt Menschen, die weniger offen sind. Bei denen kann man versuchen, Qualitätsdenken anzutrainieren. Freundlichkeit kann man nicht befehlen und nicht instru-

«Der Direktor spielt eine wichtige Rolle, denn er übernimmt eine Vorbildfunktion.»

Manfred Bruhn
Professor an der Uni Basel

mentalisieren. Deshalb ist es ganz wichtig, bei der Einstellung der Mitarbeitenden darauf zu achten, dass sie diese Eigenschaften mitbringen.

Angenommen, Sie müssten als Hoteldirektor zwischen zwei Bewerberinnen entscheiden: Würden Sie jene mit einer guten fachlichen Ausbildung oder jene mit der Fähigkeit, Dienstleistung erbringen zu können, einstellen?

(lacht) Oh, eine Fangfrage! Klar jene Bewerberin mit der Fähigkeit, Dienstleistung erbringen zu können. Das Fachwissen lässt sich einfacher beibringen.

Spürt der Gast, ob die Gastfreundschaft echt ist?
Sofort. Im ersten Moment.

Welchem Hotelier würden Sie ganz persönlich einen Qualitäts-Award überreichen?

Da bin ich natürlich aufgrund meines Wohnsitzes etwas befangen, aber mit Überzeugung würde ich das Les Trois Rois in Basel und den General Manager, Reto Kocher, nennen.

Zur Person
Professor Manfred Bruhn

Manfred Bruhn ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Unternehmensführung, am Wirtschaftswissenschaftlichen Zentrum (WWZ) der Universität Basel sowie Honorarprofessor an der Technischen Universität München. Er hat zahlreiche Publikationen veröffentlicht. Unter anderem zu den Schwerpunkten Strategische Unternehmensführung, Dienstleistungsmanagement und Qualitätsmanagement. Das Buch «Qualitätsmanagement für Dienstleistungen» ist im Springer Verlag erschienen. ck

Qualität beginnt im Kern

Ohne innere lässt sich äussere Qualität nicht leben, sagt Manfred Bruhn. Der Professor an der Uni Basel hat mehrere Bücher zum Thema Qualität verfasst.

CHRISTINE KÜNZLER

Manfred Bruhn, für Hotels ist die Dienstleistungsqualität das A und O. Machen Sie gute Erfahrungen in Schweizer Hotels? Qualität ist auch eine Frage des Preises. Für die guten und sehr guten Hotels ist es eine Maxime, den Preis durch Qualität zu rechtfertigen. Das gilt sowohl für Schweizer Hotels, die von Eigentümern geführt werden, als auch für Kettenhotels, die von amerikanischen Müttern betrieben werden und ein inter-

national gesteuertes Qualitätskonzept haben. Die nationalen Hotels sind angewiesen auf Vorgaben, wie man Qualität messen, prüfen und sichern kann.

Ihre Erfahrungen in den Schweizer Hotels?
Im Prinzip positiv. Aber auch hier muss das Preis-Leistungs-Verhältnis berücksichtigt werden. Einen guten Service erhält man nur, wenn man bereit ist, einen entsprechenden Preis zu zahlen. Für Schweizer Hotels stellt sich nach meiner Einschätzung auch die Frage, ob und wie das Personal die Schweizer Qualitätsstandards sicherstellen kann.

Die Mitarbeitenden müssen viel Qualität gegen aussen bieten. Oft aber ist die hausinterne Qualität mit der äusseren nicht kongruent. Wie sehen Sie das?
Ein altes Thema: Das, was gegen aussen vorgegeben wird, wird innen nicht eingehalten. Doch alle Studien beweisen,

dass hier ein starker Zusammenhang besteht. Nur wenn ich die Qualität nach innen sichere, kann ich sie nach aussen bieten. Wenn ich mit Mitarbeitenden intern Probleme habe, ist es meistens so, dass diese auch extern keine Qualität liefern können.

Was brauchen Mitarbeitende intern, um Qualität vorleben zu können?

Die Studien zeigen zwei Bereiche. Der eine Bereich ist die interne Kommunikation. Es ist notwendig, eine gute Aufwärts, Abwärts- und Seitwärts-Kommunikation zu pflegen. Das heisst, Themen wie Kunden- oder Gäste Probleme müssen gegen alle Seiten

hin gut kommuniziert werden. Der zweite Bereich sind die Steuerungssysteme. Es braucht Instrumente, damit die Qualität nicht von der guten Laune des



«Ein altes Thema: Was gegen aussen vorgegeben wird, wird innen nicht eingehalten.»

Manfred Bruhn
Professor an der Uni Basel

wichtige Rolle, denn er übernimmt eine Vorbildfunktion. Er muss Qualität vorleben und nicht nur darüber reden. Wenn er nicht selbst aktiv demon-

striert, dass er sich für Qualität einsetzt, kann er von seinen Mitarbeitenden nicht erwarten, dass sie Qualität sicherstellen.

Braucht jedes Hotel einen Qualitätsverantwortlichen? Qualität an eine Abteilung zu delegieren, ist immer gefährlich. Es kann nicht darum gehen, eine Stelle zu schaffen, welche die Verantwortung für Qualität trägt. Doch ein Qualitätsverantwortlicher kann die Koordination übernehmen und Schnittstellen definieren.

Wenn Qualität Chefsache ist, lassen sich also gute Qualitätsstandards auch in kleineren Hotels umsetzen?

Noch besser. Dort hat der Direktor einen unmittelbaren direkten Kontakt auf allen Ebenen. Der Hotelier kann seinen Mitarbeitenden Qualität vorleben.

Kann Dienstleistungsqualität überhaupt antrainiert, oder muss sie verinnerlicht werden?

HÄFELE
FINDING BETTER WAYS

Mehr Komfort für Gäste, Personal und Management: Mit dem elektronischen Schliesssystem Dialog

dia lock **design**

Häfele Schweiz AG
8280 Kreuzlingen | Tel. 071 686 82 00 | www.haefele.com

frischindieküche

pistor

www.pistor.ch

Hotelfinden! Sie haben die Wahl.

www.swisshotels.com

hotellerie.suisse
Swiss Hotel Association

REPA AG
COFFEE SYSTEMS

Repa AG
Talstrasse 29
5703 Seon

Telefon 062 775 07 07
www.repa.ch

DOUWE EGBERTS

Qualitätsstandards. Marketing-Kooperationen. Einige nehmen die Klassifikation als Grundlage für ihre internen Kriterien. Gruppen wie Private Selection verstärken ihre Qualitätsmassnahmen.

Gäste reden beim Standard mit

Wir bauen in der Qualitätssicherung etwas Neues auf», sagt Esther Dysli, Geschäftsführerin der Private Selection Hotels. «Auf die Qualitätsfrage wird es bei uns eine mehrfache Antwort geben. Zuerst aber werden wir unseren Gäste-Club, in dem Gäste Punkte sammeln können, aufwerten zu einer interaktiven Plattform für den Austausch von Reise-Erlebnissen, ohne vorgegebene Fragen.» Das bringe der Private Selection, neben dem Feedback für die Hotels, «zugleich ein »social media marketing«. Im Gegensatz zur klassischen Form wird es zum 1:1-Marketing».

In Zusammenarbeit mit einer Spezialfirma baut die Hotelgruppe zugleich ein neues Gäste-Monitoring auf. «Von 85 Prozent der Gäste haben wir die E-Mail-Adresse. Zwei Tage nach ihrer Abreise, mit etwas Abstand, bedanken wir uns für den Besuch und fragen nach der Qualität des Aufenthalts. Das erlaubt den Hoteliers, via Benchmarking-Vergleich der Resultate, einen guten Überblick und gibt ihnen zudem einen riesigen Ansporn.»

Neu bei Private Selection ist auch die Selbstbewertung der Hotels, in Zusammenarbeit mit der Hotelgruppe. Dazu gehört die halbjährliche Überprüfung der Qualitätsziele und ihrer Umsetzung anhand eines Fragebogens mit 30 Themen, darunter die Einhaltung der Auflagen, die Teilnahme an den Schulungen der Gruppe und auch die Verlinkung mit der Internet-Seite von Private Selection.

Schwerpunkte: Führungsqualität und Resonanz der Kunden

Wanda Meyer ist Geschäftsführerin und Gründerin der Swiss Premium Hotels. Wie die Private Selection ist es eine Gruppe von unabhängigen, meist inhabergeführten Betrieben. Zwei Faktoren bilden laut Meyer den Schwerpunkt für das Qualitäts-Konzept der Gruppe: Als ersten nennt sie die Qualitätssicherung, «welche die Führung, die Resonanz der Kunden und die

Hotelgruppen des Erstklass-Segments erneuern ihre Qualitätssysteme. Auch im Low-Budget-Geschäft wirken sichere Standards: vier Mystery-Tester pro Jahr prüfen ein »EasyHotel«.

KARL JOSEF VERDING

Vorgaben der Swiss Premium Hotels» zum Inhalt hat. Und als zweites erwähnt sie die Qualitätsprüfung, welche «in Bereichen wie Hygiene und Küche das klare Bekennnis zur Prüfung» umfasse.

Die Swiss Premium Hotels verzeichnen laut Meyer in ihrem zweiten operativen Jahr mit den 19 angeschlossenen Betrieben eine hohe



»Zwei Tage nach der Abreise fragen wir nach der Qualität des Aufenthalts.«

Esther Dysli
Geschäftsführerin Private Selection

Bereitschaft, Qualitätsstandards als essenzielle Voraussetzung für den unternehmerischen Erfolg sicherzustellen. «Sollten sich Neuerungen zu den bestehenden Kriterien ergeben, so werden wir diese unseren Mitgliedern offen und umgehend kommunizieren», sagt sie. Die Standards sind zugleich Auf-

nahmekriterien der Gruppe. «Sie reflektieren», so Meyer, «die gleichen Inhalte und Bedingungen wie jene von Hotelieressuisse für die einzelnen Sterne-Klassifikationen.»

Interne Segmentierung mit der Sterne-Klassifikation als Basis

Die Swiss Quality Hotels, ebenfalls eine Gruppe unabhängiger Hotels, werden von Eva Fischer als Gruppen-Geschäftsführerin geleitet. «Als Marketing- und Verkaufsorganisation werden wir nie eine Qualitätssicherung in der Manier eines Hard-Branders wie der Hilton-Kette machen», sagt sie. «Unsere interne Segmentierung – Excellence, Superior, Value, Economy – hat die Sterne-Klassifikation von Hotelieressuisse als Basis. Ausserdem ist das Qualitätsgütesiegel II für die oberen Segmente unserer Gruppe obligatorisch.» Grundlage des Benchmarkings der Swiss Quality Hotels ist das Gäste-Feedback.

Vier »Easy«-Worte: »freundlich, hilfsbereit, fach- und ortskundig«

«No frills super budget», sparsam und ohne Verzerrungen, so lautet die Parole der von EasyJet-Gründer Stelios Haji-Ioannou lancierten EasyHotels. Zwei von ihnen gibt es in der Schweiz. Patrick Schiesser leitet die Betriebe der EasyHotel Schweiz AG in Basel und Zürich. Deren Réception ist 24 Stunden besetzt. Wie schafft man Qualität, die zwar unverzerrt, aber sicher ist? «Wir haben vier »Mystery-Guest«-Besuche und zwei Grosskontrollen pro Jahr, alle unangemeldet», sagt Schiesser, «mit einem ausführlichen Qualitätsbericht nach jeder Kontrolle.» Teamsitzungen und Schulungen sollen alle auf die Easy-Qualitätswellenlänge bringen. Den Service-Standard umreist Schiesser mit vier Worten: «Freundlich, hilfsbereit, fach- und ortskundig – damit sich ein Gast willkommen fühlt und schnell zurechtfindet.» Grossen Wert legt er auf die Sauberkeit der Zimmer und den Unterhalt und das Reparieren von Schäden.



Qualität im Hotelzimmer: Geschmackvolle Blumenarrangements schaffen ein sinnliches Ambiente.

Best Western: Konstantes Qualitätsdenken

Um seine Qualitätsstandards sicherzustellen, setzt Best Western auf Kontrollen und Gästefeedbacks. Anreize für die Hotels sind der »Quality Award« oder Prämien.

OLIVIER SCHMID

Best Western ist keine Hotelkette im üblichen Sinn: Die einzelnen Hotels befinden sich in Privatbesitz und zeichnen sich durch ihre individuelle Ausstattung und eigenen Charakter aus. Trotzdem verlangt Best Western bestimmte Qualitätsstandards. Kontinentales Frühstück, Datenanschluss in jedem Gäste-

zimmer, ein englischsprachiger TV-Kanal, eine Musikquelle oder rund um die Uhr verfügbare Kaffee- und Teezubereitungsmöglichkeiten sowie die Bereitstellung von Mineralwasser sind ein Muss.

Um die Standards in den verschiedenen Bereichen – Gästezimmer, öffentliche Bereiche, Konferenzräume, Hotelpersonal – sicherzustellen, hat Best Western den »Quality Performance Index« entwickelt. Dieser ergibt sich zum einen durch die jährlich stattfindenden Qualitätskontrollen der Inspektoren von Best Western und zum anderen durch das Feedback der Gäste. Die Inspektoren werden sieben Tage im Voraus angekündigt. Während Mystery-Gäste nur ein Zimmer kontrollierten, schauten

angekündigte Inspektoren zehn Zimmer an, erklärt Peter Michel, CEO von Best Western Schweiz: «Da können Mängel nur schlecht kaschiert werden.» Den Direktoren der Hotels sei es aber freigestellt, ob sie die Mitarbeiter über den Kontrollbesuch informieren.

Gästefeedbacks erhält Best Western über mehrere Kanäle

Während die Inspektoren vor allem die Ausstattung der Zimmer und der üblichen Räume, deren Unterhalt sowie die allgemeine Sauberkeit kontrollieren, tragen die Feedbacks der Gäste zur Beurteilung der Serviceleistungen bei: Die Freundlichkeit des Personals, die Information der Gäste über Telefonbedienung, Zugang zu W-LAN,

Weckmoglichkeiten und Sicherheitsinstruktionen. Feedbacks und gegebenenfalls Beschwerden können die Gäste auf der speziell dafür eingerichteten Internetseite abgeben, über die gängigen Buchungsportale, Callcenter und lokalen Geschäftsstellen.

Von 1000 möglichen Punkten müssen bei der Bewertung in jeder Kategorie mindestens 800 Punkte erreicht wer-



»Hotels, die sich während des Jahres speziell gesteigert haben, erhalten eine Premie.«

Peter Michel
CEO Best Western Swiss Hotels

den. Ansonsten nimmt Best Western mit den Hotels die Verbesserungs- und Investitionsmöglichkeiten unter die Lupe. Werden die Mängel nicht behoben, droht der Ausschluss von Best Western: «Dies ist auch schon vorgekommen», sagt CEO Peter Michel.

Um einer negativen Bewertung vorzubeugen, können die Hotels ihre Mitarbeiter in externen Schulungen weiterbil-

den. So werden in Bern regelmässig Schulungen für Receptionsmitarbeitende organisiert. «Es besteht aber keine Pflicht, solche Seminare zu besuchen», sagt Michel. Diese können von den Hotels auch selber organisiert werden.

Die besten Best Western Hotels erhalten den »Quality Award«

Im Zentrum von Best Western stehe «konstantes Qualitätsdenken», so Michel. Während Hotels, die schlecht abschnitten, von einer speziellen Betreuung profitieren, werden die besten Hotels mit dem »Quality Award« ausgezeichnet. Es geht aber nicht nur um Ehre: Hotels, die sich während eines Jahres am meisten gesteigert haben, erhalten eine Premie.

Qualitätsstandards. Rezidor. Die Mitarbeitenden in den Hotels einer der grössten Gruppen sind darauf trainiert, Gästewünsche zu erfüllen. Sie werden in einem weltweiten Qualitätsprogramm geschult.

Mit ihrem Qualitätsprogramm fördert die Rezidor Group nicht nur die Gästezufriedenheit. Auch den Mitarbeitenden macht das Programm offenbar Spass.

CHRISTINE KÜNZLER

Yes I can« heisst nicht, für den Gast alles zu tun, sondern ihn zufriedenzustellen. Wenn nötig mit einem Kompromiss. «Wenn ein Gast um 1 Uhr morgens warm essen will und die Küche geschlossen ist, schlagen wir ihm vor, eine warme Suppe oder ein Sandwich zu servieren», erklärt Andrea Fell, Director People Management bei der Rezidor-Geschäftsstelle in Brüssel. «Ist der Gast damit nicht zufriedenzustellen, suchen wir nach einer Möglichkeit ausser Haus.»

Das Qualitätsprogramm «Yes I can» hat die Rezidor Group lange vor Barack Obamas Wahlversprechen «Yes we can» eingeführt, nämlich 1995. «Wir wollten damit eine Philosophie kreieren, die den Mitarbeitenden den Gästeservice kompakt und genau vermittelt», so Andrea Fell. «Das Qualitätsprogramm ist weltweit in allen Häusern gleich. Nur das Mitarbeitertraining in den Brands Park Inn und Radisson Blu unterscheidet sich leicht, die Message ist jedoch die gleiche.»

Kompetenz und Verantwortung für Mitarbeitende
«Eine der Kernaussagen von Yes I can ist für mich, dass Mitarbeitende, Gäste, Lieferanten, also alle Kontaktpersonen der Hotelmitarbeitenden, nach dieser Philosophie behandelt werden. Yes I can be-



Qualität in den Swiss-Deluxe-Hotels, deren Standards identisch sind mit jenen der Leading Hotels of the World: Snacks im VIP-Set-up für besondere Gäste.

Alain D. Boillot

«Yes I can»: ja statt nein

«Yes I can» richtet den Fokus auf die Einstellung des Mitarbeitenden aus.»

Andreas Flückiger
GM Radisson Blu, Rom

zieht sich also auch auf den Service am Kollegen», erklärt Andrea Fell. «Unser Credo lautet: Wer gerade nicht einen Gast bedient, bedient jemanden, der einen Gast bedient.» Dadurch stellt Rezidor auch die Zufriedenheit der Mitarbeitenden sicher. Jeder Mitarbeitende – egal welcher Stufe –, der neu zu Rezidor stösst, durchläuft in den ersten 30 Tagen das «Yes I can»-Training, um die Philosophie zu verstehen. Das «Leading Yes I can» ist als Zusatztraining für Abteilungsleiter konzipiert. «Hier geht es darum zu lernen, wie diese Philosophie gesichert und wie die Mitarbeitenden unterstützt werden können.» Trainiert werden die



Andreas Flückiger.

Mitarbeitenden im Hotel, wo sie tätig sind. «Der Konzern bildet regionale Trainer aus und die geben ihr Wissen an die Trainer in den einzelnen Hotels weiter», so Andrea Fell. Im Hotel liege die Trainingsverantwortung jeweils bei bester Person, die sich dafür am meisten eigne – egal ob Direktor oder Mitarbeiter.

Das Programm, sagt Andrea Fell, räume den Rezidor-Mitarbeitenden viel Verantwortung und Kom-

petenzen ein. «Das macht sie stolz». So habe ausnahmslos jeder Mitarbeitende das Recht, bei Bedarf «Gutscheine auszustellen oder gewisse Beträge zu erlassen». Wie hoch die Summe sein darf, entscheidet jeder Hoteldirektor selber.

«Je mehr Qualität vorgelebt wird, desto mehr wird sie nachgelebt.»

Andreas Flückiger, General Manager im Radisson Blu ES Hotel Rom und seit einem Monat District Director für Italien und die Schweiz, arbeitet seit zehn Jahren bei Radisson und ist mit dem Qualitätsprogramm vertraut. Er war auch bei anderen internationalen Hotelketten tätig, kennt also verschiedene Qualitätsprogramme. «Das Yes I can unterscheidet sich von anderen dadurch, dass es den Fokus auf die Einstellung des Mitarbeitenden ausrichtet», sagt er. «Am liebsten stellen

wir Mitarbeitende nach dem 80/20-Prozent Verhältnis ein. 80 Prozent betrifft die richtige Einstellung gegenüber der Dienstleistung, 20 Prozent das Fachwissen, denn das lässt sich einfacher aufbauen.» Eine positive Grundhaltung sei angeben, man habe sie oder man habe sie eben nicht, findet Flückiger.

«Wichtig ist, dass Qualität vorgelebt wird», betont er. «Das beginnt bei mir als Direktor und zieht sich weiter zu den Abteilungsleitern. Je mehr wir Qualität vorleben, desto mehr wird sie nachgelebt.» Ob «Yes I can» im ganzen Haus auch richtig umgesetzt wird, zeigen die elektronisch erfassten Gästefeedbacks. Hier und da aber kommt auch ein Mystery-Gast zu Besuch, verrät Andrea Fell.

Andrea Fell ist begeistert vom «Yes I can»-Programm.



Umweltschutz ist bei Ibis Standard

Unter den Accor-Marken hat die Economy-Marke Ibis die strengsten Qualitätsstandards. Sie hat sowohl die Qualität der Leistungen als auch die Schonung der Umwelt ISO-zertifiziert.

OLIVIER SCHMID

«Jede Marke der Hotelkette Accor hat Qualitätsstandards, die von den einzelnen Marken dauernd überwacht werden», sagt Jürg Sigerist, Kommunikationsbeauftragter bei Accor Hotellerie Schweiz. «Zudem besteht ein systematisches welt-

weites Gästebeurteilungssystem.» Was die konkreten Standards der einzelnen Marken betrifft, sind die Hoteliers aber zu Stillschweigen verpflichtet. Der Direktor Verkauf und Marketing Schweiz, Walter Zueck, war für eine Stellungnahme nicht zu erreichen. «Aber was die Standards betrifft, ist Ibis das Flaggschiff von Accor», sagt Sigerist.

Die ISO-Zertifizierung beinhaltet das «15-Minuten-Versprechen»
Ibis war 1997 die erste internationale Economy-Hotelkette, die mit der Norm ISO (International Organization for Standardization) 9001 ausgezeichnet wurde. Mittlerweile sind fast alle der rund 850 Ibis-Hotels ISO 9001-qualitätszertifiziert. Die Qualitätszertifizierung ISO

9001 bezieht sich bei Ibis zunächst auf alles, was direkt mit der Übernachtung zu tun hat: auf den Komfort und die Sauberkeit der Schlaf- und Badezimmer und auf das Funktionieren der dem Gast angebotenen Einrichtungen, wie Heizung, Klimatisierung, Telefon und Internet. Weiter garantiert die ISO 9001-Zertifizierung Empfang und Service rund um die Uhr: Die Réception und die Bar sind rund um die Uhr geöffnet, und das Frühstück kann von 4 Uhr morgens bis am Mittag eingenommen werden. Die ISO 9001-Zertifizierung beinhaltet aber auch das «15-Minuten-Versprechen»: «Die Belegschaft verpflichtet sich, ein allfälliges Problem eines Gastes mit der Hotel-einrichtung innert 15 Minuten zu



So wohnt der Gast in einem Ibis-Hotel.

lösen. Schafft sie dies nicht, wird der Gast vom Haus eingeladen», sagt Jürg Sigerist.

Die Gäste sollen helfen, die Umwelt zu schützen

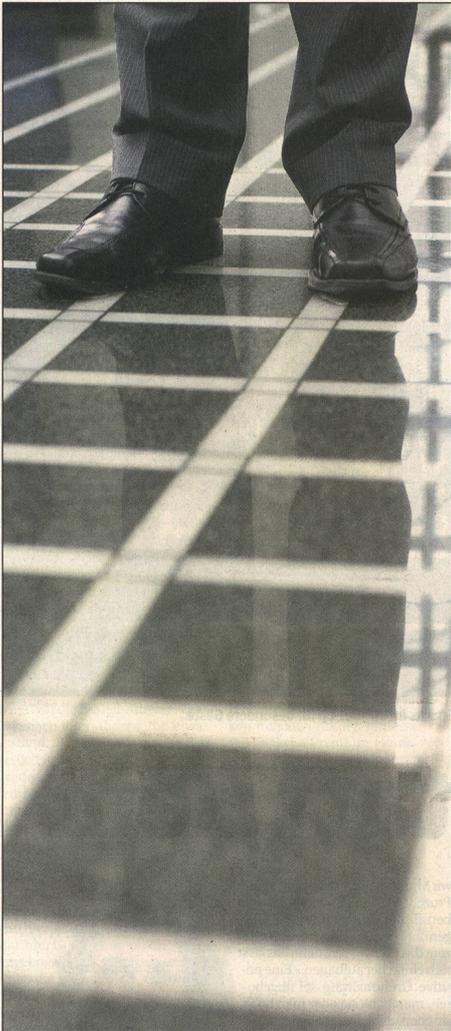
Seit 2004 werden Ibis-Hotels auch ISO 14001-umweltzertifiziert. Rund ein Drittel der 850 Ibis-Hotels sind es bereits. Sie verpflichten sich, den Abfall zu trennen, Wasser und Energie zu sparen, Umweltrisiken zu kennen und zu analysieren und die Gäste zu sensibilisieren. Konkret heisst das: Getrennt und gesammelt wird alles, was getrennt und gesammelt werden kann: Glas, Papier, Karton, PET, Patronen und Toner, Batterien, Spraydosen und gebrauchte Speiseöle. Um Wasser und Energie zu sparen, erstellen die

Hotels eine monatliche Übersicht über deren Verbrauch. So können Differenzen festgestellt und der Verbrauch kalkuliert werden. Die Gäste werden durch Hinweise in den Zimmern für den Umweltschutz sensibilisiert. So wird ihnen vorgeschlagen, den Handtücherwechsel auch einmal auszulassen, bei Abwesenheit durch Ausschalten des Lichtes Elektrizität sparen zu helfen und den Wasserverbrauch tief zu halten.

ANZEIGE

Valentine
Friteusen Tellerwärmer Teigwarenkocher
Was hält länger?
www.beretschi-valentine.ch

Qualitätsstandards. Mitarbeiterschulung. Ritz Carlton schult seine Mitarbeitenden in seinen Hotels weltweit innerhalb 30 Tagen um, falls sich in Sachen Qualität ein neuer Trend abzeichnet.



Qualität im Luxushotel: Die Mitarbeitenden tragen passende Schuhe.
Alain D. Bollat

Ritz schult streng

Bei Ritz-Carlton verlangt man viel von den Mitarbeitenden. Aber auch von den Managern: Sie nehmen den Fehler auf sich, wenn der Mitarbeitende versagt.

HARALD WEISS

Wer glaubt, durch eine Anstellung bei einer Luxuskettenkette automatisch Zugang zu einer exklusiven Ausbildung zu haben, irrt. «Wir selektieren sehr scharf bei der Einstellung und prüfen genau, wer in der Lage ist, unsere hohen Qualitätsanforderungen von Anfang an zu erfüllen», sagt Gisela Willmes, Personalchefin bei Ritz-Carlton Deutschland. Zum Jobanfang gibt es bei Ritz-Carlton zwei Tage Orientierung über Haus, Abteilungen und Chefs – danach beginnt bereits der Arbeitsalltag.

Später gibt es dann noch zwei weitere Informationstage, einen nach 21 Tagen und einen weiteren nach 365 Tagen – sofern man dann noch an Bord ist, denn die hohen Leistungsanforderungen führen dazu, dass mancher bald wieder kündigt. «Underperformer haben wir eigentlich keine, denn wer dem Tagesdruck nicht standhalten kann, der merkt es ganz schnell selber und verabschiedet sich wieder», sagt Gisela Willmes. Der dritte und vierte Tag der Einführung dienen nicht nur der Information für die Mitarbeiter, sondern zum grossen Teil auch zur Gewinnung von Informationen für das Management. «Ich nehme mir jedes Mal eine Stunde Zeit dafür, um zu sehen, welche Erfahrungen unsere Neuen gemacht haben und was sie an Anregungen vorbringen», so Willmes. Darüber hinaus geht es in diesen

Tagesseminaren vor allem um das Verständnis der Kultur und der Corporate Identity von Ritz Carlton. Wichtig sei es, dass die Mitarbeitenden die Werte der Ritz-Carlton-Strategie erkannt und verstanden hätten und in der Lage seien, diese auch in ihrem Alltag umzusetzen.

Marktforschungen und Befragungen helfen mit, à jour zu bleiben

«Das Wichtigste ist, dass die neuen Mitarbeiter mit der richtigen Einstellung an ihre Aufgabe gehen. Wer die nicht mitbringt, kann mit keiner noch so guten Ausbildung zu einer Topleistung geführt werden», sagt Gisela Willmes. Neben diesem Einführungstraining erfolgt ein Training-on-the-Job. Jede Abteilung hat einen Lernverantwortlichen, der die neuen Mitarbeiter betreut und kontinuierlich ihre Leistung steigert. Dazu gehören Fachwissen sowie persönliche Fähigkeiten. Nach 60 und nach 90 Tagen erfolgt eine Zertifizierung für jeden Neuen. Die «Learning-Coaches» erhalten ihre Lehrvorgaben zunächst von der Zentrale. Damit sichergestellt, dass überall auf der Welt die Vorgaben einheitlich sind. Doch das regional unterschiedliche Vorschriften und Ab-

läufe gibt, passen die Learning-Coaches die Rahmenvorgaben an.

Ein Problem ist die Dynamik, die im Begriff «Qualität» steckt: Zunächst hat jeder Gast eine unterschiedliche Vorstellung davon, was für ihn Spitzenqualität ist, und darüber hinaus ändert sich seine Einstellung mit der Zeit. Bei Ritz-Carlton löst man dieses Problem indem man mittels Marktforschung und Befragungen den Puls fühlt. Das Topmanagement erkenne somit schnell, ob die Vorgaben und Anweisungen noch zeitgemäss seien und wo sich Handlungsbedarf abzeichne.

Mitarbeitende umschulen

Bei Bedarf erfolgt dann eine Änderung der Abläufe und ein sofortiger Nachhilfe-Unterricht für alle Mitarbeiter. «Wenn's drauf ankommt, können wir uns innerhalb eines Monats bis hinunter zum letz-

ten Mitarbeiter umstellen», so Gisela Willmes. Hierzu dienen vor allem die morgendlichen Arbeitsbesprechungen, in denen nicht nur aktuelle Ereignisse hingewiesen wird, sondern auch immer ein Teil Aus- und Weiterbildung enthalten ist. Auf den Führungsebenen erfolgt die Information und Weiterbildung unter anderem durch monatliche Telefonkonferenzen von der Zentrale aus sowie durch mehrtägige Veranstaltungen, an denen Erfahrungen ausgetauscht werden.



«Macht jemand einen Fehler, sind wir schuld, wir haben ihn nicht richtig geschult.»

Gisela Willmes
Personalchefin Ritz Carlton

Ritz-Carlton nimmt die kontinuierliche Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter sehr ernst. «Wenn jemand einen Fehler macht, dann sind wir von Ritz-Carlton schuld, denn dann haben wir ihn nicht richtig geschult», sagt Gisela Willmes und stellt damit einen hohen Anspruch an die Führungsverantwortlichen.

Mövenpick: Kritische Frage

Laut Henrik Mansson, Senior Vice President Human Resources der Mövenpick Hotels & Resorts, prüft das Unternehmen zurzeit die Wiedereinführung eines «Mystery-guest»-Programms. Gegenwärtig noch sind die Area Vice Presidents, die bei mehreren Besuchen des Hotels pro Jahr mit den General Managers die Qualität evaluieren.

«Qualität ist für uns ein strategischer Schlüsselfokus, sie ist Teil unserer corporate vision», sagt Mansson. Jedes Mövenpick-Hotel sammle in einer strukturierten

Erhebung das Gäste-Feedback – online oder auf Papier. Das Feedback betrifft die gesamte Passage des Gasts durch das Hotel: vom Check-in über das Zimmer, Food & Beverage, Komfort, Genauigkeit (accuracy), bis zum Check-out, einschliesslich der Service-Leistung, der Gastlichkeit und der Freundlichkeit der Mitarbeiter. Als «kritischen Punkt» des Ganzen benennt Mansson die Frage an Gäste und Partner: «Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie das Hotel weiterempfehlen werden?» Denn Mövenpick will loyale Gäste und Partner

behalten.» Das «Guest Satisfaction Tracking System» wird mit einer Spezialfirma als Partner betrieben. Resultate und Benchmarks des monatlichen «guest satisfaction survey» werden allen Kadern mitarbeitern kommuniziert.

Qualitätsziele gehören zu den Jahreszielen aller Führungskader. «Die Einlösung von Mövenpicks Markenversprechen und Vision geschieht durch Menschen», sagt Henrik Mansson. «Alle Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt trainieren immer wieder im «Go-for-Excellence»-Programm.» kjv

ANZEIGE

Riesenauswahl an Gastrogeräten!

Letzte SONDER-VERKAUF!

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

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

Profitieren Sie von der Möglichkeit, die Geräte zu mieten!

Auch im Fust: Superpunkte sammeln. Auch als Kreditkarte ohne Jahresgebühr!

Alle Geräte sind mietbar! *Mindestmietdauer 3 Monate

Geschirrspülen in 2 Minuten!

