

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2010)
Heft: 20

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 01.01.2026

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



Sprossen

Seit 20 Jahren beliefert die Firma Espro Restaurants und Hotels mit den zierlichen, würzigen Pflanzen.

Seite 13

Davos

Noch in diesem Jahr soll mit dem Bau des Intercontinental-Hotels im Rahmen des Stilli-Park-Projekts begonnen werden.

Seite 2

MWSt

Gastrosuisse bereitet sich mit ihrer Volksinitiative auf ein mögliches Zweisatz-Modell vor.

Seite 4

Ausbildung

«Die angewandte Forschung hat in der europäischen Hotellerie noch keine Tradition.»

Seite 5



Ruedi Reuland,
bis Ende Mai
General-
direktor
der EHL

Messer für Profis

Wie man in der Profiküche scharf abschneidet

Immer mehr zum Einsatz in Profiküchen kommen Messer mit ursprünglich japanischen Klingensformen, neu interpretiert von Markenherstellern in der Schweiz und in Deutschland. Zum Beispiel das «Santoku», mit dem sich nicht nur Gurken in feine Scheiben zerlegen lassen, sondern auch Fleisch und Fisch. Andererseits werden Keramikmesser immer beliebter: Die Vorzüge sind beste Schneidqualität, Schnittschärfe und Geschmacksneutralität. «Für einen professionellen Koch ist ein Keramikmesser eher nicht geeignet», meint jedoch Messerschmied Thomas Künzi.

Seite 15

Goldenpass

Montreux-Interlaken mit mehr Komfort. Ohne Umsteigen.

Die Fahrgäste des Goldenpass sollen auf ihrer Reise von Montreux nach Interlaken ab 2015 in Zweisimmen nicht mehr umsteigen müssen. Möglich machen sollen dies neue Fahrgestelle, die auf der Meterspur zwischen Montreux und Zweisimmen und auf der Normalspur zwischen Zweisimmen und Interlaken eingesetzt werden können. Nach Testfahrten wurde der Prototyp am Dienstag auf der Testanlage in Montreux präsentiert. Die Gesamtkosten des Projekts werden auf 80 Mio. Franken beziffert.

Vom neuen Angebot sollen die direkt betroffenen touristischen



Zukunftsvision: Montreux-Interlaken ohne Umsteigen.

Regionen Waadtänder Riviera, Berner Oberland und Kanton Freiburg profitieren. Goldenpass-Direktor Richard Kummrow geht davon aus, dass die Passagierzahlen nach der Inbetriebnahme der neuen Infrastruktur sich um 50 Prozent erhöhen werden. Bereits heute entfielen auf die drei Regionen, die vom Goldenpass durchfahren werden, jährlich rund 5 Millionen Logiernächte. In Interlaken ist man mit Prognosen zurückhaltender: «Ob uns dies mehr Gäste bringt, muss sich erst noch zeigen», so Tourismusdirektor Stefan Otz.

Seite 3 und 19

Die App verbindet

Social-Media-Plattformen boomen. Hoteliers und Touristiker, die mit Facebook oder Twitter kommunizieren, haben Marketingvorteile.

SIMONE LEITNER

Gäste laden Fotos auf Flickr, werden auf Facebook Fans von Destinationen, diskutieren mit Gleichgesinnten in Online-Communities, bewerten Hotels auf Holidaycheck oder TripAdvisor und berichten auf einem Blog von ihren Reisen. Die Nutzung dieser Dienste auf dem Internet zeigt, dass Touristen zunehmend Informationen ins Web stellen, und mehr noch, sie kommunizieren auch über Social-Media-Websites. Längst ist klar, dass die Gäste den Meinungen anderer User grossen Glauben schenken.

So war es lediglich eine Frage der Zeit, dass auch Firmen diese Plattformen für sich erobern. Heute wird Facebook professionell von Hotelketten, einzelnen Hotels oder auch Tourismusdestinationen genutzt. «Mit Betonung auf professionell», sagt der Online-Fachmann und Hochschullehrer Simon Künzler und räumt ein, dass eine Beratung von Profis, die sich auf Social Media spezialisiert haben, von Vorteil ist. Als aktiver

Facebook-Fan outet sich Jaume Tapies, Präsident von Relais & Châteaux, und gibt einen Einblick in seinen Social-Media-Tag.

Das Ende der Experimentierphase ist in Sicht. Auch bei den Anwendungen, wie den iPhone Apps. Bereits 200 000 dieser Apps sind im Apple Store verfügbar. Und immer mehr Hotels und Destinationen partizipieren an diesem Megaboom. So bietet hotelleriesuisse schon bald eine smarte Applikation, die mit 4400 Hotels aufwartet. Und auch die Destination Gstaad hat sich eine komplexe App konzipieren lassen. Doch auch hier gilt: Qualität ist heute ein entscheidender Faktor. Eine App ohne Konzept und vor allem ohne Nutzen für den Kunden lohnt sich nicht, betonen Spezialisten.

Und wer sich nun gerade an die iPhone Apps herangetastet hat, muss schon wieder einen Schritt weiter gehen. Nächste Woche erscheint das iPad, das neueste Gadget von Apple. Die Apps des iPhone sind zwar mit dem iPad kompatibel, nutzen jedoch die Möglichkeit des Gerätes nicht. Deshalb muss nicht nur die Grafik ans iPad angepasst werden, sondern auch die Benutzerführung und der Inhalt. Dass das iPad auch in der Schweiz ein Riesenerfolgswort – seit der Lancierung in den USA wurden schon 1 Million verkauft – davon sind die Händler überzeugt: «Die Kunden kommen täglich in den Laden und wollen kaufen», sagt Roger Schweingruber vom Apple Shop Neugair in Solothurn.

Seite 7 bis 12



Heute sind bereits 200 000 Apps im Apple Store verfügbar.

Kommentar

Mit ÖV, E-Bikes und Gepäcktransport punkten



THERES
LAGGER BERGER

Die Schweiz darf sicher zu Recht als Land bezeichnet werden, dessen ÖV-Netz zu den besten der Welt gehört. Trotzdem reisen nur gerade 20 Prozent der Gäste mit dem öffentlichen Verkehr in die Ferien. Wer mag schon die Koffer für eine Woche Urlaub mit sich herum schleppen? Hier setzt das Projekt «Ferien ohne Auto» an. Die vier Pilotdestinationen Agerital-Sattel, Braunwald, Engadin Scuol und Lenk Simmental bieten ab diesem Sommer Pauschalen an, die den Gepäcktransport ins Hotel, die Übernachtung,

«Es ist zu hoffen, dass das Projekt möglichst viele Nachahmer findet.»

die Nutzung des öffentlichen Verkehrs vor Ort und den Gebrauch von Elektro-Fahrrädern beinhalten. Das rönt nach Selbstverständlichkeiten, bedingt aber eine enge Kooperation der touristischen Leistungsträger vor Ort. Gerade der Gepäck-Abholservice kommt vielerorts einer logistischen Meisterleistung gleich.

Es ist zu hoffen, dass das Projekt möglichst viele Nachahmer findet. Denn «Ferien ohne Auto» ist nicht irgendein neues Label. Jede Destination, die zur Überzeugung gelangt, dass der Gast, der mit ÖV anreist, Zukunftspotenzial hat, kann sich entsprechend ausrichten. Und wer weiss: Vielleicht macht sich die Schweiz bald nicht nur einen Namen mit dem besten ÖV-Netz, sondern auch mit den umweltfreundlichsten Tourismusangeboten.

www.htr.ch

Adresse: Monbijoustrasse 130

Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16

Fax: 031 370 42 24

E-Mail: redaktion@htr.ch

Verlag: Tel. 031 370 42 22

Fax: 031 370 42 23

E-Mail: verlag@htr.ch

Aboservice: Tel. 031 740 97 93

E-Mail: abo@htr.ch



9 771662 334000 20

ANZEIGE

Zeit haben für das wirklich Wichtige:
für Ihre Gäste.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Partner Partner



rebagdata

hotel management solutions

8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

protel

protel software

HOREGO

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



Ihr Partner im Einkauf
für Gastronomie, Hotellerie, Heime,
Spitäler und Ausbildungsstätten

Stampfenbachstrasse 117, CH-8042 Zürich
Tel. 044 366 50 50
einkauf@horego.ch, www.horego.ch



für Ihren Cappuccino!

www.jillysafe.ch



Kästli & Co. AG
Tel. 031 340 22 22
www.kaestlistoren.ch



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

Aus der Region

Graubünden

Arosa behauptet sich trotz weniger Bettenkapazität

Arosa Tourismus hatte wegen der unsicheren Wirtschaftslage und vor allem aufgrund der Reduktion der Bettenkapazität für den Winter 2009/10 ein Minus von rund 10% budgetiert. Der Logiernächte-Rückgang beträgt aber nur gut 3%. Im Winter 2010/11 steigt die Kapazität wieder leicht an. Zum Beispiel schliesst das Waldhotel National seinen Umbau bis Oktober 2010 ab. Und laut Arosa Tourismus gibt es «realistische Hoffnungen auf einen (vergrösserten) Carnenna-Hotel-Neubau». Gesucht wurden weitere Hotelinvestoren. Arosa sei «zurzeit sicherlich die richtige Adresse für zukunftsgerichtete Unternehmer», kjv

Kanton prüft Bahn vom Engadin in den Vinschgau



Die Bündner Kantonsregierung lässt eine Machbarkeitsstudie für den Anschluss der Vinschgerbahn an die Rhätische Bahn erarbeiten. Das Internationale Aktionskomitee Engadin-Vinschgau-Bahn, das den Bau einer knapp 1 Mrd. Franken teuren und 25 km langen Eisenbahnverbindung zwischen dem Unterengadin und dem Vinschgau in der autonomen italienischen Provinz Bozen-Südtirol anstrebt, hat eine erste Hürde genommen. kjv

Mittelland

Gondel-Idee für Bäderquartier und Badener Bahnhof

Eine Gondelbahn soll das Bäderquartier der Stadt Baden, mit geplantem neuem Thermalbad von Mario Botta, dem Hauptbahnhof nahe bringen. Das schlägt Stefan Kalt, Direktor der Regionalen Verkehrsbetriebe Baden-Wettingen AG (RVBW) vor. Die Gondelbahn könnte dereinst 500 bis 1000 Besucher pro Stunde ins Bäderquartier bringen, sagte Kalt im Radio DRS. Die Fahrt in Achtergondeln würde am Casino vorbeiführen und rund vier Minuten dauern. Die RVBW haben mit dem Seilbahnhersteller Garaventa aus Goldau SZ ein Vorprojekt mit Kostenschätzung von 20 Mio. Franken erarbeitet. kjv

Bernern Oberland

Naturpark-Projekt am Thunersee lebt trotzdem weiter

Nach dem Nein der beiden grössten Gemeinden Sigristwil und Habkern ist das Projekt Naturpark Thunersee-Hohgant in vorliegender Form gebodigt. Die 16 zustimmenden Gemeinden, dabei drei Tor-Gemeinden an den Parkgrenzen, würden die Bundesvorgaben aber erfüllen. Dies sei ihm am Dienstag von Bundesseite bekräftigt worden, so Projektleiter Bruno Käufeler. Die Mindestfläche sei gegeben, das Natur- und Landschaftspotenzial vorhanden. kjv

Diskutieren Sie mit auf
www.htr.ch/thunersee-hohgant

Ums «Stilli» ist es still

Immer wieder wird der Baustart für den in Davos geplanten Stilli-Park und das Hotel Intercontinental verschoben. Die Suche nach Investoren erweist sich als schwierig.

DANIEL STAMPFLI

Zuerst sollten die Bauarbeiten im April 2009 beginnen, dann ein Jahr später im April 2010. Doch auch daraus wurde nichts. Bis zum heutigen Zeitpunkt sind die Bagger nicht aufgeföhren. «Wir sind guter Hoffnung, dass wir bald etwas Positives verkünden können», sagt Martin Buchli, Verwaltungsrats-Präsident der Bauherrschaft Stilli Park AG. Bereits im

Herbst 2008 sei alles finanziert gewesen, daraufhin habe aber die Finanzkrise die Investoren gebeutelt. Diese hätten ihre Verpflichtungen nicht mehr erfüllen können. Deshalb habe man mit der Suche nach Investoren wieder von vorne beginnen müssen.

«Zurzeit sind wir mit mehreren ernsthaften Interessenten aus dem In- und Ausland in Verhandlung.» Die Investitionssumme für das gesamte Projekt beträgt 190 Mio. Franken. Auf einen Zeitpunkt in Sachen Baubeginn will sich Buchli nicht mehr festlegen. Die Bauzeit bis zur Eröffnung des 5-Sterne-Plus-Hotels mit 214 bis 220 Zimmern und Suiten betrage rund zweieinhalb Jahre, so dass die Eröffnung des Hotels aus heutiger Sicht für 2013 geplant ist. Das Hotel wird dereinst durch die Inter Continental Hotels Group betrieben.

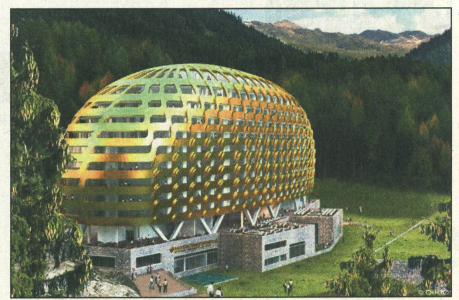
«Ich hoffe, dass wir noch in diesem Jahr mit dem Bau beginnen können.»