NOVAMATIC BHC 25.1

- Ideal für Tassen, Gläser, kleine Teller usw.
- H/B/T: 65 x 48 x 54 cm

nur **2499.-**
vorher 3522.- (exkl. MwSt.)
Sie sparen 1023.-

Miete: **Kosten/ML* Fr. 135.-** (inkl. MwSt.) Art. Nr. 106517

Weinlager-Schrank

NOVAMATIC KSWF 571.3-IB

- Für 106 0,75-Liter Flaschen
- H/B/T: 185 x 60 x 60 cm

Abverkauf der Ausstellgeräte Solange Vorrat!

nur **1022.-**
vorher 1300.- (exkl. MwSt.)
Sie sparen 278.-

Miete: **Kosten/ML* Fr. 87.-** (inkl. MwSt.) Art. Nr. 108338

Getränke-Kühlschrank

NOVAMATIC KSU 411.1-IB

- Nutzinhalt 268 Liter
- H/B/T: 155 x 60 x 60 cm

Mit Umluftsystem

nur **999.-**
vorher 1115.- (exkl. MwSt.)
Sie sparen 116.-

Miete: **Kosten/ML* Fr. 56.-** (inkl. MwSt.) Art. Nr.

Rucksack-Staubsauger

NOVAMATIC RS 05 **BON**

- Ergonomisch, leicht und bequem
- Kabellänge von 15 Metern

nur **371.-**
statt 464.- (exkl. MwSt.)
Sie sparen 93.-

Art. Nr. 175510

FUST gastro professional

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

Qualitätsstandards. Hohe Anforderungen. Die Leading Hotels of the World wollen die Qualitätskriterien verbessern, sagt Chairman Jean-Jacques Gauer. Relais & Châteaux setzt weltweit Trainer ein, die Angestellte schulen.



Qualität für den Gast: hochkarätiger Champagner, edel serviert.

Alain D. Bollat

Wird sich diese Qualitätssteigerung weiterentwickeln? Davon bin ich überzeugt. Auch die Ansprüche der Gäste unterziehen sich einem Wandel.

Gibt es Qualitätsmerkmale, die aus der Mode geraten sind? Bling-bling ist definitiv passé. Prunk und Protz brauchen die Gäste nicht mehr. Auch ein Helikopterlandeplatz auf dem Hoteldach ist kein Kriterium mehr. Vielmehr setzen die Gäste auf Authentizität, Ehrlichkeit und auch Nachhaltigkeit.

LHW hat das Label «Leading Spa» geschaffen. Hat sich der neue Brand bewährt? Sehr sogar. Es hat die Branche bewegt, Spas zu bauen, die diesen hohen Kriterien entsprechen. Wir haben heute sehr schöne Spas, die unter diesem Brand wirtschaftlich erfolgreich sind.

Kann Qualität im Hotel mit viel Geld gekauft werden? Es ist wie im normalen Leben, mit Geld alleine ist nichts perfekt. Es braucht auch viel Disziplin, um diese Qualitätsstandards immer wieder umzusetzen. Und Disziplin wird durch standardisierte Prozesse gewährleistet. Denn hohe Qualität muss von jedem Mitarbeitenden im Hotel gelebt werden.

Leading muss aufholen

Jean-Jacques Gauer sagt, die Qualität der Mitgliederhotels von The Leading Hotels of the World müsse besser werden. Als Chairman setzt er auf verschärfte Standards.

SIMONE LEITNER

Jean-Jacques Gauer, die Vereinigung The Leading Hotels of the World LHW will die Qualität steigern. Warum? Wir verschärfen unsere eigenen Standards, weil wir im Moment weltweit nicht unter den Top drei der besten Hotelgruppen

sind. Das wollen wir mit besseren Qualitätsstandards ändern. Unser Ziel ist es, in den nächsten fünf Jahren eine dieser Toppositionen zu erreichen.

Welches sind die Konkurrenten, mit denen sich LHW misst und die im Vergleich besser geratet sind? Ich denke da an Hotelgruppen wie Four Seasons, Ritz-Carlton oder auch Park Hyatt.

Muss LHW mit der Qualitätssteigerung damit rechnen, dass einige Mitglieder über die Klinge springen?

Klar. Wir rechnen mit 50 bis 70 Betrieben, von denen wir uns in den nächsten fünf Jahren trennen müssen. Das ist uns die Qualitätssteigerung aber wert. Es wird auch Hotels geben, die

wir begleiten und die ihre Qualität erfolgreich steigern.

70 Häuser weniger ist bei 450 Mitgliedern eine beachtliche Zahl. Kann sich LHW diese finanzielle Einbusse leisten? Die Mitgliederbeiträge sind nicht die einzigen Einnahmen, die LHW generiert. Wir erzielen auch Umsatz durch die Kommissionen unseres Buchungssystems. Und wenn wir die Qualität verbessern, dann steigern wir auch den Umsatz in den Hotels.

Wo sind die wunden Stellen bei der Qualität?

Unsere Trainingsprogramme unterstützen die Hotels in den Bereichen Reservation, Welcome, Housekeeping oder Food & Beverage. Das eigene Qualitätsunternehmen LQA – Lea-

ding Quality Assurance – besucht unsere Mitglieder einmal im Jahr. Die meisten unserer Hoteliers bestellen die Qualitätskontrolle noch zwei weitere Male. Nur so hält der Betrieb die Qualität konstant.

Ist Sauberkeit und Hygiene im Luxussegment ein Thema?

Auf jeden Fall. Die Prozesse in der Hotellerie wiederholen sich täglich. Da können Fehler passieren. Mit einem guten Qualitätsmanagement werden Fauxpas minimiert.

Wie kann Qualität konsequent durchgesetzt werden?

Eine Fachperson im Hotel wäre auf jeden Fall die beste Lösung. Nur durch tägliche Kontrolle können die Standards umgesetzt werden.

«Unser Ziel ist es, in den nächsten fünf Jahren eine dieser Toppositionen zu erreichen.»

Jean-Jacques Gauer
Chairman Leading Hotels of the World

Economy- und eine First Class. Dann kam die Business Class dazu, die sich am Anfang vor allem durch mehr Beinfreiheit auszeichnete. Heute ist der Standard der Business-Sitze um ein Vielfaches gestiegen.

Ist Qualität in den letzten Jahren wichtiger geworden?

Mit Sicherheit. Das zeigt sich in vielen Bereichen. Denken wir an die Flugindustrie. Früher gab es eine



2/10

Die Swiss Deluxe Hotels liegen weltweit über dem Qualitätsdurchschnitt

Die Londoner Kontrollfirma Leading Quality Assurance belegt, dass die Schweizer Luxushotels top sind.

Die Vereinigung Swiss Deluxe Hotels hat mit «Standards of Excellence» 1993 ein erfolgreiches Konzept zur Qualitätsförderung eingeführt, das heute 850 Kriterien umfasst, die von «mystery persons» jährlich geprüft werden. «Sie testen

alle Servicedienstleistungen – vom Empfang durch den Concierge bis zum Zimmerservice», sagt General Manager Fiorenzo Fässler.

Die Swiss Deluxe Hotels lassen sich – genauso wie The Leading Hotels of the World – von der Londoner «Leading Quality Assurance», kontrollieren. Die Auswertung belegt: Weltweit liegt der Durchschnitt der erfüllten Qualitätsstandards bei 83,4 Prozent (2008/09). Die Swiss Deluxe Hotels toppen diesen Schnitt mit 87,3 Prozent in der gleichen Periode. «Wir messen uns mit 12 Luxus-Gruppen und belegen bei diesem weltweiten Ranking den dritten Platz», freut sich Fiorenzo Fässler.



Alain D. Bollat

Fiorenzo Fässler, General Manager der Swiss Deluxe Hotels.

15 Trainer trimmen Relais & Châteaux

Unter dem Label «Relais & Châteaux Day» werden weltweit die 22 000 Angestellten der Vereinigung geschult. Die Philosophie von Relais & Châteaux zu leben, gehört zu den Qualitätsstandards.

SIMONE LEITNER

Qualität wird auch bei Relais & Châteaux gross geschrieben. Für eine einheitliche Schulung hat die

Vereinigung 15 Trainer ernannt, die weltweit alle 22 000 Angestellten schulen. Dieses Projekt unter dem Namen «Relais & Châteaux Day» startete jüngst und wird von Julia Geffers als «sehr gute und wertvolle» Massnahme bezeichnet. Sie ist eine der Trainerinnen und Director Strategic Accounts Europe von Relais & Châteaux. «Unsere Mitglieder, Hotelier-Restaurateurs

oder Chef-Restaurateurs, erfüllen die Vorgaben einer Qualitäts-Charta, weil sie die gleichen Werte in Bezug auf Exzellenz, Seele und Geist teilen», erklärt Julia Geffers. Im Vordergrund stehen bei Relais & Châteaux die «5C – Courtoisie, Charme, Charakter, Calme und Cuisine».

«Unsere Mitglieder erfüllen die Vorgaben einer Qualitäts-Charta.»

Julia Geffers
Relais & Châteaux

Eines der zentralen Kriterien der Vereinigung sei die Seele in einem Betrieb, betont Geffers, und

«die kann nicht geschult werden». Vielmehr sei dieser Faktor bei der Aufnahme eines Betriebes ein zentrales Thema.

Marc Eichenberger, Vizedirektor des Park Hotel Weggis hat hohe Qualitätsansprüche: «Einerseits sind wir Mitglied von Relais & Châteaux und andererseits Member der Swiss Deluxe Hotels.» Die Qualitätsstandards seien immer ein Thema im Betrieb und müssen streng kontrolliert werden, so Eichenberger. Die Kriterien von Relais & Châteaux zu erfüllen, sei für das Hotel am Vierwaldstättersee wichtig. «Wir leben die 5 Cs sehr authentisch», sagt Eichenberger. Doch das Park Hotel Weggis muss noch weiteren Ansprüchen gerecht werden: «Die Standards punkto Qualität sind bei den Swiss Deluxe Hotels sehr hoch.» Der Vizedirektor sagt auch, dass diese Qualitätsprozesse täglich umgesetzt werden müssen.

10x schnuppern für 27 Franken

Wöchentlich das Neueste aus
Tourismus, Hotellerie und
Gastronomie mit dem grössten
Stellenmarkt der Branche.
Hintergründe, Erfolgsrezepte und
Trends – bestellen Sie noch heute
ein Schnupperabo der
htr hotel revue unter htr.ch.

htr hotel revue

dolce vita

htr hotelrevue Nr. 7 / 18. Februar 2010



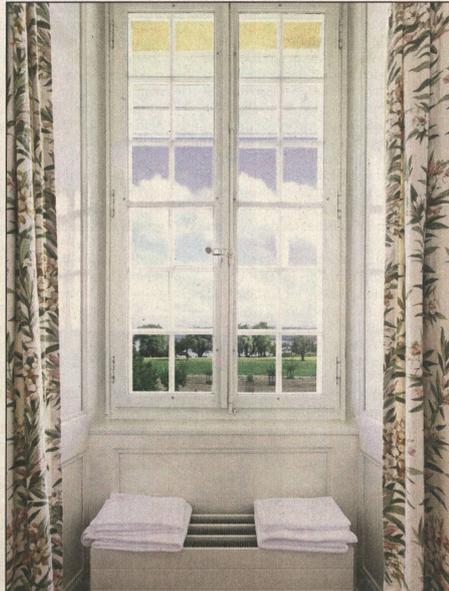
Der Foodscout

Für Globus sucht und findet Richard Kägi Spezialitäten. Wie L'estratto aus Sizilien.

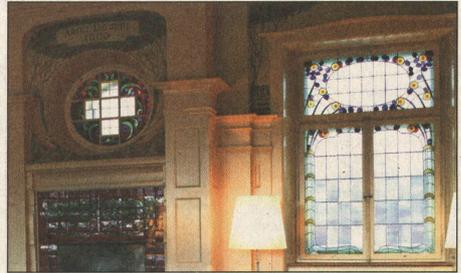
Seite 17



Preisträger 1997: Gemach im Gasthof Gyrenbad im Turbenthal.



Aktueller Preisträger: Blick aus dem Klosterhotel St. Petersinsel.



Preisträger 2008: Das Hotel Schatzalp oberhalb Davos.



Preisträger 2009: Verzierungen im Gasthof Hirschen in Eglisau.



Preisträger 2006: Urwaldhaus – Wirtschaft zum Bären im Appenzell.

Hier wird Patina zur Marke



Preisträger 2005: Badezimmer im Hotel Waldhaus Sils Maria.



Zum Verkauf: «Gilbertes» Hôtel de la Gare in Courgenay.



2010 besonders ausgezeichnet: Das Restaurant Traube in Buchs.

Abreissen oder investieren – viele historische Betriebe stehen vor diesem Entscheid. Erfolgreich ist oft, wer die Geschichte seines Hauses zum Label macht.

SAMIRA ZINGARO

Auszeichnungen im Tourismus und in der Gastronomie gibt es ebenso viele wie Betriebe. Im Dickicht der Superlative stellt sich schnell die Frage, ob die Prämierungen mehr bringen als lediglich eine Randnotiz in der Zeitung. «Und ob», antworten die befragten Preisträger der «Historischen Hotels und Restaurants». Dieser Preis wird seit 14 Jahren verliehen. Die Landesgruppe Schweiz des internationalen Rats für Denkmalschutz Icomos trägt die Auszeichnung zusammen mit hotellerieuisse, GastroSuisse und Schweiz Tourismus. In die Kränze kommen für die Auszeichnung Betriebe, welche die historische Substanz ihrer Mauern bewusst pflegen, hegen und entsprechend vermarkten. Zudem verliehen die Mobiliar-Versicherungen

und Vorsorge einen Spezialpreis (siehe auch Faktenbox).

Gemäss Jury-Präsident Peter Omachen bewerben sich jährlich rund 20 Betriebe um diese Auszeichnung. Die Nachfrage an Aufenthalten in historischen Häusern wachse stetig. Im Interview (siehe unten) spricht der Denkmalfleger aber auch vom Spagat zwischen dem Bewahren der Geschichte und den heutigen Bedürfnissen der Gäste. Probleme – trotz der besonderen Anerkennung durch Icomos im 2003 – bekundet etwa das Hôtel de La Gare in Courgenay. Das Haus um die legendäre «Petite Gilberte»

Fakten Vom Mittelalter bis in die Gegenwart

Die Prämierung zum «historischen Hotel» bzw. «Restaurant des Jahres» erfolgt seit 1997 jährlich. Zusätzlich wird seit 2002 ein Preis für ein authentisches Möbel oder Interieur verliehen. Hinter dem Wettbewerb steht Icomos – die Landesgruppe Schweiz des Internationalen Rates für Denkmalschutz. Gewinnchance haben Bauten vom Mittelalter bis in die Gegenwart (siehe auch Interview), nicht aber neue Betriebe in alten Mauern. Wichtig ist nicht nur die Bausubstanz, sondern vor allem auch, wie das Geschichtliche vermarktet wird.

steckt in Geldsorgen und sucht einen Käufer (siehe htr vom 11.2.).

Gyrenbad: Erfolgreich nach Investitionen

Überzeugt vom Preis und seinen Folgen ist man im Tösstal. Das Hotel Gyrenbad ob Turbenthal wurde 1997 mit der Auszeichnung «Historisches Hotel» gekürt. Es ist der erste Betrieb, den Icomos mit seinen Lorbeer schmückte. Es folgten Medienberichte – und Buchungen. Vom Mittelalter bis Ende 1960er-Jahre war das Haus ein Kurbad; seit 1985 steht es unter Denkmalschutz. Die Familie Kunz führt das Hotel in dritter Generation. Statt es, wie einst angedacht, abzureissen, hat sie mit dem Kanton über 8 Millionen Franken investiert. Passend kam danach die Preisschreibung von Icomos. Die Auszeichnung habe das Hotel schweizweit bekannt gemacht, sagt Monika Kunz. «Es ist ein Label – ich kann nur empfehlen, sich zu bewerben.»

Gäste bringt dem Gyrenbad auch die Marketingkooperation «Swiss Historic Hotels». Kunz sitzt dort im Vorstand. Die Vereinigung entstand 2004 und vertritt die Idee, historische Hotels und Restaurants unter einer Marke zusammenzuführen. Schweiz Tourismus vermarktet dieses Label zusätzlich.

Auch in Erlach zahlen sich die Renovierungen aus

Dass sich der Titel «Historisches Hotel» positiv niederschlägt, sagt

auch Marcel Baillois, Direktor der Blausee AG und verantwortlich für das Restaurant & Klosterhotel St. Petersinsel. Der Betrieb ist aktueller Preisträger, die Icomos-Jury hat das Haus für «das Erlebbarmachen von rund 1000 Jahren europäischer Kultur- und Baugeschichte, die sich in Kombination mit der intakten Naturlandschaft und der gepflegten Gastronomie zu einem einzigartigen Erlebnis für alle Sinne



Nachgefragt Peter Omachen

Zur Person: Der diplomierte Architekt ist kantonaler Denkmalfleger von Obwalden. Zudem präsidiert er die Icomos-Jury, welche jährlich die Auszeichnung «Das historische Hotel/Das historische Restaurant des Jahres» verleiht.

verdichten» geehrt. Erst 2008 hatte man die Bauarbeiten abgeschlossen; 7 Millionen kosteten sie. «Wir haben aber nicht wegen des Preises renoviert», so Baillois. Er empfiehlt den Bewerbern den Fokus auf das Betriebskonzept zu richten und nicht allein auf die Substanz der Gemäuer. «Das Zusammenspiel zwischen dem Historischen und dem Erlebbar ist zentral. Es muss eine Symbiose sein», weiss Baillois. Da-

zu gehöre auch ein entsprechender Internetauftritt oder eine passende Broschüre. Das Hotel hat seit November – kurz nach der Preisvergabe – bis im 18. März geschlossen. Trotzdem kann Baillois vermelden, dass in der kommenden Saison die meisten Wochenenden ausgebucht sind.

Die Anmeldefrist für die Bewerbung als historisches Hotel/Restaurant 2011 läuft bis am 31. März 2010.

1. Peter Omachen, was muss ein Betrieb bieten, damit ihn Ihre Jury zum historischen Hotel/Restaurant des Jahres kürt?
Das Haus muss seit mindestens einer Generation ein Hotel oder ein Restaurant sein – das heisst es kann etwa auch ein qualitätsvoller 1960er-Bau sein. Zentral ist, dass der Betrieb die historische Komponente bewusst in den Vordergrund rückt.

2. Kann ein Betrieb auch zwei Mal gewinnen?
Es gibt Hunderte historischer Hotels aus der Blütezeit des Tourismus in der Schweiz – der Besitzer entscheidet letztlich, wie sein Betrieb auftreten soll. Von den Preisträgern hat sich noch keiner zwei Mal beworben – auch wenn das möglich wäre. Manche bewerben sich nochmals, nach dem sie das Konzept angepasst haben.

3. Alte Hotels entsprechen oft nicht dem heutigen Standard. Der Aufwand, zu restaurieren, ist für viele Betriebe zu gross.

Ja, es ist tatsächlich eine Gratwanderung, einerseits den wechselnden Bedürfnissen der Gäste gerecht zu werden und andererseits das Historische beizubehalten. Doch unsere Auszeichnung zeigt: Es gibt zahlreiche Betriebe, denen dieser Spagat gelingt.

4. Braucht es einen starken Geldgeber, um den Kriterien zu genügen?

Nein, etwa das Beispiel des Hotels Kraft in Basel, das historische Hotel des Jahres 2007, zeigt, dass auch einfachere Betriebe durchaus eine Chance haben, unseren Preis zu gewinnen. Keinesfalls gehören nur Luxus Häuser aus dem Oberengadin zu den Icomos-Preisträgern. saz

News

Amerikanischer Rebeneschädling auch im Tessin

Die aus Nordamerika stammende Rebenminiermotte «Phyllocnistis vitegenella» ist erstmals auch in der Schweiz beobachtet worden. Laut der Forschungsanstalt Agroscope ist der Kleinfalter von Italien her ins Mendrisiotto eingewandert. Die Raupen fressen sich durch das Blattgewebe und legen Minierränge an. Da der Befallsdruck und die Intensität der Schäden von zahlreichen Faktoren abhängen, die zwischen den Regionen stark variieren, können die Schäden nicht vorausgesagt werden.

Gojibeeren zum Teil radioaktiv bestrahlt



Das Amt für Verbraucherschutz des Kantons Aargau beanstandete bei einer Kontrollreise von elf untersuchten Gojibeeren-Produkten. Um sie hygienisch zu machen, sind die aus Tibet und China stammenden und als «Gesundbrunnen» bezeichneten Beeren radioaktiv bestrahlt oder mit Schwefel behandelt worden. Der Verkauf zweier Produkte wurde verboten.

Der Albtraum im Hotelzimmer



Sarah's

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

Was machen Sie als Erstes, wenn Sie in Ihr Hotelzimmer kommen? Falls Sie ein Mann sind, werden Sie sich sofort auf das Bett legen und mit einem hypnotisierten Gesichtsausdruck durch die drei Millionen Fernsehkanäle surfen. Sind Sie eine Frau, werden Sie die kostenfreien Toilettensachen überprüfen und anschließend dem hypnotisierten Mann sagen, er solle sofort aufstehen, damit Sie den grässlichen bakterienverseuchten Bettüberwurf vom Bett nehmen und in eine Zimmerecke werfen können. Danach gehen Sie sich die Hände waschen.

Ah, diese eckigen, aufgeplusterten Tagesdecken! Ob sie nun grün, pink, gelb oder eine Übelkeit erregende Kombination dieser drei Farben sind: Sie sehen immer so aus, als ob sich jemand gerade darüber übergeben hätte. Und sie riechen auch oft genau so. Sie sind so starr in ihrer Polyesterischen Herrlichkeit, dass man sie auf dem Kopf herumtragen kann wie eine Tischplatte. Sie lassen sich nicht falten, sondern erheben sich von den Zimmerecken, drängen unter dem Bett hervor. Und am Morgen, an jedem Morgen, ganz egal wo man das Ding versteckt hat: Der Bettüberwurf ist zurück. Auf das Bett gelegt, von einem Zimmermädchen, das sich Spezialhandschuhe und eine Gesichtsmaske angezogen hat, bevor es ihn angefasst hat.

Der springende Punkt eines Hotelzimmers ist natürlich die Illusion, dass noch nie jemand anderes dieses benutzt hat. Beim blossen Anflug der Spur eines vorherigen Benutzers (Haarbänder sind das Schlimmste, knapp dahinter sind Wattestäbchen) ist der Traum vorbei. Plötz-

lich ertappt man sich beim sehr genauen Betrachten des Bettüberwurfs. Wenn man sich überlegt, warum Leute in Hotels absteigen – besonders für einen einzigen Nachmittag – wird einem klar, warum die Tagesdecken so aufgeregt gemustert und überaus farbenfroh sind. Aus demselben Grund wie Bussitze. Um die Flecken zu verbergen.

Ich gebe freimütig zu, dass ich im Laufe des letzten Jahres zu einer Keimhasserin geworden bin. Schieben Sie die Schuld auf die Schweinegrippe, auf die Berichte, dass Schweden (das sauberste Land der Welt!) seine Vorräte an desinfizierender Handseife aufgebraucht habe; oder auf meine Freundin Lisa, welche die unerwünschte Nachricht weiterreichte, dass eine durchschnittliche Handtasche 150 verschiedene Arten von Bakterien beherbergt, die sie beim Abstellen auf den Boden von Restaurant-Toiletten einsammelt. Ein paar Schachteln antiseptischer Feuchttücher später stellt die Handtasche kein Problem mehr dar – aller-



Fotolia

dings kann ich kaum ein ganzes Hotelbett mit einem Feuchttüchlein attackieren, oder?

Stellen Sie sich vor, wie ich mich letzten Monat fühlte, als ich vom neusten Hotelhorror in Lon-

don hörte. Aufgrund des grimmig kalten Winters bot das «Holiday Inn» in Kensington eine neue Dienstleistung an. Einen menschlichen Bettwärmer. Ein komplett fremder Mensch, von Kopf bis Fuss in weissen Faserpelz gekleidet, würde in Ihr Bett hüpfen, bevor Sie schlafen gehen möchten und würde sich darin «umher bewegen» (ominöse Bezeichnung), um die Leintücher anzuwärmen. Das Hotel versprach, dass die Bettwärmer ihre Haare bedecken würden, konnten aber nicht garantieren, dass sie geduscht hatten – irgendwann in der Woche zuvor – in Anbetracht der Engländer und ihrer Einstellung zum Baden.

So geht das nun: innert fünf Minuten bekommen Sie beinahe garantiert gratis Keime in Ihr Hotelbett. Es ist einfach zu verstehen, warum das restliche Europa sich einen besonderen Platz im Herzen für die Briten reserviert hat. Die sind komplett verrückt. Anstatt eine solch durchgeknallte Idee innert einer Minute zu begraben, stürzen sie sich enthusiastisch auf sie und beharren darauf, manchmal über Jahrhunderte hinweg. So entstand das Britische Weltreich; deshalb vertrauen Briten immer noch auf Bettflaschen statt auf Zentralheizungen. Ich weiss schon, was als Nächstes kommt: der menschliche Heizkörper. Eine Gruppe von Leuten stellt sich um Ihr Hotelbett herum auf, pustet Sie an und wundert sich, dass Sie immer noch frösteln.

Deutsch von Renate Dubach

Das englische Original:
www.htr.ch/dolce-vita

reception@hotelleriesuisse
Die willkommene Weiterbildung

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

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

	Zyklus 4	Zyklus 5
Modul 1 Persönlichkeit:	8.–13. März 2010	4.–9. Oktober 2010
Modul 2 Front Desk Skills:	E-Learning, Self Learning	E-Learning, Self Learning
Modul 3 Kommunikation:	17.–22. Mai 2010	29.11.–4.12.2010

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

Durchführungsort: Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

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

Hotelkosten: Seminarpauschale inkl. Übernachtung: CHF 1146.–/Modul im Einzelzimmer mit Vollpension
Tagespauschale: CHF 589.–/Modul mit Vollpension/exkl. Übernachtung

Zulassung: Erfolgt aufgrund Ihrer vollständigen Bewerbungsunterlagen

Auskunft und Anmeldung
hotelleriesuisse
Weiterbildung
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon +41 (0)31 370 43 01
Telefax +41 (0)31 370 42 62
www.hotelleriesuisse.ch/reception
reception@hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Neue Bücher

Das Tüpfelchen auf dem Teller: Alles über Saucen

«Das grosse Buch der Saucen» führt in die Königsdisziplin der Kochkunst ein und liefert Wissenswertes über die Kulturgeschichte und

Buch, wie man Gewürzsalze wie Limetten- oder Kakaosalz herstellt oder mit Salz Lebensmittel konserviert.

Ingrid Schindler/Bäbel Schermer (Texte) und Matthias Hoffmann/Frauke Kops (Fotos): **Das kleine Buch vom Salz**, Gräfe und Unzer Verlag, 192 Seiten, Fr. 46.90.

Die einfache Küche: Alles über Lafers grosse Kunst

Im «Grossen Lafer» profitiert der Leser von 30 Jahre Berufserfahrung des TV- und Sterne Kochs Johann

Region, informiert «Osterie d'Italia» über Standort, Ruhetage, Platzzahl,

Preise und natürlich über die Haus-spezialitäten und -weine. Nützlich ist auch das angehängte kulinarische Lexikon, das dem Leser die regionalen Spezialitäten Italiens erläutert.

Slow Food Editore (Hrsg.): **Osterie d'Italia 2010/11. Über 1700 Adressen ausgewählt und empfohlen von SLOW FOOD**, Gräfe und Unzer Verlag, 942 Seiten, Fr. 50.90.

Der neue Klassiker: Alle Rezepte von Kaltenbach

Die Neuauflage des Klassikers «Ächti Schwyzer Chuchi» von Marianne Kaltenbach versammelt sämtliche Rezepte, die in den zahlreichen Auflagen seit 1977 erschienen sind. Diese wurden sorgfältig überarbeitet, sind aber wie gewohnt nach Saison geordnet. Ergänzt werden die Schweizer Rezepte mit Wissenswerten über Schweizer Fische, Brotsorten, Käse und Kräuter sowie mit einer Liste der Wochenmärkte.

Johann Lafer: **Der grosse Lafer. Die Kunst der einfachen Küche**, Gräfe und Unzer Verlag, 480 Seiten, Fr. 67.90.

Der neue Führer: Alles über die «Osterie d'Italia»

Mit diesem Führer durch ausgewählte Osterien, Trattorien und Enotheken vom Piemont bis Venedig und vom Tessin bis Sizilien findet der Italienreisende garantiert sein Lieblingslokal. Gegliedert nach

Okiwana bis zu den australischen und rosafarbenen «Murray River Salt Flakes» Salzsorten vor, mit denen nicht nur Vorspeisen und Mahlzeiten, sondern auch Desserts veredelt werden können. Angereichert mit Exkursen zu Mythen und Fakten rund um das Salz, lehrt das



Die «Seeloft» hat die Besitzerin Esther Bühler gleich nach ihrem Geschmack eingerichtet.

Bilder Alan D. Bollat

Fakten Ein Haus mit langer Gastro-Geschichte

Esther Bühler beginnt mit Seehaus und Seeloft ein neues Kapitel in einem Bau mit langjähriger Gastro-Historie. In den Fünfzigerjahren war es als Restaurant Seeterrasse bekannt, später als Yuppie-Treff Bermuda berühmt-berüchtigt. 2003 betrieb es Hirsch Leu als Bagno Paradiso, danach hiess es für eine Saison 0815 und anschliessend Yooji's. «Oft stand Kurzfrist-Denke im Vordergrund», resümiert Bühler, «jetzt planen wir langfristig.» Sie hat selber Erinnerungen an diesen Ort: «Früher kam ich mit meinem Vater auf ein Glacé her.» ag

Ein-Zimmer-Hotel am See

Das besondere Konzept An der Zürcher Goldküste öffnet ein Ein-Zimmer-Hotel. Die Quereinsteigerin Esther Bühler hat das «Seeloft» in Herliberg gleich selber eingerichtet.

ANDREAS GÜNTERT



Das Restaurant «Seehaus Goldküste» in schlichtem Design.



Retro-Look im Bad.

Ah, die Goldküste. Wenn vom rechten Zürichseeufer die Rede ist, laufen die Bilder von alleine los im Kopfkin der Schweizer. Abendsonne, mildes Steuerklima, super-teure Immo-Preise stehen für den Streifen von Zürich nach Meilen. Die Kehrseite: Der Geldadel kauft Hotels und Restaurants am Wasser

weg und baut sie zu Eigentumswohnungen um. So geschehen mit dem Küsnachter «Ermitage», dem «Seehaus in Stäfa» und der «Schöna» in Erlenbach. Auch Esther Bühler, Ex-Lehrerin und Telekom-Unternehmerin, kaufte mit ihrem Ehemann eine Gastro-Perle am Wasser. Doch das «Seemittel» aus

Erlenbach hing an der Nutzung des dreistöckigen Herliberger Baus: «Beim Erwerb 2005 war uns klar: Das muss ein Restaurant bleiben.» Seit Mitte Dezember 2009 wird das 54-plätzig Lokal als «Seehaus Goldküste» in schönster Italianità vom Zürcher Strozzi's geführt. Und dieser Tage startet der Beherber-

gungsbetrieb, in der kleinstmöglichen Variante: Die «Seeloft» hat ein einziges Zimmer.

Ein grosses Zimmer mit Küche, Terrasse und Sicht auf den See

«Der Raum oberhalb des Restaurants», erzählt Esther Bühler, «wurde früher als Büro oder Gerantenwohnung genutzt. Ich fand, dass das auch ein perfektes Hotel hergeben würde.» Ab 1. März finden Gäste hier ein 44 Quadratmeter grosses Zimmer mit kompletter Küchenzeile, rundum Seesicht sowie einen 16 Quadratmeter-Balkon, der sommers mit einer Rattan-Inselounge bestückt wird. Die «Seeloft» ist dem Restaurant in idealer Weise verbunden, Gäste können per Haustelefon «Seehaus»-Angebote von 9 Uhr morgens bis Mitternacht ordern. Oder sie kochen selber, die Küchenzeile mit Herd, Kühlschrank, Mikrowelle und Geschirrspüler kommt der Idee eines «home away from home» sehr nahe, Besteck und Geschirr reichen für sechs Gäste. Frühstück, Benutzung der reich gefüllten Minibar und Nespresso à discrétion sind im Preis von 580 Franken für zwei Personen inklusive; bald wird auch die kostenpflichtige Mitbenutzung eines Caminada-Sportbootes angeboten. Bühler denkt, dass sich die «Seeloft» für Hoch-

zeitsnächte und für Geschäftsleute eignet, die eine stilvolle Bleibe für kürzere oder längere Aufenthalte brauchen. Zwei TV-Flachbildschirme, Schreibtisch und kostenloser Internetzugang befriedigen moderne Business-Nomaden. Eingerichtet hat die Quereinsteigerin die «Seeloft» selber: «Ich konnte meine Ideen und Farbkonzepte hier verwirklichen, wohl der Traum jeder Frau.» Auf Eichenparkett sorgen lilablau Lederstühle und eine rotlederne Liege für Farbakzente;



Schön gelegen an der Goldküste.

daneben übernahm sie Merkmale aus der Restaurant-Einrichtung. Geräuchertes Eukalyptusholz etwa und das Mosaico-Muster im Badezimmer, das sich auch auf der Terrasse unten findet. Die Plättli in verwaschenen Blau- und Schlammtönen sind der Stolz der Hausherrin, «ein Retro-Effekt im Stil der Fünfzigerjahre.»