Urs Hoffmann
Geschäftsführer Baulink AG, Davos

Etwas konkreter wird Urs Hoffmann, Geschäftsführer der Generalunternehmerin Baulink AG: «Ich hoffe, dass der Deal in den nächsten zwei bis drei Monaten über die Bühne geht und wir noch in diesem Jahr mit dem Bau beginnen können.»

Mit dem Bau des Hotels und den 38 Apartments kann erst gestartet werden, wenn die Finanzierung definitiv steht. Die eigentliche rechtskräftige Baubewilligung ist laut dem Davoser Bauinspektor Luzi Probst seit längerer Zeit erteilt worden.

Zum heutigen Zeitpunkt sind Reservierungsverträge für 13 Apartments unterzeichnet. «Das Interesse an den Residenzen ist nach wie vor gross», so Hoffmann. Kaufverträge könnten aber erst abgeschlossen werden, wenn der Finanzierungsnachweis vorhanden ist. Hoffmann ist zuversichtlich,



Vor 2013 wird das Hotel Intercontinental in Davos nicht eröffnet.

dass auch die restlichen Wohnungen abgesetzt werden können. «Es ist logisch, dass die Leute warten, bis es mit dem Bau effektiv losgeht.»

Reto Branschi, CEO der Destination Davos Klosters, zum Projekt: «Das Hotel Intercontinental brauchen wir dringendst.» Die Hotelauslastung betrage im Sommer

jeweils über 60 Prozent und im Winter zwischen 70 und 80 Prozent. Weitere 148 Hotelzimmer sollen beim Kongresszentrum entstehen. Laut Urs Hoffmann von der Baulink AG soll mit dem Bau eines neuen Vier-Sterne-Hotels noch dieses Jahr begonnen werden. Im 2012 soll es durch einen internationalen Betreiber eröffnet werden.

Auf Zweitliegenschaften wird keine Sondersteuer erhoben

Bundesrat will den Eigenmietwert abschaffen und damit das Steuersystem vereinfachen.

Die Volksinitiative des Hauseigentümerverbandes lehnt der Bundesrat ab, da diese den Eigenmietwert nur für bestimmte Steuerzahler abschaffen will. Er schlägt daher vor, den Eigenmietwert für alle Wohneigentümer abzuschaffen. Der Bundesrat hat das Eidg. Finanzdepartement beauftragt, den indirekten Gegenvorschlag gegenüber der Vernehmlassungsvorlage in zwei Bereichen anzupassen. Erstens sollen die privaten Schuldzinsen generell nicht mehr zum Abzug berechtigen. Eine Ausnahme soll

für Ersterwerber gelten. Zweitens wird die Sondersteuer für Zweitliegenschaften wegen fehlender Verfassungskonformität nicht weiterverfolgt. Ein Rechtsgutachten hatte ergeben, dass eine Sondersteuer auf Zweitliegenschaften nicht verfassungsmässig ist. Die Kantone sollen jedoch die Möglichkeit erhalten, eine Kostenanlastungssteuer einzuführen, um zumindest einen Teil der wegfallenden Einnahmen aus der Eigenmietwertbesteuerung auf Zweitliegenschaften zu kompensieren. dst

Solothurn: Potenzial, aber...

Der Kanton Solothurn verfügt über eine gute Ausgangslage, um von aktuellen Tourismustrends profitieren zu können. Eine Studie zeigt aber auch Verbesserungspotenzial auf.

DANIEL STAMPFLI

Die gute Ausgangssituation sei einerseits die Lage am Kreuz der wichtigen nationalen Verkehrswege, andererseits bestehe auch eine Angebotsvielfalt mit viel Potenzial. Dies zeigt eine Wert-

schöpfungsstudie der Firma Rütter & Partner auf, die im Auftrag von Kanton Solothurn Tourismus erstellt wurde. Speziell werden dabei das naturräumliche Potenzial und die gute Erschliessung für den Langsamverkehr sowie intakte Altstadtkerne, ein breites kulturelles Angebot und etablierte Events als Leuchttürme sowie der Semintourismus erwähnt.

Allerdings seien die bestehenden Angebote teilweise schlecht zugänglich, so die Studie. Durch die Vielzahl kleiner, schwach entwickelter Angebote bestehe die Gefahr der Verzettlung. Rütter & Partner empfiehlt, die Ange-

botsentwicklung in enger Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern vorzunehmen. Mit der Vernetzung von Angeboten könne ein Gästeaustausch erreicht werden, womit der Gast länger in der Region verweile und mehr Wertschöpfung generiere. Verstärkt werden müsse auch die Kommunikation gegen innen, um das Tourismusbewusstsein bei den Leistungsträgern, in der Bevölkerung sowie in der Verwaltung und Politik zu verbessern. In der Kommunikation gegen aussen empfehlen die Verfasser der Studie die nachhaltige Veränderung des fehlenden Images des Kantons.

Entrée: Flims Waldhaus, Hotel Schweizerhof. Mehr auf www.htr.ch/hotelarchiv



Club Grand Hotel & Palace Basel/Flims

Ohne Auto in die Ferien

Vier Schweizer Tourismusregionen bieten ab diesem Sommer Pauschalen für Gäste an, die mit dem öffentlichen Verkehr anreisen. Sie sind Teil des Projekts «Ferien ohne Auto».

THERES LAGLER

Die Plackerei mit dem Gepäck und das beschränkte Mobilitätsangebot in den Berggebieten hält viele Leute davon ab, ohne Auto zu verreisen. Genau hier setzt das Projekt «Ferien ohne Auto» an, das vom Verkehrsclub der Schweiz (VCS), der Umweltschutzorganisation WWF und der Fachhochschule Westschweiz (HES-SO) Wallis ins Leben gerufen wurde. Die vier Pilotdestinationen Ägerital-Sattel, Braunwald, Engadin Scuol und Lenk-Simmental starten diesen Sommer mit Packages, die sich explizit an Gäste richten, die mit dem öffentlichen Verkehr (ÖV) anreisen. So bietet beispielsweise Ägerital-Sattel Weekend- und Wochenpauschalen an, welche die Unterkunft, den ÖV vor Ort und eine Tagesmiete für Elek-

trofahrräder beinhalten. Fünf Hotels gewährleisten zudem, dass das Gepäck direkt bei der Post Oberägeri abgeholt wird. In diesem Punkt ist Lenk-Simmental schon etwas weiter. Alle Lenker Hotels und ausgewählte Ferienwohnungs-Anbieter beteiligen sich am speziellen Abholservice, wie Tourismusdirektor Eduardo Zwyssig ausführt. Fernziel bleibt der Koffertransport von der Haustüre zur Hottüre, der in Zusammenarbeit mit der SBB entstehen soll.

Der ehemalige Chef der SBB, Benedikt Weibel amtierte bei der Präsentation am Dienstag denn auch als Götti des Projekts «Ferien ohne Auto». Er rechnete vor, dass auf einer Autofahrt von St. Gallen nach Braunwald und zurück pro Person 25 Kilogramm CO₂ ausgestossen werden. Mit der Bahn seien es nur gerade 140 Gramm. Er habe das im Programm «EcoPassenger» eingegeben. Ein Programm, das bei allen vier Pilotdestinationen auf der Homepage aufgeschaltet ist und sich an Gäste richtet, die sich zunehmend für nachhaltigen Tourismus interessieren. Die vierte Pilotdestination, Engadin Scuol, hat zurzeit einen Gästeanteil von 20 Prozent, der mit dem ÖV anreist. Regula Bollier, die Projektverantwortliche, will diesen Anteil unbedingt steigern. Kein Ding der Unmöglichkeit, wenn man bedenkt, dass mittlerweile 50 Prozent der Haushalte in den städtischen Gebieten gar kein Auto mehr haben.



Nur 53 Zug-Minuten von Zürich entfernt: Das Ägerital mit See und Drehgondelbahn Stuckli Rondo.

1. Mathias Ulrich, was hat Sie veranlasst, beim Projekt «Ferien ohne Auto» mitzumachen?
Für die noch junge Destination Ägerital-Sattel war das Projekt eine gute Gelegenheit, um etwas gemeinsam anzupacken. Es ist das erste Projekt, das unter der neuen Dachmarke läuft.

2. Was haben Sie mit dem Projekt bereits erreicht?
Ich bin stolz darauf, dass die zwei involvierten Kantone und drei Gemeinden am gleichen Strick ziehen. Unser schönstes Projekt im Rahmen von «Ferien ohne Auto» sind die Flyer-Routen, die wir letzten Sommer bereits testeten. Sie zeigten eindrücklich auf, dass das Tal eine Einheit ist und auch vom Gast so wahrgenommen wird.

3. Wo sehen Sie noch Handlungsbedarf?



Nachgefragt

Mathias Ulrich

Funktion: Projektleiter von «Ferien ohne Auto» in der Destination Ägerital-Sattel, die drei Gemeinden in den Kantonen Zug und Schwyz umfasst, und Geschäftsführer der Sattel-Hochstuckli AG.

Wir stehen noch ganz am Anfang. Eine kleine Gruppe hat sich gefunden und Packages geschnürt. Bis jetzt machen beispielsweise drei Hoteliers mit. Mit drei weiteren sind wir in Verhandlungen. Jetzt geht es darum, weitere touristische Leistungsträger von der Idee zu überzeugen, damit das Projekt auch langfristig eine Basis für den Erfolg hat.

4. Was erhoffen Sie sich für die Zukunft?
Ich erhoffe mir vor allem, dass wir mit der Positionierung «Ferien ohne Auto» den Megatrend Nachhaltigkeit aufnehmen können. Wir haben eine wunderschöne Natur, die es zu schützen gilt. In Zukunft werden wir noch mehr darauf angewiesen sein, dass die Leute mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, damit wir keine Blechlawinen in den Destinationen haben. tl

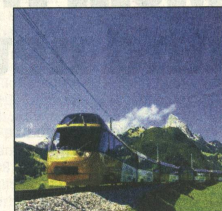
Auf einer Spur nach Interlaken

Ab 2015 soll die Bahnfahrt von Montreux nach Interlaken ohne Umsteigen erfolgen. Möglich werden soll dies durch das Projekt Trans Golden Pass.

DANIEL STAMPELI

Vom neuen Angebot mit den touristischen Zügen des Goldenpass auf der Meterspur zwischen Montreux und Zweisimmen sowie der

Normalspur zwischen Zweisimmen und Interlaken sollen neben den direkt betroffenen Bahngesellschaften MOB und BLS auch die touristischen Regionen der Waadt, der Riviera und des Berner Oberlandes profitieren. Studien, die nicht veröffentlicht werden, liessen eine starke Zunahme von Freizeitreisenden aus der Schweiz und dem Ausland erwarten, wurde am Dienstag in Montreux bei der Projektpräsentation erklärt. Aufgrund der zu erwartenden Nachfrage soll die Transportkapazität gegenüber



Der Goldenpass ist bei Touristen beliebt.

heute um 50 Prozent erhöht werden: von aktuell sechs Wagen auf neun maximal neun Wagen pro Zug. Der Bordservice soll durch ein Speisewagenangebot erweitert werden.

Ob die Neuerung dem Tourismus Interlaken in Zukunft mehr Gäste bringen wird, sei zwar wünschenswert, werde sich aber erst weisen müssen, so der Interlaken Tourismusdirektor Stefan Otz. Der Goldenpass habe in den internationalen Märkten schon bisher einen sehr guten Namen.

Das Gesamtprojekt sieht den Einbau der neuen Fahrgestelle unter 20 existierende Goldenpass-Panoramic- und -Classicwagen vor. Um der zukünftigen Nachfrage gerecht zu werden und veraltete Wagen zu ersetzen, ist der Kauf von 24 neuen, zusätzlichen Wagen geplant. Die Gesamtkosten des Projekts belaufen sich auf 80 Millionen Franken. Gemäss Projektplanung sollen die ersten direkten Züge von Montreux nach Interlaken im Jahr 2015 verkehren.

Siehe auch Seite 19

Gstaad investiert – und spart

Bei der Umsetzung ihres Konzepts «Konzentration» konnten die Bergbahnen der Destination Gstaad bisher 2 Mio. Franken günstiger investieren als zunächst vorgesehen.

KARL JOSEF VERDING

Das Investitionskonzept «Konzentration» läuft bis 2018 und ist im dritten Planungsjahr. Die bisher realisierten Vorhaben liegen unter dem jeweiligen Budget-Ansatz. Die 2008 und 2009 realisierten

Einsparungen bei diversen Projekten dienen als Reserven. Laut Armon Cantieni, Direktor der Bergbahnen Destination Gstaad AG, konnte man aus mehreren Gründen 2 Mio. Franken günstiger investieren als geplant: Die Mehrausgaben im Bereich Beschneidung in Höhe von 2,1 Mio. Franken werden durch Einsparungen bei den Bauvorhaben der Transportanlagen aufgefangen. Die neuen Chaltbrunnen-Sesselbahnen konnten 0,6 Mio. Franken unter dem vorgesehenen Budget von 12,2 Mio. realisiert werden. Der Kostenvoranschlag für den Bau der Sesselbahn Chaltbrühl-Vorderes Eggli liegt nach

den wesentlichen Vergaben 1 Mio. Franken unter Budget, der vorgezogene Ersatz des Skilifts Zückerli an der Wispile hat zu Einsparungen von 0,4 Mio. geführt. Auch die Modernisierungen konnten mit weniger Mitteln als geplant durchgeführt werden.

Der auf 2010 vorgezogene Neubau der Gondelbahn Rougemont-La Videmanette, der ursprünglich 2016 erfolgen sollte, sorgt mit budgetierten Investitionen von 18,5 Mio. Franken für eine Verschiebung innerhalb des mit 57 Mio. Franken definierten Rahmens des Konzepts Konzentration bis Ende des Geschäftsjahrs 2010/2011.

Grand Resort Bad Ragaz: 2009 neuer Rekord beim Umsatz und ein Verlust

Für 2010 wird eine Geschäftsentwicklung erwartet, die über dem Branchendurchschnitt liegt.

Die Grand Resort Bad Ragaz AG hat im Jahr 2009 beim konsolidierten Umsatz erstmals die Grenze von 100 Mio. Franken überschritten. Dennoch resultierte ein Jahresverlust von 6,4 Mio. Franken. Als Grund für den Verlust wird in dem am Dienstag veröffentlichten Geschäftsbericht 2009 die zeitweise Schliessung einzelner Unternehmenseinheiten wegen des Umbaus angegeben. Im ersten Quartal stand nur ein Teil des Hotels zur Verfügung, und die neu erstellten Thermalbäder nahmen den Betrieb erst Mitte des Jahres wieder auf.

Der konsolidierte Umsatz betrug 100,5 Mio. Franken gegenüber 80,5 Mio. im Vorjahr. Der Cashflow stieg von 6,6 auf 13,1 Mio. Franken, und das Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBITDA) von 7,7 auf 14,3 Mio. Zum Verlust von 6,4 Mio. Franken trugen Sonderkosten von 2,2 Mio. Franken bei. Nach 13 Jahren tritt Verwaltungsratspräsident Willy Kissling an der 100. Generalversammlung vom 16. Juni zurück. Sein Nachfolger soll gemäss Bericht Wolfgang Werle werden, der dem Verwaltungsrat seit fünf Jahren angehört. dst

Aus der Region

Zürich

Accor: Zum «Ibis» Winterthur City ein neues «Etap»



Alain D. Bollat

Der Accor-Hotelkonzern hat neben dem Ibis Winterthur City mit 88 Zimmern Anfang Mai 2010 das mit einer Investitionssumme von 8,9 Mio. Franken erbaute Hotel der 1-Stern-Marke Etap mit 84 Zimmern eröffnet. Eigentümerin der Immobilie ist die Opitel AG, eine Gesellschaft der AXA-Gruppe. Sie wird mit einer umsatzabhängigen Miete entschädigt. kjv

Aargau gibt Greater Zurich Area letzte Chance

Der Kanton Aargau setzt seine Problemliederschaft in der Standortmarketing-Organisation Greater Zurich Area (GZA) bis Ende Jahr fort. Dies beschloss das Kantonsparlament am Dienstag. Mit der Leistungsbilanz der GZA ist es nicht zufrieden. Die GZA solle jedoch eine «letzte Chance» erhalten. Die Mehrheit des Parlamentes gab sich optimistisch, dass die Struktur der GZA erneuert werde. «Die Türen nach Zürich sollen noch nicht zugeschlagen werden», so ein CVP-Grossrat. kjv

Ostschweiz

Heidiland lanciert drei Projekte der Alpine Wellness



Swiss-Image

Die Ferienregion Heidiland lanciert den «Alpine Fitness Park» im Bereich Langsamverkehr, «Wassersperren», um Wasser zu einem zentralen Thema zu machen, und «Orte des Staunens» als sanfter Form der Vermarktung regionaler Kraftorte. Bis Februar 2012 gibt es Mittel vom Regio-Plus-Projekt «Alpine Wellness Heidiland». kjv

Bern

Erfolgreiches Bern wechselt den Präsidenten

Im Jahr 2009 verzeichnete die Tourismusstadt Bern mit 681'267 Logiernächten ein Rekordergebnis. Die durchschnittliche Zimmerauslastung lag bei 66 Prozent. Der Trend zum Städte- und Kulturtourismus bestätigt sich. An der Mitgliederversammlung von Bern Tourismus am 8. Juni wird Mathias Tromp sein Amt als Präsident von Bern Tourismus abgeben. Als Nachfolger vorgesehen ist Nationalrat Alec von Graffenried. kjv

Valentine's

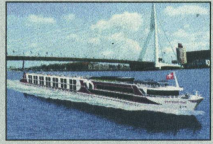
Fritusen Tellerwärmer Teigwarenkoher Was hält länger?

www.bertschi-valentine.ch

Aus der Region

Basel

Präsidentin des Nationalrats tauft Kreuzfahrtschiff



Dieses Schiff soll auf Rhein, Main, Donau und Mosel bald für Aufsehen sorgen. Die «MS Excellence Royal» fährt unter Schweizer Flagge und ist ein echtes Schweizer Flusskreuzfahrtschiff oberster Klasse. Am Montag wurde es in Basel von seiner Taufpatin, der Nationalratspräsidentin Pascale Bruderer getauft. Betreiberin des Schiffs ist die Reisebüro Mittelthurgau Fluss- und Kreuzfahrten AG, die das Schiff auch konzipiert und in Auftrag gegeben hat. kjv

Rekordzahlen zur 120. MV von Basel Tourismus

Präsident Hanspeter Weissaupt und Direktor Daniel Egloff konnten rund 300 Mitgliedern von Basel Tourismus an der 120. Mitgliederversammlung eine markante Entwicklung der Übernachtungszahlen präsentieren: Mit plus 2,1% auf 1 030 342 Logiernächte wurde das Rekordjahr 2008 übertraffen. Dies verdankt Basel zu einem grossen Teil der Van-Gogh-Schau im Kunstmuseum. «Aufgrund von Erfahrungswerten gehen wir davon aus, dass wir dank diesem Ausstellungs-Highlight etwa 40 000 zusätzliche Übernachtungen generieren könnten», meint Daniel Egloff. kjv

Zentralschweiz

«Paxmontana» schliesst für Gesamtansanierung



Die Aktionäre der Hotel Paxmontana AG, Flüeli-Ranft haben an ihrer GV die Finanzierung der Gesamtansanierung des Hotels gesichert. Das 1896 erbaute und 1906 erweiterte Jugendstilhotel unter Denkmalschutz wird umgebaut und erweitert. Baubeginn ist am 16. August. Bis voraussichtlich Dezember 2011 schliesst das Hotel. Offen bleibt das Gasthaus Paxmontana mit 33 Zimmern. kjv

Wallis

Ferienresort der Hohsaas Alpin AG wird verteidigt

Einen Brief und eine Broschüre richtet Georg Anthamatten, Präsident Bergbahnen Hohsaas, an die Bevölkerung Saas-Grunds. Dort wird das finanzielle Engagement der Bergbahnen fürs Ferienresort Hohsaas Alpin kritisiert. Anthamatten zitiert eine Bundesstudie: «Die Bergbahnen geraten wegen geringer Auslastungen von Zweitwohnungen und dem Abbau von Hotelbetten stark unter Druck. Sie sind deshalb wichtige Treiber für touristische Grossprojekte.» kjv

Wirte wollen neue MWSt

Das für Gastrosuisse aktuell wichtigste politische Anliegen ist die MWSt-Volksinitiative. An der Jahrespressekonferenz konnte man erste Resultate zeigen.

GUDRUN SCHLENCEK

Selbst Datum und Ort der Jahrespressekonferenz richteten sich nach dem zurzeit wichtigsten Politikgeschäft von Gastrosuisse: der Volksinitiative zur Mehrwertsteuer. Genau einen Monat nach deren Lancierung, nämlich am letzten Dienstag, datierte man die Delegiertenversammlung mit anschließender Medienkonferenz, um Mitglieder und Medien erste Resultate zu präsentieren: 20 000 Unterschriften im ersten Monat.

Bis Ende Jahr will man die nötigen 100 000 beisammen haben, die Einreichfrist läuft noch bis Oktober 2011. «Dafür braucht es noch Effort», appellierte Anton Schmutz, Direktor von Gastrosuisse, an die Wirte. Die Forderung der Gastrosuisse-Initiative «Schluss mit der MWSt-Diskriminierung»: In der Bundesverfassung soll verankert werden, dass für das Gastgewerbe der gleiche Steuersatz gilt wie für die «Lieferung von Lebensmit-

teln», wie das Angebot via Detailhandel juristisch betitelt wird. Ausgenommen wären Alkohol und Tabak.

Auch Take-away kommt in den Genuss des tiefen Lebensmittelsatzes, obwohl die Branche «deutlich weniger arbeitsintensiv ist als die Gastronomie mit rund 50 Prozent Personalkosten», wies Bernhard Kuster, Gruppenleiter Wirtschaftspolitik, auf einen wunden Punkt hin. Gastrosuisse-Präsident Klaus Künzli präziserte weiter: «Es geht uns nicht darum, weniger zu zahlen, sondern um eine Gleichbehandlung.» Misse der Detailhandelsseite wie das Gastgewerbe einen höheren Mehrwertsteuersatz zahlen, dann wäre das für den Verband auch akzeptabel.

Wie hotellerieuisse hat sich Gastrosuisse bereits klar für den vom Bundesrat forcierten Einheitssatz ausgesprochen. hotellerieuisse fordert aber die Aufhebung der bestehenden Ausnahmen. Da die politischen Chancen beim Einheitssatz ohne Ausnahmen

«Es geht uns nicht darum, weniger zu zahlen, sondern um eine Gleichbehandlung.»

Klaus Künzli
Gastrosuisse-Präsident

schwinden, begrüsste hotellerieuisse auch das vom Bundesrat ins Spiel gebrachte Zweisatz-Modell, so Orlando Gehrig, Leiter Wirtschaftspolitik bei hotellerieuisse, auf Anfrage im Vertrauen, dass der Tourismus in den Genuss einer tieferen MWSt. käme. Die Initiative von Gastrosuisse beurteilt Gehrig als nicht das geeignete Mittel, da sich auf politischer Ebene jetzt eine ganzheitliche Lösung abzeichnet.

Ausserdem will Gastrosuisse die am 18. Mai eingereichte Volksini-

tiative der Lungenliga für einen noch restriktiveren Passivrauchschutz bekämpfen. Und im Zuge der Gratis-Wasser-Forderung der Konsumentenorganisationen suche man mit diesen jetzt das Gespräch, so Schmutz.

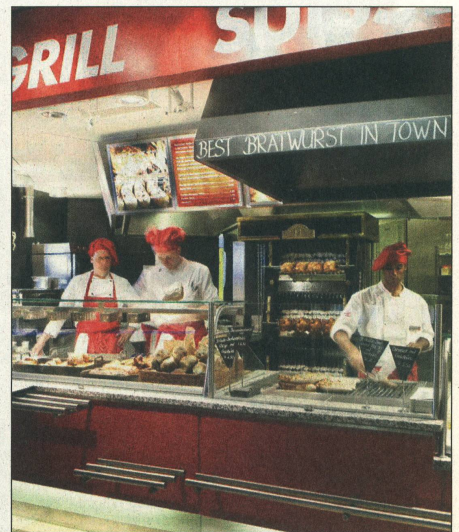
Druckfrisch an der Pressekonferenz lag der «Branchenspiegel» auf: Während die Schweizer Hotellerie im letzten Jahr 4,7% Logiernächte verlor und damit deutlich mehr als Deutschland (-0,2%) und Österreich (-1,9%), stiegen die Ausgaben für Essen und Trinken ausser Haus weiter: Um 9,7% auf 22,844 Mrd. Franken. Am deutlichsten legte die Schnellverpflegung zu: Deren Anteil an den Ausgaben stieg um 3,5 Prozentpunkte auf 15,9%.



Nachgefragt
Anton Schmutz

Funktion: Direktor Gastrosuisse seit dem 1. Juli 2009

Ausbildung: Lebensmittelingenieur FH



Nimmt der Gast sein Essen mit, zahlt er 2,4% MWSt. In der Gastronomie mit ihren höheren Personalkosten dagegen gelten 7,6% MWSt.

1. Was sind Ihre wichtigsten Ziele als Direktor von Gastrosuisse?

Ich will einen Verband, der den Mitgliedern die gewünschten Dienstleistungen bietet und ihnen hilft, ihr Angebot zu vermarkten. Im Zentrum steht dabei, dass wir politisch noch mehr an Schlagkraft gewinnen. Beim Zufriedenheitsbarometer unserer Mitglieder schneiden wir heute noch unterdurchschnittlich ab. Bei der Politik müssen wir uns noch anstrengen.

2. Sie sind Lebensmittelingenieur. Wo sehen Sie als Quereinsteiger die Chancen des Gastgewerbes?

Hier gibt es Parallelen zur Lebensmittelindustrie: Wichtig ist, dass man sich im globalisierten Markt abheben kann. Massenprodukte haben keine Chance. In der Schweiz können wir nie die kostengünstigsten sein.

3. Die MWSt.-Diskussion läuft ab Sommer im Parlament: Kommen Sie mit Ihrer Initiative nicht zu spät?

Nein, wir kommen mit unserer Initiative genau richtig. Der Bundesrat will in der Diskussion nun das Zweisatz-Modell doch berücksichtigen. Das zeigt seine Zweifel am Einheitssatz. Mit der Initiative haben wir bei einem allfälligen Zweisatz-Modell unser Anliegen deponiert.