Viel Aufwand für ein Zimmer

Ein Hotel mit nur einem Zimmer ist für Esther Bühler «einerseits ein Nachteil, weil hoher Aufwand für nur einen Raum betrieben wird, andererseits durch seine Einmaligkeit natürlich ein Vorteil». Einen Check-in-Schalter gibt es nicht.



«Beim Erwerb im Jahr 2005 war uns klar: Das muss ein Restaurant bleiben.»

Esther Bühler
Eigentümergein Seeloft und Seehaus

Gäste werden sich wohl an der Restaurant-Theke melden, deren Zinn mit der Victoria-Arduino-Adonis-Kaffeemaschine um die Wette funkelt. Bezahlen kann man bei Inhaberin Bühler, die oberhalb des Hotelzimmers ein Büro hat und mit einer mobilen Kreditkartenstation zur Stelle sein wird.

www.diegoldkueste.ch

Genuss

Tomatensaft in luftiger Höhe schmeckt besser

Deutsche Forscher haben herausgefunden, warum Tomatensaft bei Flugreisenden so beliebt ist: Laut einer Studie des Frauenhofer-Instituts verändert der niedrige Luftdruck über den Wolken das menschliche Geschmacksempfinden. Weil die Geschmackswahrnehmungsschwelle bei niedrigem Druck wie bei einem Schnupfen steigt, würden Salz, Zucker und Kräuter über den Wolken schwächer wahrgenommen, während fruchtige Gerüche sowie süsse und kühlende Geschmackseindrücke in den Vordergrund treten. os

Neue exotische Fruchtsäfte für Horeca-Kunden



ZVG

«Granini» lanciert exklusiv für Horeca-Kunden (Hotels, Restaurants, Caterings) die Produktlinie «Granini Specialities»: Die drei neuen Fruchtsäfte Mango, Himbeere und Litchi Guave sollen das bestehende Sortiment ergänzen und kommen in der markentypischen 20 cl-Glasflasche sowie mit dunkelgrünem Etiketten- und Deckelgoldring. Für Kunden gibt es «Specialities-Abende» zu gewinnen: Es winkt ein Event mit dem Weltmeister im Showbarmixen, Levent Yilmaz. os

Neu gestylte und fair gehandelte Kaffees

Die Espresso-Linie Allegretto von «Heimbs Kaffee» präsentiert sich zur «Internorga 2010» in einem neuen Design. Vom Geschirr über das Service-Sortiment bis zu Werbemitteln oder der eigenen Sirup-Linie ist alles auf das neue Logo und das neue Erscheinungsbild abgestimmt. Mit dem Claim «Espresso forte», dem neuen «Allegretto»-Schriftzug und den Farben Schwarzblau, Silber und Blutorange will «Allegretto» Assoziationen zur italienischen Genuss- und Kaffeekultur herstellen, erklärt Marketingleiter Matthias Reuper den Markenrelaunch. Ebenfalls neu ist die Sorte «Visione» mit EU-Biosiegel und Fairtrade-Logo. os

Alles über Weine: Der neue «Johnson» ist da



«Der grosse Johnson», die Enzyklopädie der Weine der Welt, liegt in einer aktualisierten und überarbeiteten Auflage vor. Wie immer liefert er alles Wissenswerte rund um Weinbau und -produktion. Dabei bleiben auch Newcomer aus Chile, Australien und Südafrika sowie unbekannte Produzenten aus Israel oder China nicht unerwähnt. Das Ganze ist auch in einer handlichen Form mit der 31. Ausgabe des «Kleinen Johnson» zu haben. os

Hugh Johnson, *Der grosse Johnson*, 688 Seiten, Fr. 89,90, *Der kleine Johnson*, 448 Seiten, Fr. 39,90, Gräfe und Unzer Verlag

Exoten für Individualisten

Das Ein-Zimmer-Hotel ist der Exot unter den Beherbergungsformen. Doch der Übernachtungs-Solitär ist da und dort bekannt – und auch karrierefähig. Wer an Rationalität und Skalen-Effekten interessiert ist in der Hotellerie, wird sich wohl nie für einen Einzimmer-Betrieb erwärmen können. Zu aufwendig in der Bewirtschaftung ist er, zu schnell vollgebucht und nicht für Gruppen geeignet. Für Individualisten aber, die ein einzigartiges Angebot machen wollen, für Gäste, denen der Stau am Frühstücksbuffet ein Graus und Privacy erstes Gebot ist, haben Einzimmer-hotels ihren Reiz. Die Herliberger «Seeloft» ist nicht der einzige Vertreter dieser Gattung. Die englische «Times» jedenfalls publiziert 2008 eine Liste mit «The world's 10 best one-room hotels».

hotels beliebt, in Deutschland ebenso, da und dort kommen Gastronomen auf die Idee, ihr Lokal um ein Schlafgemach zu erweitern, wie der Frankfurter Sternechef Juan Amador, der über seinem Atelier eine einzige Suite eröffnet hat. Übernachtungspreis: 650 Euro, Shuttle-Service im Maserati inklusive.



Das Baumhaus in Le Locle, Milestone-Gewinner, ist gut gebucht.

In die englische Top Ten schaffte es auch das damals noch aktive Schweizer Projekt «Everland», ein Einzimmerhotel, das an der Expo.02 geboren wurde und dann auf Tournee ging: letzter Standort war bis Mai 2009 das Dach des Palais de Tokyo in Paris. In Skandinavien sind Einzimmer-Baum-

hause in Le Locle, Milestone-Gewinner, ist gut gebucht. rierefähig. Wie etwa das Baumhaus «Chouett Nid» von Karin und Jean-Paul Vuilleumier in Le Locle. Nicht nur gewann das Konzept 2003 einen Milestone, das einstige Einzimmerhotel wuchs infolge der grossen Nachfrage auch über sich hinaus: heute sind es schon vier dieser Zimmer, die in den Bäumen oben hängen. ag



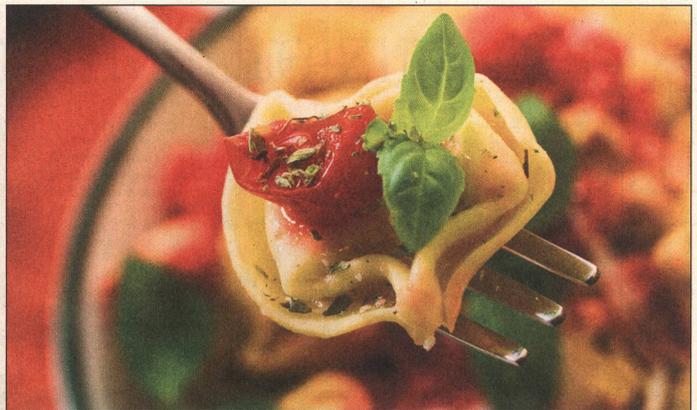
Das Ein-Zimmer-Hotel Everland war Star der Expo.02.

Besten-Liste der «Times»: www.timesonline.co.uk/tol/travel/where_to_stay/article4635264.ece
Everland: www.everland.ch
Les Nids: www.lesnids.ch
Amador-Suite Frankfurt: www.amador-suite.de
Ausstellung «Einraum-Hotel» Bremen: www.hs-bremen.de

Genuss bis zum allerletzten Bissen

Ruprecht Schmidt ist Chef de Cuisine im Hamburger Sterbehospiz Leuchtfleur. Nun ist ein Buch über den ehemaligen Sternekoch, seine Gäste und ihre letzten Wünsche der kulinarischen Art erschienen.

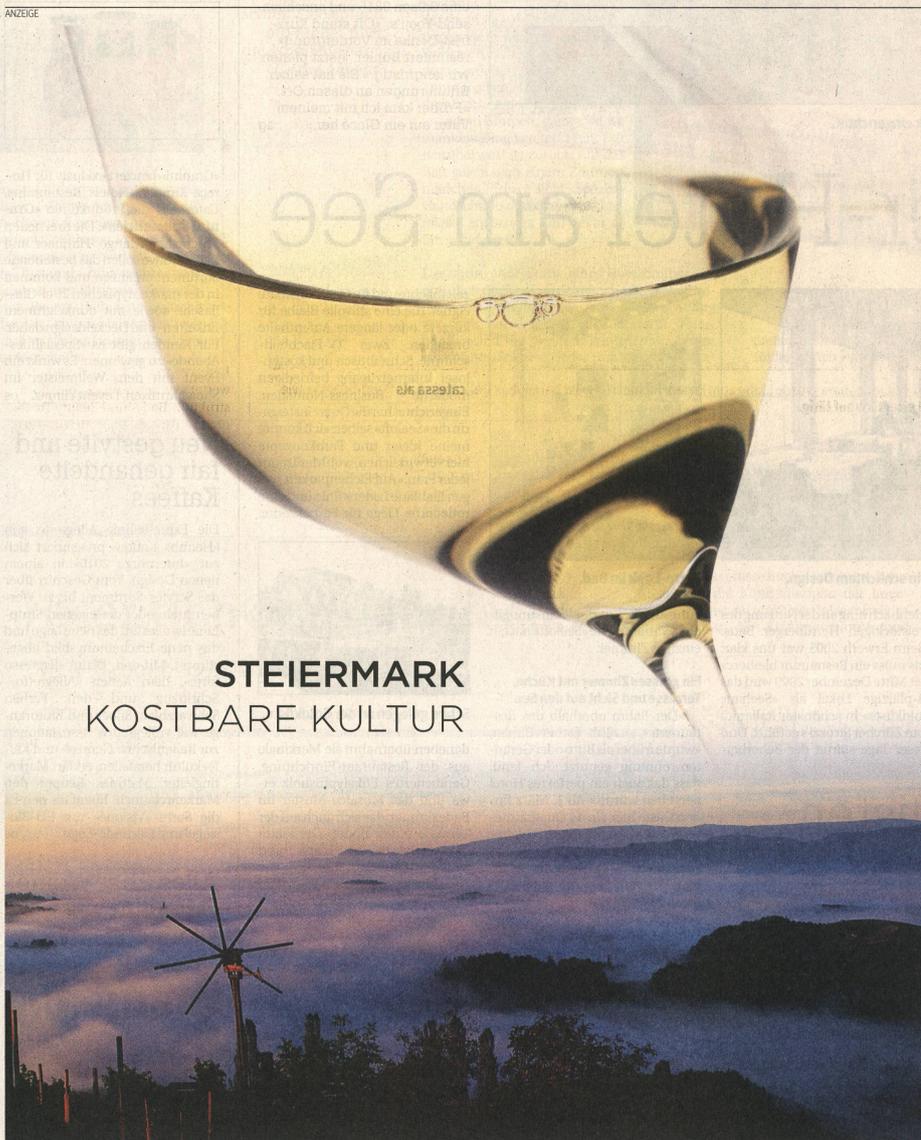
FRANZISKA EGLI



Fotolia

«Essen heisst, ich lebe noch!»: Kulinarisch soll es den Sterbenskranken an nichts mangeln.

ANZEIGE



**STEIERMARK
KOSTBARE KULTUR**

ÖSTERREICH WEIN

Es gibt sicherlich Weinbaugebiete, in denen wuchtigere und vor allem alkoholischere Weine wachsen. Aber es gibt auf der ganzen Welt keine frischeren, brillanteren und daher auf elegante Weise herkunftstypischeren Gewächse als im Süden der Steiermark.

www.osterreichwein.at

Ob das deftige, nordische Matrosengericht Labskaus oder ein edler Coq au Vin, schlichte Gnocchi oder nur gerade ein Stück Pizza – kein kulinarischer Wunsch, den Ruprecht Schmidt nicht erfüllt. Denn im Gegensatz zu früher, als der 46-Jährige noch in Deutschlands Spitzengastronomie tätig war und anspruchsvolle Gäste verköstigt hat, die auf die Zukunft angestossen haben, hat seine heutige Klientel keine Zeit, keine Zukunft mehr. Fürsie zählt nur noch das Hier und Jetzt, im besten Fall gibt es noch ein Morgen, und da soll es ihnen kulinarisch an nichts mangeln – auch wenn die Gäste zwar Appetit, aber nur noch wenig Hunger haben.

«Wenn der Mensch dich einfach anstrahlt und sagt: (Klasse!) Das ist Genuss pur.»

Ruprecht Schmidt
Koch im Sterbehospiz Leuchtfleur

Er wollte sich nicht mehr darüber definieren, wie viel die Gäste essen

In der Eingangshalle des Hamburger Hospiz Leuchtfleur, das mitten im St. Pauli und nur einen



Chris Lambertsen/vzg

«Gesunde Kost interessiert hier keinen»: Ruprecht Schmidt.

Katzensprung von der Reeperbahn entfernt ist, hängt der Leitspruch des Hauses: «Wir können dem Leben nicht mehr Tage geben, aber den Tagen mehr Leben.» Seit das Hospiz vor elf Jahren gegründet worden ist, welches elf Bewohnern Platz bieten kann, ist Schmidt sein Chef de Cuisine und sind die Todkranken seine Gäste: Die meisten haben Krebs im Endstadium und leben nicht länger als ein paar Wochen im Hospiz, wo sie rund um die Uhr gepflegt und betreut werden. «Wenn ich es schaffe, ein Essen genau so zu kreieren, wie ein Sterbenskranker sich das vorgestellt hat, kann ich mich jedes Mal aufs Neue darüber freuen», sagt Schmidt, der sich ganz bewusst von der Spitzengastronomie abgewendet hat.

Er definiere sich als Koch nicht mehr darüber, wie viel gegessen werde, sondern danach, ob er die Menschen damit erreiche. «Du kommst ins Zimmer rein, fragst, ob es geschmeckt hat, und der Mensch strahlt dich an und sagt: Klasse! Das

ist einfach Genuss. Das ist Genuss pur», erzählt er.

Und auch wenn ihn zu Beginn vieles verunsichert hatte – ob und wie er mit all dem Leid umgehen kann –, Berührungsängste hat Ruprecht Schmidt längst keine mehr. Im Gegenteil: Manchmal reicht ein Lieblingsessen aus fast vergessenen Tagen, um Sterbende noch einmal glücklich zu machen, weiss er. Damit schenkt er den Gästen, deren Tage gezählt sind, nicht nur besondere Geschmackserlebnisse, sondern auch Erinnerungen an bessere Zeiten.

Hier, in diesem Hospiz zu kochen sei für ihn «sehr, sehr stimmig», diese Art von Arbeit habe er immer gesucht, erzählt er. Jeden Morgen gegen halb elf besucht er seine Gäste in ihren Einzelzimmern. Er teilt ihnen das Tagesmenü mit und erkundigt sich nach Sonderwünschen: Denn wer etwas anderes möchte, der bekommt es auch. So verhilft er dem ausgemergelten Rolf Führung mit einem reichhaltigen Frühstück samt hausgemachtem Quittengelee zu neuem Appetit. Oder bereitet der Italien-Liebhaberin Gudrun Fischer, deren Tumor immer mehr auf den Magen drückt, mit mediterraner Kost tagtäglich eine riesige Freude, auch wenn ihre Portionen von Tag zu Tag kleiner werden. Er leitet zur leichteren Verdauung unzählige Orangen, er reserviert Kuchenstücke für die, die es nicht pünktlich zum Kaffeetrinken schaffen, und sein Sprüchmenü soll ein Gedicht sein.

Welche Bedeutung Essen hat, ist ihm erst hier bewusst geworden

Was er hier zubereitet, unterscheidet sich deutlich von dem, was Ruprecht Schmidt einst in der gehobenen Gastronomie zu kochen pflegte: Gefragt ist weder edler Hummer noch gesunde Grünkernbratlinge, «das interessiert hier keinen». Gewünscht wird meist profane Hausmannskost, Lieblingsgerichte, also Kindheitserinnerungen.

Ob es nicht absurd sei, für Todkranke so aufwendig zu kochen, wird Ruprecht Schmidt des öfteren mal gefragt. Nun, die Bedeutung, die Essen haben könne, sei ihm erst durch die Arbeit im Hospiz immer klarer geworden, gibt er dann zur Antwort: «Essen heisst, ich lebe noch!» Das Leben der Todkranken, das kann der Sterbebegleiter der kulinarischen Art nicht verlängern. Aber zumindest verstüssen.

Dörte Schipper: Den Tagen mehr Leben geben. Über Ruprecht Schmidt, den Koch und seine Gäste, Bastei Lübbe Verlag, 253 Seiten, Fr. 34,50

www.hamburg-leuchtfleur.de

Reisender in Sachen Food

Er ist Food-Scout bei Globus Delicatessa und reist auf der Suche nach neuen, besonderen Produkten durch die ganze Welt: Richard Kägi.

SIMONE OTT

Man könnte neidisch werden: Sie jetten für neue Produkte rund um die Welt. Was genau umfasst Ihr Job?

Ich durchstöbere alle fünf Kontinente nach Kolonialwaren, Essenzen und Gewürzen, Öl und Essig, Tee und Kaffee, Konserven und Konfitüren, Reis und Pasta – nach allem, was haltbar und verschlossen ist und nicht als Frischprodukt gilt, wie Fleisch, Fisch, Obst und Gemüse. Wenn ich aber ein ganz besonderes Fleisch oder eine rare Sorte Austern entdecke, dann lasse ich das meine Kollegen natürlich wissen.

Wie oft sind Sie im Ausland?

Ich bin etwa drei Monate im Jahr unterwegs, regelmässig in Italien und Europas Metropolen wie Barcelona, Paris und London. Nach Kapstadt, Bangkok, Singapur, Hongkong, Indien reise ich etwa alle zwei Jahre. Und dann bin ich natürlich für unsere jeweiligen Promotionen unterwegs, wie zum Beispiel nach Sizilien für unsere aktuelle Promotion. Die Zeit in der Schweiz brauche ich, um den

Mitarbeitern die Produkte zu erklären, ihnen die Geschichte zu erzählen, die dahinter steckt, mit ihnen das Produkt zu degustieren, damit sie zum Beispiel einen neuen Essig geschmacklich und von der Anwendung her einordnen können.

Wie gehen Sie bei der Suche nach Produkten vor?

Bevor ich reise, informiere ich mich über verschiedene Quellen. Ich lese Lifestyle-Magazine, Zeitungen, Reiseführer, surfe im Internet, kontaktiere Leute vor Ort und lasse mir Tipps geben. Das Spannendste passiert jedoch nach meiner Ankunft. Ich besuche Geschäfte, Galerien, Buchhandlungen, Küchenläden, Märkte. Dadurch entsteht ein Gefühl für die Menschen, den Ort, die Dinge und so das Gefühl für das Essen. Wichtig ist auch das Gespräch mit Köchen. Die wissen meist ganz genau, wer was produziert. Eine Adresse ergibt schnell eine Handvoll weiterer Kontakte. So zeigte mir der Koch der «Trattoria Temptation» in Palermo «Estratto», eine Paste aus Tomaten, die von den Nonnas auf grosse Holzbretter gestrichen und an der Sonne getrocknet wird. Die Sizilianer verwenden sie zu Braten oder für Saucen und Sughì. Nun gibt es Estratto bei uns.

Im Gepäck haben Sie jeweils eine ganze Anzahl Muster. Was geschieht damit in der Schweiz?

Zunächst wird alles nochmals degustiert. Dann schauen wir, wie sie in die geplante Promotion integriert werden können. Es kann durchaus sein, dass etwas auch ins Basis-Sortiment passt. Danach prüft unsere Qualitätskontrolle die Produkte, ob sie unserer Lebensmittelverordnung

Neu im Sortiment: L'estratto.



Hegt seit jeher eine grosse Liebe zum Essen: Richard Kägi ist bei Globus Delicatessa als Food-Scout sowie als Leiter Einkauf tätig.

Neu im Sortiment: L'estratto.

Wie sieht das Food-Scouting in der Schweiz aus?

Ich besuche Märkte, Foodausstellungen, Landwirtschafts-Events, Preisverleihungen, Kochbuch-Vernissagen. Ganz wichtig ist auch der Kontakt zu Köchen und Hoteliers.

Für viele Produzenten ist es ein Traum, ihre Produkte bei Ihnen im Regal zu haben. Welches sind die Kriterien, die ein Produkt dabei erfüllen muss? Wir suchen hausgemachte Produkte, hinter denen ein engagierter, professioneller Macher steht. Selbstverständlich von bester Qualität. Bio ist ein Vorteil, aber kein Muss. Wichtig ist auch die Verpackung. Was sehr gut ankommt sind Verpackun-

gen im Grossmutter-Stil oder sehr moderne, minimalistische Designs. Was immer gut funktioniert: Wenn das Produkt sichtbar ist wie die Einnachprodukte in Gläsern eines Produzenten, den ich für unsere Sommer-Promotion entdeckt habe: Die Aprikosen, Kirschen, Rüebli und Bohnen sehen darin so knackig-frisch aus, dass man sie gleich verschlingen möchte.

Brauchen Sie Minimal-mengen?

Nicht unbedingt. Ein Produkt kann zur Profilierung dienen. Und weil Frische für uns wichtiger ist als Menge, braucht es Lieferanten, die auch mit kleinen Mengen arbeiten.

Welche Trends beobachten Sie bei den Kunden?

Die Leute wollen heute eine ehrliche Küche und nicht übertriebenen Luxus. Kaviar und

Gänseleber sind nicht mehr so gefragt. Wir beobachten auch eine neue Lust auf Fleisch. Der Kunde will aber wissen, woher es kommt: Natürliche, tierfreundliche Haltung ist Bedingung. Ein schönes Beispiel sind die Ribelmals-Poularden aus dem Rheintal, die mit einer widerentdeckten alten Sorte Mais aufgezogen werden. Unsere Kunden sind bereit, für ein solches Produkt einen höheren Preis zu zahlen, aber nur, wenn alles stimmt. Für Chichi gibt heute niemand mehr Geld aus.

Und wie kommt ein Hersteller hausgemachter Produkte zu einer Audienz bei Ihnen?

Produkte sprechen für sich. Einfach ein paar Muster schicken. Ich bin offen für Neues und probiere jedes Produkt, das man mir zukommen lässt. Wenn mich ein Hersteller überzeugt, wird er von mir hören.

Hotellerie

Post Hotel Weggis vermietet Zimmermädchen

Weil seine vier Zimmermädchen in der Wintersaison nicht ausgelastet sind, vermietet sie das Post Hotel Weggis als Cleaning-Team für 30 Franken pro Stunde an Privathaushalte in den Gemeinden Weggis, Vitznau und Glärsen. Da direkt über das Hotel abgerechnet wird, müssen sich die Kunden nicht um Versicherung und Sozialleistungen des Putzpersonals kümmern, berichtet die «Neue Luzerner Zeitung». Zudem ist das Cleaning-Team des «Post Hotels» im Gegensatz zu Reinigungsunternehmen auf Sonderwünsche der Kunden wie Bettbeziehen spezialisiert. os

«Day-Spas» in Hotels im Vergleich



Die «Bilanz» hat die «Day-Spas» in Hotels getestet. Sieger ist das **Park Hotel Weggis** mit 58 von 60 möglichen Punkten, dicht gefolgt vom Tschuggen Grand Hotel in Arosa (57 Punkte), dem «Victoria-Jungfrau» in Interlaken (56 Punkte), dem «Grand Resort» in Bad Ragaz (55 Punkte), dem «Dolder Grand» in Zürich (54 Punkte) und dem «La Réserve» in Gené (53 Punkte). Bewertet wurden Architektur, Infrastruktur, «Body- und Beauty Treatments», private Spa-Zonen und das Preis-Leistungs-Verhältnis. os

Ferien im Haus von Elvis Presley und Frank Sinatra

Einmal im Haus von Elvis Presley übernachten? Oder die Ferien auf dem Anwesen von Frank Sinatra verbringen? Kein Problem, in der kalifornischen Wüstenoase Palm Springs ist das möglich. Wenn Wände sprechen könnten – und erzählen, welche Partys im «Frank Sinatra Twin Palms Estate» seinerzeit gefeiert wurden... Nicht weit von Frank Sinatras Haus befindet sich die Villa, die Elvis Presley ursprünglich für seine Hochzeit mit Priscilla kaufte und wo die beiden ihre Flitterwochen verbrachten. Sie ist im Stil der Sechzigerjahre erhalten. sls

www.palm-springs.de

Allianz zwischen Victoria-Jungfrau und Taj Hotels



Die «Victoria-Jungfrau Collection» geht mit den «Taj Hotels Resorts and Palaces» eine strategische Marketing-Allianz ein. Die Kooperation bietet den Partnern unternehmensübergreifende Aktivitäten im Bereich Marketing, Verkauf und Kundenbindung. Die Partner werden gemeinsam auf Messen und Verkaufsfreien auftreten, ihre Mitarbeiter profitieren von Austauschprogrammen und die Mitglieder des «Victoria-Jungfrau Collection Club» geniessen die Vorzüge eines «Taj-Inner-Circle»-Gold-Mitglieds und umgekehrt. os

Wie eine Knolle die Schweiz veränderte

Mit «Härdöpfel, Tartuffel, Patata.» widmet das Rätische Museum der Kartoffel und ihrer Kulturgeschichte eine Sonderausstellung.

OLIVIER SCHMID

Heute sind regionale Schweizer Spezialitäten wie Maluns aus Graubünden, Älplermagronen aus der Innerschweiz oder natürlich das Nationalgericht Rösti von unseren Tellern nicht mehr wegzudenken. Dem war nicht immer so. Als sich die Kartoffel vor rund 300 Jahren in

Europa ausbreitete und das Nachschattengewächs im Schlossgarten von Marschlin (GR) Wurzeln schlug, sollen sich die Mägde und Knechte geweiheit haben, die als Viehfutter geltenden dreieckigen Knollen zu essen. Luzernerische Priester verfluchten sie als «Höllfrucht» und Jeremias Gotthelf schilderte die fatalen Auswirkungen des berüchtigten Kartoffel-schnaps.

Neben Fluch brachte der «Tüfelsdreck von Erdöpfel» aber auch Segen. Weil die vitaminhaltige Kartoffel nicht nur die Mangelkrankheit Skorbut zum Verschwinden brachte, sondern auch Hungersnöte während Getreide-Engpässen minderte, wurde sie zum «Heiland der Armen». Endgültig heilig gesprochen wurde sie im Jahr 2008,

das die UNO zum «Jahr der Kartoffel» erklärte. Die Kartoffel könnte in den Zeiten des Klimawandels zum geeigneten Mittel im Kampf gegen den Welthunger avancieren.

Dieser Expansions- und Erfolgsgeschichte der Kartoffel widmet das Rätische Museum in Chur eine Sonderausstellung mit dem Titel: «Härdöpfel, Tartuffel, Patata. Eine Erfolgsgeschichte». Um die Bedeutung der Kartoffel im Alltag und beim Wandel der Ernährung in der Schweiz aufzuzeigen, spannt sie mit Objekten, Bildern,

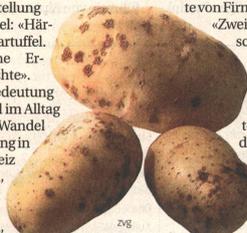
Kochrezepten, Filmen und der Präsentation von zahlreichen Kartoffelsorten den Bogen von den Ursprüngen der unscheinbaren Knolle in den Anden bis zu ihren lokalen Besonderheiten in Graubünden, bringt Kartoffelkrankheiten wie auch moderne Erfolgsprodukte von Firmen wie «Hero» oder «Zweifel» zur Sprache, schildert die Rolle der Kartoffel für die Schweiz während der «Anbauschlacht» im Zweiten Weltkrieg oder in der Volksmedizin und dokumentiert ihr Vor-

kommen in Werken bedeutender Künstler und in Bauernregeln.

Wie immer ergänzen Begleitveranstaltungen die Sonderausstellung. Neben der Einführungsveranstaltung für Lehrpersonen und dem Pro-Senectute-Nachmittag werden Vorträge zur Entstehung des Röstigrabens und andere «Kartoffelgeschichten» angeboten und für Kinder ein «Maluns-Workshop» wie auch ein «Härdöpfelstempel-Atelier» organisiert. Des Weiteren ist im Kino der Trickfilm «Die Geschichte der wunderbaren Kartoffel» zu sehen, und der Alpengarten Maran in Arosa öffnet für einen Tag seine Tore.

Ausstellung: 19. Februar bis 15. August 2010, jeweils Dienstag bis Sonntag.

www.raetischesmuseum.gr.ch



Die Kartoffel: ein Kulturgut.

Schokolade

Zartbitteres Jahr für Schweizer Chocolatiers

Erstmals seit sechs Jahren erlitten die 18 Schweizer Schokoladefabrikanen einen Absatzrückgang. Die Verkaufsmenge schrumpfte um 5,9% auf 174.109 Tonnen. Der Umsatz sank gemäss dem Branchenverband Chocousuisse noch etwas stärker, um 6,4% auf 1.702 Mrd. Franken. Die Konsumenten haben nämlich eher zu günstigeren Produkten gegriffen. Der Schokolade-Konsum sank auf 11,7 Kilogramm pro Kopf. Das sind 700 Gramm weniger als im Vorjahr. Auf dem wichtigsten Exportmarkt Deutschland ging die Nachfrage nach Schweizer Schoggiern deutlich zurück. Die Umsätze brachen um 13% ein. Stark gewachsen sind die Exporte nach Belgien: Umsatzmässig um 34,1%. Markante Mehrverkäufe realisieren konnten die Schweizer Schokolade-Hersteller auch in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Saudi-Arabien, Kuwait und China. gsg

Besseres 2009 als die Konkurrenz: Chocolat Frey AG



Besser als der Branchendurchschnitt erlebte die Chocolat Frey AG das letzte Geschäftsjahr: Der Marktleader unter den Schweizer Schokoladenherstellern konnte im Inland den Umsatz sogar halten (265 Mio. Franken). Insgesamt sank der Nettoumsatz 2009 um 3,4% auf 368 Mio. Franken, der Auslandsumsatz verminderte sich um 5,6%. Ausgebaut hat die Migros-Tochter im vergangenen Jahr das Bio- und Fairtrade-Sortiment. Dieses wurde bei den Tafelschokoladen mit drei neuen Geschmacksrichtungen ergänzt. Zudem konnte eine strategische Partnerschaft für eine kontrollierte Beschaffung von Kakao-Bohnen aus der Elfenbeinküste eingegangen werden. gsg

Läderach: Umsatz mit Hotelkunden brach ein

Die Confiseur Läderach AG baute trotz im 2009 das Filialnetz der gruppeneigenen Merkur Confiseries in der Schweiz aus und eröffnete erstmals eigene Läderach-Schokolade-Boutiquen in Deutschland. In der Schweiz verzeichnete der Glarner Confiseur im Detailhandel sogar ein erfreuliches zweistelliges Umsatzwachstum und konnte so bei den Markenprodukten weiter Marktanteile gewinnen. Demgegenüber steht ein Umsatzrückgang im Business-to-Business-Bereich, namentlich bei Hotelkunden und im internationalen Eigenmarkenabsatz. Massgebenden Einfluss hatte dabei das traditionell wichtige USA-Geschäft. Die neuen Märkte im Mittleren Osten, in denen das Familienunternehmen seit Ende 2008 präsent ist, konnten trotz einer Vervielfachung des Umsatzes den Verlust in den angelsächsischen Märkten nicht kompensieren. gsg

40. Stock und zurück

Beruflich ein ständiges Auf und Ab: Khady Gueye ist eine der letzten «Elevator Attendants» von New York. Die Liftfahrerin liebt ihren Job.

HANS GASSER

Zwei Anzugträger, Typ steifer Geschäftsmann, drei Frauen, eine davon Khady Gueye, die Fahrstuhlbegleiterin. «Haben wir nicht Glück», sagt Khady Gueye absichtlich laut zu den beiden Frauen, «dass wir mit zwei so attraktiven Männern im Lift fahren dürfen?» Die Frauen lächeln freundlich, die beiden Männer lassen keine Regung erkennen. «Haben Sie mich vielleicht nicht verstanden?», fragt Khady Gueye nach einer kurzen Pause. «Ja, doch», sagt einer der Anzugträger. «Ja dann, warum lächeln Sie nicht?» Die Frauen lachen, die Männer müssen nun zwangsläufig lächeln, das Eis ist gebrochen.

Khady Gueye ist von Berufs wegen eine Art Eisbrecherin. Ihr Arbeitsplatz ist der Aufzug im The Pierre Hotel, einem Dreissiger-Jahre-Hochhaus mit 40 Stockwerken am Central Park in New York. In dem Gebäude sind nicht nur 189 Hotelzimmer untergebracht, sondern insgesamt auch 80 Privatwohnungen, deren reiche, zum Teil prominente Eigner denselben Lift nehmen wie die Hotelgäste. Als eines der beiden letzten New Yorker Hotels hat das The Pierre noch Aufzugbegleiter, die hier «Elevator Attendants» heissen. In dunkler Uniform und mit weissen Handschuhen betätigen sie die Messingknöpfe des Aufzugs. Man sagt ihnen das Stockwerk, und sie bringen einen hin. Kein Aufzugfährtje ohne einen der neun festgestellten Begleiter, die im Schichtdienst Tag und Nacht bereitstehen.