4. Falls der Einheitssatz kommt, macht Ihre Initiative aber keinen Sinn mehr. Wir haben uns klar für den Einheitssatz ausgesprochen. Wie wahrscheinlich ist es, dass diese Variante sich durchsetzt, dazu will ich nichts sagen. Mit unserer Initiative wollen wir parat sein, wenn ein Zweisatz-Modell kommt. Wir hoffen, dass dann Restauration und Hotellerie einen tieferen Satz erhalten. gsg

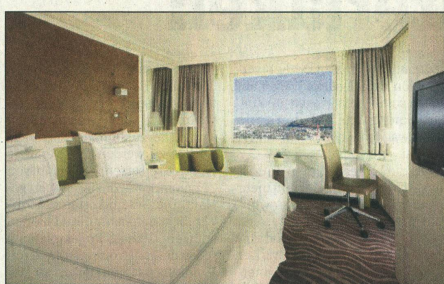
Mehr Nachhaltigkeit und neuer Look

Das Swissôtel Zürich in Oerlikon wurde umfassend renoviert. Investiert wurden insgesamt 12,2 Millionen Franken.

DANIEL STAMPELI

Renoviert wurden 347 Gästezimmer und Suiten. Sie wurden mit modernen, massengefertigten Möbeln ausgestattet und sind in Beige- und Grüntönen gehalten. Das Farbkonzept spiegelt sich auch in den Bädern und Korridoren wider. «Durch verschiedene Massnahmen, wie beispielsweise die

Installation von Energie- und Wärmerückgewinnungsanlagen und die Umrüstung von einer Ölheizung auf die Fernwärme Zürich Nord, konnten die Anforderungen des Kyoto-Protokolls bereits erfüllt werden», erklärt Marc Ohlendorf, General Manager im Swissôtel Zürich.



Farbtöne von Beige und Grün dominieren die renovierten Zimmer im Swissôtel Zürich in Oerlikon.

Dolder Hotel AG: Nach Jahresverlust von 30,5 Mio. wird Eigenkapital erhöht

Gefallener Zimmerpreis und tiefe Auslastung im «Dolder Grand», weniger Logiernächte im «Dolder Waldhaus».

Die Dolder Hotel AG verzeichnet für 2009 bei einem Gesamtsatz von 45,2 Mio. Franken (1,2 Mio. mehr als im Vorjahr) einen EBITDA von 383 289 Franken. Es gab 63 400 Logiernächte (bei drei zusätzlichen Betriebsmonaten im «Dolder Grand»). Nach Kapitalkosten und Abschreibungen resultiert ein Jahresverlust von 30,5 Mio. Franken. Deshalb wird an der GV vom 7. Juni zur Stärkung des Eigenkapitals eine Kapitalerhöhung beantragt. Ferner beantrage der Verwaltungsrat, den Bilanzverlust von

56,6 Mio. Franken mit den Reserven der Gesellschaft vollumfänglich zu verrechnen und die Bauschulden aufzulösen. Im «Dolder Grand» wurde die Zahl der Übernachtungen auf 35 670 (+37,2%) gesteigert. Der durchschnittliche Zimmerpreis fiel auf 738, gegenüber 866 Franken im Vorjahr. Die Auslastung war mit 42,4% weiterhin tief. Erstes Quartal 2010: 42,9%. Die Zahl der Logiernächte im «Dolder Waldhaus» fiel 2009 auf 27 730 (Vorjahr 33 848). Die Auslastung betrug 58,2% (minus 15,7%). kjv

Zürcher Konzepte in Basel

Candrian Catering nimmt im 2010 Basel und Bier in den Fokus: Am Rheinknie wird der Bahnhof mit Zürcher Konzepten bestückt, an der Heimfront das Oktoberfest gestreckt.

ANDREAS GÜNTERT

Das Zürcher Gastronomieunternehmen Candrian Catering hat das schwierige Jahr 2009 gut gemeistert. Von 99 Millionen Franken im Vorjahr konnten die Um-

sätze auf 105 Millionen gesteigert werden. 59 Prozent davon stammen aus den 20 Betrieben im Zürcher Hauptbahnhof. Fürs laufende Jahr rechnet man mit einem Plus auf gegen 120 Millionen Franken.

Neue Erträge werden dabei vor allem in Basel generiert, wo man ab 1. Juli vier Betriebe im Bahnhof übernimmt. Davon sollen zwei mit Konzepten geführt werden, wie sie schon am Zürcher HB implementiert sind. Aus dem heutigen Brezelstand wird eine «Blueberry American Bakery»; aus dem «Food and Drinks» wird nach Zürcher Angebotsmuster ein «Halle-»

Restaurant mit Take-out. Ab 2014 sollen am Basler Bahnhof dann auch die Zürcher Konzepte «Il barretto» (Kaffeebar) und «Brasserie Federale» einzug halten. Vorher noch, 2011 will Candrian am Basler Barfüsserplatz den «Braunen Mutz» wieder eröffnen, das Bier-Lokal soll mit einer Bar mit Schwerpunkt Bier ergänzt werden. Anderheimischen Basis wird ebenfalls in Sachen Bier expandiert: Das Oktoberfest in der Bahnhof-Haupthalle wird von bisher 12 auf 16 Tage ausgedehnt. Damit dauert die «Zürwies» sogar noch einen Tag länger als das Original in München.



Ende Mai wird Ruud J. Reuland sein Amt als Generaldirektor der Ecole hôtelière de Lausanne abgeben.

Alain D. Bollat

«Wir können die Besten auswählen»

Ende Mai beendet Ruud J. Reuland seine Karriere als Generaldirektor der Ecole hôtelière de Lausanne. Nachfolger wird Michel Rochat.

DANIEL STAMPLI

Ruud Reuland, Sie verlassen nun nach acht Jahren die EHL. Wie hat sich diese Institution in dieser Zeit entwickelt? Drei Aspekte sind zu betrachten: die Qualität der Studenten, die Qualität unserer Ausbildungsprogramme und die Qualität der Karriere, welche die Studenten fortsetzen können. Wir haben an allen drei Punkten hart gearbeitet. Wir erhalten sehr viele Anfragen von Kandidaten, also können wir die besten Studenten auswählen. Die Ausbildungsprogramme haben wir den Wünschen der Hotelindustrie angepasst und entsprechend weiterentwickelt. Auch die Partnerschaft mit der Industrie wurde in-

Zur Person Vom Spital ins Bildungsinstitut

Ruud J. Reuland (60) ist seit April 2002 Generaldirektor der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Zuvor war er Dekan der Hotelfachschule in Den Haag NL und hatte seine Karriere als Direktor Human Resources in einem Spital in Haarlem NL begonnen. Reuland, der über einen Master in Unternehmensrecht der Erasmus-Universität in Rotterdam verfügt, ist verheiratet, Vater zweier erwachsener Kinder und wohnt in Préverenges VD. dst

tensiviert. Auf diese Tätigkeiten habe ich mich konzentriert.

Welches waren für Sie die Highlights? Dass es möglich war, mit unserer Ehemaligen-Vereinigung Alumni wirklich zusammen zu arbeiten. Das Manage-

ment von Alumni und die Kontakte mit den Ehemaligen wurden in die EHL integriert, so dass wir für die Ehemaligen die Dienstleistungen erbringen. Das ist für die Schule und für die Ehemaligen sehr wichtig. Denn die Ehemaligen sind weltweit die Botschafter für die EHL. Ein weiteres Highlight war für mich der Besuch von Al Gore an der EHL im April 2008. Er hielt eine eindrucksvolle Rede und unterhielt sich mit den Studenten.

Mussten Sie auch Enttäuschungen oder Rückschläge einstecken?

Eine echte Enttäuschung habe ich nicht erlebt. Ich möchte eher von Überraschungen als von Enttäuschungen sprechen. Bei den Fortschritten, die wir erzielt haben, ging es manchmal zwei Schritte vorwärts und einen zurück.

Lief bei der Entwicklung der Ausbildungsprogramme immer alles rund, oder mussten Sie auch grössere Schwierigkeiten meistern?

Wir brachten grosse Änderungen in unsere Programme, nicht nur bezüglich Inhalten sondern auch in Sachen pädagogisches Lehrkonzept. Dies war jedoch nicht einfach, denn die Professoren mussten auch ihren pädagogischen Stil anpassen.

Gab es Professoren, die nicht bereit waren, die Änderungen mitzumachen

und die EHL deswegen verliessen?

Nein. In früheren Jahren hatten uns Professoren verlassen, was aber nichts mit der jüngsten Entwicklung zu tun hatte. Klar gibt es Professoren, die für die Anpassungen mehr Zeit benötigen. Diese Zeit erhalten sie aber. Ich sehe es als Vorteil, dass man in der Schweiz die Kapazität und den Willen hat, Änderungen zu vollziehen, dies nicht zu rasch, dafür aber vorsichtig.

Welches ist in Zukunft die grösste Herausforderung für die Managementausbildung in der Hospitality-Industrie?

Die Bedürfnisse kommen von der Industrie. Diese betreffen Wachstum, Top-Leistungen gegenüber den Gästen und Nachhaltigkeit. Alle drei Aspekte müssen zueinander in einem Gleichgewicht stehen. Eine wichtige Frage ist, wie man Wachstum und Serviceleistung auf hohem Niveau mit Nachhaltigkeit kombinieren kann. Dem muss die Managementausbildung gerecht werden, damit die jungen Leute später in der Lage sind, den Anforderungen und Bedürfnissen der Hotelindustrie zu genügen.

Ist die EHL für diese Anforderungen gut gerüstet?

Die Schule braucht viele talentierte und verantwortungsbewusste Studenten, die nach der Ausbildung bereit sind, in der Branche zu arbeiten. Dies ist jedoch nicht eine Herausforderung nur für die EHL, sondern aller Schulen. In Sachen Wachstum hat die EHL ein Kapazitätsproblem. Bei meinem Eintritt hatten wir 1200 Studenten, jetzt sind es 1800. Kämen noch weitere 100 oder 200 hinzu, hätten wir das absolute Maximum erreicht. Eine Möglichkeit ist, anderen Hotelschulen in der Welt zu helfen, ihre Programme aufzubauen und weiterzuentwickeln. In Sachen Leistung haben wir sowohl Studenten als auch Programme, die den Anforderungen gerecht werden. An der Nachhaltigkeit arbeiten wir auch. Wir sind daran, dies in unsere Programme und Kurse zu integrieren.

Was unternimmt die EHL in Sachen Forschung und Entwicklung?

Rund zehn Professoren beschäftigen sich aktiv mit dem Thema Forschung. Die Herausforderung besteht darin, die akademische Forschung in der Hospitality-Industrie sinnvoll umzusetzen bzw. anzuwenden. Zu diesem Zweck muss auch die Industrie in diese Forschung involviert werden. Ich hoffe, dass mein Nachfolger hier einen Schwerpunkt setzen wird. Die angewandte Forschung hat in der europäischen Hotellerie noch keine Tradition. Hier ist noch viel Potenzial vorhanden.

«Bei den Fortschritten ging es manchmal zwei Schritte vorwärts und einen zurück.»

Ruud J. Reuland
bis Ende Mai Generaldirektor der EHL

Werden Sie nach Ihrem Weggang von der EHL der Bildung oder dem Wissenstransfer erhalten bleiben?

Das weiss ich noch nicht. Es kann sein, dass ich in der Betreuung, in der Ausbildung, eventuell mit internationaler Komponente tätig sein werde. Sehr gerne wäre ich im Bereich der Kultur tätig. Ich stamme aus einer kulturellen Familie. Es könnte auch eine Kombination verschiedener Aspekte sein.

Standpunkt

Wie man mit Nichtwissen oder unsicherem Wissen umgeht



URSULA GEHBAUER

Das Flugverkehrschaos nach dem Vulkanausbruch in Island, die Subprime-Krise oder das Ozonloch deuten alle auf dasselbe Phänomen hin. Es sind Ereignisse, die auf Nichtwissen basieren und uns eine Menge Geld kosten. Nichtwissen ist kein homogenes Phänomen, es kann Ausprägungen von unbeachtlichem Nichtwissen am einen Ende bis zum Nicht-wissen-Wollen und Verdrängen am anderen Ende einnehmen. Der blinde Fleck überrascht uns immer wieder in all seinen Variationen.

«Ziel muss sein, dass eine Organisation über verschiedene Wahrnehmungen verfügt.»

Die beschränkte Informationsverarbeitungskapazität des Menschen, die darauf folgende beschränkte Rationalität und intra-individuelle Konflikte können Erklärungen für diese blinden Flecke sein. Daneben spielen auch gruppendynamische oder machtpolitische Gründe eine Rolle, warum Nichtwissen oder unsicheres Wissen entsteht.

Was gibt es nun aber für Möglichkeiten, damit besser umzugehen? In der Subprime-Krise hat sich deutlich gezeigt, dass Mitarbeitende, welche dieselbe Ausbildung durchliefen, von denselben Professoren oder Experten unterrichtet wurden, über gleiche Denkmuster, auch über gleiche blinde Flecke verfügen. Ziel muss es also sein, dass sich eine Organisation heterogen gestaltet. Das ist über verschiedene Meinungen und unterschiedliche Beschränktheiten der Wahrnehmung verfügt. Dies bedingt aber, dass das Phänomen des Nichtwissens nicht kaschiert, sondern offen zugelassen wird. Diese Änderung der inneren Haltung verursacht, dass man beginnt, für Reklamationen dankbar zu werden, dass man eine Kultur der konstruktiven Auseinandersetzung schafft. Siebedeutet aber auch, dass Traditionen kritisch hinterfragt werden. Wahrscheinlich ist man sich nämlich nicht mehr bewusst, aus welchen Gründen man sich damals für die bestehende Option entschloss.