Sie betreut die Gäste mit aufwändender Offenheit
Was sich zwischen dem Knopfdrücken und dem Bye-bye-Sagen



Khady Gueye begleitet Hotelgäste, Reiche und Prominente im Lift. Bilder: Hans Gasser

abspielt, ist ein ganzes Universum, eine eigene Welt, in der niemand sich so geschmeidig und gekonnt bewegt wie Khady Gueye. «Augenkontakt», damit fange es schon mal an. «Haben Sie gut geschlafen?» Oder: «Oh, Ihre Schuhe sind zauberhaft, aber es regnet heftig heute und ich möchte, dass Sie auch abends so gut aussehen wie jetzt.» So distanziert manche Kundschaft

auch sei, es gelinge ihr fast immer, sie zum Lächeln zu bringen, sagt Khady Gueye. «Und in dem Moment weiss ich: Ich habe es geschafft.» Die meisten Gäste wollten eine persönliche Ansprache, sie zahlten viel Geld für das Zimmer. «Ich muss mich deshalb gut informieren, wann Stammgäste ankommen, um sie im Aufzug zu begrüessen.»



The Pierre Hotel in einem New Yorker Wolkenkratzer.

«Khady's Office» nennt sie den Aufzug, ihr Reich. Wer es betritt, muss sich nach ihren Regeln verhalten. Das geht fast von selbst, denn ihre Offenheit ist entwerfend. Da gebe es manchmal Gäste, die sich beschwerten, dass sie sich nicht an deren Stockwerk erinnere, an jenes anderer Gäste aber wohl. Dann lege sie die Hände an die Hüften, mache «die mädchenhafte Nummer» und sage: «Das mag daran liegen, mein Herr, dass Sie mich kaum anschauen und noch nie eine nette Bemerkung zu meiner Frisur gemacht haben.» Sie ist mit dem Gast auf Augenhöhe.

Khady Gueye war Dienstmädchen bei Michael Jackson

Als Kind senegalesischer Einwanderer kam Khady Gueye nach New York, als sie acht Jahre alt war. Mit Kindern kann es besonders gut, sie hat selbst drei und ist allein-erziehend. Greint ein Gästekind im Aufzug, so fängt sie an, ihm Geschichten zu erzählen: «Hier, auf diesem roten Hocker im Lift, wo du jetzt sitzt, sass schon mal Michael Jackson.» Das stimmt zwar nicht, aber über Michael Jackson weiss Khady Gueye einiges aus erster

Hand. In den Achtzigerjahren habe sie als Stubenmädchen das 53. Stockwerk des benachbarten Helmsley-Hotels betreut. Da traf es sich, erzählt sie, dass der King of Pop auf dieser Etage eine Suite kaufte, die sie putzen musste: «Seine Leibwächter sind mir nachgestiegen und haben mich bedrängt, bis zu dem Tag, als ich Michael gebeten habe, ein Machtwort zu sprechen.» Das einzig Unangenehme an dem Job sei aber gewesen, dass Jacksons Schimpanse das Popcorn in der ganzen Suite verteilt habe: «What a mess!» – was für ein Durcheinander!

Diskretion ist Ehrensache für die New Yorker Elevator Attendant

Geschichten kann Khady Gueye, die 53 ist, aber eher ausstichlich wie 35, am laufenden Band erzählen. Liz Taylor habe sie immer «Black Queen» genannt und ihr ein Diamantherz geschenkt. Und die Country-Sängerin Dolly Parton habe ihr geraten, Perlicken zu tragen, was sie seitdem tue.

Wenn man aber von ihr wissen will, wer heute im The-Pierre-Gebäude wohnt, wird Khady Gueye einsilbig. Diskretion ist Ehrensache, noch mehr, weil sie gerade den Wohnungseigentümern ihren Job zu verdanken hat. Das Hotel gehört schliesslich mehreren «Residents»

gemeinsam. Und als die diversen Hotelbetreiber-Gesellschaften zweimal versucht hätten, den Job des Fahrstuhlbegleiters aus Kostengründen abzuschaffen, hätten die Residents das nicht zugelassen. Nur den ältesten Bewohner des Hauses rückt Khady Gueye dann doch heraus: Der Kunstsammler Roy Rothschild Neuberger, mit 106 Jahren. Und auch Ratan Tata hat hier eine Residenz, der indische Multimilliardär, dem die Taj-Hotel-Gruppe gehört. «Er hat zu mir gesagt: Ich mag es, wie du bist. Bleib so!» Ihr Erfolgsrezept sei wohl, dass sie jeden gleich behandle: «Denn man kann nie wissen, wer es ist.»

«Ich muss mich gut informieren, wann Stammgäste ankommen, um sie zu begrüessen.»

Khady Gueye
Elevator Attendant

Wer Fairtrade mag, liebt es auch heimisch

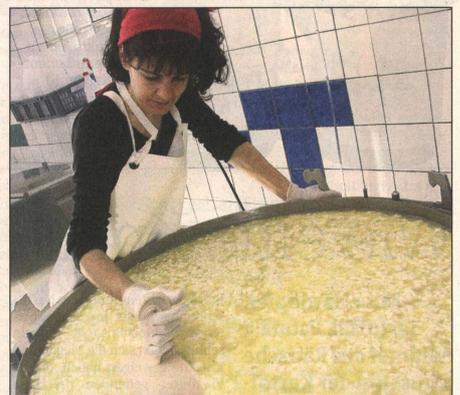
Schweizer Bergprodukte als Fairtrade-Produkte zu vermarkten, ist erfolgreich. Nun wird das Angebot ausgebaut.

FRANZISKA EGLI

Seit letztem September werden via www.gabana.ch, abgesehen von Datteln und Schokolade aus fairem

Handel, auch Alpkäse, Pizzoccheri oder Kräutertees angeboten – also regionale Spezialitäten aus dem Berg- und Alpbgebiet, die von verschiedenen Alpinavera-Partnern vertrieben werden. Bis Dezember konnten so rund 35.000 Franken umgesetzt werden, verkünden nun Alpinavera und Gebana stolz und schreiben: Es habe sich gezeigt, dass viele Konsumenten dazu bereit seien, einen fairen Preis für Schweizer Berg- und Alpbprodukte zu bezahlen, der auch den oftmals beschwerlichen Arbeitsbedingungen und der aufwändigen Produk-

tion im Berggebiet gerecht werde. Zu Ostern hin wird das Angebot nun bereits erweitert mit Lämmern vom Bio-Betrieb Flepp in Curaglia/GR, mit dem Bio-Schafmilchkäse Terna aus dem Jause Mair-Denoth im Unterengadiner Dorf Tschlin, mit Bio-Käse der Käserei Luchsinger aus Haslen/GL. Denn: «Für die Bergbauernfamilien und die Lebensmittelhersteller im Berggebiet sind moderne und direkte Absatzwege zum Konsumenten sehr wertvoll», sagt Jasmine Said Bucher, Geschäftsführerin von Alpinavera.



Stetig fallende Preise erfordern innovative Ideen: Bergkäse aus den entlegensten Orten können via Internet bestellt werden.

Impressum

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

Herausgeber/Editeur
hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion
Chefredaktion: Elisabeth Hobmeier/eho.
Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/sls
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Resortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Resortleitung fokus); Simone Leitner Fischer/sls (Resortleitung)

dolce vita); Miroslaw Halaba/mh (Resortleitung cahier français); Eugenio D'Alessio/eda; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/lt; Gudrun Schlenker/gsg; Karl Josef Verding/kjv; Samira Zingaro/sz. Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb. Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wollf/ro (CD). Korrektorat: Paul Le Grand. Volontär: Olivier Schmid. Online Redaktion: Melanie Roth/rom

Verlag
Leitung: Barbara König; Assistentin: Monika Hausamann. **Stellenserie:** Angela Di Renzo, Patricia Nobis Wyss. **Geschäftsanzüge:** Michael Müller, Béda-Urs Schönenberger. **Druck:** Buehler Grafino AG, Druckzentrum Bern. **Auflage:** WEMF beglaubigt 2008/09.

verkaufte Auflage: 10.732; Gratisauflage: 769. **Verkaufspreise** (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 152.–, 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.

cahier français

htr hotelrevue No 7 / 18 février 2010



Glacier 3000

Le nouveau CEO, Bernhard Tschannen, a un projet d'attraction spectaculaire.

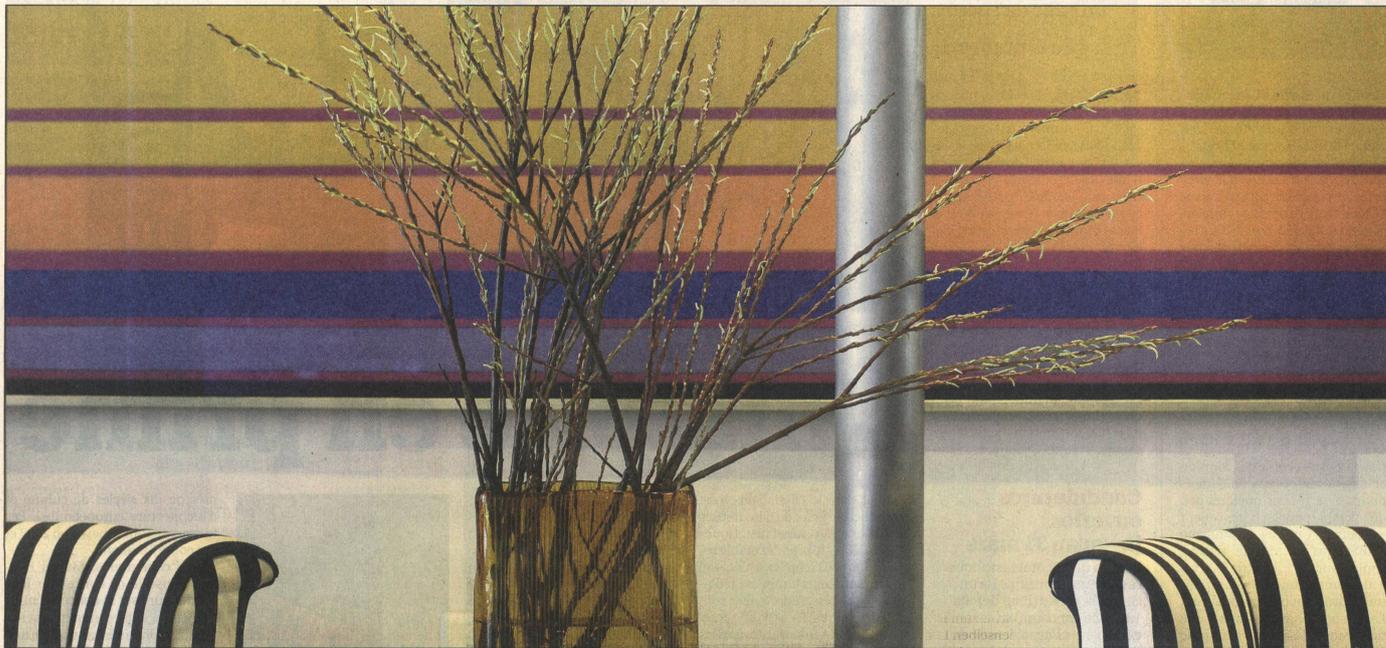
Page 21



Neuchâtel

La subvention cantonale de 427 000 francs destinée au tourisme a été supprimée.

Page 22



La qualité se mesure également à la capacité d'esthétiser l'espace, comme en témoigne l'entrée fleurie de l'Hôtel Widder, en ville de Zurich.

Alain D. Bollat

La qualité loge en nous

Pour incarner la qualité à l'externe, il faut l'intérioriser, selon Manfred Bruhn. Ce professeur a écrit plusieurs ouvrages à ce propos.

CHRISTINE KÜNZLER

Manfred Bruhn est professeur en gestion d'entreprise au Centre de sciences économiques de l'Université de Bâle. A ses yeux, les collaborateurs sont les garants de la qualité auprès

de la clientèle. Et, nous dit Manfred Bruhn, toutes les études montrent qu'il y a un rapport fort entre l'intérieur et l'externe. Pour incarner la qualité à l'externe, il faut avant tout l'intérioriser: «S'il y a des problèmes avec des collaborateurs à l'intérieur, il est souvent difficile d'assurer une bonne qualité à l'externe.»

Il faut cultiver une bonne communication

D'où la nécessité de cultiver une bonne communication verticale et horizontale dans l'établissement. Cela signifie que les problèmes des clients ou des hôtes, notamment, doivent être cernés sur tous les plans et bien communiqués. Mais il faut également mettre en place de bons systèmes de contrôle. «Car,

relève-t-il, on a besoin d'instruments afin que la qualité ne dépende pas uniquement de la bonne humeur des collaborateurs, mais de standards prédéfinis. La qualité ne doit pas apparaître comme un résultat accidentel, mais comme le produit d'un système d'assurance-qualité professionnel.»

Selon Manfred Bruhn, le directeur d'un établissement joue un rôle prépondérant, car il montre l'exemple: «Il doit incarner, respirer la qualité et pas seulement en parler.» Dans les petits hôtels, où le directeur a un contact direct à tous les niveaux (lire l'interview), il est plus facile d'«inspirer» la qualité au personnel. Mais si lui-même ne démontre pas qu'il s'investit dans ce domaine, il ne peut pas attendre de

ses employés qu'ils le fassent.» D'où le danger de déléguer la qualité à un service en particulier dans le sens où chacun, dans l'établissement, doit se sentir impliqué. Par contre, un responsable de qualité peut assurer la coordination et définir des interfaces.

«Mais plus encore, ajoute Manfred Bruhn, la qualité des prestations de service doit être intériorisée. Or, il y a des gens qui sont aimables naturellement. D'autres, au contraire, sont moins ouverts. Certes, on peut les former à penser «qualité», mais seulement jusqu'à un certain point. D'où l'importance de veiller, à l'embauche, que les collaborateurs disposent naturellement de cette aptitude. Il est en effet plus facile de dispenser un complé-

ment de formation que de modifier un trait de caractère. Et la clientèle sent si l'hospitalité est authentique et sincère.»

Une question de prix également

Mais, pour Manfred Bruhn, la qualité est aussi une question de prix. Pour les bons et très bons hôtels, c'est la qualité qui justifie le prix.

C'est valable aussi bien pour les hôtels suisses, dirigés par des propriétaires, que pour les chaînes gérées par des groupes américains au système de qualité contrôlé à l'échelle internationale. Les hôtels helvétiques

dépendent de prescriptions qui définissent comment mesurer la qualité, la contrôler et l'assurer. Mais, là aussi, le rapport qualité-prix doit être pris en compte. On ne reçoit un bon service que si l'on est prêt à en payer le prix. Selon Manfred Bruhn, pour les hôtels suisses, la question se pose plutôt de savoir si et comment le personnel peut assurer les standards de qualité helvétiques.

«Il faut veiller à engager des collaborateurs naturellement aimables.»

Manfred Bruhn
Professeur à l'Université de Bâle

Mais à quel hôtelier suisse Manfred Bruhn remettrait-il un prix de qualité? «A Reto Kocher, le directeur général des Trois Rois à Bâle», répond-il, même s'il est un peu

emprunté en raison des liens de proximité avec son domicile.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 7 Voir aussi le dossier fokus

Chez Rezidor, le client est roi

Yes I can», la stratégie de qualité du groupe Rezidor, ne veut pas dire tout faire pour le client, mais satisfaire le client. Au besoin avec un compromis. «S'il veut manger chaud à 1h du matin alors que la cuisine est fermée, nous proposons de lui servir une soupe chaude ou un sandwich», explique Andrea Fell, directrice des ressources humaines au siège central de Bruxelles. «Si le client n'est pas satisfait, nous cherchons alors une alternative à l'extérieur de l'établissement.»

Ce programme de qualité a été introduit en 1995, bien avant le slogan d'Obama. «Le message essentiel de Yes I can» est que tous les contacts professionnels du groupe – collaborateurs, clients, fournisseurs – sont traités avec cette philosophie», explique Andrea Fell.



Andrea Fell, directrice des ressources humaines.

Notre credo est: «Qui ne sert pas directement un client sert quelqu'un qui sert un client.»

De cette manière, Rezidor s'assure aussi la satisfaction des collaborateurs. Tous ceux qui rejoignent le groupe suivent la formation «Yes I can» pendant les 30 premiers jours dans les hôtels où ils travaillent. La société instruit des

formateurs régionaux qui, à leur tour, transmettent leur savoir aux formateurs de chaque établissement. «Notre fierté est que ce programme offre de nombreuses responsabilités et compétences aux collaborateurs du groupe.»

Selon Andreas Flückiger, directeur général du Radisson Blu Hotel, à Rome, «Yes I can» est différent des autres programmes de qualité dans la mesure où il se concentre sur l'embauche: 80% des collaborateurs sont recrutés avant tout pour leur attitude positive envers la prestation de service, 20% seulement pour leur savoir-faire. «Plus nous donnons l'exemple de la qualité, mieux elle est vécue», résume Andreas Flückiger. ck

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 9



A chaud

Robert Michel

Directeur de Swiss Budget Hotels depuis 1997. Cette association compte près de 150 établissements, en majorité des deux et des trois-étoiles disséminés sur tout le territoire suisse.

1. Quelle philosophie de la qualité cultivez-vous?

A mes yeux, assurer la qualité revient à donner aux clients ce que l'hôtelier leur a fait miroiter. S'il parvient à offrir davantage que promis, le professionnel a atteint un objectif de tout premier plan. En revanche, si les prestations se révèlent, ne serait-ce qu'un rien, en deça des promesses, il fait face à une véritable catastrophe.

2. Comment assurez-vous un bon niveau de qualité?

Nous possédons une centrale de réservation en ligne affichant les prix, les disponibilités et les prestations. Nous créons de la sorte une transparence du produit qui stimule indirectement la qualité. Nous disposons également d'un système d'évaluation destiné aux hôtes, qui nous permet d'avoir un feedback sur nos prestations.

3. La qualité a-t-elle le même sens dans toutes les catégories d'hôtels?

Absolument. En reprenant le slogan de notre groupe, «Où bien dormir coûte peu», je dirais sans hésiter que l'on peut bénéficier de services de qualité dans de petits hôtels sans devoir débours des sommes folles. Avec, en prime, un patron qui est souvent là pour accueillir ses clients.

4. Que pensez-vous du niveau de qualité général de l'hôtellerie helvétique?

Nous possédons une foule d'établissements d'excellente qualité. Mais, je le répète, en la matière, l'hôtellerie de petite et moyenne taille n'a rien à envier aux grands établissements. Elle offre des standards de qualité tout à fait à la hauteur grâce à des patrons qui n'hésitent pas à bosser du matin au soir. eda

En bref

Suisse

La gare de Berne, numéro un des surfaces de vente



La gare de Berne et ses magasins sont les surfaces de vente les plus fréquentées de Suisse. Une étude de la société Location Group a, en effet, montré que ce site dégage un chiffre d'affaires par mètre carré de 29229 francs. Le RailCity Bern devance ainsi largement le RailCity Zurich dont les ventes s'élevaient à 25400 francs par mètre carré. La gare de Berne voit passer 150000 personnes par jour. Location Group note toutefois aussi que la Ville fédérale manque de magasins de luxe. mh

Cours de change: vers un franc suisse plus fort

L'évolution probable des cours de change durant ces prochains mois pourrait se révéler quelque peu défavorable pour les hôtes venant en Suisse. Comme le souligne l'UBS dans sa récente analyse conjoncturelle trimestrielle, il y a actuellement une pression pour une réévaluation du franc suisse. Les responsables de la Banque nationale suisse sont dans une position délicate. Ils ne peuvent, estime l'UBS, que regarder notre monnaie se réévaluer ou intervenir, exposant ainsi la stabilité à long terme au risque d'une bulle inflationniste. mh

Zurich: une très coûteuse rue de la gare



La Bahnhofstrasse à Zurich n'usurpe pas sa notoriété. Selon une étude de la société Location Group, le prix de location des surfaces commerciales est annuellement de 9475 francs le mètre carré contre 7150 francs, il y a encore deux ans. C'est plus cher qu'à la New Bond Street à Londres (8350 francs), mais moins qu'aux Champs-Élysées à Paris (11000 francs). Au classement suisse, la Bahnhofstrasse est suivie par la Rue du Rhône à Genève où le prix de location est de 7400 francs. mh

Vaud

Lavaux Vinorama: ouverture prévue ce printemps

Sur le site des anciens Moulins de Rivaz, s'ouvrira «ce printemps» le Lavaux Vinorama. Cet espace d'animation et d'information, consacré à la vigne, proposera un centre de dégustation. Il sera également doté d'un spectacle audiovisuel. Disponible en huit langues, ce dernier suivra les pas d'une famille vigneronne et permettra ainsi au spectateur de découvrir le rythme de la vigne et les «mystères de l'œnologie». mh

Plusieurs établissements historiques ont un dilemme: raser ou investir pour créer une marque de la patine des ans. Convertir l'histoire en label est souvent un gage de succès.

SAMIRA ZINGARO

Le prix de «l'hôtel historique/restaurant historique de l'année» est placé sous le patronage de la section suisse du Conseil international des monuments et des sites (Icomos), en collaboration avec hotellerie suisse, GastroSuisse et Suisse Tourisme (voir encadré). Selon le président du jury, Peter Omachen, une vingtaine d'établissements sont en lice chaque année. Et la demande de séjours dans les établissements historiques croît.

Ecart entre patrimoine et besoins des clients

Mais le restaurateur de monuments parle aussi de grand écart entre préservation du patrimoine historique et besoins actuels des clients. À l'Hôtel Gyrenbad sur Tur-

Candidatures ouvertes jusqu'au 31 mars

Le titre de «l'hôtel historique/restaurant historique de l'année» est attribué depuis 1997. Ce concours est dédié à des objets architecturaux du Moyen Âge à l'époque actuelle. Il est placé sous le patronage de l'Icomos. Les candidatures sont ouvertes jusqu'au 31 mars prochain. Elles doivent être adressées à Icomos Suisse, Rorschacherstrasse 23, 9001 Saint-Gall. saz

www.icomos.ch



Le Bella Tola, à Saint-Luc, en Valais, avait été élu hôtel historique en 2001. Ici une chambre baptisée «romantique».

Photos IGD

L'histoire en prime

benthal, dans le Tösstal, on en est convaincu: le prix a eu d'heureuses incidences. Élu «hôtel historique» en 1997, il est le premier établissement auquel l'Icomos a décerné ses lauriers. Les retombées médiatiques et les réservations ne se sont pas fait attendre.

Du Moyen Âge à la fin des années 1960, l'hôtel était un centre thermal. Depuis 1985, il est placé sous la protection des monuments historiques. La famille Kunz le dirige depuis trois générations. Au lieu de le raser, «ce qui avait été envisagé autrefois», elle a investi, avec le canton, plus de 8 millions. La distinction de l'Icomos venait donc à point nommé: elle a fait connaître

l'hôtel dans toute la Suisse. La collaboration marketing avec «Swiss Historic Hôtels» lui amène aussi des clients. Monika Kunz siège au conseil d'administration. Créée en 2005, l'association tend à réunir hôtels et restaurants historiques sous une marque. Suisse Tourisme, de son côté, promeut aussi ce label.

Un titre qui a eu un impact positif

Pour Marcel Baillods, directeur de Blausee SA et responsable du restaurant & hôtel Cloître sur l'Île Saint-Pierre (lac de Biemme), ce titre se révèle lui aussi positif. «Hôtel historique 2010», l'établissement a été honoré pour «avoir su faire vivre



L'établissement valaisien date de 1859.

près de dix siècles de culture et d'architecture européennes». Les travaux se sont achevés en 2008 et ont coûté 7 millions.

Aux concurrents, Marcel Baillods conseille de concentrer leur candidature sur le concept entrepreneurial et pas uniquement sur le patrimoine architectural. Il s'agit de créer une symbiose entre histoire et modernité. L'hôtel est fermé depuis novembre—donc peu de temps après l'attribution du prix—jusqu'à la mi-mars. Malgré cela, la plupart des week-ends sont complets pour la saison à venir.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 13

Mövenpick pense à la relève

Le groupe zurichois vient de lancer un centre de formation des talents. But: mettre sur orbite les futurs managers de la société.

EUGENIO D'ALESSIO

«Engagé dans une dynamique de croissance, Mövenpick a besoin de nouveaux managers. Notre centre de formation flambant neuf répond à la nécessité d'assurer la relève en matière de leadership.» Henrik Mansson, vice-président

des ressources humaines de la société zurichoise, se plaît à souligner l'importance stratégique de la nouvelle structure inaugurée au Mövenpick de Lausanne, du 8 au 12 février.

Huit cadres du groupe hôtelier de luxe, âgés de 35 à 45 ans, se sont donné rendez-vous dans la capitale vaudoise pour ce baptême du feu. Actifs dans des établissements du Moyen-Orient (Koweït et

Jordanie), d'Afrique (Égypte, Tunisie et Tanzanie) et de l'océan Indien (Île Maurice), ces collaborateurs

«L'enseignement permet de développer le potentiel de chaque personne.»

Joon Stueber
Directeur au Mövenpick de Sousse

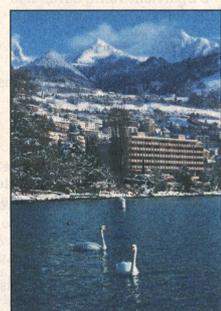
(confiance, motivation, sens entrepreneurial, compétences sociales), la capacité d'adaptation et la

mobilité professionnelle (expériences dans différents pays).

La spécificité de la formation réside dans un panache de techniques de management moderne et de cours de développement personnel. «L'enseignement n'est pas exclusivement focalisé sur la quête des résultats financiers. Il permet aussi de développer le potentiel de chaque personne, par exemple la capacité d'atteindre les objectifs fixés par la société. Il s'agit d'une formation managériale à la fois théorique et psychologique», explique le Suisse d'origine coréenne Joon Stueber, directeur au

Mövenpick de Sousse (Tunisie). Après le séminaire, et c'est là une des nouveautés du concept aux yeux d'Henrik Mansson, chaque participant sera suivi par un parrain issu du sérial et sélectionné sur la base du profil du futur manager. «Cette relation de parrainage facilitera le développement du jeune cadre», commente le vice-président des ressources humaines.

Ce dernier envisage d'organiser le séminaire de formation une, voire deux fois par année, selon les besoins de la société. Il évalue son coût à quelque 100 000 francs pour l'ensemble du groupe.



Le Royal Plaza, un des fleurons du groupe de Jacques G. Murray.

Montreux Suisse Hôtels mue

Le groupe de l'homme d'affaires Jacques Gaston Murray prévoit de nouvelles suites, des structures internes modifiées et une extension à Territet. Objectif: atteindre les cinq cents chambres.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Montreux Suisse Hôtels va encore renforcer sa politique de chaîne,

non seulement en présentant une nouvelle vitrine web, mais également en modifiant son organisation interne. Autre modification cosmétique: l'adjonction de la mention «Resort» au titre général. Mais c'est au niveau des structures que Montreux Suisse Hôtels & Resort subira les plus importantes modifications.

«Une évolution plutôt. N'oublions pas que Jacques Gaston Murray est avant tout un financier», précise Hansueli Egli, le directeur général du groupe. Ainsi, sous sa direction, les établisse-

ments montreuviens du groupe (le Royal Plaza, la Villa Toscane, l'Eden Palace au Lac et l'Excelsior, à Territet) verront tous leurs organes directeurs (finances, achats, ressources humaines) regroupés avec chacun un responsable. Ils seront centralisés dans le bâtiment du Royal Plaza.

Seule exception à ce regroupement: la cuisine, les restaurants devant garder leur spécificité avec, cependant, des effectifs réduits, notamment au Royal Plaza, où les collaborateurs seront placés sous la direction d'un nouveau chef

suisse, Georges Dufresne. But de cette évolution: «Assurer la pérennité du groupe, bien entendu, et atteindre les objectifs de rentabilité», précise Hansueli Egli, qui annonce également l'ouverture de onze nouvelles junior suites prévues à l'Excelsior, alors que celles prévues au Royal Plaza seront bientôt disponibles.

Montreux Suisse Hôtels & Resort a par ailleurs acquis un nouveau bâtiment voisin de celui de l'Excelsior. La mise à l'enquête des modifications agendées pour le transformer est en cours.

Projet planant

Bernhard Tschannen est depuis début janvier le CEO de Gstaad 3000, qui coiffe les installations de Glacier 3000, aux Diablerets. Il envisage une attraction décoiffante.

CLAUDE JENNY



«Nous voulons être davantage présents sur les marchés internationaux.»

Bernhard Tschannen
CEO de Glacier 3000

Pouvez-vous nous décrire les contours de ce projet?

En fait, nous devons offrir une nouvelle attraction tous les cinq ans. L'Alpine Coaster est en activité estivale depuis trois ans. Nous songeons donc à une autre attraction qui devrait être opérationnelle d'ici 2 ou 3 ans. Et qui sera très spectaculaire. Elle fera le bonheur des excursionnistes en leur offrant un point de vue unique grâce à une passerelle qui sera «jetée» dans le vide depuis l'actuel

Un CEO de 32 ans au riche parcours professionnel

Originaire de l'Oberland bernois, Bernhard Tschannen n'est âgé que de 32 ans. Diplômé de l'École de tourisme de Sierre ainsi que de la HES-SO Valais en économie d'entreprise, il a travaillé dans le marketing pour les remontées mécaniques de Saas-Fee et d'Aletsch avant de rejoindre Gstaad 3000 en 2006 en tant que responsable marketing & vente. Il était aussi chef d'exploitation ad interim de Glacier 3000.

View Point en direction du Scex Rouge.

Quelles sont vos autres priorités?

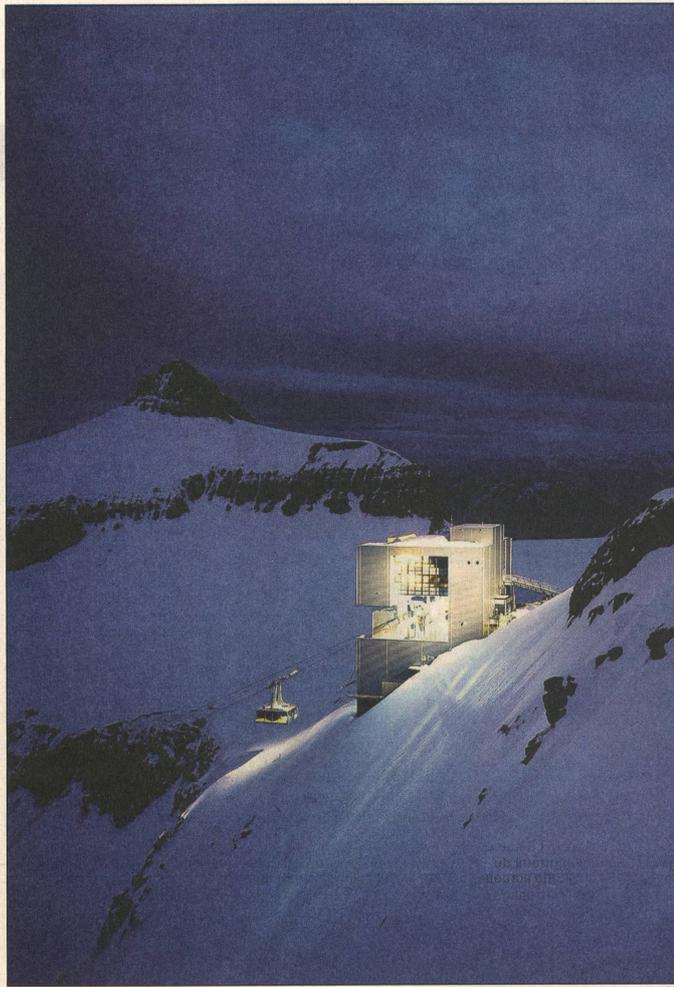
D'une part, finaliser la mise en place de l'organisation du secteur vente et marketing. Nous avons déjà engagé un sales manager pour la Suisse et un représentant en Inde. D'autre part, nous concentrons davantage sur nos forces. Au niveau des excursions sur glacier, nous disposons d'un «top produit». Nous devons mieux le vendre et attirer davantage d'excursionnistes.

Sauvée du naufrage en 2007, comment se porte la société Glacier 3000? Heureusement mieux! Mais nos résultats n'ont pas encore atteint la stabilité, parce que nous enregistrons de grandes fluctuations hivernales. La bonne

nouvelle, c'est que nous avons doublé notre clientèle estivale en trois ans. Nous tendons vers la stabilité et visons une répartition 50/50 entre la clientèle hivernale et les excursionnistes.

Qu'allez-vous entreprendre pour doper les résultats de Glaciers 3000?

Etre davantage présent sur les marchés internationaux. Aussi en intensifiant notre collaboration avec nos partenaires privilégiés que sont l'Office du tourisme valaisais au sein du Lake Geneva Area et la compagnie du Goldenpass. Le but est d'attirer davantage d'excursionnistes. Sur ce segment, contrairement à la fréquentation hivernale, nous pouvons faire mieux. Nous allons aussi réduire nos coûts en étudiant une exploitation plus flexible hors des pics saisonniers.



Des cabines permettent d'atteindre le sommet du Scex Rouge, où trône, à 2965 mètres, la forteresse futuriste de Mario Botta, une des principales attractions de Glacier 3000.

Vous avez aussi revu votre politique tarifaire.

En proposant un forfait skieurs sur un site glacière à 59 francs la journée, nous sommes vraiment attractifs. Pour les excursionnistes, nous avons effectivement revu nos tarifs avec un billet plein tarif à 77 francs pour se rendre sur le glacier. Un prix moins élevé que d'autres domaines comparables. Et depuis le 1er janvier, le tarif n'est plus que de 39 francs pour tous les détenteurs de l'abonnement

demi-tarif. Les enfants ont la gratuité jusqu'à 9 ans ou avec la carte famille. Nous offrons donc un produit haut de gamme à un prix vraiment attrayant.

Vous venez d'effectuer une tournée de prospection en Asie. Le marché asiatique est-il l'un de vos atouts maîtres?

Ce marché présente un grand potentiel pour Glacier 3000 parce que nous pouvons offrir à l'année ce que les touristes asiatiques recherchent: voir la

neige une fois dans leur vie. La grande difficulté est d'arriver à ce que les groupes fassent un crochet par Les Diablerets entre Paris et Milan. Nous accueillons déjà de 7000 à 8000 clients indiens par année, mais nous pouvons viser beaucoup plus. Le potentiel est énorme, non seulement en Inde, mais aussi en Chine, en Corée du Sud. Singapour marche très fort actuellement. Ces marchés offrent le plus fort potentiel de croissance pour Glacier 3000.

Le pari de l'info gratuite sur mobile



La technologie Bluetooth est un aubaine pour les touristes.

Accéder à des renseignements touristiques grâce à son portable: c'est désormais possible à Crans-Montana. La station valaisanne participe à «Smart Blue», un projet pilote soutenu par la Confédération.

ISABELLE BAGNOUD LORETAN

«La demande touristique passe aussi par les nouvelles technologies». Dominique Fumeaux, le directeur de Crans-Montana Tourisme (CMT), en est persuadé et porte avec enthousiasme le projet «Smart Blue». Le touriste peut désormais recevoir gratuitement des informations touristiques sur son portable. Grâce à la technologie Bluetooth (connexion sans fil), le téléphone se connecte à l'une des

bornes installées en station. Après téléchargement unique via SMS, le touriste n'a plus qu'à ouvrir son application. Quelle est la météo à la Plaine Morte? Quel restaurant choisir? A quelle heure part le prochain funiculaire pour Sierre? Tout est disponible, nuit et jour.

Reliées au serveur de l'Office du tourisme, les bornes donnent des priorités aux informations diffusées en fonction des intérêts de l'utilisateur, du lieu et de l'heure de la transmission. Le programme permet ensuite de mettre à jour les informations dans le mobile dès que l'utilisateur s'approche de l'une des bornes. «Avec la technologie Bluetooth, nous proposons un service gratuit, simple et nous

touchons ainsi 80% des téléphones mobiles en activité aujourd'hui», explique Blaise Crettol, professeur à la HES-SO Valais, qui a conçu le nouvel outil.

Une fois la période de test effectuée, le projet pilote, soutenu par la Confédération, sera commercialisé par deux start-up valaisannes. Le projet est dévisé à quelque 500 000 francs. Il est également porté par l'Etat du Valais et une foule de partenaires locaux, comme l'Association des six communes du Haut-Plateau, la compagnie de transport SMC ou les remontées mécaniques.

Crans-Montana Tourisme poursuit le projet, avec «Smart Blue», d'une prise en charge globale du client au niveau de l'informa-

tion en proposant déjà une version mobile de son site internet pour les smartphones et, tout prochainement, pour les applications iPhone et Android. Ainsi, près de 98% des téléphones mobiles en circulation pourront dès lors recevoir toute l'information sur Crans-Montana. La force du projet réside aussi dans son contenu. La base de données a été développée durant près de deux ans par Crans-Montana Tourisme.

Une seule base de données suffit pour toutes les différentes technologies. Entrer ou modifier des informations est désormais un jeu d'enfant. Car on peut avoir toutes les plate-formes possibles, sans contenu, cela ne sert pas à grand-chose. Pour que le système soit performant, les données doivent être actualisées au plus proche du réel. Avant l'été, la période test achevée, «Smart Blue» devrait donner ses premiers résultats.

En bref

Vaud

Le TTW travaille à son renouvellement

Principal salon de la branche suisse du voyage, le Travel Trade Workshop (TTW), qui se déroulera du 3 au 4 novembre à Montreux, s'organise en vue du départ de son directeur, Ralph Nikolaïski. Le conseil d'administration a désigné un groupe de travail chargé d'assurer, à titre intérimaire, la direction opérationnelle du salon. Depuis la mi-février, celle-ci est assurée par Rolf Brun, membre de la direction d'Olma Messen AG, et par Angelo Heuberger, directeur de Primus Verlag. mh

Genève

Le magazine Bilanz teste les «day spas»



Le magazine économique Bilanz a testé les «day spas». Un des tests a été consacré aux spas aménagés dans les hôtels. La palme est revenue au Sparkling Wellness du Park Hotel Weggis, dans la localité lucernoise du même nom. Cet établissement obtient 58 points sur 60. Le premier établissement romand se trouve en 6e position. Il s'agit du spa de La Réserve, à Genève, qui récolte 53 points. En 8e position, on trouve le spa du Beau-Rivage Palace, à Lausanne, avec 49 points. mh

Monde

Contacts avec la population locale demandés

Les touristes souhaitent enrichir leur voyage à l'étranger par des contacts avec la population locale. Une étude réalisée par l'Institut Studienkreis für Tourismus a montré que 22% des huit mille Allemands interrogés souhaitaient rencontrer des indigènes lors de leur voyage. La moitié d'entre eux estiment que c'est la seule manière de comprendre les pays en développement et les pays émergents. On estime à 14 millions le nombre de voyageurs allemands âgés de plus de 14 ans. mh

Les prix hôteliers ont reculé dans le monde



L'année 2009 a été marquée par un sensible recul des prix de l'hébergement dans les hôtels de la planète. Ainsi, à Moscou, où les tarifs sont les plus élevés, ceux-ci ont reculé de 5% à 465 francs en moyenne, relève une étude de la société Hogg Robinson Group. La plus forte baisse a été enregistrée à New York (-23%). Suivent les villes de Dubaï et de Dublin (-21%), ainsi celles de Zurich et de Hong-Kong (-18%). mh

En bref

Italie

Sunstar renforce sa présence à Isola d'Asti

Le groupe hôtelier Sunstar sera davantage présent en Italie. La société Ferienclub Privilege SA, dans laquelle il détient une participation de 45%, est devenue l'unique propriétaire de l'hôtel quatre étoiles, sis à Isola Asti, Castella di Villa. Sa part au capital-actions était auparavant de 20%. Exploité comme hôtel-boutique, apprécié des Suisses, l'Hôtel Castella di Villa travaillera, dès le 11 mars, sous la marque «Privilege Hotel» et reprendra le concept d'exploitation du Privilege Hotels Villa Caesar à Brissago, au Tessin. mh

France

Des flashcodes pour les horaires des bus parisiens

La RATP, la société des transports publics parisiens, vient d'introduire une nouvelle prestation. Grâce aux flashcodes, ses voyageurs peuvent prendre connaissance sur leur téléphone portable des horaires de passage des deux prochains bus ou tramways. Plus de vingt mille flashcodes - pictogrammes constitués d'un assemblage de carrés noirs et blancs - sont désormais téléchargeables à onze mille arrêts du réseau de la RATP à Paris et dans l'Île-de-France. mh



La promotion des sites neuchâtelois, comme ici les gorges de l'Areuse, se fera en bonne partie dans le cadre de Jura & Trois-Lacs.

Rigueur budgétaire

Les propos tenus lors de l'assemblée générale, en juin à La Vue-des-Alpes, par le nouveau chef du département de l'économie du canton de Neuchâtel étaient prémoniteurs. S'adressant aux membres de Tourisme neuchâtelois, Frédéric Hainard avait relevé que les finances de l'Etat n'étaient «pas au beau fixe». Il avait alors averti que la nouvelle législature allait «être plus rigoureuse que la précédente» et que Tourisme neuchâtelois allait être appelé «à participer à l'effort commun». Ceci, sans perdre de vue, toutefois, que le tourisme devait «se développer pour devenir l'un des piliers» de la prospérité économique neuchâteloise. Ces propos se sont concrétisés à la fin de l'année. Désireux de mettre sur pied un budget d'austérité, le Grand Conseil a, lors de sa session de décembre et sur proposition du Conseil d'Etat, supprimé la subvention cantonale de 427 000 francs qui figurait au budget depuis 2003. Le tourisme a été le seul secteur dont le soutien étatique a été entièrement rayé des comptes.

Promotion maintenue, grâce à Jura & Trois-Lacs

Cette décision a, bien sûr, rendu amer le directeur de Tourisme ne-

Tourisme neuchâtelois vit une période difficile. Austérité financière oblige, la subvention cantonale de 427 000 fr. a été supprimée.

MIROSLAW HALABA

châtelois, Yann Engel. D'une part, parce que cette somme, qui représente 13% du budget, devait être utilisée pour honorer les contrats de prestations récemment signés avec le Val-de-Travers et le Val-de-Ruz pour l'exploitation de deux points d'information et également poursuivre la mise en valeur de l'urbanisme horloger inscrit en 2009 à l'UNESCO. Et, d'autre part, parce que ce manque de recettes pèse sur l'activité de l'office, à tel point que des suppressions de postes étaient même envisagées.

Accepté il y a une dizaine de jours seulement, le budget 2010 a toutefois pu être établi sans toucher à l'emploi. «Grâce à notre participation dans la société de marketing Jura & Trois-Lacs, nous pourrions participer à des actions

communes, mais nous devons renoncer à des actions que nous aurions aimé faire en plus», souligne Yann Engel. Et de citer notamment, l'encarté et les annonces périodiques dans l'hebdomadaire Schweizer Illustrierte. Craignant ne plus voir la subvention biflée de sitôt au budget de son association, il ajoute: «Notre salut passe aujourd'hui par la collaboration supracantonale.»

Plusieurs manifestations d'envergure au programme

Ceci dit, l'année en cours se présente tout de même bien pour le tourisme neuchâtelois. Plusieurs manifestations d'envergure devraient lui permettre de renforcer son image. Il y aura, bien sûr, principalement, les Championnats du monde seniors de course d'orientation, épreuves susceptibles de générer 35 000 nuitées.

Mais, il y aura aussi les Jeux nationaux d'été placés sous l'égide de la fondation Special Olympics Suisse. Mille cinq cents sportifs handicapés sont attendus.

Deux cent à trois cents professionnels participeront, par ailleurs, fin septembre, au 7e Swiss Cheese Award, dont la partie publique devrait réunir plus de 10 000 personnes.

Valable jusqu'au 28 février 2010
chez votre dépositaire de boissons.



L'énergie naturelle

Action commander maintenant



-0.15 Rabais



-0.10 Rabais



-0.10 Rabais



-0.10 Rabais



-0.10 Rabais



-0.15 Rabais



-0.10 Rabais



Pavillon naturel des prix

Le musée où l'on se régale

Au Barocco, le restaurant du Musée d'art et d'histoire de Genève, on se met en quatre, voire plus pour vous satisfaire. Visite des lieux.

MICHEL BLOCH

Tous les chemins, ou presque, mènent au Barocco. Repris en 2009 par Jobin Steiger et Samuel Dos Santos comme chef de salle, le duo gagnant a très vite conduit cet établissement sur la route du succès. L'année 2010 marque le centenaire du musée. Il n'y a pas meilleure occasion pour fêter la réussite quasi immédiate de ce sympathique restaurant qui jouxte la superbe librairie du musée.

Un havre de paix au cœur de Genève

Soixante privilégiés prennent place dans cet havre de paix et, à la belle saison, septante autres places viennent plus que doubler cette capacité, grâce à une magnifique terrasse aménagée dans le cadre à la fois reposant et grandiose que constitue la cour du musée.

Une clientèle diversifiée, composée de visiteurs du musée et aussi de connaisseurs attirés grâce au bouche-à-oreille, serend au Barocco, qui est ouvert du lundi au vendredi de 10h à 17h pour le lunch (il est prudent de réserver!) comme pour y déguster un excellent thé ou une pâtisserie servis par un personnel souriant, avenant et sympathique dans un cadre original, où un immense lustre ancien côtoie en toute harmonie un mobilier moderne. Vous opterez pour le plat du jour, par exemple un filet de truite saumonée aux pample-



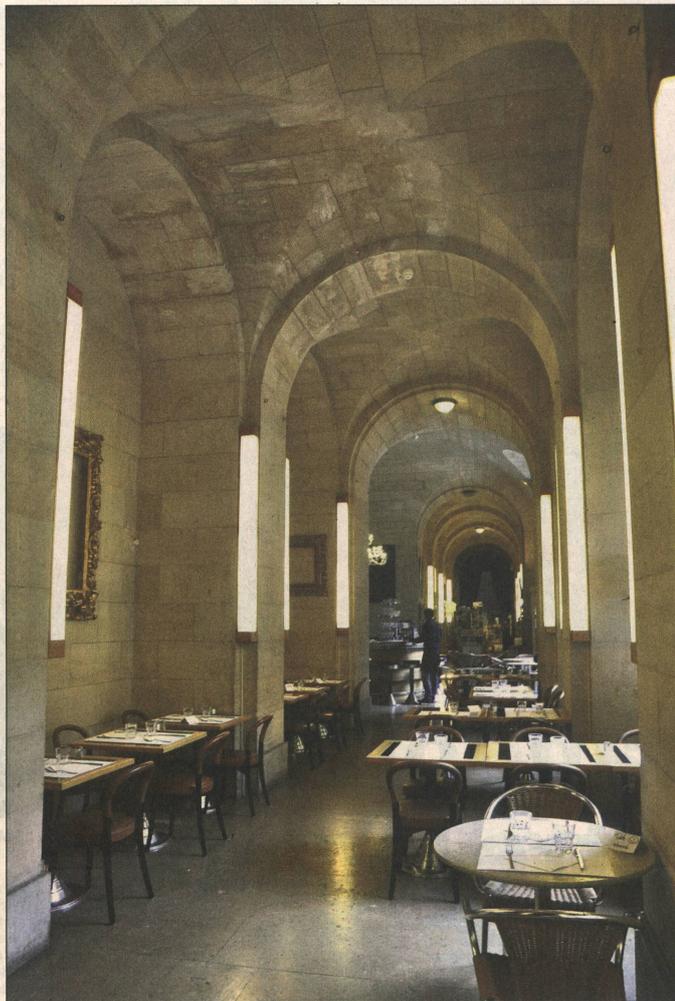
Le restaurant dispose d'un bar accueillant.

mousse et fondue de poireau accompagné d'une petite salade mêlée craquante à souhait ou pour l'un des mets proposés à la carte.

Jobin Steiger, qui est un grand voyageur, vous proposera une soupe de lentilles jaunes à l'in-

Un restaurant panoramique pourrait voir le jour

Une pré-étude a été réalisée en vue de la rénovation du Musée d'art et d'histoire par l'architecte Jean Nouvel, réputé internationalement. Le bâtiment du musée, qui date d'un siècle, mérite en effet d'être rajouté et adapté pour valoriser ses immenses collections. Si ce projet devait aboutir, il est prévu qu'il comprenne la construction d'un restaurant panoramique qui sera situé au-dessus du niveau des toitures du bâtiment actuel avec une vue sur le lac, précise Christiane Zimmermann, du service de presse du musée. mb



L'établissement offre soixante places, une capacité qui peut être doublée à la belle saison.

Photos Urmila Ewala/Ada

dienne ou un tartare de loup à la japonaise, mais aussi une salade de croustillant de chèvre chaud au miel et thym ou encore une daurade en papillon aux aubergines ainsi qu'une superbe blanquette de veau à la moutarde de Meaux. Et les légumes carottes et autres brocolis sont parfaits. Quant à la carte des vins, elle satisfiera, là encore à

des prix tout à fait raisonnables, les connaisseurs.

Un large choix de pâtisseries maison

Des pâtisseries maison, moelleux au chocolat et autres tartes, mettront l'eau à la bouche des gourmands tout au long de la journée. Enfin, une carte de très im-

pressionnante attire les amateurs de Darjeeling Impérial, de Ceylan Flowery Orange Pekoe, de Lapsang Souchong ou de thé des Moines, sans oublier une superbe thé vert japonais. Un environnement unique, une cuisine très légère et colorée, un service parfait: les atouts sont réunis pour vous permettre de passer un excellent moment.

Douceurs et vins

Les bonbons ont un goût un peu amer



Les 14 fabricants suisses de confiserie ont vécu un exercice 2009 mitigé. Malgré des ventes en hausse de 2,1%, le chiffre d'affaires de la branche a reculé de 1,7%, à 327 millions de francs. Il a souffert d'effets monétaires négatifs, mais aussi d'un marché helvétique terne. Quant aux exportations, elles ont progressé de 6,4%, à 21 800 tonnes. Le chiffre d'affaires a toutefois stagné à 225 millions. Avec une part de marché de 23,3%, les Allemands restent les plus fidèles amateurs de friandises helvétiques. eda

Le chocolat fait moins saliver les Suisses

Pour la première fois en six ans, les Suisses ont mangé moins de chocolat. En 2009, ils n'ont ingurgité «que» 11,7 kilos par personne, contre 12,4 kilos en 2008, révèle l'association faitière Chocosuisse. Dans la foulée, les dix-fabricants helvétiques ont vu leurs ventes reculer de 5,9% en volume, à 174 000 tonnes, et de 6,4% en chiffres d'affaires, à 1,7 milliard de francs. L'année dernière, la part du chocolat étranger consommé en Suisse a, de son côté, augmenté à 33,6%, contre 30,9% en 2008. eda

Les tamales inscrits au patrimoine de l'Unesco?

Le Mexique vient de demander que sa gastronomie soit désormais inscrite au Patrimoine mondial de l'Unesco, révèle le site internet du quotidien «Le Monde». Des représentants de l'organisation internationale se prononceront sur cette requête vraisemblablement en avril ou en mai. Aux yeux de la directrice du Conservatoire mexicain de culture gastronomique, les modes de préparation des tamales (papillotes de feuilles d'épi de maïs) et les salsas (sauces-condiments froides) doivent être protégés, comme le sont l'héritage préhispanique ou les anciens bâtiments coloniaux qui se trouvent au centre de Mexico. eda

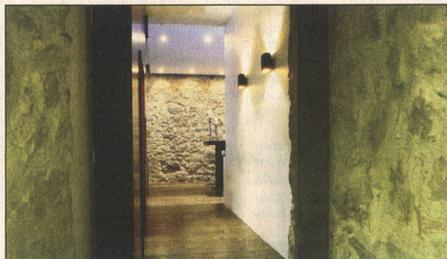
Bienne perpétue la légende du Cecil

Le Cecil, un des bars mythiques au cœur de Bienne, rouvrira ses portes le 25 février. L'établissement, porteur d'un nouveau concept, a été rénové de fond en comble.

EUGENIO D'ALESSIO

«Je veux faire revivre l'esprit du légendaire Cecil, ressusciter l'héritage d'un bar où se retrouvaient, dans les années 1960 et 1970 notamment, toutes les couches de la population biennoise, où sympathisaient dans un joyeux mélange Romands et Alémaniques.»

Roland Itten, le patron du Cecil new look, revendique avec enthousiasme son rôle de gardien de la



Le décor et l'architecture baignent dans des couleurs chaudes.

tradition, tout en poursuivant un objectif prioritaire: transformer son établissement en lieu de rencontre des Biennois de tous horizons et de tous âges.

Un concept en trois mouvements

Pour ce faire, Roland Itten mettra en œuvre, dès le 25 février, un concept qui est placé sous la

devise «Petit mais bon» et qui s'inscrit dans une triple filiation: café, bar et restaurant. «Le matin en semaine, dès 6h30, les clients pourront se retrouver autour d'un petit noir et s'informer grâce à un large choix de journaux suisses et européens. A midi, le Cecil offrira un menu du jour agrémenté d'une petite carte avec salades, pâtes et focaccia.»



Roland Itten, un patron heureux.

Et de poursuivre: «Le soir, mon établissement ambitionne de remettre au goût du jour la tradition de l'apérito, avec tapas, antipasti et viande séchée en prime. Et pour les grosses faims, il sera possible de goûter à notre spécialité, l'entre-côte frites avec beurre Café de Paris.» Au terme de ces réjouissances gastronomiques, le Cecil se muera en classique bar de nuit

pour couche-tard. «Nous organisons différents événements musicaux en invitant, entre autres, des groupes de jazz et de blues», précise Roland Itten. Pour accueillir cette clientèle, le patron a totalement rénové le local, resté fermé plus de trois ans en raison de problèmes juridiques avec la propriétaire des lieux. Il a imaginé un élégant décor de bois et de pierre qui mêle style ancien et moderne. Il se murmure que le coût des travaux a dépassé le million de francs.

Un ensoleillement que l'on décrit comme exceptionnel

Le Cecil nouveau offre près de 200 places. Il dispose d'une verrière avec large vue sur la place Guisan, près de la gare. Grâce à un ensoleillement que l'on dit exceptionnel, il devrait faire le bonheur, ce printemps et cet été, des clients installés en terrasse. «Le Cecil sera ouvert sept jours sur sept et emploiera deux collaborateurs en cuisine et trois personnes au service de bar», lâche Roland Itten.

Consécration mondiale pour l'Alsace



Lonely Planet vient de propulser l'Alsace dans le top 10 des régions incontournables à visiter en 2010. L'éditeur de guides de voyages consacre plusieurs pages à Strasbourg, à la cuisine et au vignoble alsaciens. «C'est formidable. Nous passons de la 4e région la plus visitée en France à la consécration planétaire», s'est réjoui Jacques Dreyfuss, président du Comité régional du tourisme d'Alsace. En quatre ans, le nombre de touristes visitant cette région chaque année est passé de 8,5 à 11 millions. eda

www.tourisme-alsace.com



«Je peux m'imaginer qu'il existe encore des possibilités à Genève et Bâle pour Arabella Hospitality Group.»

Wolfgang Neumann (Page 5)



Moudon vivra au rythme de l'exubérance et de la folie carnavalesques entre le 4 et le 7 mars prochain.

Photos Christian Gauthey/idd

Les Brandons, la fête entre locaux

Après les temps des carnivals (catholiques), voici venu celui des **Brandons** (protestants). Des manifestations difficiles à exploiter sur le plan touristique.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

A Fribourg, le Rababou a brûlé très rapidement, promettant un bel été. A Monthey, le Prince Chalot 1er a rangé son costume au soir du Mardi gras, les pays catholiques sont entrés dans la période de carême. Il est temps pour les villes protestantes de se mettre, elles aussi, à la fête: ce sont les Brandons.

Et c'est à Payerne, dans la Broye vaudoise, que se déroulera les plus grands d'entre eux. Pour le défilé de ce 19 février, on y espère 18 000 per-

sonnes (l'entrée sur le parcours est payante), histoire de battre les records des éditions 2008 et 2009 à hauteur de 17 000 fêtards, plus du double de la population de la cité.

Les festivités s'achèveront mardi

La fête débutera dès ce soir et se terminera le mardi aux petites heures de l'aube. Il en ira également ainsi à Moudon, la semaine suivante. Voilà bien de quoi assurer à la région un impact touristique.

Cela reste malheureusement bien difficile.

«Notre vocation reste exclusivement régionale et, d'ailleurs, même si le thème générique de notre manifestation est influencé par l'actualité mondiale, ce n'est que pour mieux s'amuser et brocarder des événements ou des personnages locaux», rappelle le secrétaire du comité d'organisation payernois. Avec, pour conséquence, qu'il faut le plus souvent connaître la vie politique, sociale

(et parfois sentimentale) de la Broye. A cela s'ajoute un autre phénomène: «Notre région reste pauvre en possibilités d'hébergement et, dans ces conditions, il nous serait difficile d'envisager des offres particulières axées sur les Brandons», dit-on à l'office du tourisme.

Pas de menus particuliers chez les restaurateurs

Cerassonnement est partagé par les restaurateurs, qui ne prévoient pas de menus particuliers. Une situation perçue de la même manière par Cindy Queloz, du service de presse de l'OTV, qui souligne cependant que «la manifestation de



Masques et musique, l'inséparable couple des festivités.

Payerne est répertoriée sur le site et les brochures sous le thème «Fêtes et festivals» et que si des spécialistes s'y intéressent de plus près, l'organe faitier du tourisme vaudois peut parfaitement répondre à des demandes précises.

On est ainsi loin de Bâle, de Venise, de Nice ou de Rio. Et bien plus proche de Monthey, dont le carnaval draine chaque année plus de 20 000 spectateurs... de la région. Et qu'il est aussi bien difficile d'exploiter en matière de tourisme, hormis pour les excursionnistes.

www.brandonspayerne.ch
www.brandons.ch

Les gens

Un nouveau membre au comité exécutif de Mövenpick Hotels

Début mai, **John Griffin** (photo) deviendra le nouveau Senior Vice President Brand & Marketing de Mövenpick Hotels & Resorts. Il



succèdera à ce poste à **Steven Nikolov**, qui était Senior Vice President Sales & Marketing depuis l'an 2000. John Griffin vient de Bangkok où il occupait le poste de Vice President Marketing chez Minor International, l'exploitant des Anantara Hotels, Resorts & Spas. Il deviendra membre du comité exécutif et sera directement rattaché au PDG **Jean Gabriel Pérès**. mh

Montreux-Vevey Tourisme: nouvelle collaboratrice

Carola Renggli est entrée en fonction, au début du mois, au département «marketing clients»



de Montreux-Vevey Tourisme et ce en qualité de «Sales & marketing Representative». Elle s'occupera principalement du domaine des loisirs sur les marchés européens et suisse allemand. De langue maternelle allemande, Carola Renggli a exercé le métier d'hôtesse de l'air chez Swissair et, plus récemment, chez Edelweiss Air, lit-on dans la lettre d'information de Montreux-Vevey Tourisme. mh

Nouvelle volée de diplômés sur les hauteurs de Lausanne



Cynthia Balli (SUI), lauréate du Prix de responsabilité sociale, félicitée par **Scott Harper** (Malmaison).



Stefanie Wijono en compagnie de **Ruud Reuland** (EHL), à gauche, et de **Michael Bott** (Hotela).



Ashish Kundra, major de promotion du programme «diplôme», et **Karin Blaser** (hotelleriesuisse).

Début février, le campus de l'Ecole hôtelière de Lausanne était en fête. Cent septante-quatre étudiants ont reçu leur diplôme de fin d'études.

MIROSLAW HALABA

Deux cérémonies de promotion ont animé, au début du mois, l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Vingt-six étudiants, sur les

trente-quatre de la volée, ont mis un terme à leur parcours académique conduisant au Diplôme de gestion en hôtellerie et en restauration. La meilleure prestation a été réalisée par Ashish Kundra, un étudiant indien, désigné major de promotion.

Cent quarante-huit étudiants, soit la totalité de la volée, ont, quant à eux, reçu leur diplôme pour avoir suivi durant quatre ans le programme de Hautes études en hôtellerie et professions de l'accueil. La meilleure étudiante de ce

programme a été l'Indonésienne Stefanie Wijono.

S'adressant aux étudiants, le directeur général, Ruud Reuland a relevé que la gestion de l'accueil est «une science». Les gestionnaires doivent réagir rapidement au changement, anticiper l'avenir. Toutefois, l'accueil est aussi «un art». «Le véritable accueil est le fait de manifester un profond intérêt envers autrui», a-t-il dit. L'accueil, c'est de faire en sorte que «le client ne soit pas simplement satisfait, mais réellement enchanté».

Raquette à neige: appel en faveur d'une «démarche participative»

Lancé au début de l'hiver, le «passport-raquette» n'a séduit, pour l'heure, que quelque deux mille intéressés.

L'entretien et le balisage des réseaux pour la raquette à neige – environ 1200 kilomètres en Suisse romande – sont coûteux. Fondée dans les années 2000, la Fédération suisse de raquette à neige s'efforce, avec l'aide de divers prestataires publics et touristiques, de satisfaire les besoins des randonneurs.

Comme l'indique son président Laurent Buchs, elle mise sur une «démarche participative» afin d'éviter l'introduction d'un émolument obligatoire. Pour ce faire,

elle a lancé, au début de la saison, un «passport-raquettes», soit un guide de 300 pages. Présentant l'intégralité du réseau, vendu au prix de 50 francs, ce dernier fait office de cotisation. Le comité de la fédération a senti le besoin de lancer, ces jours, un nouvel appel de soutien aux amateurs de raquettes. Seuls deux mille d'entre eux ont, en effet, acquis le passeport, alors que 500 000 paires de raquettes auraient été vendues en Suisse romande au cours des dix dernières années. mh



La Suisse romande a un réseau de pistes balisées d'environ 1200 km.

Promotion pour le «Monde du cirque» de Genève

La manifestation intitulée «Monde du cirque», qui animera Genève durant l'année, vient de recevoir un soutien promotionnel des CFF. La



Alexander Egger/CFI

rame **ICN**, baptisée du nom du célèbre clown jurassien Grock, vient, en effet, d'être décorée de symboles clownesques. Son intérieur a également revêtu des parures de cirque et de posters consacrés à la manifestation genevoise. mh

Plus de balade gourmande dans le canton de Neuchâtel

Fatigués par les tâches inhérentes à son organisation, les responsables de la Balade gourmande en Pays de Neuchâtel ont décidé de ne plus remettre l'ouvrage sur le métier. Lancée en 2004, cette manifestation, qui a réuni jusqu'à 1600 personnes, a été mise sur pied à six reprises. mh

stellenrevue htr

marché d'emploi

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

htr hotel revue Nr. 7 / 18. Februar 2010

reception@hotelleriesuisse

Schlüsselkompetenzen für den Hotelpfand erwerben

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

**Karriereplanung
beginnt hier**
htr stellenrevue

www.hoteljob.ch

htr hotel revue

www.gastrojob.ch
Topjobs und Gastroprofis – ganze Schweiz



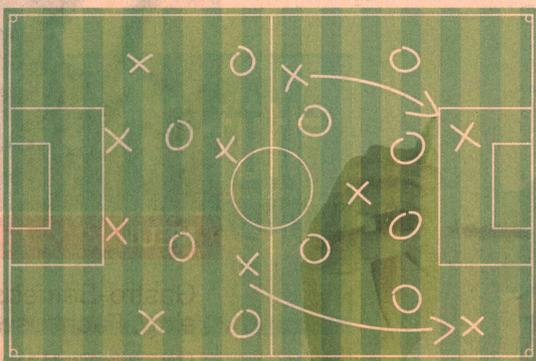
GastroJob

Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung	2
Direktion/Kaderstellen	3-7
Deutsche Schweiz	3-9
Suisse romande	11
Svizzera italiana	11
International/Marché international	-
Stellengesuche/Demandes d'emploi	11
Immobilien	13

Kaderaufbau
Nur gezieltes,
kontinuierliches
und messbares
Training holt aus
guten Kaderleuten
das Beste heraus.



Bildautor

«Steilpässe» zuspiesen



ROLAND BERGER
GESCHAFTSFÜHRENDER
PARTNER TUNE-QUALITY,
DOZENT AN DIV. HOCHSCHULEN,
DIPLOM. MARKETINGLEITER,
DIPLOM. HOTELIER

Anlässlich eines «Hotelier-Stammtischs» kam das Thema Fussball zur Sprache. Es war nur eine Frage der Zeit, bis thematisch auch die Trainer an der Reihe waren. Es wurden Stärken und Schwächen von Othmar Hitzfeld und Konsorten analysiert. In einem Punkt herrschte Einigkeit: Ein Spitzentrainer schafft es, aus jedem Spieler das Beste herauszuholen, so dass die Mannschaft als Team erfolgreich ist.

Ich transferierte die Thematik in den Hotellerie-Alltag. Die Frage: Wie fit sind eure Trainer und Trainerinnen im Betrieb? Was sich im Fussball bewährt, müsste doch auch in der Hotellerie funktionieren.

Der richtige Trainer

Die These ist einfach: Dienstleistungsunternehmen können sich durch gute Train-

ings stetig verbessern, egal, auf welchem Niveau sie im Moment sind. Voraussetzung ist allerdings, dass das Unternehmen die richtigen Trainer im Einsatz hat.

Trainer-Training

Wie im Sport, fallen auch hier erfolgreiche Abteilungs- und Teamleiter nicht vom Himmel. Oft soll der Wunsch Kandidat eine unrealistische Anzahl von Kompetenzen vorweisen können. Alle in praxiserprobter und geschliffener Qualität. Unternehmerische, konzeptionelle, methodisch-didaktische, kommunikative, rhetorische, präsentationstechnische und soziale Kompetenz werden als Bestandteil der Persönlichkeit vorausgesetzt. Oft wird vergessen, dass auch der Trainer Kompetenzen trainieren und stets weiterentwickeln muss.

Hier lohnt es sich, nach einem kompetenten Berater und Coach Ausschau zu halten.

Gezielter Aufbau

Punktuelle Seminare sind gut, haben aber den Nachteil, dass die Nutzungsdauer der Lernerhalte durch die Teilnehmenden meist kurz ist. Vor diesem Hintergrund ist es ratsam, ein mehrstufiges Vorgehen (Analyse, Lernimpulse, Kontrolle) zu definieren, um optimal auf das Potenzial des Trainers einzugehen. Zudem kann ein Coach dem Trainer durch die laufende Erfolgskontrolle immer wieder Feedback geben.