Ursula Gehbauer ist Rektorin der Höheren Fachschule für Tourismus HFT Grubünden.

Sieben ungemütliche Stunden an der Flug-Hotline



REGULA WOLF
CREATIVE DIRECTOR

Zum Thema Service

Länger auf einen Flug warten zu müssen, war im April 2010 ja nicht ungewöhnlich. Halb so schlimm – Natur ist Natur. Für Fluggäste der Swiss wurde es in jenen Tagen jedoch ziemlich ungemütlich. Endlos lange Gespräche mit einer verständlicherweise äusserst kurz angebundenen Angestellten auf der Hotline – für 0.07 € pro Minute – eine falsche Umleitung später konnte ich unseren Flug umbuchen. Allerdings dank der Swiss-Hotline in

Deutschland. In der Schweiz teilte ein Band den Anrufern lediglich mit, dass die Hotline eine Coldline sei – nicht in Betrieb wegen zu viel Anrufen. Eine Umbuchung auf der Website, wie auf der Startseite empfohlen, ist jedoch nicht möglich. Die Site verweist lapidar auf die Hotline. Check-in im Flughafen nach vier Tagen Flugruhe: Er ist leergefegt. Vor allem von Personal. Statt freundlicher Hilfe bei Fragen ernten wir einen schweigenden Fingerzeig. Statt etwas Hilfe für ein

«Wir können doch nicht für jedes Kind einen Apfel mitführen!»

Sport-Gepäckstück werden wir nach langem Warten an einen der zwei offenen Check-in-Schalter quer durch die Halle zur Kasse gejagt. Statt eines normalen «Auf Wiedersehen» gibt's zur Belohnung ein «War's das?». Unsere lange im Voraus reservierten Plätze

sind natürlich weg. Auf Nachfrage ernten wir am Gate ein «Was denken Sie sich denn? Es gibt Leute, die können heute nicht mal mitfliegen. Weshalb kommen Sie auch so spät?». Das glutenfreie Essen im Flugzeug ist völlig ungeniessbar, das Brötchen hart, ganz im Gegensatz zum völlig zerfallenen, labbrigen Kinder-Hamburger mit undefinierbaren und nicht zum Verzehr geeigneten Pommes frites. Gummibärchen sind auch kein Ersatz: «Nein, wir können nicht noch für jedes

Kind einen Apfel mitführen», belehrt uns die Flight Attendant.

Umsteigen mit wenig Zeit in Brasilien ist dann einfacher und angenehmer: Freundlich lächelndes und hilfreiches Personal beim Check-in und an der Passkontrolle. Freundliche Hilfe bei der etwas komplizierten Suche nach dem richtigen Schalter. Keine Rechnung für das Übergabe-Gepäck. Freundliches «Tudo bem?» beim Zuspätkommen am Gate. Jetzt endlich beginnen unsere Ferien.



«Ich würde mein Heimatland Schweiz einem ausländischen Gast als «klein – aber oho» beschreiben.»

Jan Bühlmann Mister Schweiz



Kollegen: (v.l.) Die Hoteliers **Erich Balmer**, **Daniel Bortor**, **René Schneider** sowie **Walter Balmer**, Kabel-TV Bodeli, **Urs Grossenbacher**, früher BKW.



Blumen für Bergers: (v.l.) VR-Präsident **Peter Bratschi**, **Rosmarie Berger**, **Emanuel Berger** und alt Bundesrat **Adolf Ogi**.



Ehemalige Interlakner Hoteliers: (v.l.) **Werner Affentranger** (heute Verbandsleitung hotelleriesuisse), **Ria** und **Max Ritter**.

Eine Spur gezogen

Standing Ovations gab es für Emanuel und Rosmarie Berger an ihrer letzten Generalversammlung der Victoria-Jungfrau Collection AG. Der langjährige Direktor des «Victoria-Jungfrau» in Interlaken und Delegierte des Verwaltungsrats der Holding ist bei seinem Rücktritt mit seiner 72. Auszeichnung – so viele hat er während seines Wirkens bekommen – geehrt worden: dem Victoria-Jungfrau Award, der bis anhin nur an hausinterne Persönlichkeiten verliehen worden ist. Bergers hätten Schritt für Schritt erst das Flaggschiff «Victoria-Jungfrau» und dann die Collection aufgebaut, sagte alt Bundesrat Adolf Ogi in seiner Laudatio. «Adolf Ogi hat uns in seinem Präsidentschaftsjahr viele Gäste gebracht, die zu betreuen uns eine

Mit viel Wertschätzung sind **Emanuel und Rosmarie Berger** verabschiedet worden. Und mit einer Auszeichnung.

CHRISTINE KÜNZLER

grosse Ehre war», so Berger. «Das Wichtigste», betonte Ogi, «ist, dass ein Hotelier eine Spur zieht, eine Spur, auf der der Gast gerne wieder zurückkommt.» Er sei immer gerne wieder im «Victoria-Jungfrau» eingekehrt. «Nirgendwo auf der Welt habe ich eine so schöne Weihnachtsdekoration gesehen wie

hier.» Bergers hätten die vier Mannschaften Menschen mögen – aufs beste gelebt.

«Ich hätte mir gewünscht», sagte Berger den Aktionären, «mich nach über 40 Jahren Tätigkeit mit einem glanzvollen Resultat von Ihnen verabschieden zu können.» «Dass wir für das Victoria-Jungfrau einen Verlust ausweisen müssen, kam in den letzten Jahren nur einmal vor», so Präsident Peter Bratschi (die htr berichtete). Die 720 Aktionäre zeigten Verständnis dafür, dieses Jahr punkto Dividende leer auszugehen. Einen Denkkzettel verpassten einige dem VR-Präsidenten aber doch: 100 der Stimmen waren gegen seine Wiederwahl. Die Mehrheit jedoch bestätigte Bratschi. «Eden»-Direktor Beat R. Sigg übernimmt nun auch die Aufgabe als VR-Delegierter der Collection.



Touristiker: (v.l.) **Markus Lergier** und **Thomas Bieger**.



Hotelier-Kollegen vom Bodeli: (v.l.) **Hans-Peter Seiler**, **Charles Zimmermann** und **René Klopfer**.

Sesselrücken

Präsident von Thun Tourismus für mehr Partnerschaft

Der Vorstand der Thun Tourismus Organisation hat an der Hauptversammlung **René Bützer** (Bild), Geschäftsleitungsmitglied seit



2007, zum neuen Präsidenten gewählt. Er will bis zur Pensionierung von Direktor **Beat Anneler** im April 2011 eine tragfähige Leistungsvereinbarung mit der Partnerorganisation Thunersee Tourismus schaffen.

Neue Führung für Ambassador Swiss, Swiss Budget Hotels

Der Dienstleister für die Hotelbranche, Ambassador Swiss Hotels, wird neu von **Peter Escher** (37) geführt. Der EHL-Absolvent blickt auf



Erfahrungen im Peninsula in Hongkong, bei Mövenpick in Genf, Hotelöffnungen in Katalonien sowie als selbstständiger Restaurateur zurück. Zu seinen Hauptaufgaben gehört die Geschäftsführung der Swiss Budget Hotels, die kürzlich an Ambassador Swiss Hotels übertragen wurde. Die Gruppe weist 150 Betriebe auf.

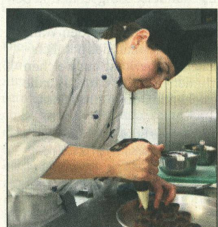
Bucherer Montres S.A. und Thomas Morf trennen sich

Die Bucherer AG bzw. Bucherer Montres S.A. und **Thomas Morf**, CEO der Bucherer Montres S.A. und Verantwortlicher für die Marke Carl



F. Bucherer, haben sich nach neun Jahren mit sofortiger Wirkung getrennt. Thomas Morf übergab jeweils die Auszeichnung «Hotel des Jahres» von Bucherer und Gault-Millau.

Ein Stage in Florida dank kreativer Süsse



Annette Gerber ist Final-Siegerin der Kategorie «Ausgebildete».



Besten im Finale der «Lernenden» war **Patrick Wietlisbach**.

Wer gewinnt den 10-tägigen Stage beim Patissier-Weltmeister Ewald Notter in Florida? Diese Frage wurde letzten Freitag in der randvollen Richemont-Fachschule geklärt.

KARL JOSEF VERDING

Es war das Luzerner Finale des von Hug veranstalteten 7. Creative-Wettbewerbs «Tartelettes Phantasia»: Annette Gerber, Restaurant



Bei ihm gab es ein Stage zu gewinnen: Patissier-Weltmeister **Ewald Notter** (li.), hier neben **Anil Rohira**, der ebenfalls Patissier-Champion ist.

Waldheim in Bern, als «Ausgebildete», und Patrick Wietlisbach, Landhotel Hirschen, als «Lernende», belegten in der Gesamtwertung die Spitzenplätze und gewannen ein Stage bei Ewald Notter in Orlando, Florida. In der Kategorie Vorspeise-

teller gewannen Martin Kathriner, Cantina Caverna, Lungern, und Marcel Müller, Kessler's Kulm Hotel, Davos Wolfgang; beim Dessertteller waren Daniele Cetrangelo, Swiss Re, und Ariane Wirth, Confiérie Monnier in Murten, Spitze.



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

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

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

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



Swissmade

SCHULTHESS
Waschepflege mit Kompetenz

In diesem Fokus finden Sie: Was braucht eine gute App? Seite 8; **Was machen Hotelgruppen?** Seite 9;
Was macht ein gutes Social Media Marketing aus? Seite 10; **Ein Facebook-Tag im Leben von...** Seite 11

Wer mitmacht, ist vorn dabei

Der Hotelier und Touristiker, der mit Facebook oder Twitter kommuniziert, hat einen Marketingvorteil, sagt Simon Künzler, Fachmann für Online-Marketing.

SIMONE LEITNER

Simon Künzler, sollte sich jeder Hotelier und jeder Touristiker mit Social Medias auskennen? Derjenige der sich mit Facebook, Twitter und anderen Plattformen beschäftigt und damit kommuniziert, hat einen klaren Marketingvorteil. Touristen laden Fotos auf Flickr, werden auf Facebook Fans von Destinationen, bewerten Hotels auf Holidaycheck oder berichten von Reisen auf ihrem Blog. Die Nutzung dieser Online-Dienste zeigt, dass die Gäste zunehmend Informationen ins Web stellen und über neue Medien kommunizieren.

Ist jetzt der richtige Zeitpunkt, auf den Zug aufzuspringen, oder ist es schon zu spät?

Fakten Referent für Online-Kommunikation

Simon Künzler, lic.oec. HSG, ist geschäftsführender Partner der auf Online- und Social Media-Marketing spezialisierten Agentur zeit GmbH (www.zeit.ch) und Dozent für Online-Kommunikation an der Hochschule Luzern. Er wird am 17. Juni 2010 in einem Seminar zum Thema «Social Media Marketing für Tourismusorganisationen» referieren. Veranstalterin des Seminars ist die Hochschule Luzern, Wirtschaftsinstitut für Tourismuswirtschaft ITW. Das Event richtet sich an Entscheidungsträger aus Tourismusorganisationen. sls

www.hslu.ch/itw

Die Formulierung «auf den Zug aufspringen» stimmt für mich nicht. Es tönt, als seien diese neuen Medien ein Boom, der schnell wieder vorbeizieht. So ist es aber nicht. Facebook, Twitter und alle die anderen sozialen Plattformen sind bereits heute fest verankert in der Gesellschaft. Jeder kann sich dem Thema annähern, wann und wie er will. Es gibt kein allgemein gültiges Rezept.

Heisst das, es können keine Fehler gemacht werden?
Eigentlich kann nichts falsch gemacht werden. Höchstens wenn eine Facebook-Fanseite nicht bewirtschaftet oder ein Blog nicht aktualisiert wird. Wer sich entscheidet, diese Plattformen als Marketing-Instrument zu nutzen, muss es auch professionell machen, also Aktualität bieten.



«Es ist unabdingbar, dass der Chef des Unternehmens diese Strategie unterstützt.»

Simon Künzler
Dozent Hochschule Luzern

Das bedeutet aber auch, dass es Ressourcen braucht?
Auf jeden Fall. Daher ist es unabdingbar, dass der Chef des Unternehmens diese Strategie unterstützt und Arbeitszeit zur Verfügung stellt. Aber auch die Philosophie dieser neuen Medien und die Prozesse müssen verstanden werden.

Also sind auch die sozialen Plattformen Chefsache?

Es heisst nicht, dass der General Manager selber die Facebook-Fanseite betreiben muss. Aber wie gesagt, die Geschäftsleitung muss das Engagement unterstützen und, ganz wichtig, die Mechanismen einschätzen können. Auch das Online-Monitoring ist ein zentrales Thema und muss gewährleistet sein.

Grosse Firmen wie Swisscom oder Credit Suisse haben professionelle Social Media Manager. Ist das auch für den Hotelier oder den Tourismusmanager ein Thema?

Nein. Ich bin überzeugt, dass es möglich ist, mit einem affinen Mitarbeiter aus dem eigenen Unternehmen diese Arbeit gut zu machen. Vielleicht ist es aber von Vorteil, wenn für die Initialberatung ein Spezialist beigezogen wird, der auch nach dem

Das Symbol für Facebook.

Einstieg als Sparring-Partner unterstützen kann.

Wie viel Ressourcen braucht es denn für die Betreuung?
Schwierig zu sagen, aber mit einem 20- bis 50-Prozent-Pensum muss ein Betrieb rechnen.