Trainerwahl

Überlegen Sie sich genau, wen Sie als Trainer für Ihre Abteilungen fördern und aufbauen wollen. Nicht immer ist es so,

dass der beste Spieler auch der beste Trainer wird. Ruhe, Gelassenheit, Ausdauer, Konsequenz und Souveränität sind bei jedem Individuum unterschiedlich ausgeprägt. Neben den oben angesprochenen Kompetenzen sind diese Fähigkeiten ebenso wichtige Voraussetzungen für einen guten Trainer.

Unsere Erfahrungen zeigen, dass es sich auszahlt, wenn Unternehmen ihren Abteilungs- und Teamleiter zur persönlichen und betrieblichen Weiterentwicklung einen «Steilpass» in Form eines Trainingsprogramms zuspiesen. Es lohnt sich in der Weiterbildung nicht, sparen zu wollen. Kurz: Geben Sie Ihrem Kader die Möglichkeit, durch den gezielten Aufbau mit engagierten Coaches zu Spitzentrainern zu werden – und Ihre Gäste werden es Ihnen danken.

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Unser gemeinsames Beraternetzwerk – für Ihren unternehmerischen Erfolg

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotelleriesuisse.ch Rubrik Beratung «Beraternetzwerk»

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ERSTE BAusteINE FÜR DEN START AM «FRONT-OFFICE»

DAS INTENSIV-SEMINAR DER REZEPTIONSKURS VON GASTROSUISSE

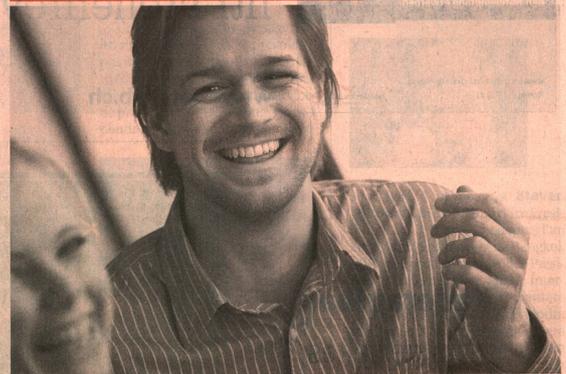
TERMEINE WEITERE INFORMATIONEN?

4 mal 3 Seminare GastroSuisse
 Frühkurs: Start: 05.02.2010
 Spätkurs: Start: 20.02.2010
 Preis: Mitglied GastroSuisse bzw. Mitarbeiter von Mitglied GastroSuisse CHF 2'900.- inkl. Duzen

GASTROSUISSE 575-310

G3

Gastro-Unternehmensausbildung
In drei Stufen, Berufsbegleitend.



NEU!

Gastro-Betriebsleiterseminar mit eidg. Fachausweis

- Zusätzliche Ausbildungsinhalte
- Modularer Aufbau
- Wahlpflichtmodule Systemgastronomie, Beherbergung, Gastronomie
- Lernreflexionskonzept
- Eidgenössische Anerkennung

GastroSuisse
Berufsbildung

Telefon 0848 377 111
Telefax 0848 377 112

E-Mail info@gastrosuisse.ch
Internet www.gastrosuisse.ch

GASTROSUISSE

084-280



Caritas ist Partnerin der Glückskette.
www.caritas.ch



Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetrate@htr.ch

htr hotel revue



PRAXIS BERUF
 GASTRO-UNTERNEHMENS-
 AUSBILDUNG
 PARTNER LIME QUALITY
 POSTALAVENUE 10
 8002 ZÜRICH
 043 251 11 11
 www.hotelrevue.ch

Gastronomen aus Leidenschaft!

Wir suchen für einen aussergewöhnlichen

Landgasthof

an Toplage 15 Min. ab Zürich (Kanton Aargau) ein

Pächterpaar

Sehr hoher und konstanter Umsatz
Top eingerichtet, vollständiges, neuwertiges
Inventar – nichts fehlt

Komplett renovierter Betrieb mit optimalen
Betriebsabläufen

Räumlichkeiten:

Restaurant 35 Sitzplätze

Gourmetstube 45 Sitzplätze

Speisesaal 60-80 Sitzplätze

Speisesaal 35 Sitzplätze

Carnotzet/Bar 35 Sitzplätze

20 Hotelzimmer

Gartenrestaurant 120 Sitzplätze

über 70 eigene Parkplätze

Sie verfügen über mehrjährige Berufserfahrung

mit Leistungsnachweis und können von sich behaupten,

dass Sie ein innovatives, kreatives Pächterpaar sind.

Solvente Interessenten senden die

Bewerbungsunterlagen an:

Chiffre 5806-3214 an htr hotel revue,

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

BREITER



Management Beratungen Zürich

Wir suchen für unseren Hotel- und Restaurationsbetrieb
in Schmitten, zwischen Bern und Fribourg,
Persönlichkeiten mit Liebe zum Beruf.
Der Landgasthof ist ein Teil unserer Unternehmung und
in der Startphase sehr gut angelaufen. Zur Unterstützung
der Leitung suchen wir:

**Gastgeber oder Gastgeberin
Stellvertretenden Betriebsleiter**
(selbständiges Führen von 8 Mitarbeitern)

Wir stellen uns eine Person vor, die das Ziel einer
längerfristigen Anstellung verfolgt und mit Liebe zum Beruf
den Betrieb in die erfolgreiche Zukunft führt.
Der Hotelbetrieb mit 14 Hotelzimmern wird im Januar 2011
komplett neu umgebaut.

Weiter suchen wir:

**motivierten Jungkoch
Servicefachangestellte**

Eintritt nach Vereinbarung

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, die Sie bitte an
Breiter Hotelbetriebe GmbH, CH-3185 Schmitten,
F.X.-Müller-Strasse 1, z. H. Herrn Norbert Michael Breiter
senden oder via
E-Mail: direktion@breiter-beratungen.ch



**FERIEN
VEREIN**

Die POSCOM Ferien Holding AG betreibt unter der Marke «Ferienverein» fünf Hotels in der
Schweiz und zwei Hotels im Mittelmeerraum sowie zahlreiche weitere Ferienangebote.
Dank unserer konsequenten Multigenerationenausrüstung und einer Infrastruktur, die in
der Mittelklasshotellerie ihresgleichen sucht, verfügen wir über eine starke Marktposition.
An unserem Hauptsitz in Bern suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung einer/n

**LEITER/-IN VERTRIEB (100%)
MITGLIED DER GESCHÄFTSLEITUNG**

Ihre Herausforderung

In dieser anspruchsvollen Aufgabe übernehmen Sie die Verantwortung für den Vertrieb aller
Ferienverein-Hotels und -Produkte. Die Komplexität von Hotellerie und Touroperating ist für Sie
eine Herausforderung. Sie definieren die Vertriebsstrategie für die verschiedenen Märkte und bear-
beiten den Heimmarkt Schweiz direkt. Ihr Ziel ist es, den Ferienverein in der breiten Öffentlichkeit
zu verankern und Erstbucher als Stammkunden zu gewinnen. Die Leiter Touroperating und Aktiv-
reisen sind Ihnen direkt unterstellt, während die Abteilung Marketing/Sales persönlich führen.

Ihre Erfahrungen und Kompetenzen

Sie besitzen eine solide Ausbildung in der Hotellerie oder im Schweizer Tourismus. Im Idealfall
verfügen Sie zusätzlich über Erfahrung im Touroperating. Langjährige Führungspraxis in einer
ähnlichen Kaderposition wie auch eine höhere Ausbildung in Betriebswirtschaft und Marketing
werden vorausgesetzt. Sie sind es gewohnt, Verantwortung zu tragen, und schaffen es, Ihre
Mitarbeiter durch Ihre Persönlichkeit und klare Führung zu motivieren. Exzellente Kommunikation
auf allen Ebenen und Verhandlungsgeschick zählen zu Ihren Stärken. Dabei bereitet es Ihnen keine
Probleme, konzeptionell als auch an vorderster Front zu wirken. In der deutschen Sprache sind
Sie absolut stilsicher und Sie verfügen über sehr gute Französischkenntnisse. Weitere Sprachen
(I, Sp, E) sind von Vorteil.
Sind Sie ein vernetzter Schnelldenker, flexibel, effizient und belastbar? Wollen Sie Ziele setzen
und mit vollem Engagement erreichen? Dann sollten wir uns kennen lernen!

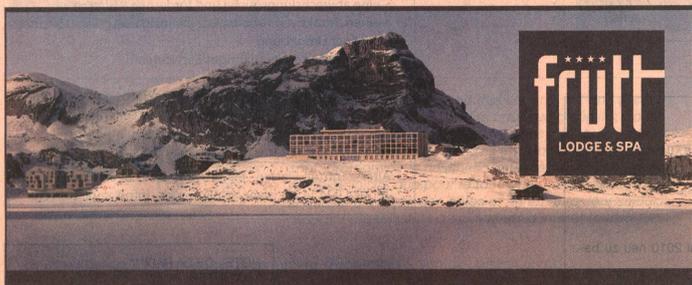
Unsere Leistungen

Sie sind direkt dem CEO unterstellt und profitieren von kurzen Entscheidungswegen. Umfangreiche
Kompetenzen ermöglichen ein selbstständiges Arbeiten. Wir bieten Ihnen eine abwechslungs-
reiche und vielseitige Aufgabe in einem spannenden und lebhaften Umfeld. Es erwartet Sie ein
motiviertes Team an zentraler Lage in Bern.

Auskünfte erteilt Ihnen Daniel Renggli, CEO, Tel. +41 31 387 87 87

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung: daniela.morach@ferienverein.ch oder Ferienverein, POSCOM
Ferien Holding AG, Daniela Morach, Tscharnerstrasse 37, 3007 Bern

www.ferienverein.ch



frutt
LODGE & SPA

Die einmalige **FERIENREGION MELCHSEE-FRUTT** liegt auf einem wunderschönen, sonnigen Hochplateau
auf 1920 m ü. M. im Kanton Obwalden, eingerahmt von einer atemberaubenden Alpenkulisse, mit drei
idyllischen, tiefblauen Bergseen. Hier entstehen in Etappen zwei moderne, grosszügig konzipierte
4-Stern Hotels, mit einzigartiger Architektur, mit alpiner Ausstrahlung. Das **FRUTT LODGE & SPA**
mit 120 Betten; einer grosszügigen Wellness-Oase (900 m²), zwei Restaurants, grosser Sonnen-
terrasse sowie Seminar- und Banketträumlichkeiten, öffnet im Dezember 2010 seine Tore für die
Gäste. Im Zuge dieser Neueröffnung suchen wir – im Auftrag des Verwaltungsrates – eine gereifte,
kommunikative und überzeugende Persönlichkeit als

DIREKTOR/IN

GASTGEBER/IN AUS LEIDENSCHAFT

IHRE AUFGABE Sie sind verantwortlich für die operative Gesamtleitung und rapportieren direkt an
den Verwaltungsrat. Mit Enthusiasmus übernehmen Sie die fachliche und persönliche Führung und treiben
den Aufbau und die Entwicklung der Marktposition nach betriebswirtschaftlichen Kriterien und den Vor-
gaben der Unternehmensstrategie zügig und konsequent voran. Dabei können Sie auf Ihre umfassende
Erfahrung in Marketing und Sales zurückgreifen. Während der Voreröffnungsphase planen Sie sämtliche
relevanten Betriebsabläufe und definieren die hohen Qualitätsstandards im Hotel- und Gastronomie-
bereich. Als erfahrene Führungspersönlichkeit mit gutem Beurteilungsvermögen rekrutieren Sie sicher
Ihre topmotivierten Kader und Mitarbeitenden, und es gelingt Ihnen, diese zu Höchstleistungen anzuspornen.
Die persönliche Betreuung der Gäste und der direkte Einsatz an der Front ist Ihre Leidenschaft, und es
gehört zu Ihrer obersten Maxime, die Dienstleistungsqualität der Mitarbeitenden und die Servicequalität
in allen Bereichen laufend zu optimieren.

IHR PROFIL Wir wenden uns an eine loyale, überzeugende und kommunikationsstarke Persönlichkeit
mit sehr guten analytischen und konzeptionellen Fähigkeiten. Sie sind eine innovative, unternehmerisch
denkende und agierende Person mit ausgeprägter Dienstleistungs- und Kundenorientierung. Zudem
verfügen Sie über ausgeprägtes Urteils- und Durchsetzungsvermögen und sind ein gewiefter Verhandler
und geschickter Organisator. Sie sind vertraut im Umgang und in der Kommunikation mit unterschiedlichen
Anspruchsgruppen. Wir erwarten einen Abschluss an einer anerkannten schweizerischen Hotel-
fachschule, idealerweise ergänzt durch eine betriebswirtschaftliche Weiterbildung. Unabdingbar sind
mehrere Jahre Führungserfahrung mit solidem Leistungsausweis in der Hotellerie, in einer ähnlichen
Funktion. Sie sind belastbar, führungs- und umsetzungsstark und haben eine hohe Leistungsmotivation.
Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse sowie sehr gute Kenntnisse in Französisch (von
Vorteil auch Italienisch) sind ein Muss. Ihre Affinität zu Schnee- und Bergsport runden Ihre gewinnende
Persönlichkeit ideal ab. Ein ambitioniertes Umfeld erwartet Sie gerne als zukünftigen Key Player.

DIE HERAUSFORDERUNG FÜR SIE? Es bietet sich die Chance, den Aufbau und die Entwicklung eines
faszinierend konzipierten 4-Stern Hotels in einer traumhaften Umgebung zu verantworten. Wenn Sie eine
visionäre Unternehmer-Persönlichkeit mit guter Bodenhaftung sind, dann sollten wir uns unbedingt
kennen lernen: Herr Hanspeter Würmli erwartet gerne Ihren Anruf oder Ihre vollständigen
Bewerbungsunterlagen per Email an hp.wuermli@futurebridge.ch.
Stellenantritt: Mai/Juni 2010 oder nach Vereinbarung.



FUTUREBRIDGE CONSULTING AG · Weinbergstrasse 79 · CH-8006 Zürich
Telefon 0041 44 366 44 21 · info@futurebridge.ch · www.futurebridge.ch

HOTEL ** AE-HOLDS**
(Valais – Suisse) offre 70 chambres,
un restaurant à la carte, un bar et deux salles de séminaires.

Nous recrutons son **DIRECTEUR**
au bénéfice d'une formation supérieure en gestion hôtelière,
ayant occupé des postes à responsabilité dans le domaine
de l'hébergement et de la restauration, maîtrisant Fidoio,
l'allemand et l'anglais, motivé par le challenge de
diriger un établissement de qualité faisant partie
d'un groupe familial qui gère 5 hôtels en Suisse.

Entrée en fonction: début avril ou à convenir

Les offres de service sont à adresser à
Hans Zurbrügg
Innere Enge
Engestrasse 52a
CH-3012 Bern

Am grössten Schwarzwaldsee, auf ca. 1000 m Höhe ge-
legen, ist das Vier Jahreszeiten am Schluchsee mit knapp 450
Betten das grösste Ferienhotel im Südwesten Deutschlands.

Wir begeistern unsere Gäste mit attraktiven Sport- und
Wellnesseinrichtungen, herzlicher Gästebetreuung und an-
spruchsvoller Küche.

Ab sofort suchen wir kreativen und versierten

Gastgeber / Direktor (m/w)

mit Leidenschaft, Organisationstalent und Qualitätsbe-
wusstsein. Als erfahrene Führungspersönlichkeit können
Sie unsere Gäste und rund 170 Mitarbeiter gleichermaßen
begeistern. Sie haben Sinn fürs Detail und verstehen es,
unterschiedlichste Zielgruppen individuell zu koordinieren,
Serviceabläufe zu optimieren, Konzepte und Personalbe-
darfsanalysen zu erstellen, Hotelstandards durch Schulun-
gen und Kontrolle sicherzustellen.

Sie verfügen über fundierte Erfahrungen in allen Bereichen
der Hotellerie sowie eine ausgeprägte unternehmerische
Denk- und Handlungsweise. Darüber hinaus sind Sie kom-
munikativ, budgetstark und versiert in den gängigen Ho-
telprogrammen, treten sicher und gepflegt auf und stellen
die Bedürfnisse unserer Ferien- und Tagungsgäste in den
Mittelpunkt.

Wenn Sie unserem Anforderungsprofil entsprechen, senden
Sie uns bitte Ihre aussagefähigen Bewerbungsunterlagen
mit Referenzen an

Hetzl-Hotel Hochschwarzwald
GmbH & Co. KG
z. Hd. Geschäftsleitung
Hirschstrasse 22
D-70173 Stuttgart

**Grindelwald - Hotel Garni –
20 Zimmer – sehr gute Lage**

Gesucht: initiatives Paar für Pacht
oder Geschäftsführung. Ab Herbst
2010 oder nach Vereinbarung.

Spätere Übernahme/Kauf annehmbar.

Bewerbungen unter Chiffre 6017-3354
an htr hotel revue, Monbijoustrasse
130, Postfach, 3001 Bern.

Golderli

Wir suchen altershalber für unser
bekanntes Berghaus im
Kiental
auf Sommer 2010 ein
Pächterpaar
evt. auch Käufer.
Gut eingeführter Betrieb mit hohem
Logementanteil und internationaler
Kundschaft. Günstige Miete.

Interessenten mit Freude am Anpa-
cken und Erfahrung im Saisonbe-
trieb erhalten weitere Auskünfte bei
G. u. B. Jost, Allmendstrasse 35
3714 Frutigen, Tel. 033/676-31-32
oder auf www.golderli.ch
➔ Abwesend vom 28.2.-7.3.

**RESTAURANT
GOLFPARK**

Öffentliches Golfrestaurant mit
schönstem Blick auf den oberen
Zürichsee sucht für Sommeraison
April-Oktober 2010 folgende
fachkundige Mitarbeiter:

**Servicefachangestellte/r
Serviceaushilfen**

Senden Sie uns Ihre Bewerbungs-
unterlagen an:

Restaurant Golfpark
S & W Gastronomie GmbH
z.H. Herrn Wipfli
Rüthof
CH 8855 Wangen/Nuolen
oder
info@golfpark-restaurant.ch
Tel. 0041 55 460 15 35

Für unseren lebhaften Landgasthof im Raum Brugg (AG) mit 80 Plätzen im Restaurant, 40 Plätzen auf der Sommer-Terrasse und einem grossen und einem kleineren Bankettsaal an verkehrstechnisch äusserst günstiger Lage mit grossem Parkplatz suchen wir nach Vereinbarung

eine Geschäftsführerin / einen Geschäftsführer

- Sie sind eine dynamische Person mit breitem unternehmerischem Denken und führen unseren Betrieb selbstständig.
- Sie haben eine fundierte gastronomische Ausbildung.
- Sie verstehen es, ein Team zu führen und zu motivieren und arbeiten aktiv mit.
- Sie pflegen den direkten Gästekontakt im A-la-carte-Service und sind versiert im Verkaufen, Organisieren und Leiten von grösseren Banketten.
- Sie leisten einen aktiven Beitrag zur Vermarktung der Lokalität und stellen die Kundenzufriedenheit sicher.
- Sie haben Kompetenz im Kostenmanagement und entwickeln Strategien, die Sie nach Absprache mit den Inhabern aktiv umsetzen.
- Sie haben fundierte administrative und betriebswirtschaftliche Fähigkeiten.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen! Schicken Sie diese unter Chiffre 5980-3327 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.



Das GramPi's ist seit Jahren ein beliebtes und bekanntes In-Lokal an der pulsierenden Zermatter Bahnhofstrasse. Wir suchen per Mai 2010 oder nach Vereinbarung eine frontorientierte Persönlichkeit als

Geschäftsführerin Mitglied in der Geschäftsleitung

Sie sind eine gewinnbringende und aufgestellte Persönlichkeit, die es liebt unsere internationalen Gäste an vorderster Front zu verwöhnen und zu umsorgen.

Sie sind leistungsorientiert und verfügen über gute Deutsch-, Englisch- und Französischkenntnisse.

Dank Ihrer Führungserfahrung verstehen Sie es, die Bedürfnisse unserer Kunden zu erkennen und zu erfüllen.

Sie legen Wert auf eine gute Mitarbeiterführung und behalten in stressigen Situationen den Überblick.

Sie leiten den Betrieb nach betriebswirtschaftlichen und sozialen Grundsätzen und vertreten den Geschäftsinhaber.

Wir bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Herausforderung in unserem Betrieb. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

GramPi's, Herr Mario Julien, Bahnhofstrasse 70, 3920 Zermatt
info@grampis.ch, Telefon 027 967 77 73

Die Gastronomiegruppe



Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschsprachigen Schweiz sowie mehr als 1800 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZFV-Unternehmungen gehören die Sorrell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäcker-Konditorei in Zürich.

Für die neu zu eröffnenden, innovativen und vielseitigen

Gastronomiebetriebe der BEA bern expo

suchen wir per 1. April 2010 oder nach Vereinbarung einen

Sous-Chef (m/w)

Ihre Aufgabe: Wir suchen eine belastbare und kreative Persönlichkeit, welche den Küchenchef in der Leitung der Gastronomiebetriebe tatkräftig unterstützt. Dies beinhaltet die Leitung und Organisation der Produktionsküche und 4 Satellitenküchen an verschiedenen Standorten auf dem Messegelände und die Mithilfe bei der gesamten Führung, Angebotsplanung und Kalkulation nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen. Im Weiteren sind Sie für die Umsetzung der jeweiligen F&B-Konzepte, die Herstellung der Speisen in konstant hoher Qualität, die Organisation und Durchführung von internen und externen Caterings sowie das Bestell- und Inventarwesen mitverantwortlich.

Ihr Profil: Wir suchen eine selbständige, zuverlässige, kreative und vorbildliche Person mit Durchhaltevermögen, welche über Organisationstalent und ein hohes Qualitätsbewusstsein verfügt. Sie bringen Führungserfahrung mit und arbeiten ziel- und lösungsorientiert. Sie haben eine abgeschlossene Ausbildung zum Koch absolviert und vorzugsweise Erfahrungen im Eventbereich sowie im Qualitätsmanagement gesammelt. EDV-Kenntnisse, Kalkulationen sowie Hygiene- und Arbeitssicherheit gehören ebenfalls zu Ihren Stärkenbereichen.

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

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



Eine extravaganter Wohlfühlwelt

Vier Gästehäuser im grössten Hotelpark der Schweiz, 2'500 m² SPA & Wellness, kulinarische Wonen in sieben Restaurants, 16 Seminar- und Meetingräume sowie die neue Waldhaus Arena für Curling & Events.

Wir suchen ab Mai 2010 einen

Assistant F&B (m/w)

Neben der administrativen F&B-Tätigkeit fühlen Sie sich auch an der Front wohl. Ihre mehrjährige Berufserfahrung hilft Ihnen die vielseitigen anspruchsvollen Aufgaben – von der Menüübersetzung bis hin zur Durchführung und Begleitung verschiedener Events – bestens zu erfüllen.

Idealerweise verfügen Sie über eine abgeschlossene Hotelfachschule, haben entsprechende Berufserfahrung im F&B Bereich und überzeugen mit Ihrem Auftreten. Ihre guten Sprachkenntnisse E evtl. F/1 runden Ihr Profil ab.

Entzückt – erleuchtet? Dann gehören Sie in unser Team!

Silvia Graf, Human Resources, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Waldhaus Flims | Via del Parc | 7018 Flims | Switzerland
T +41 (0)81 928 48 48 | F +41 (0)81 928 48 58
s.graf@waldhaus-flims.ch | www.waldhaus-flims.ch

The Leading Small Hotels of the World



WIRTSCHAUS HERLISBERG chommi und guesch.

In unserem Haus ist folgende Stelle ab Mai 2010 neu zu besetzen:

Chef de Service / Sommelier-ère

Gästabbetreuung,
Führung der Servicemitarbeiter, Einsatzplanung,
Reservationsverwaltung, Bestellwesen, Weinverwaltung,
Bankettorganisation,
Mithilfe bei der Administration

Wir stellen uns eine engagierte, motivierte und einsatzfreudige Führungsperson vor, welche sowohl gute fachliche als auch ausgeprägte soziale Kompetenzen mitbringt.

Das Wirtshaus zum Herlisberg ist ein gepflegtes Speise- und Ausflugsrestaurant mit faszinierendem Ambiente (A-la-Carte- und Bankettäume), herrlichem Ausblick auf den Baldeggersee und die Innerschweizer Bergwelt. Im Sommer erfreuen sich unsere Gäste am bekannten Garten in stilvoller Umgebung. Zur Vollendung des Genusses bieten wir eine feine, frische und neuzeitliche Marktküche mit traditionellen Komponenten und ausserlesenen Weinen an. Das Wirtshaus zum Herlisberg ist während 7 Tagen die Woche geöffnet.

Wir freuen uns auf Ihre interessante Bewerbung.

Wirtshaus zum Herlisberg
S. und L. Niederberger-Estermann
6028 Herlisberg bei Beromünster
Tel. 041 930 12 80 oder E-Mail: info@herlisberg.ch
www.herlisberg.ch



IHR PLATZ IST FREI

Wir, das BRAUHAUS-Team mit fast 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, verwöhnen jeden Tag unsere Gäste mit selbstgebräuten Bieren und Spezialitäten aus Küche und Bäckerei. Per Anfang April oder nach Vereinbarung suchen wir Verstärkung. Als

Leitung Front m/w 100%

sind Sie verantwortlich für die professionelle Gästabbetreuung in unseren Restaurants, Tagungs- und Veranstaltungsräumen sowie für die Führung des Serviceteams inkl. Schulungen. Sie helfen mit bei der Planung und Durchführung von Kundenanlässen. Wenn Sie eine fundierte Ausbildung und Erfahrung in ähnlicher Position haben, sollten wir uns kennen lernen. Interesse? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Bild.

BRAUHAUS STERNEN AG
Stefan Mühlmann
Hohenzornstrasse 2 - 8500 Frauenfeld
Tel. 052 728 99 09 - Fax 052 728 99 06
stefan.muehlmann@brauhaus.ch | www.brauhaus.ch



ALTERSZENTRUM PLATTEN

Im Alterszentrum Platten leben rund 110 betagte und pflegebedürftige Menschen. Im Speisesaal essen rund die Hälfte von ihnen. Dazu kommen weitere Gäste und die Mitarbeitenden, die die Möglichkeit haben sich in der Cafeteria zu verpflegen.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

Leiterin / Leiter Service 80 - 100%

Sie sind verantwortlich für

- die fachliche und personelle Führung des Speisesaals
- die Mitorganisation und Durchführung von Anlässen
- reibungslose Serviceabläufe

Sie bringen mit

- eine abgeschlossene Ausbildung im Service
- Erfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie und in der Führung
- Freude am praktischen Arbeiten
- Sie sprechen Mundart oder verstehen sie sehr gut

Sie finden bei uns

- eine abwechslungsreiche und fordernde Aufgabe
- einen attraktiven Arbeitsplatz in einzigartig schöner Umgebung
- ein motiviertes, langjähriges Serviceteam

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung. Auskünfte erteilt Ihnen gerne Frau Marianne Meier, Leiterin Hauswirtschaft 044 924 14 30, marianne.meier@az-platten.ch.

Alterszentrum Platten · Plattenstrasse 62 · 8706 Meilen
Tel. 044 924 14 14 · www.az-platten.ch · info@az-platten.ch

Gesucht: Serviertochter 100%

für Sommersaison 2010 vom 28. März bis 31. Oktober

Muttersprache Deutsch

Schriftliche Bewerbungen an:

Restaurant Höllgrotten
Julia Ineichen, 6340 Baar

HOTEL DE LA PAIX***
3800 INTERLAKEN
Kleines Familienhotel sucht ab Mitte Mai für die Sommersaison (EHE)PAAR sie – Zimmer/Lingerie er – Allrounder / Küche, Haus, Garten
SERVICEMITARBEITERIN Speisesaal (kein à la carte) auch Anfängerin/Studentin
Gute Deutsch- und Englischkenntnisse
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!
Familie G. Etterli
info@hotel-de-la-paix.ch

Für einen renommierten Landgasthof im Raum Baden, Brugg, Lengnau mit grosser Tradition suchen wir ein sehr initiatives, integriertes, ehrliches und kommunikatives

Geranten-Ehepaar

Gereifte Persönlichkeiten und erfolgreiche, professionelle Gastgeber aus Berufung.

Ein sehr guter Erfolgswachweis eigenverantwortlicher Gastronomen ist selbstverständlich, geprägt von respektabler Eigeninitiative und motivierender und beispielhafter Führung von Mitarbeitenden.

Der Ehemann als Chef der Küche ist in der feinen, grossbürgerlichen Küche mit sicherer Qualitätskonstanz «zu Hause» und hat grossen Spass und Interesse an seinem Beruf und ein gutes Verständnis, die Gäste zu verwöhnen (5 bis 6 Mitarbeiter in der Küchenequipe). Er ist auch im richtigen Mass kreativ im Bereich des besagten Angebotstils.

Die Ehefrau als Gastgeberin ist eine starke, herzliche und integrative Persönlichkeit. Sie versteht es, die diversen Gästebereiche mit Behaglichkeit zu bewirtschaften. Dazu gehört auch ein stets gut belegt Saal. Ein starkes und engagiertes Saalmanagement ist für die neuen Gastgeber als Mitunternehmer eine anspruchsvolle Herausforderung.

Der renommierte Landgasthof ist seit Generationen in Familienbesitz und steht finanziell auf absolut sicherem Boden.

Für erfolgreiche, initiativ und integrative Gastgeber als gestaltende Mitunternehmer bietet diese Aufgabe eine auf lange Sicht sichere Existenz. Das jedenfalls der Wunsch der Eigentümer.

Alter: 35 bis 45 Jahre, Schweizer Bürger

Gute Entlohnung mit Erfolgsbeteiligung im Status als Mitunternehmer.

5-Tage-Woche, Sonntag geschlossen

Üblicher Ferienanspruch und branchenkonforme Sozialleistungen

Im Haus herrscht ein sehr gutes, respektvolles und teamorientiertes Klima.

Stellenantritt nach Vereinbarung. Am liebsten so bald wie möglich.

Ihre schriftlichen und vollständigen Unterlagen schicken Sie bitte an



Unternehmensentwicklung und Kaderselektion Gastronomie und Retail

EGLOFF CONSULTING

Hägerstrasse 6, CH-5400 Baden,
Telefon 056 221 17 32, Natel 079 638 02 25, Fax 056 221 21 32, consulting@egloff-ico.ch



Das Hotel Vitznauerhof Vitalresort mit 53 neu eingerichteten Zimmern und Suiten und neuem med SPA verwöhnt seine Gäste auf höchstem Niveau. Nutzen Sie die Gelegenheit und vervollständigen Sie unser **Eröffnungsteam**.

CHEF DES RESTAURANTS (w/m)
MITARBEITER/IN SERVICE

CHEF DE PARTIE (w/m)
BÄCKER/IN / CONFISEUR (w/m)
COMMIS DE CUISINE (w/m)

RECEPTIONIST/IN
NIGHT AUDITOR (w/m)

Für alle Positionen setzen wir voraus:

- abgeschlossene Ausbildung und Erfahrung
- speditive und einfühlbare Arbeitsweise
- zielstrebiges und qualitätsorientiertes Handeln
- Sie kommunizieren in D, E und F, evt. I

Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle und spannende Tätigkeit sowie ein einmaliges Umfeld. Starten Sie mit uns in eine erfolgreiche Zukunft. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Seestrasse • 6354 Vitznau • Switzerland • www.vitznauerhof.ch
Phone +41 41 399 77 77 • Fax +41 41 399 76 66 • info@vitznauerhof.ch



Ausgewogene Gastronomie mitgestalten.

Für eine gesunde, vielfältige Ernährung unserer 103 Bewohner setzt sich unser engagiertes Küchen-team tagtäglich für jede Mahlzeit ein und bringt damit Genuss und Wohlbefinden in den Alltag.

Gestalten Sie Ihre Zukunft mit uns.

Wir suchen per 1. Juli 2010 oder nach Vereinbarung eine

Leitung Heimgastronomie

Ihre Aufgaben

Sie sind verantwortlich für eine seniorenerechte Verpflegung und eine professionelle Betreuung von Bewohnern und Gästen. Sie leiten den Bereich Gastronomie und arbeiten aktiv in interdisziplinären Arbeitsgruppen mit. Sie führen Ihr Team ziel- und leistungsorientiert und haben Freude an der Ausbildung von Lernenden. Die Leitung unseres Allee Café's sowie die Planung und Durchführung von Events und hausinternen Anlässen runden Ihre Aufgabe ab.

Unsere Anforderungen

Wir suchen eine erfahrene Führungspersönlichkeit mit einer Ausbildung zum Diätkoch oder Heim- und Spitalkoch. Mehrjährige Erfahrung oder eine Weiterbildung im Bereich Hotellerie ist erwünscht. Sie haben Freude und Interesse ältere Menschen mit regionalen und frischen Produkten kulinarisch zu verwöhnen und neueste Erkenntnisse der Diätetik umzusetzen. Ein hohes Qualitätsbewusstsein und eine ausgeprägte Gäste- und Dienstleistungsorientierung runden Ihr Profil ab.