Ist die Grösse eines Hotel oder einer Destination entscheidend, ob Facebook oder Twitter genutzt werden soll?

Nein. Es hängt von den Zielen ab, die mit dem Engagement verbunden sein sollen. Grundsätzlich gilt aber: Ein Unternehmen ist bereit, an den Dialogen mit den Konsumenten teilzunehmen und selber aktiv zu partizipieren, oder eben nicht.

Täglich erscheinen neue iPhone Apps. Heisst die Devise: Hauptsache ein App?

So sollte die Devise auf keinen Fall lauten. Gerade weil so viele Apps auf den Markt kommen, ist die Konkurrenz nicht zu unterschätzen, und die Gefahr, dass der User ein neues App nicht akzeptiert, vorhanden.

Macht es Sinn, wenn einzelne Hotelkooperationen ein iPhone App anbieten?

Ja. Sobald der potenzielle Gast die App auf seinem iPhone hat, ist die Wahrscheinlichkeit gross, dass er auch bei dieser Kooperation bucht. Wichtig ist immer, dass eine iPhone App Zusatz-Nutzen bietet.

Also ohne iPhone keine Apps?
Es gibt immer mehr Apps, die auch für andere Smartphones, wie BlackBerry, verfügbar sind. Das mobile Internet hat eine grosse Zukunft.

Begriffe und ihre Bedeutung Von Apps über Smartphones bis Twitter

App ist die Kurzform für Application und bedeutet im Allgemeinen Anwendungsprogramm. Im Speziellen sind damit jedoch Anwendungen für moderne Smartphones gemeint, die über einen integrierten Onlineshop bezogen und direkt auf dem Smartphone installiert werden können. Das derzeit (Stand Februar 2010) umfangreichste App-Angebot bietet der App Store der Firma Apple.

Facebook ist ein soziales Netzwerk, das Menschen – aber auch Firmen – mit Freunden, Arbeitskollegen, Kommilitonen oder eben auch Kunden miteinander verbindet.

Smartphones (u.a. iPhone, BlackBerry) sind keine einfachen

Handys, sondern kleine Multifunktionsgeräte. Man kann mit ihnen nicht nur mobil telefonieren und SMS sowie MMS verschicken, sie verfügen zudem über ein eigenes Betriebssystem und oftmals die Möglichkeit, Apps (Programme/Anwendungen von Drittanbietern) zu installieren.

Social Media sind Online-Plattformen, die den Usern erlauben, Inhalte zu publizieren oder zu erstellen und sich untereinander auszutauschen (u.a. Facebook, MySpace, LinkedIn, Twitter).

Twitter gilt als die erfolgreichste Anwendung von Mikroblogging und ist eine Plattform für das Publizieren von Kurznachrichten. Twitter wurde im März 2006 der Öffentlichkeit vorgestellt. sls

ANZEIGE

ERFAHRUNG,
DIE SICH AUSZAHLT.



HOTELA

WWW.HOTELA.CH

Social Media. iPhone App. Täglich werden neue Applikationen fürs iPhone lanciert. Das Zeitalter der nützlichen und professionellen Anwendungen ist angebrochen. Auch internationale Ratings zeigen diese Entwicklung.



Das Symbol für MySpace.

Regeln für die erfolgreiche iPhone App

Der Social Media Spezialist Bruno Blum von der Unternehmensberatung Blum, Bryant gibt Tipps, wie eine iPhone App erfolgreich wird.

Klare Aufgabe: Eine App sollte nicht Selbstzweck sein, sondern sinnvoll in Verbindung mit einer klaren Marketing-Aufgabe eingesetzt werden.

Konzept vor Technik: Es geht nicht darum, eine App mit vielen technischen Funktionen vollzustopfen. Sondern ein Konzept zu entwickeln und erst dann die technischen Funktionen zu definieren.

Technik perfekt umgesetzt: Alldings nützt das beste Konzept

nichts, wenn es technisch nicht gut umgesetzt wird. Daher ist ein Team aus Kommunikations- und Technik-Fachleuten unumgänglich.

Persönlicher Nutzen: Eine App ist nur erfolgreich, wenn sie vom Benutzer gebraucht wird. Dazu muss sie ihm etwas bieten, das er sonst nicht bekommt oder ihm das Leben erleichtert.

Markenbotschafterin: Eine iPhone App ist auch eine Markenbotschafterin. Das bedeutet, ihre gestalterische Umsetzung muss dem Level des Hotels und seines Markenbilds entsprechen.

Offene Architektur: Eine App muss interessant und aktuell bleiben.

Ihre Architektur sollte daher offen genug konzipiert werden, um nicht mit der ersten Aktualisierung oder Erweiterung in eine Sackgasse zu geraten.

Weniger ist oft mehr: Der Benutzer ist von seinem iPhone hohe Professionalität gewohnt – auch von den Apps. Deshalb ist es oft besser, in der Startversion nur wenige Funktionen zu bieten, diese dafür professionell umzusetzen.

Eine App braucht Werbung: Eine App, die inmitten von rund 200.000 anderen Anwendungen auf ihre Entdeckung wartet, nützt nichts. Darum ist es wichtig, die App aktiv zu bewerben und als Teil

der Gesamtkommunikation zu behandeln.

Die Apple-Hürde: Nur Apps, die alle Bedingungen von Apple erfüllen, werden freigegeben. Alle anderen müssen nach den Anpassungen den Prüfungsprozess wiederholen. Darum sind Apple-erfahrenen Fachleuten wichtig.

Flexibilität: Obwohl hier nur von iPhone Apps die Rede ist, sollten sowohl der iPad als auch die anderen zunehmend verbreiteten Smartphones (z.B. Android) in die Überlegungen mit einbezogen werden.

www.blumbryant.ch

Qualität stimmt erst jetzt

Täglich erscheinen neue iPhone Apps. Und bald auch solche fürs iPad. Das neue Gadget von Apple macht schon im Vorfeld Furore.

SIMONE LEITNER

Applikationen, oder kurz Apps genannt, boomen. iPhone Apps sind zurzeit wohl die begehrtesten Tools in der digitalen Welt. Mittlerweile sind rund 200.000 Apps im Apple Store verfügbar. Doch nicht alle Apps sind gut und überzeugen. «Die Qualität ist entscheidend. Bis

anhin war das Angebot von wirklich smarten, nützlichen iPhone-Anwendungen nicht immer berauschend», sagt Daniel Ritschard, Senior Consultant bei der Webgearing AG. Die Solothurner Agentur für Online-Kommunikation entwickelte jüngst die offizielle iPhone-App für die brasilianische Fussball-Nationalmannschaft. «Wir versuchen immer, den Benutzern einen Mehrwert zu bieten.» Nun sei das Zeitalter der guten Apps angebrochen, und die Ansprüche der Kunden entsprechend auch höher, zeigt Daniel Ritschard die Entwicklung auf. Grosse Firmen machen es vor und lancieren Produkte, die auf dem mobilen Internet etwas Neues bieten. «Einfach nur ein App ohne smartes Konzept entwickeln lassen, ist schade fürs Geld.» Die Entwicklungskosten schätzen Fachleute für eine Basis-

version auf 15.000 bis 20.000 Franken. «Doch oft braucht es eben mehr als diese Basis», so der Online-Spezialist.

Auch die Hotellerie und die Tourismusdestinationen sind heftig mit der Kreation von Apps beschäftigt. Die Frage, ob diese Produkte zwingend eine Buchungsfunktion bräuchten, beschäftigt die Branche und wird unterschiedlich beantwortet. Daniel Ritschard bringt es auf den Punkt: «Das hängt von der Zielgruppe ab. Wenn beispielsweise der Hoteller mit seinem App Gäste erreichen will, die bereits beheimlogieren, braucht es interessante Information übers Hotel und die Destination. Soll aber der potenzielle Gast angesprochen werden, dann macht eine Einbindung des Buchungsprozesses Sinn.» Natürlich lassen sich auch beide Zielgruppen mit einer App ansprechen.

Nächste Woche, am 27. Mai, wird das neue Gadget von Apple, das iPad, lanciert. Dann wird die Diskussion rund um Apps wieder neu geführt. Zwar laufen die iPhone-Apps technisch

auf dem iPad, nutzen jedoch die Möglichkeit des Gerätes nicht aus. «Es ist unerlässlich, dass nicht nur die Grafik ans iPad angepasst wird, sondern auch die Benutzerführung und der Content», so der Online-Fachmann. Das iPad werde vom Benutzer in einer anderen Umgebung gebraucht als das iPhone. Während das mobile Telefon im Alltag schnell Informationen geben und Bedürfnisse stillen soll, wird dem iPad mehr Stille zugeschrieben. Beim neuesten Streich von Apple – 1 Million iPads sind in einem Monat bereits verkauft worden – zielt der Hersteller auf die Interaktion der Benutzer.

«Nur eine App ohne smartes Konzept entwickeln zu lassen, ist schade fürs Geld.»

Daniel Ritschard
Webgearing AG

Sprechender Übersetzer liegt auf der Hand

Eine leichte, schnelle Navigation, und Sicherheit bei der kompletten Abwicklung von Buchungen zeichnen die Mobile-Apps aus, die in der Reisebranche lanciert werden und sich weltweit durchsetzen.

KARL JOSEF VERDING

Im April verlieh die Web Marketing Association ihren «Best Mobile Application Award». Er ging an eine iPhone-Applikation, durch welche die Website für Hotelbuchungen,

FastBooking.com, mobil gemacht wird: Mit Links zu 4000 offiziellen Hotel-Websites und Preis-Discounts bis zu 60 Prozent, wobei in der Schweiz die Romandie dominiert. Jean Robberecht, Vice President Marketing & Strategic Accounts von FastBooking sagt: «Mobile-User sind viel sensibler als PC-User für die Geschwindigkeit, mit der ihre Anfragen beantwortet werden. Sie wollen eine Buchungs-App, die leicht zu navigieren, schnell und sicher ist.»

«Brillante» Applikation für iPhone und iPad rund um die Flugreise

Welche sind die am meisten heruntergeladenen Reise-Apps? Die

Nr. 1 der Kategorie «Travel» im Ranking topappcharts.com ist bis zu unserem Redaktionsschluss die Flug-Applikation «Flight Track» (Fr. 4.50), Nr. 2 die von der «New York Times» als «brillant» gepriesene Version «Flight Track Pro» (Fr. 9.–, www.mobliata.com).

Den 3. Platz erringt eine mehrsprachige Übersetzungs-App mit Stimme für die Aussprache, «Translator with Voice» (www.ifomia.com).

Nr. 4 ist die iPhone-App-Version der Meta-Suchmaschine für Flug und Hotel, Kayak.com (www.kayak.com/iphone).

Nr. 5 im Ranking ist eine Disney-World-Applikation inklusive die ak-

tuellen Wartezeiten vor den Parks (www.undercovertourist.com).

Der Entwickler der bestplatzierten «Flight-Track»-Apps, Mobliata, lancierte am letzten Donnerstag die erste buchbare Mobile Application für Boutique Hotels (Design Hotels): «StayHIP», in Zusammenarbeit mit den E-Commerce-Spezialisten von Travelclick, deren Reservationssystem «iHotelier» genutzt wird.

Wahl von Design-Hotels weltweit mit Verfügbarkeit und Preis

Suchen wird der an Design-Hotels interessierte User der Gratis-App «StayHIP» via die Eingabe von Stadt, Preis, charakterisierenden



SWISS/ZVG

Thema der zurzeit erfolgreichsten Travel-App: Flugreisen.

Kennworten oder dem GPS-Suchbegriff «Hotels in meiner Nähe». Zimmertypen, Preise und Verfügbarkeiten von Design Hotels in 170 Städten von 45 Ländern werden in Echtzeit sichtbar. Der Hotelbuchungsvorgang wird komplett innerhalb der Application «StayHIP» abgewickelt.

Ranking der meistgefragten Reise-Apps, bezahlte und kostenlose:
<http://topappcharts.com>
bei «Categories» wählen: «Travel».

Liste der neuesten Reise-Apps, mit täglichem Update und Ranking:
www.mobclix.com/appstore/1/app/travel

Social Media. Hotelgruppen. Die Schweizer Hotelgruppen haben die Nase vorn: Alle vier befragten Hotelkooperationen nutzen Social-Media-Plattformen. Auch hotelleriesuisse springt auf den Zug.

«Präsent zu sein, ist ein Muss»

Immer mehr Hotels nutzen die Social-Media-Plattformen. Eine Umfrage bei vier Schweizer Hotelgruppen zeigt: Auch sie sind dort präsent.

CHRISTINE KÜNZLER

Wir bieten Kunden, die sich nicht bei Facebook anmelden wollen, ab Sommer eine Community», sagt Esther Disly, Geschäftsführerin der Private Selection Hotels. «Wir wollen so neue Gäste holen, unseren Bekanntheitsgrad steigern und die Kunden binden.» Für sie ist die Nutzung sozialer Medien in der heutigen Zeit unumgänglich. Und auch ihre Mitglieder haben positiv reagiert und die dadurch entstehende Erhöhung des Mitgliederbeitrags problemlos akzeptiert. Selbst wenn Twitter, Facebook und Co. wieder einmal verschwinden sollten, bleibe diese Art der Kommunikation bestehen,

sen Zug aufsteigen und nicht erst, wenn er die volle Geschwindigkeit erreicht hat», hält Esther Disly fest. Sie rechnet mit Implementierungskosten in der Höhe von 60'000 bis 70'000 Franken.