Unser Angebot

Es erwarten Sie herausfordernde Aufgaben mit viel Aufbau- und Entwicklungspotential. Sie arbeiten in einem motivierten Küchen- und Kaderteam sowie in interdisziplinären Fachgruppen mit. Wir bieten ein Arbeitsklima, das Innovation, Offenheit und Selbständigkeit fördert, attraktive Arbeitszeiten, Entlohnung in Anlehnung an kantonale Vorgaben und überdurchschnittliche Sozialleistungen.

Danke für Ihre vollständige Bewerbung
Katja Audenblatten
Leiterin Human Resources
Tel. 031 950 96 43

Nussbaumallee
Alters- und Pflegeheim
Muri-Gümligen
Worbstrasse 296
3073 Gümligen

Der Klick zur neuen Stelle www.nussbaumallee.ch



Genève Tourisme & Bureau des congrès est une association privée reconnue d'utilité publique créée il y a plus de 125 ans par des représentants des milieux touristiques et économiques genevois. Ses trois missions statutaires sont: promouvoir la destination «Genève» tant pour le tourisme de loisirs que pour le tourisme d'affaires, accroître la qualité d'accueil des hôtes et agréments leur séjour, assurer l'organisation d'animations d'intérêt touristique.

Nous recherchons, pour notre département «Promotion & Ventes Loisirs» un(e):

**Responsable de marché «Chine»
Chargé(e) de:**

Représenter, promouvoir et vendre la destination Genève auprès des acteurs Loisirs principalement sur le marché chinois.

Positionner et augmenter la notoriété de Genève comme une destination Loisirs durant toute l'année.

Participer activement à l'évolution positive des nuitées globales et en provenance des marchés principaux.

Votre profil:

Vous avez une **formation, commerciale, hôtelière, touristique ou équivalente** ainsi que **plusieurs années d'expérience dans la vente et le marketing**. Vous avez de **solides connaissances du «produit» Genève**. Vous **maîtrisez parfaitement le français et l'anglais**. De très bonnes **connaissances de la langue, de la culture et du marché chinois** sont indispensables. Vous êtes **disponible pour voyager**, vous avez un **sens commercial et de l'aisance dans les contacts et dans la communication**. Vous êtes **flexible** et vous savez **gérer les priorités**. Vous savez **prendre des initiatives** et vous êtes **doté(e) d'un esprit d'équipe reconnu**.

Nous vous offrons un cadre de travail agréable au sein d'une petite équipe!

Date d'entrée: de suite ou à convenir

Lettre de motivation, curriculum vitae avec photo, copies de certificats et références sont à adresser par e-mail ou courrier au service des Ressources Humaines.

Tous les courriers recevront un accusé de réception cependant seules les candidatures correspondant au profil mentionné ci-dessus seront traitées. La confidentialité est garantie.



Genève Tourisme & Bureau des congrès, service des Ressources Humaines
Case postale 1602, 1211 Genève 1, e-mail: rh@geneve-tourisme.ch



**JUSTIZVOLLZUG
KANTON ZÜRICH**

**STRAFANSTALT
PÖSCHWIES**

Personaldienst

Die Strafanstalt Pöschwies ist mit 436 Plätzen für straffällige Männer die grösste geschlossene Anstalt der Schweiz und verfügt über ca. 275 Personalstellen. Infolge Pensionierung suchen wir auf Juli 2010 oder nach Vereinbarung

**Koch oder Köchin
als Stellvertreter/in Leiter Food 100%**

Sie sind begeisterte/r Koch/Köchin und interessieren sich für arbeitsagogeische Belange. In unserer Küche betreuen und fördern Sie gemeinsam mit vier Berufskollegen und einem eidg. dipl. Küchenchef ca. 20 Gefangene.

Aufgabenbereich:

- Zusammen mit dem Küchenteam sind Sie mitverantwortlich für eine ausgewogene, saisonale und abwechslungsreiche Verpflegung von täglich 1500 Mahlzeiten für Gefangene, Mitarbeitende und externe Kunden.
- Die logistische Herausforderung unserer dezentralen Verpflegungsangebote meistern Sie mit vernetztem Denken und organisatorischem Talent.
- Sie wissen um die Anwendung der lebensmittelrechtlichen Vorschriften im Gastronomieumfeld.
- Ihr arbeitsagogeisches Geschick fördert und fordert die Gefangenen bei der Arbeit.
- Sie sind Stellvertreter/in des Leiters Food für die Bereiche Küche, Personalrestaurant und Einkaufsladen für Gefangene.
- Sie unterstützen den Leiter Food in organisatorischen, betriebswirtschaftlichen und vollzugsrelevanten Aufgaben.

Anforderungsprofil:

- Koch/Köchin mit eidg. Fähigkeitszeugnis (EFZ) sowie weiterführende höhere Aus- und Weiterbildung wie beispielsweise Diätkoch/-köchin mit EFZ, Berufsprüfung Gastronomie- oder Heimkoch
- abgeschlossene Ausbildung zum/zur Berufsbildner/in für Köche
- Begeisterung für kreatives und neuzeitliches Kochen, welche Sie seit vielen Jahren in leitender Funktion unter Beweis gestellt haben
- hohe Sozialkompetenz und charakterstarke Führungspersönlichkeit
- Sie sind ein/e versierte/r PC-Anwender/in mit stilsicherem Deutsch
- Alter ab 40 Jahren
- einwandfreier Leumund

Wir bieten:

- interessante und nicht alltägliche Kaderstelle
- geregelte Arbeitszeit mit Wochenenddiensten
- Anstellungsbedingungen nach kantonalen Richtlinien
- die Möglichkeit einer berufsbegleitenden Ausbildung im Strafvollzug

Auskünfte erteilt Ihnen gerne Frau Franziska Frei Egli, Leiterin Hauswirtschaft, Telefon 044 871 17 67.

Zusätzliche Informationen finden Sie auch im Internet unter www.poeschwies.ch.

Wir freuen uns auf Ihre handschriftliche Bewerbung, welche Sie bitte mit Personalien, Lebenslauf, Foto und Zeugniskopien an die Strafanstalt Pöschwies, Personaldienst, Postfach 3143, 8105 Regensdorf senden wollen.

Weitere Stellen beim Kanton Zürich auf www.publicjobs.ch

Das Kurhaus Weissenstein liegt auf dem Hausberg von Solothurn mit einer einmaligen Aussicht auf das Alpenpanorama. Das traditionsreiche ehemalige Kurhaus ist ein bekannter Hotel-, Seminar- und Bankettbetrieb und ein beliebter Ausflugsort für Tagesgäste. Das Kurhaus Weissenstein ist ein Saisonbetrieb, April bis November. In unserem Team sind folgende Saisonstellen zu besetzen:

RECEPTIONIST/DIREKTIONSASSISTENT (M/W)

Als Receptionistin/Receptionist führen Sie das «Herzstück» unseres Betriebs weitgehend selbständig. Sie betreuen die Seminar- und Bankettorganisation. Sie verfügen über Berufserfahrung an der Reception/Empfang oder haben eine kaufmännische Ausbildung. Sie bleiben auch in hektischen Zeiten ruhig und freundlich.

Wir suchen dazu noch einen Praktikanten/Praktikantin an der Reception.

SERVICEFACHANGESTELLTE (M/W)

Unsere Gäste schätzen Sie als kompetente/n, freundliche/n und familiäre/n Service-Mitarbeiter/in. Wir erwarten eine gute Ausbildung und Berufserfahrung. In unserem lebhaften Betrieb, mit Restaurant, Terrasse, Seminar und Bankett, arbeiten Sie gerne im Team und behalten den Überblick.

CHEF DE PARTIE ENTREMETIER (M/W)

CHEF DE PARTIE GARDEMANGER (M/W)

Sie führen diesen Posten weitgehend selbständig und mit Engagement. Mit Ihrer guten Ausbildung mit Ihrer Kreativität unterstützen Sie den Küchenchef mit hohem Qualitätsbewusstsein. Dafür bieten wir eine abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Tätigkeit.

JUNGKOCHE (M/W)

Unsere vielseitige Küche bietet den Gästen ausschliesslich frisch zubereitete Speisen an. Sie haben die Chance bei uns Ihre gute Ausbildung anzuwenden und zu vertiefen.

Bitte senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Brigit Leicht und Heinz Blattmann
Kurhaus Weissenstein, 4515 Weissenstein SO
Telefon 032 628 61 61, www.weissenstein.ch





Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

SCHLOSS ELMAU
LUXURY SPA & CULTURAL HIDEAWAY

**WIR SUCHEM ZUR ERWEITERUNG
UNSERES JUNGEN TEAMS
STARKE PERSÖNLICHKEITEN (M/W)
MIT PASSION FÜR SERVICE**

- F&B Assistant Manager
- F&B Management Trainees
- Restaurantleiter
- Chef de Rang
- Demi Chef de Rang
- Commis de Rang
- Demi Chef de Bar
- Commis de Bar

- Sous Chef mit Management-Talent
- Chef de Partie mit Passion
- für italienische und/oder asiatische Küche
- Zimmermädchen/Roomboy
- Team Leader Kosmetik
- Kosmetiker/in
- Friseur/in

Auszubildende mit Abitur
zur Hotelfachfrau/zum Hotelfachmann
zur Köchin/zum Koch

Gute Englisch-Kenntnisse und Erfahrung
in einem Leading Hotel of the World
sind von Vorteil

Bilanz-Ranking der weltbesten Resorts:
12 weltweit, # 4 Europa, # 1 Deutschland

KONTAKT

Christian Magewski
stellv. Direktor i/c of F&B
christian.magewski@schloss-elmau.de

Barbara Scheler
Personal- und Verwaltungsdirektorin
barbara.scheler@schloss-elmau.de
Tel. +49(0)8823-18-842
Mobil +49(0)162-266 88 53
www.schloss-elmau.de

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an:
Schloss Elmau | Barbara Scheler
82493 Elmau | Deutschland

A member of
The Leading Hotels of the World®



Tschuggen Hotel Group
-dieser Name ist Synonym für
drei Luxushäuser und ein
Sporthotel an den Traumorten
der Schweiz: **Arosa,**
Ascona und St. Moritz.
Ob inmitten imposanter
Bergwelten oder am
glitzernden See, ob auf 1800
Metern oder 200 Metern Höhe
- machen Sie Ihren nächsten
Karriereschritt mit uns.

LIFESTYLE PUR

Für unsere vier luxuriösen Hotels suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung
eine(n) erfahrene(n)

SALES MANAGER FÜR DEN DEUTSCHEN MARKT.

Ihre Herausforderung: Sie helfen mit, den Bekanntheitsgrad unserer dynamischen
Hotelgruppe zu steigern und die Auslastung unserer vier Häuser weiter zu
optimieren. Sie pflegen den intensiven, kontinuierlichen Kontakt zu Kunden und
Partnern hauptsächlich im deutschen Markt. Sie akquirieren aktiv und gehen
individuell auf Kundenwünsche ein. Sie analysieren die Markt- und Kunden-
bedürfnisse und können die Hoteldirektionen kompetent beraten. Sie sind mit
Begeisterung Verkaufsprofi und repräsentieren unsere privat geführte Hotelgruppe
und die vier Häuser professionell an Messen und Events.

Ihre Qualitäten: Sie verfügen über fundierte Sales-Erfahrung, die Sie in
ähnlichen Positionen in der Hotellerie erworben haben. Sie pflegen ein starkes
Beziehungsnetzwerk zu nationalen und internationalen Kunden und Partnern. Sie
verstehen es, sich sowohl schriftlich als auch mündlich modern und korrekt
auszudrücken und verfügen zudem über sehr gute Englisch-Kenntnisse. Sie sind
eine engagierte Verkaufspersönlichkeit mit grosser Ausdauer und Leidenschaft
für die Hotellerie. Flexibilität und die Bereitschaft zur Mobilität sind Voraus-
setzungen für diese vielseitige Tätigkeit.

Auf Ihre Bewerbung mit Foto oder Ihren Anruf freut sich
Corinne Denzler, Group Director Tschuggen Hotel Group
c/o Hotel Eden Roc, 6612 Ascona
c.denzler@tschuggenhotelgroup.ch, Tel. +41 (91) 785 71 71.



MEMBER OF TSCHUGGEN HOTEL GROUP

Altstadt-Taverne am Rhein

Für eine traditionsreiche kleine Taverne mit Zunftstube suchen wir

Pächter/in oder Pächterehepaar

Das aussergewöhnliche Restaurant in Laufenburg liegt in der Altstadt am Rhein und hat insgesamt 40 - 50 Plätze. Einem innovativen Gastgeber bietet es die Möglichkeit in einer interessanten Umgebung die eigenen Ideen zu verwirklichen.

Wir suchen eine/n Pächter/in oder ein charmantes und eingespieltes Ehepaar mit entsprechenden Erfolgschancen. Sie sind kontaktfreudig und beherrschen Schweizerdeutsch. Sie betreuen Ihre Gäste herzlich und professionell und arbeiten selber mit.

Möchten Sie mehr erfahren? Gerne stehen wir Ihnen für weitere Angaben zur Verfügung und freuen uns von Ihnen zu hören.

gastro S

Gastro S Howald GmbH
Hauptstrasse 47
4105 Biel-Benken
E-Mail: jobs@gastro-s.ch, Tel. 061 485 80 80

<http://www.gastro-s.ch>

Gourmet Restaurant Hotel

Alpenblick

Richard und Yvonne Stöckli
3812 Wilderswil-Interlaken
Tel. 033 828 35 50 · Fax 033 828 35 51
www.hotel-alpenblick.ch

Ein starker Auftritt inmitten der Jungfraueregion
Wir möchten unsere Gäste nicht nur zufriedenstellen, wir wollen sie begeistern. In unserem qualitätsbewussten Team suchen wir:

Réceptionist Administration (m/w)
Sie haben in den letzten Jahren Erfahrung im In- und Ausland gesammelt und sind bereit für eine längere abwechslungsreiche Anstellung, bei der Sie all Ihr Wissen einbringen können.

Chef de Partie (m/w)
Pâtissier (m/w)
mit Erfahrung in der gastronomischen Küche

Sie haben eine Ausbildung in der Hotellerie, verfügen über einige Jahre Berufserfahrung und suchen eine längerfristige Anstellung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto und erzählen Ihnen gerne, was wir alles zu bieten haben.

Die Gastronomiegruppe **ZFV**

Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschsprachigen Schweiz sowie mehr als 1800 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZFV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für die neu zu eröffnenden, innovativen und vielseitigen

Gastronomiebetriebe der BEA bern expo
suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Küchenschef (m/w)

Ihre Aufgabe: Wir suchen eine belastbare und kreative Persönlichkeit, welche die Leitung der Produktionsküche und 4 Satellitenküchen an verschiedenen Standorten auf dem Messegelände übernimmt. Sie sind für die gesamte Führung, Angebotsplanung und Kalkulation nach unseren betriebswirtschaftlichen Grundsätzen in sämtlichen Outlets, die Umsetzung der jeweiligen F&B-Konzepte, die Herstellung der Speisen in konstant hoher Qualität, die Organisation und Durchführung von internen und externen Caterings sowie das Bestell- und Inventarwesen verantwortlich. Des Weiteren umfasst Ihr Aufgabengebiet die Führung und Einsatzplanung der Mitarbeitenden sowie deren Schulung und Förderung.

Ihr Profil: Wir suchen eine selbständige, zuverlässige und kreative Person mit Durchhaltevermögen, welche über Organisationsstärken und ein hohes Qualitätsbewusstsein verfügt. Sie bringen ausgewiesene Führungserfahrung mit und arbeiten ziel- und lösungsorientiert. Sie haben eine abgeschlossene Ausbildung zum Koch und eine Zusatzausbildung zum Gastronomiekoche oder eidg. dipl. Küchenschef absolviert. Sie haben vorzugsweise Erfahrungen im Eventbereich sowie im Qualitätsmanagement gesammelt. EDV-Kenntnisse, Kalkulationen sowie Hygiene- und Arbeitssicherheit gehören ebenfalls zu Ihren Stärkereichen.

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

Wir suchen einen Nachfolger für unser gepflegtes Speiserestaurant, Baujahr 1989, zu vermieten ab dem 1. Mai 2010, oder nach Vereinbarung, im Dorftzentrum von

Watt-Regensdorf

mit 40 Plätzen in Gaststube mit kleiner Bar, 35 Plätze in separatem Stübli und 50 Plätze in ruhig gelegener und grösstenteils überdeckter Gartenwirtschaft. Externer Mehrzweckraum mit ca. 60 Plätzen zumietbar. Grosser Parkplatz vor dem Restaurant. Das Lokal ist bestens ausgestattet, alle Maschinen und Geräte sind in einem einwandfreien Zustand und gewartet. Solvente Interessenten mit Berufsabschluss im Gastrobereich melden sich schriftlich unter:

ZUM TÜRMLI AG, Rümliangerstrasse 7, 8105 Watt, Tel. 044 871 30 30, Mail info@architekt-frei.ch

Hotel Walensee TRATTORIA
8872 WEESEN

Hauptstrasse 27, 8872 Weesen
Telefon 055 616 16 04
rez@hotel-walensee.ch
www.hotel-walensee.ch

Italienische Lebensfreude und die besondere Lage machen die "Trattoria" zum Treffpunkt der Region Walensee. Zur Ergänzung unserer Küchenbrigade suchen wir per 1. März 2010 oder nach Vereinbarung

Sous Chef
Chef de Partie

Um unseren Gästen erstklassige Qualität zu bieten, haben Sie eine abgeschlossene Fachausbildung und bereits einige Jahre Berufserfahrung, von Vorteil in der italienischen Küche.

Wir stellen uns eine motivierte, teamfähige, kreative und flexible Persönlichkeit vor.

Auf Ihre Bewerbung freut sich Herr Reto Ziegler, Geschäftsführer.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN
Akutspital für Innere Medizin
mit integrierter Rehabilitation

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

Zur Verstärkung unseres Hauswirtschaftsteams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

Fachfrau Hauswirtschaft
80 – 100% -Pensum

Wegen unfallbedingtem Ausfall suchen wir per sofort, für ca. 6 Monate befristet, eine flexible, aufgestellte und gut ausgebildete Fachfrau Hauswirtschaft.

Anforderungsprofil
Gutes Fachwissen für den professionellen und reibungslosen Ablauf zur Unterstützung der hauswirtschaftlichen Betriebsleiterin, im Bereich Wareneingang, Warenausgang. Gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen, abgeschlossene Berufsausbildung als Fachfrau Hauswirtschaft. Sie sind flexibel, offen, engagiert und arbeiten gern selbständig und mit Verantwortung.

Wir bieten Ihnen:
Angehende Arbeitsbedingungen bei einer geregelten 42-Stunden-Woche (Abenddienst bis 21.00 Uhr) sowie fortschrittliches Personalmanagement. Bei Bedarf können wir Ihnen ein möbliertes Zimmer zur Verfügung stellen.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen per Post mit Lebenslauf, Passfoto, Zeugnissen an die nachfolgende Adresse. Für telefonische Auskünfte verlangen Sie bitte Frau Christel Hasert, Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin.

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

THE SWISS
LEADING
HOSPITALS

Wir sind ein alteingesessenes Weinhandelshaus mit einem gepflegten, internationalen Weinsortiment. Zur Betreuung unserer anspruchsvollen Gastronomie-Kundschaft in der Zentralschweiz suchen wir eine dynamische und initiative

Verkaufspersönlichkeit
(Verkäufer/in im Aussendienst)

Sie haben Freude am Wein, sind kontaktfreudig, selbständig und zwischen 30 – 45 Jahre alt. Von Vorteil sind Englisch- und/oder Italienischkenntnisse.

Sind Sie interessiert - dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto. Für Fragen wenden Sie sich bitte an Thomas Fischer.

FISCHER WEINE
SURSEE

FISCHER WEINE SURSEE AG
BAHNHOFPLATZ 7 | CH-6210 SURSEE
TEL. 041 925 11 85 | FAX 041 925 11 88
tf@fischer-weine.ch | www.fischer-weine.ch

ENGADIN St. Moritz

Engadin St. Moritz, die Tourismusorganisation im Oberengadin, hat den Auftrag das touristische Angebot des Tals weltweit zu vermarkten.

Unser Ziel ist es, das führende Tourismusteam zu werden und Engadin St. Moritz zur bekanntesten und insbesondere begehrtesten Feriendestination der Alpen zu machen.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine

Assistenz/Backoffice PR (100%, m/w)

In Ihrer Funktion unterstützen Sie die Leitung PR in allen Belangen. Zudem sind Sie für die Führung des Backoffice verantwortlich, bearbeiten Medienanfragen und kümmern sich um die Medienbeobachtung. Die Organisation von Medienreisen gehört ebenso zu Ihrem Aufgabengebiet wie die akribische Pflege von Adressdaten.

Sie haben Berufserfahrung im kaufmännischen Bereich und arbeiten mit grossem Enthusiasmus. Als Organisations- und Kommunikationstalent weisen Sie eine hohe Dienstleistungsbereitschaft auf, haben ein gepflegtes sowie sicheres Auftreten und zeigen Bereitschaft für Wochenendeinsätze. Nebst Deutsch und Englisch sprechen und schreiben Sie auch Italienisch und vorzugsweise Französisch und sind geübt im Umgang mit Office-Anwendungen.

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann senden oder mailen Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Bild an:
Engadin St. Moritz, Herr Michael Baumann,
Via San Gian 30, 7500 St. Moritz, Tel. +41 81 830 09 22
michael.baumann@sesag.ch, www.engadin.stmoritz.ch

HOTEL GOLDEY
INTERLAKEN SCHWEIZ

Das Hotel Goldey Interlaken ist ein modernes 3-Sterne Ferien- und Seminarhotel. 40 Zimmer mit 70 Betten, 2 romantische «Loverooms», 2 grosszügige Seminarräume und ein Hotelrestaurant (kein A-la-carte) mit einer Sonnenterrasse runden unser Angebot ab. Die direkte Lage an der Aare und die schöne Aussicht auf das Bergpanorama begeistert Jung und Alt.

Wir suchen per 1. März 2010 oder nach Vereinbarung

eine charmante Réceptionistin
100%

Voraussetzungen, die Sie mitbringen sollten:

- abgeschlossene Lehre KV Hotellerie oder Hotelhandelschule
- gute Kenntnisse in Microsoft Office
- Erfahrung mit Hotelprogrammen (HS3)
- Sprachkenntnisse D, F, E in Wort und Schrift
- kommunikatives, gepflegtes und stilsicheres Auftreten
- offene, ehrliche und fröhliche Person

Wir bieten Ihnen:

- einen modern eingerichteten Arbeitsplatz
- Umgang mit internationaler Kundschaft
- ein spannendes Umfeld
- vielseitige Aufgaben sowie die Möglichkeit selbständig zu arbeiten
- ein junges, aufgestelltes und energiegelades Team

Fühlen Sie sich von diesem Inserat angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:

Andreas Kuchen, Geschäftsführer
Hotel Goldey***, Obere Goldey 85, 3800 Unterseen
info@goldey.ch

SWISS QUALITY HOTELS INTERNATIONAL

HOTEL RESTAURANT
MEIELISALP

BEGEGNUNG MIT AUSSICHT...

**Arbeitsplätze mit Aussicht!
Persönliche und fachliche Entwicklung!**

Möchten Sie zum Wohl unserer Gäste beitragen?

Für die Sommersaison 2010 suchen wir:

**Serviceangestellte
Serviceaushilfen
Praktikanten m/w**

Wenn Sie Menschen mögen und Ihre Gaben in einem lebhaften, christlichen Betrieb einsetzen möchten, erhalten Sie gerne weitere Informationen von Thomas Bettler.

Wir freuen uns auf Sie!
Tel. 033 847 13 41, 3706 Leissigen am Thunersee

SPITAL LACHEN
IHR GESUNDHEITZENTRUM AM SEE

Das Spital Lachen, am oberen Zürichsee, ist ein modern eingerichtetes Spital mit 119 Betten und ist zuständig für die erweiterte Grundversorgung von rund 65 000 Einwohnern. Das Spital verfügt über die Kliniken Chirurgie mit Orthopädie, Innere Medizin, Geburtshilfe/Gynäkologie, die Institute Anästhesiologie und Radiologie sowie eine interdisziplinäre Intensiv- und Notfallstation und eine Tagesklinik.

Zur Ergänzung unseres engagierten Küchen-Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Diätkoch/Diätköchin

Sie kochen bzw. stellen alle Diätkostarten her, helfen mit bei der Planung, prüfen und erstellen Diät-Rezepturen. Auch betreuen Sie die auszubildenden Diätküche-/köchinnen. Sie können auch in der Hauptküche eingesetzt werden und diese mit Ihrem Fachwissen und Ihrem Arbeitspensum unterstützen. Als Diätkoch/-köchin werden Sie regelmässig auch am Wochenende eingesetzt.

Sie haben eine abgeschlossene Ausbildung als Diätkoch/-köchin und Freude an Ihrem Beruf. Auch verfügen Sie über mehrere Jahre Erfahrung in der Küche/Diätküche. Ihre Einsatzbereitschaft, hohe Belastbarkeit und Flexibilität helfen Ihnen, sozialkompetent schwierige und herausfordernde Situationen zu meistern.

Nähere Auskünfte erteilt Ihnen gerne die Leitung Gastronomie, **Herr Dusan Deric**, Telefon 055 451 37 00.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:
Spital Lachen, Personalabteilung, Oberdorfstrasse 41, 8853 Lachen

Rehaklinik Bellikon
Der Name für UnfallReha

Die Rehaklinik Bellikon setzt Standards mit umfassender Behandlung und Abklärungen von verunfallten Menschen. Die vier Klinikbereiche umfassen die Akutrehabilitation mit der Neurologischen Rehabilitation sowie der Orthopädischen und Handchirurgischen Rehabilitation, ferner die Arbeitsorientierte Rehabilitation und ein Zentrum für Begutachtungen. Die Klinik ist nach einer Restrukturierung konsequent auf ein prozessgeleitetes interdisziplinäres Arbeiten ausgerichtet.

Infolge Pensionierung unseres langjährigen Sous Chefs suchen wir per 1. Juli 2010 oder nach Vereinbarung eine/n initiative/n

Stv. Küchenchef/in 100%

Sie sehen Ihre Herausforderung in der fachlichen und organisatorischen Unterstützung des Küchenchefs und erledigen in enger Zusammenarbeit mit dem ganzen Küchenteam von gut 20 Personen die vom ihm zugeteilten Aufgaben. Bei Abwesenheiten des Küchenchefs tragen Sie die Verantwortung für einen optimalen Küchenbetrieb, vom Einkauf über die Menüplanung bis zur Herstellung.

Um diese interessanten und anspruchsvollen Aufgaben erfolgreich umzusetzen, verfügen Sie über eine fundierte Ausbildung als Koch/Köchin mit mehrjähriger Praxis, wenn möglich bereits Erfahrung als Stv. Küchenchef/in in einer ähnlichen Funktion. Zudem sind Sie ein kommunikativer Motivator und haben kreatives Flair für eine moderne und gesunde Küche. Dabei kommen Ihnen Ihr betriebswirtschaftliches Denken und Handeln, Ihr gesundes Durchsetzungsvermögen sowie Ihre PC-Anwenderkenntnisse im Berufsalltag entgegen. Eine positive Einstellung zur Arbeit, Begeisterungsfähigkeit sowie eine hohe Dienstleistungsorientierung runden Ihr Profil ab.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung. Nähere Auskunft erteilt Ihnen gerne Herr René Frei, Leiter Küche, unter Telefon 056 485 52 31. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an Frau Nicole Balsiger, Leiterin Personaldienst, Rehaklinik Bellikon, 5454 Bellikon oder per E-Mail an: nicole.balsiger@rehabellikon.ch.

suvaCare
Sicher betreut

Rehaklinik Bellikon, CH-5454 Bellikon AG
Telefon +41 (0)56 485 51 11, Telefax +41 (0)56 485 54 44
info@rehabellikon.ch, www.rehabellikon.ch

Spezialklinik für Traumatologische
Akutrehabilitation, Berufliche Integration
und Medizinische Expertisen

CONGREG

Congrex Travel, a world wide travel agency in the meeting event industry, is still growing and therefore we are looking for a

**Accommodation Purchasing Consultant
Accommodation Purchasing Assistant Consultant**

You will be responsible for accommodation purchasing mainly for the national, but also assistance for the international market.

Profile

- Experience in the tourism or hotel industry is mandatory
- Ideal age for Consultant: 28-40
- Fluent in German and English, basic knowledge in French (other languages beneficial but not mandatory)
- Excellent knowledge of all established IT programmes (Excel, Word, Outlook, Powerpoint)
- Result focused, excellent team work, communications and social skills
- Driving license preferable

If you are open to different cultures and backgrounds and adapt very quickly to a continuously changing and lively environment, then please send your application by e-mail, to claudia.scherrer@congreg.com or Claudia Scherrer, Congrex Travel AG, Freie Strasse 90, 4002 Basel, Tel. +41 61 690 94 11, www.congreg.com

Goldenberg
Essen mit Aussicht

Das Restaurant Goldenberg liegt an herrlicher Aussichtslage über den Rebbergen der Stadt Winterthur. Die herrschaftliche Villa bietet Platz für 120 Personen, im wunderschönen Garten können über 200 Gäste die Aussicht über die Stadt geniessen. Wir bieten eine marktfrische und moderne Küche mit Schweizer Frischprodukten an.

Für die Neueröffnung nach umfassenden Umbauarbeiten suchen wir per Mitte April einen

Sous-Chef (Saucier)

Sie sind ein junger, aufstrebender Berufsmann und haben schon in ähnlicher Position gearbeitet. Sie sind flexibel, legen Wert auf Teamarbeit und können auch selber gut anpacken. Angehende Berufsleute ausbilden und Ihr fundiertes Fachwissen weiterzugeben bereitet Ihnen Freude. Die Vertretung des Küchenchefs an zwei Tagen pro Woche ist für Sie eine willkommene Abwechslung und Herausforderung zugleich.

Sie arbeiten in einer topmodernen, neuen Küche in einem unkomplizierten und angenehmen Arbeitsumfeld. Wir sind ein aufgestelltes und motiviertes Team von 8 bis 10 Mitarbeitern und haben an 7 Tagen geöffnet.

Bitte richten Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:
Stefan Erni, Restaurant Goldenberg
Süßenbergstrasse 17, 8400 Winterthur

Die Gastronomiegruppe **ZfV**

Die ZfV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschsprachigen Schweiz sowie mehr als 1800 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZfV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Beenden Sie gerade Ihre Wintersaison? Dann haben wir genau das Richtige für Sie:

Für die neu zu eröffnenden, innovativen und vielseitigen

Gastronomiebetriebe der BEA bern expo
suchen wir per Mitte April 2010

Köche (Aushilfen)

Ihre Aufgabe: Sie helfen bei der Produktion der Speisen in den verschiedenen Satellitenküchen mit, sind zuständig für die Mitarbeit bei der à la Carte-Produktion und erledigen allgemeine Ausräum- und Reinigungsarbeiten. Im Weiteren sind Sie für die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien zuständig.

Ihr Profil: Wir suchen flexible, pflichtbewusste und belastbare Kolleginnen und Kollegen, welche das BEA bern expo Team während den Messen und Kongressen (circa 120 Tage/Jahr) in den verschiedenen Outlets tatkräftig in der Küche unterstützen. Sie verfügen über die entsprechende Berufserfahrung und sind bereit, bei einem spannenden neuen Projekt mitzuwirken.

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

RESTAURANT EGGHÖLZLI

Unser Betrieb besteht aus einem gut frequentierten Restaurant mit Terrasse, Atrium und einem Speisesaal, in dem die Bewohnerinnen und Bewohner der Senioren-Appartements Egghölzli mittags verpflegt und abends Bankette abgehalten werden.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab April 2010 oder nach Vereinbarung einen

Commis de Cuisine (m/w)

Engagieren Sie sich gerne kreativ, sind motiviert, flexibel und haben Freude, unsere Gäste kulinarisch zu verwöhnen? Geben Sie gerne Ihr Fachwissen als gelernter Koch im Team weiter? Dann bieten wir Ihnen ein interessantes, vielseitiges und herausforderndes Aufgabengebiet in einer modernen Infrastruktur zu attraktiven Konditionen. Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an folgende Anschrift:

Restaurant Egghölzli
Christian Joye, Küchenchef
Postfach 271, 3000 Bern 15
Tel: 031 350 66 40
www.egghoelzli.ch / info@egghoelzli.ch

Möchten Sie ab der kommenden Sommersaison unsere anspruchsvollen Gäste liebevoll und kompetent verwöhnen? Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir noch folgende fachlich ausgewiesene Mitarbeiter/innen:

**Chef de partie
Commis de cuisine
Chef de rang / Servicefachangestellte**

Wir bieten Ihnen in unserem jungen Team eine interessante, attraktive und verantwortungsvolle Stelle. Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto

Daniela & Rudolf Pazeller
Schlosshotel Chasté
CH - 7553 Tarasp / Engadin
Tel. 081 8613060
www.schlosshoteltarasp.ch
chaste@schlosshoteltarasp.ch

...ein Juwel im Engadin

HOTEL MOOSEGG

Sie sind aufgestellt, freundlich und lieben es mit Ihrer Kreativität, Persönlichkeit und Ihrem Arbeitswillen ein motiviertes Team zu unterstützen...
...wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

Servicefachangestellte (m/w)
Sommersaison 2010 / 1. April 2010

Chef de Partie (m/w)
Sommersaison 2010 / 1. April 2010

Ihre Bewerbung richten Sie telefonisch, per Post oder per Email an Daniel Lehmann.