Eigene Community oder Facebook? Unterschiedliche Ansichten.

In der Gäste-Community von Private Selection, die bald auf der Homepage der Gruppe angeklickt werden kann, können die Gäste über das Hotel berichten und es weiterempfehlen (oder auch nicht). Bei jeder Empfehlung wird der User automatisch mit dem Hotelportrait verlinkt. Hoteliers haben die Möglichkeit, mit einem Banner für ihr Haus zu werben, sich an Aktionen von Private Selection Hotels auf Facebook und Twitter zu beteiligen oder eigene Angebote von Private Selection posten zu lassen.

Auf den Facebook-Zug aufgesprungen sind die Swiss International Hotels. «Seit Kurzem haben wir auf Facebook eine eigene Gruppe und kommunizieren dort aktiv gewisse Neuigkeiten», sagt Cédric Schoch, Geschäftsführer der Swiss International Hotels. Twitter sei für die Gruppe weniger relevant, hingegen ist eine App in Diskussion. «Wir warten jedoch, bis es Apps gibt, die für alle mobilen Geräte nutzbar sind.»



«Es ist ein Muss, auf den Social-Media-Plattformen präsent zu sein.»

Eva Fischer
Swiss Quality International Hotels

«Aufwand hält sich in Grenzen»

Schon seit rund fünf Jahren nutzen die Swiss Quality International Hotels die Social-Media-Kanäle. «Es ist ein Muss, dort präsent zu sein», zieht die Ge-

schäftsführerin Eva Fischer Bilanz. «Auch bei Wikipedia muss man erwähnt sein.» Was Facebook und Co. bringen, lasse sich jedoch nicht messen. «Social Medias sind keine Verkaufskanäle», gibt Eva Fischer

zu bedenken. Das Gewicht, das die einzelnen Mitglieder-Hotels den sozialen Medien beimessen, sei deshalb auch sehr unterschiedlich. Der Aufwand für die Präsenz auf solchen Kommunikationsplattformen halte sich in Grenzen. «Wir haben keine zusätzliche Person einstellen müssen.» Auf Facebook hat jedes Swiss-



«Ein Social Media Manager wäre für uns sicher die richtige Lösung.»

Wanda Meyer
Swiss Premium Hotels

«Professionalität ist wichtig»

Auch Wanda Meyer, die Geschäftsführerin der Swiss Premium-Hotels, hat punkto Apps und sozialen Medien

die Nase vorn: Die iPhone App ist bereits auf dem Markt und trägt schon Früchte: «Es wird rege über die App gebucht», freut sich Wanda Meyer. Dass die iPhone-Applikation eine Buchungs-Funktion aufweist, war für Wanda Meyer immer schon klar. Und anhand einer Statistik ist für sie ersichtlich, dass nach dem Schweizer Markt der US-amerikanische Markt die App herunterlädt und über die App bucht. «So kann auch unser Member-Hoteller das Buchungsverhalten analysieren», so Wanda Meyer weiter. Nun geht die Hotelfachfrau noch einen Schritt weiter. Bereits im Sommer soll eine weitere App für das neue Gadget von Apple, den iPad, auf dem Markt erhältlich sein. «Wir sind im Moment mit den Entwicklern in Kontakt und kreieren das neue Produkt.» Dass diese App eine andere Grafik braucht und auch neuen Inhalt verlangt, ist für sie klar. «Wenn

wir dieses Terrain betreten, dann sehr professionell und mit kompetenten Beratern.»

Auch an den sozialen Plattformen wie Facebook will Wanda Meyer aktiv partizipieren. In dieser Disziplin verlässt sich die Managerin der Swiss Premium Hotels auf Profis. «Wir denken mit unseren Member-Hoteliers über ein Modell nach, welches allen eine individuelle Möglichkeit bietet.» Für Wanda Meyer ist klar, dass dafür Ressourcen nötig sind. Ein Fall für einen eigenen Social-Media-Manager? «Ja, das wäre die richtige Lösung.» Heute geht ein Teil des klassischen Marketings hin zu Social-Media-Marketing und müsse entsprechend fokussiert werden. Diesen Schritt geht Wanda Meyer gemeinsam mit ihren Mitgliedern und initiiert am 7. Juni einen Workshop unter anderem zum Thema Apps und iPad.

Mitarbeit: Simone Leitner



Das Symbol für Twitter.

Auch hotelleriesuisse lanciert eine App

In einem Monat findet der Besitzer eines iPhones einfach und schnell sein Hotel und kann es gleich telefonisch buchen. Eine neue App von hotelleriesuisse.

CHRISTINE KÜNZLER

Sie sind als Berner in Genf und suchen ein Hotel. Sie zücken ihr iPhone, wählen die App von hotelleriesuisse, geben auf der virtuellen Karte Ihren Standort ein, definieren einen Radius, zwei Kilometer vielleicht, und schon erscheinen alle dort stehenden Hotels auf dem Bildschirm Ihres mobilen Telefons. Die meisten mit Bild und alle mit einer kurzen Beschreibung. «Aroundme» heisst diese Funktion. Ein weiterer Fingerdruck und Sie sind telefonisch mit der Réception

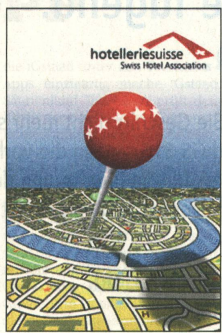
verbunden und können Ihr Zimmer reservieren. Oder aber: Sie wählen erst die Website des Hotels an und holen sich dort weitere Informationen. «Unseres Wissens ist das die einzige iPhone App, von der aus man kostenlos, das heisst ohne Kommission, direkt auf Hotelsites zugreifen kann», sagt Thomas Allemann, Leiter Klassifikation bei hotelleriesuisse.

Der Gast hat auch die Möglichkeit, nach Sternen-Kategorien zu suchen. Oder nach Orten. So kann er schon vom Zug aus sein Hotel buchen. Vorerst nur dann online, wenn er den Umweg über die Homepage des gewählten Hotels macht und dieses über ein Direktbuchungssystem verfügt. «Direktbuchungen werden etwa in sechs Monaten möglich sein», sagt Thomas Garaio, der die iPhone App für hotelleriesuisse entwickelt hat. Sie werden vermutlich über das Direkt-

reservationssystem von STC Switzerland Travel Centre laufen, denn es sei nicht Aufgabe von hotelleriesuisse, ein Direktreservationssystem zu realisieren, so Allemann. «Diese Dienstleistung ist für uns auch kein Geschäft. Sie soll für die Hoteliers möglichst gratis sein.»

Geplant ist zudem eine Kooperation mit der Bewertungsplattform www.trustyou.com: Der Gast sieht dann auf einen Blick, wie das Hotel seiner Wahl bewertet ist. Trust you ist eine Suchmaschine für Internetbewertungen. Sie durchsucht über 10 Millionen Meinungen zu 200'000 Hotels. Ob auf der App nur der Link zu trustyou.com installiert ist oder ob die Bewertungsnote gleich beim Beschrieb des Hotels angebracht wird, entscheidet voraussichtlich jeder Hotelier selbst. Buchbar sind mittels der iPhone App, die in rund einem Monat funktionieren wird, sämtliche Schweizer Hotels aller

Kategorien, nicht nur die Mitglieder von hotelleriesuisse. Profitieren von dieser neuen Dienstleistung



Bald: App von hotelleriesuisse.

können jedoch nur iPhone-Besitzerinnen und -Besitzer. «Es macht keinen Sinn, dieses Angebot auf andere Smartphones auszudehnen», hält Garaio fest. «Wir müssten drei oder vier verschiedene Versionen herstellen. Der Markt ist zu klein, als dass sich das lohnen könnte.»

Mit den anderen Handys lassen sich jedoch auf der überarbeiteten Homepage www.swiss-hotels.com Informationen abrufen. Dieser neue virtuelle Hotelführer, der am 1. Juli aufgeschaltet wird, dient als Basis der iPhone App. Der Hotelführer ist nach Themen wie Familienhotels und Wellness-Hotels gegliedert. Gesucht werden kann auch nach Kategorie, Name und/oder Ort. «Wir wollten weg vom statischen Hotelverzeichnis, hin zu einer inspirierenden und Emotionen auslösenden Plattform», so Allemann. In den Themenbüchern findet der Kunde eine Auswahl von Hotels mit

Bild und Text, ein Inhaltsverzeichnis und eine Karte. Der Hotelier wird später auch seine Spezialangebote gratis aufschalten können.



Erhältlich in 3 Größen (bis 17" Laptops)

www.minibar.ch

Social Media. Bedienerfreundlichkeit. Die Usability ist ausschlaggebend für den Erfolg des Social Media Marketing. Je einfacher, umso besser. So können auch Einsteiger abgeholt werden.



Das Symbol für Apple Store.

Teuer ist nicht immer besser

Effizientes Social Media Marketing ist nicht eine Frage des Geldes, sondern der Usability. Teure Apps bringen oft nicht mehr als ein guter Facebook-Eintrag.

ROBERT WILDI

Die Verkaufszahlen werden via Facebook, Twitter, Flickr nach oben gesteigert. Events werden erfolgreich beworben, Promotionen orchestriert. Eine gut gepflegte Community kann sich zur kleinen Lebensversicherung entwickeln. Im Tourismus ist dieses Potenzial bislang noch nicht von allzu vielen Dienstleistern erkannt worden. «Es besteht in der Branche insgesamt noch ein beträchtlicher Nachholbedarf», sagt

Peter Hogenkamp. Als Geschäftsführer des Zürcher Online-Verlags Blogwerk, der auch Social-Media-Beratungen anbietet, kennt er die Szene in- und auswendig. Hogenkamp animiert Hotels, Tourismusdestinationen, Gastrobetriebe oder Bergbahnen dazu, die Möglichkeiten der Social Media stärker zu nutzen und dafür ganz individuelle Möglichkeiten auszuloten.

«Hohe Ausgaben alleine garantieren aber keineswegs einen maximalen Erfolg», gibt Hogenkamp zu bedenken. Entscheidend sei bei Social Media vielmehr eine möglichst optimale Bedienerfreundlichkeit. Einfachheit ist dabei Trumpf. Wenn etwas praktisch per Knopfdruck bewertet und sofort weitergeschickt werden könne, sei eine optimale Verbreitung und damit der Erfolg schon sehr wahrscheinlich. «Rasch kommentieren und teilen» fasst

Hogenkamp ganz wesentliche Anforderungen an gutes Social Media Marketing zusammen.

Eine sehr gute Wirkung können Einsteiger auch mit verhältnismässig geringen Mitteln erzielen. Als Benchmark lobt Hogenkamp diesbezüglich Facebook, wo eine sehr einfache und daher massentaugliche Interaktion möglich sei. Trotz-

«Man soll nicht Fan von Sprüngli, sondern von Luxemburgerli werden.»

dem warnt Hogenkamp: «Die simple Verlinkung der eigenen Website mit einem Facebook- oder Twitter-Button ist noch kein Erfolgsrezept.» Viel effizienter sei stattdessen, konkrete Inhalte via Social Media zu vermitteln. «Man soll nicht Fan von Sprüngli, sondern von Luxemburgerli werden», erklärt er den Mehrwert, den Social Media Marketing gegenüber herkömmlichem Marketing ausspielen soll. Auf dieser Ebene seien im Tourismus erst ganz wenige Anwender angekommen.

ANZEIGE



Energiesparen ist eine Tugend. Unsere übrigens auch.

Sparsamer und effizienter können Sie Geschirr nicht mehr spülen. Unsere Energy-Modelle GS 502 und GS 515 nutzen die vorhandene Wärme der Abluft und des Abwassers für die Erwärmung des kalten Zulaufwassers. Das senkt die Energiekosten und verbessert zudem das Raumklima.

Das schafft echten Mehrwert und spart Geld. Erfahren Sie mehr bei Ihrem Fachhändler.

winterhalter

Winterhalter Gastronom AG
Gewerbliche Spülsysteme
CH-9464 Rüthi/SG
T +41 (0)71 767 80 00
www.winterhalter.ch




GS 500 Energy / GS 500 Energy*

Social Media. Facebook. Eine nicht nur bei Jungen gefragte Kommunikationsplattform. Immer mehr Touristiker nutzen Facebook. Ein aktiver User ist Jaume Tàpies, Präsident von Relais & Châteaux.

16 Stunden auf Facebook

Wie sieht ein Tag im Leben eines Facebook-Users aus? Jaume Tàpies, Präsident von Relais & Châteaux kommuniziert oft auf der Plattform.

SIMONE LEITNER

So mancher mag sich denken, er habe doch keine Zeit für Facebook, Twitter oder andere dieser Plattformen. Der Tagesablauf ist ohnehin schon dicht mit Terminen bepackt, und für Neues bleibt wenig oder gar kein Spielraum. Alles eine Frage der Organisation? Ja, sagt Jaume Tàpies, Präsident von Relais & Châteaux. Er schreibt täglich auf Facebook, lädt Bilder hoch und spricht so seine Mitglieder und Fans an.

Und so spielte sich der 11. April 2010 im Leben von Facebook-User Jaume Tàpies ab:

8:00 Uhr: Nach einer grossartigen Südamerika-Roadshow inklusive Delegationsmeeting bin ich zurück in Europa.
9:13 Uhr: Im Taxi vom Flughafen poste ich die Nachricht meiner erfolgreichen Reise und Rückkehr auf Facebook und bedanke mich gleichzeitig nochmals bei den Organisatoren. Ich schreibe Englisch.
9:17 Uhr: Während des Flugs hatte ich

traumhafte Aussicht auf den Aconcagua in Chile – ich stelle das Foto ebenfalls auf Facebook. Kommentar auf Spanisch, der Einfachheit halber in der Muttersprache.