Hotel Moosegg AG
CH-3543 Emmenmatt
Telefon 034 409 06 06
Fax 034 409 06 07
www.moosegg.ch
hotel@moosegg.ch

JUNGFRAUBAHNEN

Die Jungfraubahnen vermarkten neu integrierte Ferienangebote im Internet. Sie kombinieren Jungfraujoch-Top of Europe, Kleine Scheidegg, Grindelwald First, Schynige Platte sowie den Wintersport mit Hotelübernachtung, Ausrüstung und Betreuung (Skischule). Für diese Plattform suchen wir eine/einen versierte/n

Product Manager

m/w 100%

Arbeitsort Interlaken

In dieser Funktion sind Sie für die Entwicklung, Beschaffung und Bewirtschaftung von Produkten unseres neuen Geschäftsmodells verantwortlich. Die Aufgabe beinhaltet den Einkauf von Leistungen und deren Verarbeitung zu Pauschalangeboten. Die Vermarktung erfolgt über eine Onlineplattform, an deren Aufbau Sie mitwirken.

Sie erkennen Trends, Innovationen und Marktbedürfnisse frühzeitig. Sie pflegen engen Kontakt zu unseren Geschäftspartnern und den internen Fachbereichen Marketing Verkauf, Marketing Werbung und Finanzen und Controlling. Sie sind gleichzeitig in der Lage die Onlineplattform zu managen und in Zusammenarbeit mit unseren Internetspezialisten weiterzuentwickeln.

Wir erwarten von Ihnen eine kaufmännische Grundausbildung und Abschluss der Tourismusfachschule oder eine gleichwertige Weiterbildung. Weiter verfügen Sie über ausgewiesene Erfahrung im Einkauf/Verkauf (vorzugsweise im Tourismus) sowie über ein hohes Mass an Verhandlungsgeschick. Diese Aufgabe erfordert Sprachkenntnisse in Deutsch und Englisch in Wort und Schrift. Kenntnisse im Web 2.0, E-Commerce, CRM und Online-Marketing runden Ihr Profil ab.

Falls Sie sich für diese berufliche Herausforderung interessieren, richten Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung bis am 5. März 2010 an:

Jungfraubahnen, Therese Jaun Schmid, Leiterin Human Resources, Harderstrasse 14, 3800 Interlaken

Für Auskünfte steht Ihnen Stefan Schneider, Leiter Marketing Services, unter Tel. 033 828 72 41 zur Verfügung.



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

Zur Ergänzung unseres Teams haben wir folgende Stelle neu zu besetzen:

Küche

Commis de cuisine

Wir erwarten von Ihnen eine gute Ausbildung, Freude, mit frischen Lebensmitteln zu arbeiten und die Fähigkeit, in einem kleinen Team mitzuarbeiten. Wenn Ihnen die Hygienestandards nicht fremd sind und Sie auch in hektischen Zeiten den Überblick bewahren, erwarten wir gerne Ihre Bewerbung.

LE BISTRO - LA BRASSERIE - LE GOURMET
LES SALLES DE BANQUETS - LE MILLESIME
Familie J. & F. Häberli, Münchenbuchsee
Tel. 031 868 89 88, Fax 031 868 89 89
www.haeberli.com

Die Gastronomiegruppe (zfv)

Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschsprachigen Schweiz sowie mehr als 1800 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZFV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für die neu zu eröffnenden, innovativen und vielseitigen

Gastronomiebetriebe der BEA bern expo

suchen wir per 15. April 2010

Service-Mitarbeiter/innen

Ihre Aufgabe: Sie sind hauptsächlich für die Mise en place für einen reibungslosen Serviceablauf, die Bedienung und Betreuung unserer Gäste in den Restaurants sowie an der Bar, das Führen einer eigenen Servicestation mit Direktkassas sowie die Erledigung allgemeiner Aufräum- und Reinigungsarbeiten zuständig. Sie sind vor allem während den Messen in den Einsätzen flexibel und bei Banketten und Spezialanlässen bereit, uns tatkräftig zu unterstützen.

Ihr Profil: Wir suchen motivierte, engagierte und belastbare Mitarbeitende, welche bereits über Erfahrung im à la Carte-Bereich verfügen. Sie weisen eine schnelle Auffassungsgabe vor und lehren auch in hektischen Situationen die Ruhe und Übersicht nicht. Sie verfügen über gute Deutschkenntnisse und sind bereit, bei einem spannenden neuen Projekt mitzuwirken.

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 35, F +41 44 388 35 36
info@zfv.ch, www.zfv.ch

Die Gastronomiegruppe (zfv)

Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit über 100 Betrieben in der deutschsprachigen Schweiz sowie mehr als 1800 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZFV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für die neu zu eröffnenden, innovativen und vielseitigen

Gastronomiebetriebe der BEA bern expo

suchen wir per Mitte April 2010

Service-Mitarbeiter/innen (Aushilfen)

Ihre Aufgabe: Sie sind hauptsächlich für die Mise en place für einen reibungslosen Serviceablauf, die Bedienung und Betreuung unserer Gäste in den verschiedenen Restaurants, an der Bar sowie an Banketten und Messen und die Erledigung allgemeiner Aufräum- und Reinigungsarbeiten zuständig. Sie sind bereit, an einem spannenden neuen Projekt mitzuwirken und uns tatkräftig zu unterstützen.

Ihr Profil: Wir suchen flexible, pflichtbewusste und belastbare Kolleginnen und Kollegen mit Service-Erfahrung, welche das BEA bern expo Team während den Messen und Kongressen (circa 120 Tage/Jahr) in den verschiedenen Outlets tatkräftig an der Front unterstützen.

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 35, F +41 44 388 35 36
info@zfv.ch, www.zfv.ch

Jöhri's

Talvo

Einer der TOP Betriebe der Schweiz im wunderschönen Engadin/St.Moritz (18 Punkte GaultMillau)

sucht ab 20. Juni für mind. 2 Saisons

einen Chef Pâtissier

mit mind. 2 Jahren Erfahrung in der gehobenen Gastronomie und Kenntnissen im Zuckerziehen

und

eine/n Servicefachangestellte/n

herzlich, kompetent und engagiert (Sprachkenntnisse)

Restaurant Jöhri's Talvo
Brigitte und Roland Jöhri
CH-7512 St. Moritz/Champfer
Tel. +41 81 833 44 55
Fax +41 81 833 05 69, info@talvo.ch

Horneggli

Berghaus
3778 Schönried

UN/A RESPONSABILE

Per la gestione del ristorante a partire dal 15.06.2010

Requisiti:
Formazione adeguata

Lingue: T/F/I

Siamo lieti di ricevere la sua candidatura con foto
rest.horneggli@bluewin.ch

HOTEL CHESA RANDOLINA

Ab nächster Sommersaison per Anfang Juni suchen wir zur Ergänzung unseres Teams noch die folgenden, an einer langfristigen Anstellung interessierten Mitarbeiter/innen

Chef de partie/Sous-Chef

Commis de cuisine

Service Mitarbeiter/in

(mit Erfahrung / Deutschsprachig)

Wir bieten geregelte, angenehme Arbeitszeiten und sehr gute Bezahlung in einem Haus mit ganz besonderer Atmosphäre. Auf Wunsch Zimmer im Haus.

Tomas Courtin, Hotel Chesa Randolina,
7515 Sils-Baselgia, Tel. 081 838 54 54
courtin@randolina.ch / www.randolina.ch



hoteljob.ch



Veränderungen beginnen hier
www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

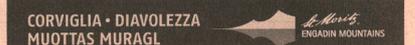
Die Bergbahnen ENGADIN St. Moritz AG ist eines der grössten Bergbahnunternehmen der Schweiz. Wir betreiben die Ski- und Wandergebiete Corviglia, Diavolezza/Lagalb sowie den Schlittel- und Ausflugsberg Muottas Muragl und einige Hotels und Restaurants.

Für unser Berghaus Diavolezza auf 3000 m ü. M. suchen wir nach Vereinbarung in Jahrestelle einen

KÜCHENCHEF

Wenn Sie gerne in einem innovativen Team arbeiten, engagiert sind, Ihr Fach verstehen, über gute Deutsch- und Italienischkenntnisse verfügen, Führungsqualitäten besitzen und unter positivem Stress zusammen mit dem Team zu Höchstleistungen auflaufen können, freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Restaurant Marguns, Herr Christian Meili,
Truch dal Ruel 11, 7505 Celerina
Tel. 081 839 80 20, christian.meili@best.ch, www.best.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
Gruppenleiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J10287
Gastgeber-Paar als Pächter	Region Zürich/ Schaffhausen	J10285
Geschäftsleiter/Betriebsleiter (m/w)	Region Ostschweiz	J10083
Direktionsassistent/in	Region Zentralschweiz	J10276
Restaurant Manager (w/m)	Region Basel	J10279
Gastgeber (w/m).	Region Bern	J10275

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sales Representative m/w	Region Zürich/ Schaffhausen	J10316
Salesmitarbeiter (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10303
Regional Sales & Account Manager	Region Zürich/ Schaffhausen	J10286
Barmitarbeiter (m/w)	Region Bern	J10296
District Manager Nordrhein-Westfalen	International	J10291
Sales ManagerIn	Region Zürich/ Schaffhausen	J10317
Sales Manager (m/w)	Region Bern	J10318
Sales Manager/In / Hotel Consultant (60 %)	Region Bern/Westschweiz	J10104
Sales Manager/in.	Region Zürich/ Schaffhausen	J10073
RedaktorIn/Content ManagerIn.	Region Zürich/ Schaffhausen	J10071
Aussendienstmitarbeiter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J10067
Verkäufer/in (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10066

Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Assistent/in der Betriebsleitung	Region Zürich/ Schaffhausen	J10290

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de reception	Region Graubünden	J10292
Rezeptionist/in (Spanien - Costa Brava)	International	J10111
Rezeptionist/in	Region Graubünden	J10112
Allrounderin für Rezeption und Etage	Region Bern	J10054
Night Audit Teilzeit 30%	Region Zürich/ Schaffhausen	J10284
Rezeptionist/in	Region Zentralschweiz	J10106
Rezeptionistin	Region Graubünden	J10294
Rezeptionistin	Region Graubünden	J10089
Chef de reception	Region Graubünden	J10108
Rezeptionistin	Region Graubünden	J10110
RezeptionistIn	Region Zürich/ Schaffhausen	J10274
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J10298
Rezeptionistin (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10305
Betriebsleiterin	Region Zürich/ Schaffhausen	J10312
Empfangsmitarbeiterin	Region Bern	J10319

Food & Beverages

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Catering Manager (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10320
Leiter Gastronomie	Region Zürich/ Schaffhausen	J10289
Chef de service (w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10321
Catering-Verantwortliche/r	Region Zürich/ Schaffhausen	J10288

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
kreativer Chef Pâtissier (m/w)	Region Basel	J10068
Chef pâtissier	Region Graubünden	J10295
Köche, Pizzaiolo	Region Bern	J10072
Chef de partie	Region Graubünden	J10310
Commis de cuisine	Region Bern	J10282
Chef de partie/2. Sous-chef	Region Bern	J10283
Chef de partie	Region Mittelland (SO,AG)	J10057
Küchenchef/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J10096
Sous-Chef	Region Ostschweiz	J10097
Küchenchef/in (Luxury river cruise liner)	International	J10300
stv. Küchenchef	Region Bern	J10098
Chef de Partie (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10301
Commis de Cuisine	Region Mittelland (SO,AG)	J10103
Demi-chef de partie (Garten)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10061
Sous Chef	Region Zürich/ Schaffhausen	J10306
Koch/Entremetier	Region Bern	J10307
Chef de partie (Spanien - Costa Brava)	International	J10308
Chef de Partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J10272
Chef de partie-Souschef	Tessin	J10084

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Küchenchef	Region Zürich/ Schaffhausen	J10107
Commis de cuisine	Region Neuchâtel/ Jura	J10085
Chef de partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J10065
Chef de partie tournant (m/w), Mo-Fr	Region Zürich/ Schaffhausen	J10262
Chef de partie	Region Zürich/ Schaffhausen	J10059
Alleinkoch	Region Graubünden	J10264
Chef de Partie (vorwiegend Tagesdienst)	Region Basel	J10075
Second de cuisine et commis de cuisine	Region Neuchâtel/ Jura	J10280
Sous Chef (m. Gastronomiekokch)	Region Basel	J10322
Chef pâtissier (England - Dorset)	International	J10270
Diätkoch/Köchin	Region Zürich/ Schaffhausen	J10090
GaultMillau Küchenchef/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J10092

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de rang (m/w)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10287
ServiceemitarbeiterInnen	Region Bern	J10076
Privatspital: Mitarbeiterin Roomservice (30%)	Region Basel	J10081
Chef de rang	Region Bern	J10086
Stv. Restaurantleiter/in	Region Zürich/ Schaffhausen	J10088
Serviceleiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J10091
Stv. Serviceleiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J10093
Stv. Restaurantleiterin	Region Zürich/ Schaffhausen	J10095
Servicefachangestellte	Region Bern	J10105
Serviceemitarbeiter	Region Zürich/ Schaffhausen	J10109
Temporär-Einsätze	Region Zürich/ Schaffhausen	J10263
Chef de rang w	Region Ostschweiz	J10265
Chef de service	Region Graubünden	J10055
Service- u. Barmitarbeiterin (Mo-Fr)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10271
Servicefachangestellte (w) 60%	Region Basel	J10323
Chef de Rang	Region Zürich/ Schaffhausen	J10273
Service (Saison)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10293
Commis de rang	Region Zürich/ Schaffhausen	J10064
Chef de rang (Spanien - Costa Brava)	International	J10297
Commis de rang (England - London)	International	J10299
Chef de Rang und Foodrunner	Region Zürich/ Schaffhausen	J10277
Restaurantleitung	Region Graubünden	J10302
Commis de rang	Region Bern	J10113
Serviceemitarbeiter (w/m)	Region Zürich/ Schaffhausen	J10304
Commis de rang	International	J10309
Servicefachfrau / Restaurationsfachfrau	Region Mittelland (SO,AG)	J10311
Chef de Service	Region Zürich/ Schaffhausen	J10278
Chef de rang	Region Zürich/ Schaffhausen	J10062
Servicepraktikant	Region Zürich/ Schaffhausen	J10063
Serviceleiterin / Serviceleiter	Region Ostschweiz	J10069

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
2. Chef de bar	Region Graubünden	J10058
Leiter/in Service	Region Basel	J10077
Barfachangestellte	Region Ostschweiz	J10087
Barmaid/ Barman (Spanien - Costa Brava)	International	J10281
Barfachangestellte/r	Region Graubünden	J10056

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Hotelfachfrau / Hotelfachassistentin	Region Bern	J10053
Leiterin / Leiter Hotellerie 80%	Region Mittelland (SO,AG)	J10082
Privatspital: Mitarbeiterin Roomservice (30%)	Region Basel	J10080

Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Hotelfachmann/-frau	Ganze Schweiz	J5419
Koch/Köchin	Ganze Schweiz	J5422
Cuisinier/Cuisinière	Toute la suisse	J5551
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

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.

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B812	Administration, Geschäftsführer, F&B,	33	AT	per sofort	D F
B907	Assistant (F&B, Bankett, Event, Catering)	29	SK	per sofort	D E SK
B332	Betriebsassistent / Stv. Geschäftsführer / Chef de Service	30	CH	per sofort	D F E
B92	Betriebsleiterassistent / Chef de Service / Chef de rang	29	CH	per sofort	D F E ES
B847	CEO, GM, Direktion, Verwaltung, Bereichsleitung	44	CH	per sofort	D F E PT
B934	Chef de Réception / Direktionsassistent	35	DE	per sofort	D F E
B904	Chef de Service / Geschäftsführerin	37	CH	per sofort	D F E
B872	Direktion Geschäftsleitung	47	CH	per sofort	D F E S /NO
B666	Geschäftsführer / Betriebsleiter	30	DE	per sofort	D E
B891	Tourismus, Geschäftsführer	33	AT	per sofort	D F E
B796	Kellner	32	CH	per sofort	D E GR
B935	Koch, Pizzaiolo	24	SK	per sofort	D F I
B913	Massage, Wellness- und Spa	46	CH	per sofort	D F E S /NO
B883	Masseur ca. 40%	45	CH	per sofort	D E
B835	Gastro-Konzeption, Direktionsass., Betriebsass.	30	DE	per sofort	D F E

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B926	Réceptionniste (Stv. Chef de Réception)	31	CH	per sofort	D F E
B892	Restaurantleiter	54	DE	per sofort	D
B841	Service	44	GR	per sofort	D E
B473	Service	28	AT	per sofort	D E
B329	Servicefachangestellter m. Verantw., Chef de service	53	AT	per sofort	D F E
B887	Service/ Chef de Service	36	PT	per sofort	D E E PT ES
B3	Service/ Chef de Service	43	CH	per sofort	D F
B83	Service/ Chef de Service	56	CH	per sofort	D E
B898	Service/Restauration/Bar/Events/Bankett	20	CH	per sofort	D E
B590	Sous Chef, Chef de partie	35	HU	per sofort	D E HU

- 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 15. 2. 2010. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Suisse romande

Auberge La Cergniaulaz Les Avants
cherche

**un cuisinier entremétier
un commis pâtisserie
un garçon de cuisine**

Tél. 021 964 64 62

5989-3335

Svizzera italiana

HOTEL RESTAURANT ARCADIA,
6612 ASCONA

beim Golfplatz und Lido, 10 Min.
von der Piazza entfernt. Zur Ergän-
zung unseres Teams suchen wir für
die Sommersaison 2010 (ab März)

Service-Mitarbeiterin

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Familie M. Bolz
Hotel Arcadia
6612 Ascona
Tel. 091 791 10 15

www.arcadia.li info@arcadia.li

6022-3338

Stellenvermittlungen

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

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

5762-261

Stellengesuche

Suche für einen Tunesier, 30 Jahre alt,
eine Arbeitsstelle in Restaurant und
Hotel im Kanton Bern.

**Suchen Sie noch für Sommer 2010
einen tüchtigen Mitarbeiter?**

Für Service, Réception, Zimmer,
Office, Küche, Sprachen: D, F, E, I.
Interessenten melden sich bitte bei
Frau E. Ballif, Tel. 031 859 55 20 oder
Tel. 032 397 13 38.

6019-3336



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

9601-3338

IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

**hotel revue - stellen revue / marché de l'emploi
- immobilienrevue / marché immobilier**

Der Stellen- und Immobilienmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus
Le marché d'emploi et le marché immobilier pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

Herausgeber / Editeur: hotelieresuisse, 3001 Bern

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

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elisabeth Homberger

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

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

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

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

Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi: www.hoteljob.ch

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

Stellenrevue / marché d'emploi - Aus- und Weiterbildung / formation initiale et continue

- Aus- und Weiterbildung / Formation initiale et continue CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10

- Stellengesuche / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10

- Kaderübrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadrif CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellengesuche / seulement demande d'emploi)

1 Woche / semaine CHF 50.-, 2 Wochen / semaines CHF 70.-, 4 Wochen / semaines CHF 100.-

Immobilienrevue / marché immobilier - Kleinanzeigen / petite annonces

- Immobilien / immobilier - Kleinanzeigen / petite annonces CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10

1 GzD bis spätestens Freitag vor Erscheinen - zusätzliche GzD werden mit je CHF 30.- verrechnet.

Termine

- Ausgabe / Numéro	Nr. 8/2010	Nr. 9/2010	Nr. 10/2010	Nr. 11/2010
- Erscheint / Parution	25. 2. 2010	4. 3. 2010	11. 3. 2010	18. 3. 2010
- Anzeigenschluss / Délai	22. 2. 2010	1. 3. 2010	8. 3. 2010	15. 3. 2010

Anzeigenschluss / Délai **Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr** **Liegenschaften - Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr**

Doppelnummern

Nr. 27/28 / 8. 7. 2010 Nr. 29/30 / 22. 7. 2010 Nr. 50/51 / 16. 12. 2010

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

Auflage WEMF-beglaubigt 2009 / tirage contrôlés REM 2009: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 732 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 769 Ex.
Druckauflage / tirage imprimé: 13 000 Ex.

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden.
Der Verleger und die Inserenten versagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate
zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.

9600-3338

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.**

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 Wirtschaftlichkeit/
Marketingkonzepte
- Projektentwicklung/Optimierung
- Rekrutierung Direktion, Kader,
Betriebsgruppe
- Nachfolgeregelung, Vermittlung
bei Rechtsstreitigkeiten u.a.m.

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

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
Wir verkaufen
4-Sternehotel

im Oberengadin mit 80 Betten,
Restaurant, Land für Wohnungen

Das Hotel befindet sich baulich in
einem sehr guten Zustand (Baujahr
1987) und verfügt über eine Zimmer-
auslastung von 70%. Das Grundstück
verfügt über 4'000 m² Land, dh. es
können ca. 2'000 m² an Wohnungen
gebaut und verkauft werden. Gerne
erwarten wir Ihre Kontaktaufnahme.

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

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
Wir verkaufen
Hotel-Restaurant
in Arosa

Der Betrieb umfasst 70 Betten,
Restaurant, Bar und erreicht einen
Umsatz von ca. Fr. 2 MIO

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

attraktives 3*Hotel**
im Herzen des Berner Oberlandes

32 Doppelzimmer, 64 Betten, Restaurant
mit 70 Pl., grosse Terrasse mit Seesicht,
Säali 20 Pl., grosser unterteilbarer Saal
120m², Aussenpool, grosser Parkplatz

Richtpreis Fr. 3.6 Mio.
Auskunft unter 033 821 61 54

LifestyleHomes
ANNAMARIE PIACENTE

Zu vermieten in Davos an der
Promenade

Café Restaurant
mit 55 Plätzen.

Telefon 0041 79 286 24 35

Café-Restaurant
à vendre à Fribourg (Suisse).
Raison d'âge après 25 ans 'exploitation.
Idéal pour jeune couple.
Pierre Wirz, tél. 079 434 90 34
pierwirz@vp.ch

1 b Barmettler Immobilien 033 437 76 30
barimmo.ch svit

An gut frequentierter Lage im Kronen-
zentrum von **Uetendorf** vermieten wir
ab sofort eine

Bar

Miete: Fr. 1900.–, NK Fr. 500.– Akonto
Gerne stehen wir Ihnen für eine Besichti-
gung zur Verfügung.

1 b Barmettler Immobilien 033 437 76 30
barimmo.ch svit

In **Uetendorf**, in Dorfmitte, vermieten wir
per sofort oder nach Vereinbarung das

Restaurant/Hotel Krone

Das Restaurant hat ca. 65 Plätze und
einen Saal.
Die Terrasse bietet für ca. 30 Gäste
Platz.
Es stehen 7 Hotelzimmer zur Verfügung.
Einstellhallenplätze sind zum Mieten
vorhanden.

Miete: Fr. 4000.–/Mt. zzgl. Nebenkos-
ten-Akonto Fr. 1000.–

Gerne stehen wir Ihnen für eine Besichti-
gung und weitere Fragen zur Verfü-
gung.

HESSER
RESTAURANT-ENGELBERG
ISSER & GENIESSEN

engelberg
TITLIS
it's heaven.

Das Top-Restaurant in Engelberg

Wir verpachten per sofort oder nach Vereinbarung das Restaurant Hess in Engelberg.
Engelberg im Herzen der Zentralschweiz, ein trendiger Ferien- wie auch beliebter
Wohnort auf ca. 1000 m Höhe, mit einem breiten Sommer- und Wintersportangebot,
schönem Golfplatz und dem Titlis als Haus- und Eventberg.

Das Restaurant Hess ist der Begriff von gepflegter Gastlichkeit im zeitgemässen Stil
und bietet Gastfreundschaft, ausgezeichnete Kulinarik mit dem nötigen Verständnis für
den Weingenuß.

Eine grosse Stammkundschaft, die eine anspruchsvolle Küche, allenfalls mediterran
oder italienisch ausgerichtet, und ein reichhaltiges Weinangebot schätzt, wartet auf
Sie.

- Restaurant mit ca. 65 Plätzen
- Raum stilvoll eingerichtet mit 35 Plätzen
- Eine sonnige Aussichtsterrasse mit ca. 40 Plätzen
- Genügend Parkplätze vor dem Haus
- Moderne Küche, grosszügig und präzisorientiert konzipiert
- Zusätzlich kann im Haus eine 4½-Zimmer-Wohnung
angemietet werden.

Wir suchen eine charmante Persönlichkeit (eine/n Pächter/in oder ein Ehepaar) mit ent-
sprechenden Erfolgswegweisen, die motiviert ist und Freude hat, diesen tollen Betrieb
weiterhin auf dem Erfolgskurs zu bewirtschaften und die Gäste zu verwöhnen.

Den neuen Wirtsleuten wird die Gelegenheit geboten, ein eigenes Gastronomie- und
Betriebskonzept, welches qualitativ an die Tradition des Betriebes anknüpft und des-
sen Lage berücksichtigt, zu verwirklichen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne vereinbaren wir mit Ihnen einen Termin.
Interessenten wenden sich bitte an Tel. 041 866 38 48
Eberli Partner Generalunternehmung AG, Hr. Geny Hess, Feldstrasse 2, 6060 Sarnen
Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Tessin – Pedemonte wenige Minuten
von Ascona - Locarno

**Zu vermieten exklusives, mo-
dernes Restaurant mit Zimmer**
ideal für eine raffinierte Küche

komplett renoviert 2009–2010 mit
Pflege zum Detail
Restaurant mit Speisesaal,
Cocktail-Bar, eingerichtete Küche
Terrasse, Garten, Parkplatz,
4 Zimmer mit Bad (Boutique-Hotel)
und eine Wohnung. Weitere Auskünfte:
079 663 96 12 und +4191 791 39 58

**Zu verpachten
Dorfrestaurant**

ca. 12 km von Bern, ca. 80 Plätze, Säli,
Fumoir, Vinothek, Terrasse usw.
inkl. 6-Zi.-Wohnung.

Auskunft Tel. +41 79 403 98 04 oder
+41 79 515 84 63.

**Wollen Sie sich Ihren Traum im Tessin
erfüllen?**
Im Auftrag eines Mandanten verkaufen
wir:

**Hotel/Restaurant und
Grotto im Kt. Tessin**

Das einladende Objekt befindet sich im
Sopraceneri.
Restaurant/Bar und Grotto 85 Sitzplätze,
wetterfeste Terrasse 80 Sitzplätze, 12
Zimmer mit max. 32 Betten.
Das Objekt ist für ein junges Ehepaar
ideal, um sich nachhaltig eine Existenz
aufzubauen.
Verhandlungspreis CHF 1 800 000.–
Interessenten erhalten weitere Informati-
onen von: Frau Gabriela Ingold
Ingold Treuhandpartner AG
Zugerstrasse 40, 6314 Unterägeri
Tel. 041 754 48 00
E-Mail: gi@ingold-treuhandpartner.ch

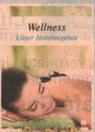
Marktplatz – immer am ersten Donnerstag im Monat

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

htr hotel revue

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotelrevue Nr. 7 / 18. Februar 2010



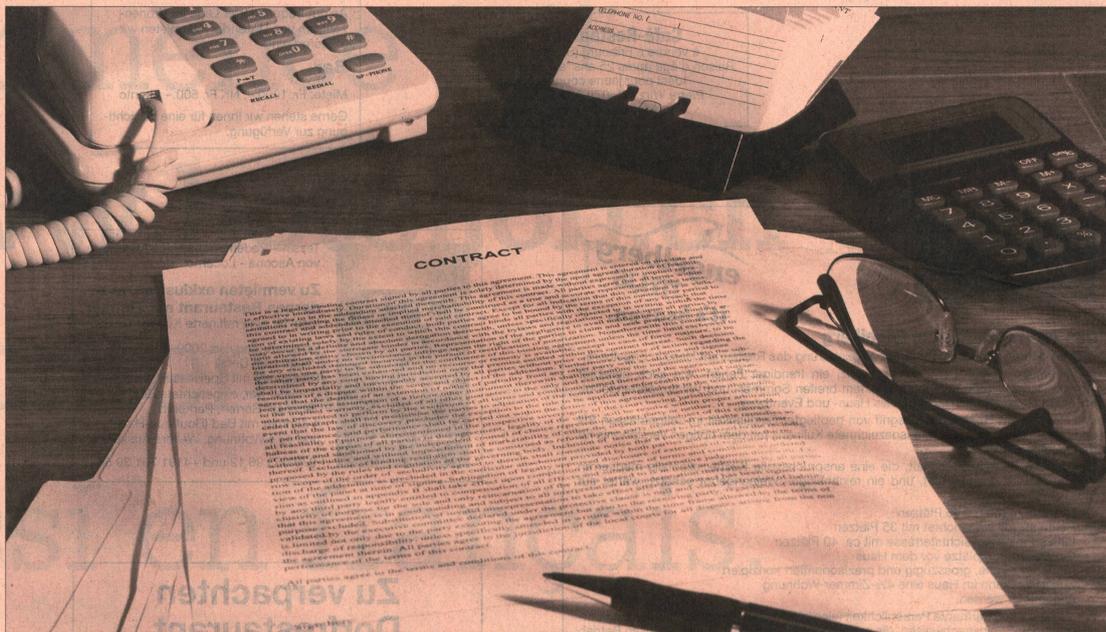
Auch unterwegs.

Hotelfinden! Sie haben die Wahl. www.swisshotels.com

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

Betriebsverkauf

Der Verkauf eines Betriebs verlangt viel Sorgfalt. Von der Vorbereitung über den Verkauf bis hin zur Finanzierung.



Erfolgreicher Verkauf



WALTER HESSER
HESSER UNTERNEHMENS-
BERATUNG FÜR HOTELLERIE
UND RESTAURATION, PFAFFIKON

Der Verkauf eines Betriebs sollte detailliert geplant werden. Die sorgfältige Vorbereitung gehört dazu ebenso wie die Unterstützung des Käufers bei seinen Bemühungen um die Finanzierung des zu verkaufenden Objekts. Die Buchhaltung muss à jour geführt sein, Pläne, Grundbuchauszug, Katasterplan, Bewertung, Auflistung aller getätigten Investitionen sowie Versicherungsausweise der kantonalen Gebäudeversicherung müssen beschafft werden.

Die Bewertung

Um einen fairen Marktpreis zu evaluieren muss der Betrieb bewertet werden. Für die marktkonforme Preisevaluation eines Unternehmens werden folgende Punkte berücksichtigt: Die Kennzahlen der Buchhaltung der vergangenen drei Jahre, der

Standort des Objekts, der baulicher Zustand des Objekts sowie allfällige Landreserven und technische Verbesserungsmöglichkeiten.

Die Dokumentation

Um interessierte Käufer umfassend informieren zu können, ist eine aussagekräftige Verkaufsdokumentation nötig. Darin müssen eine detaillierte Umschreibung des Betriebs, Bilder von allen relevanten Betriebsteilen, amtliche Dokumente und Pläne, die Beschreibung des wirtschaftlichen Ist-Zustands, das aktuelle Betriebskonzept, Angaben über Verbesserungspotenzial, Berechnung des Marktwerts, ein Finanzierungs-konzept sowie ein 10-Jahres-Finanzplan aus Sicht des Käufers enthalten sein. Wenn die Vorbereitungen erfolgreich abge-

schlossen sind, kann die Ausschreibung erfolgen. Die Erfahrung zeigt, dass von eingehenden Interessensangeboten nur rund 20% die Anforderungskriterien für eine tragbare Finanzierung erfüllen. Die Verkaufsdokumentation sollte deshalb aus Diskretionsgründen nur an geprüfte Kaufinteressenten weitergegeben werden.

Der Verkauf

Mit den in Frage kommenden Interessenten findet nach dieser Prüfung ein erstes Gespräch statt. Nur wenn bis zu diesem Zeitpunkt alle Voraussetzungen stimmen und das Kaufinteresse weiterhin vorhanden ist, wird der Kontakt zum Verkäufer hergestellt, und eine Betriebsbesichtigung kann stattfinden. Im Anschluss an die Besichtigung empfiehlt es sich, eine Schluss-

besprechung mit allen Beteiligten abzuhalten, um offene Punkte in Ruhe und im Detail zu klären. Kommt es zu einer Einigung, gilt es, ein tragfähiges Finanzierungs-konzept zu erstellen. Es umfasst den wirtschaftlichen Ist-Zustand des Objekts, das Betriebskonzept des Käufers, ein detailliertes Budget für das erste Betriebsjahr, eine Investitionskostenberechnung, das Marketingkonzept sowie einen 10-Jahres-Finanzplan. Die Bank wird den Betrieb ihrerseits durch einen Vertrauensschätzer schätzen lassen und aufgrund dieser Angaben einen ersten Finanzierungsvorschlag unterbreiten. Falls sowohl Eigenkapitalnachweis als auch persönliche Verhältnisse des Käufers zur Zufriedenheit geklärt sind, steht einer Finanzierung durch die Bank nichts im Weg.

Hier bestimmen Sie den Inhalt!

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

htr hotelrevue