9:30–10:30 Uhr: Ich checke meine E-Mails während der Autofahrt, löse, leite weiter, beantworte. Mein Handy klingelt alle paar Minuten. Meine Mitarbeiter wissen genau, dass ich wieder erreichbar bin.

10:30–11:30 Uhr: Telefonkonferenz mit den Relais Members of Provence and Côte d'Azur, um unser Meeting nächste Woche vorzubereiten.

11:30–12:00 Uhr: Letzte Vorbereitung auf das Treffen in Leukerbad.
12:00–13:00 Uhr: Während der Fahrt surfe ich im Netz und checke die Facebook-Seiten einiger unserer 480 Hotels und Spitzenrestaurants.

13:00–14:00 Uhr: Ich überlege mir die Frage für das wöchentliche Quiz auf der offiziellen Facebook-Seite meines Relais & Châteaux Hotels «El Castell de Ciutab».

«Ich checke die Facebook-Seiten einiger unserer Hotels und Spitzenrestaurants.»

Jaume Tàpies
Präsident Relais & Châteaux

14:54 Uhr: Nach 25 Stunden Reisezeit komme ich endlich in Leukerbad an, und unser Treffen mit den Schweizer Relais & Châteaux-Mitgliedern im Hotel La Source des Alpes beginnt. Ich poste diese Neuigkeit auf Facebook (auf Englisch) und füge ein Foto der schneebedeckten Landschaft ein.

14:55 Uhr: In einem SMS an meine Frau teile ich ihr mit, dass ich gut angekommen bin. Jetzt muss ich aber schnell zum Meeting...

19:18 Uhr: Meeting beendet – ich denke noch Französisch und poste auf Facebook, dass es

Jaume Tàpies,
Facebook-User.

Das Symbol für Flickr.

in Leukerbad schneit, das Meeting mit den Schweizer Freunden abgeschlossen ist und veröffentliche ein Foto von zwei meiner Kollegen und mir mit einer japanischen Touristin, die lediglich Frottee-Flipflops und einen weissen Hotelbademantel trug. Wir haben sie am Nachmittag bei 1°C mitten auf der Strasse in Leukerbad getroffen – sie suchte das Schwimmbad! Das war beeindruckend!

23:00 Uhr: Nach einem offiziellen Abendessen checke ich noch ein letztes Mal meine E-Mails, chatte mit meinen Söhnen, um ihnen gute Nacht zu wünschen, und falle endlich in tiefen Schlaf. Der Jetlag wirkt.



Risiken Wo sie online lauern

Die steigende Popularität von Facebook, Twitter und andern Social Media Websites birgt zwar grosse Chancen, aber auch Risiken. Millionen von Menschen strömen zu diesen Online-Diensten, chatten, tauschen Informationen und Bilder aus. Vor allem der Trend des mobilen Internets auf den Smartphones ergibt noch mehr Online-Präsenz. Dies kann Auswirkungen auf die Arbeitszeit haben. Oft verbringen Mitarbeitende sehr viel Zeit auf Facebook – und das Risiko, dass

vertraute Daten über das Unternehmen im Eifer des Gefechts ausgeplaudert würden, sei nicht zu verachten, sind sich Fachleute einig.

Der Trend des mobilen Internets ist unaufhaltsam. Erstmals wurde die «Mobile-Web-Watch» Studie der weltweit agierenden Managementberatungsfirma Accenture in diesem Jahr nicht nur in Deutschland, sondern auch in Österreich und der Schweiz durchgeführt. Allgemein kann festgehalten werden: Der Markt des mobi-

len Internets ist in allen drei Ländern zunächst in vielen Punkten deckungsgleich, aber es lassen sich auch einige Abweichungen beobachten. Zwar steigen auch in Deutschland immer mehr Konsumenten auf ein bedienungsfreundliches Smartphone (z.B. iPhone) um, jedoch besitzen knapp zwei Drittel ein einfaches Business-Handy (60%). In der Schweiz geht der Trend bereits heute stärker zum Smartphone – etwa die Hälfte der Befragten nutzen Smartphones.

Gstaad setzt neu auf eine «gstaadlike» iPhone App

Auch Destinationen haben iPhone Apps für sich entdeckt: Bald können die Gstaader Gäste jederzeit und überall eine interaktive Sommer- und Winterkarte mit Wanderwegen und Pisten abrufen.

CHRISTINE KÜNZLER

Nutzen können diese App jedoch nur Gäste, die im Besitz eines iPhone sind. Sie können «iGstaad» kostenlos im Apple-Store holen und sich Gstaader Erlebnistipps, Wan-

derwege, Mountainbike-Trails oder Pisten herunterladen. Die iPhone App soll in ein bis zwei Wochen funktionstüchtig sein.

«Mit dieser App nehmen wir die nächste Stufe», sagt Tourismusdirektor Roger Seifritz. Gstaad Saanenland Tourismus folge damit dem Trend zur Individualisierung des Informationsflusses, der sich seit Einführung des Web 2.0 rasant entwickle. Ein Teil der Daten, die auf www.gstaad.ch hinterlegt sind, werden für die iPhone App neu aufbereitet und mobil zur Verfügung gestellt. «Wir nutzen dafür die neueste Technologie, denn wir wollen auch in diesem Bereich gstaadlike

aufreten», hält Seifritz fest. «Die App soll den Gästen als Inspiration für eine optimale Freizeitgestaltung dienen.» Die verfügbaren Informationen seien sinnvoll vernetzt und ermöglichten dem Gast, ein individuelles Programm mit stets aktualisierten Informationen zu erstellen.

Die iPhone-Applikation wird so angelegt, dass sie nicht nur ein Informationsmedium ist, sondern auch eine Markenbotschafterin für Gstaad. Die App ermögliche einerseits dem User, das Gstaader Angebot auf spielerische Art zu entdecken, andererseits trage dieser mit eigenen Inhalten selber zur Angebotsvielfalt bei. Eine Interaktivität,

die iGstaad unter den Tourismus-Apps einzigartig mache. Gstaad Saanenland Tourismus prüft den Inhalt der persönlichen Tipps und Empfehlungen, bevor diese freigeschaltet werden. Zudem lässt die iPhone App partielle Mitteilungen an den User zu. Ob der Nutzer solche Push Mails von Gstaad Saanenland Tourismus erhalten will oder nicht, entscheidet er selber. «Insgesamt betrachtet wird iGstaad nicht nur ein nützliches Instrument für Gäste sein. Auch Einheimische, Guides und Hoteliers können von dieser Datenquelle profitieren, weil sie damit stets die neuesten Daten griffbereit haben», so Seifritz.



Gstaader Bike-Routen kann man künftig aufs iPhone laden.

Buchungen. Umfrage. Die Schweizer Hotelgäste mögen's noch konventionell: Sie buchen ihr Zimmer am liebsten telefonisch oder per E-Mail. Doch der Online-Vertrieb ist auf einem ungebrochenen Wachstumskurs.



Das Symbol für HRS.com.

Gebucht wird per E-Mail

**Eine Umfrage zeigt:
Die meisten Gäste
reservieren ihr
Hotelzimmer nach
wie vor über die
Buchungskanäle
Telefon und E-Mail.**

CHRISTINE KÜNZLER

Telefon, Fax, Walk-ins, E-Mail, Formular oder das Buchungssystem auf der hoteleigenen Website sind mit Abstand die wichtigsten Verkaufschienen. Dies zeigt eine Umfrage von Roland Schegg, Michael Fux – beide von der Fachhochschule Westschweiz Wallis – und Thomas Allemann, Leiter Klassifikation bei hotelleriesuisse. Die Ergebnisse basieren auf Antworten von 224 Schweizer Hoteliers. Rund 53 Prozent aller Buchungen laufen

über elektronische Kanäle, davon etwa die Hälfte über E-Mails. «Dass nach wie vor am häufigsten über Telefon und E-Mail gebucht wird, ist nachvollziehbar», sagt Thomas Allemann. «Trotzdem sollten sich die Hoteliers rechtzeitig mit den neuen Medien auseinandersetzen. Heute dienen Plattformen wie Facebook und Twitter zwar primär zum Austausch von Erfahrungen und Tipps, möglicherweise löst Facebook aber einmal die Buchungsplattformen ab.»

Die Online-Reiseplattformen haben an Marktanteilen zugelegt. Eine Schätzung zeigt: Die Schweizer Hotellerie hat letztes Jahr schätzungsweise über 800 Mio. Franken mittels Online-Buchungen auf der Hotel-Website und auf Reiseplattformen (inkl. Destinationen und Global Distribution Systems GDS) generiert. Die Kommissionszah-

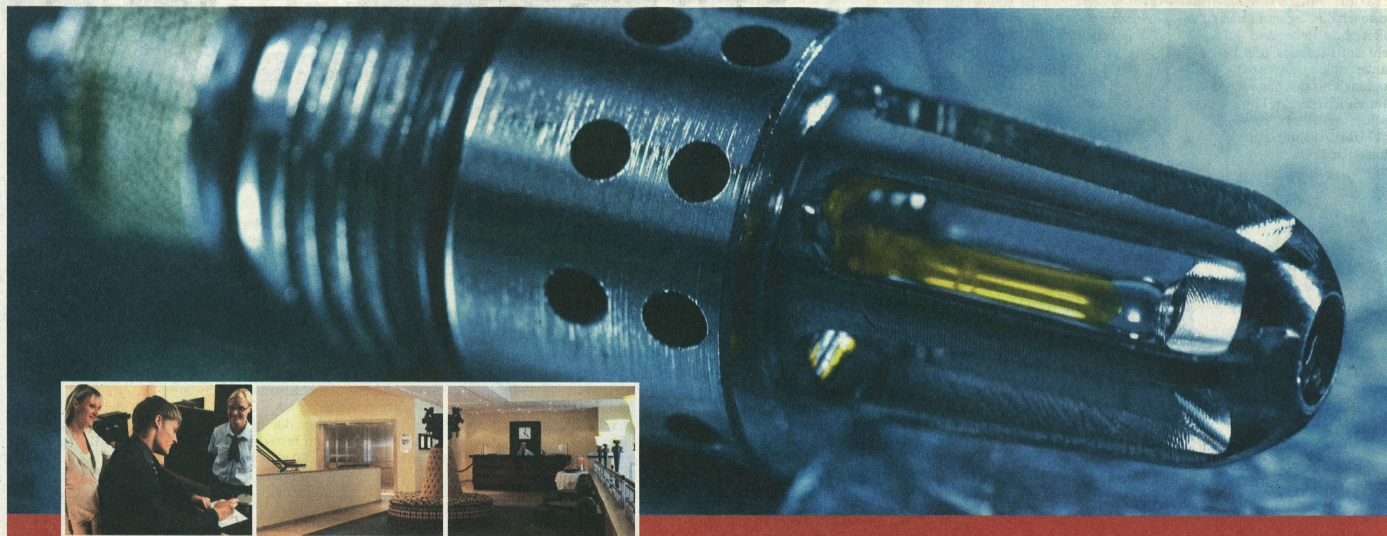
lungen für alle Kanäle werden auf 160 Mio. Franken geschätzt.

Die Autoren der Umfrage empfehlen den Hoteliers unter anderem, ihre Bestpreis-Garantie für Buchungen auf der Hotel-Website zu halten, um Kunden nicht an andere Vertriebskanäle zu verlieren. Ein

**Die Kommissions-
zahlungen für alle
Kanäle werden auf
160 Mio. Franken
geschätzt.**

klarer Leistungs- oder Preisvorteil motiviert den Gast zur Direktbuchung auf der eigenen Homepage. Jedoch muss die Kundenanfrage rasch und kompetent abgewickelt werden, damit sich der Gast die Informationen nicht über andere Kanäle holen muss. Die Abhängigkeit von dominanten (und teuren) Online-Reiseplattformen kann vermieden werden, indem man auf Nischenanbieter ausweicht. Eine dynamische Anpassung der Preise an Angebot und Nachfrage hilft, den Ertrag zu optimieren.

ANZEIGE



Damit Ihre Gäste ruhig schlafen können.

Hochdruck-Wassernebel-Löschsystem HI-FOG

Contrafeu AG
Brandschutzsysteme
Alpenstrasse 20, CH-3052 Zollikofen
Telefon +41 31 910 11 33, Fax +41 31 910 11 68
www.contrafeu.ch, info@contrafeu.ch

Ein Unternehmen der Securitas Gruppe Schweiz

CONTRAFEU

Für Ihre Sicherheit



«Tricolore», hier ein Dreierlei von Zwiebel, Red-/Greenpower und Alfalfa: Statt in einer sich stets drehenden Trommel wie andernorts üblich, wachsen die Sprossen bei der Firma Espro kerzengerade in die Höhe.

Bilder Alain D. Bollat

Es keimt und sprösselt immerzu

Sie widmen sich seit 20 Jahren den Sprossen und beliefern Gastronomen vom Seeland bis nach Graubünden: Frédéric Amstutz und seine Firma Espro.

FRANZISKA EGLI



Sind ebenfalls mehr als nur Dekor: Nebst Sprossen bietet die Espro auch noch essbare Blüten wie Gänseblümchen oder Pilze und Kräuter feil.

gelenk mal Pi auf eine Unsumme von Pflänzchen.

Als das Bad zu klein wurde, zog er mit den Sprossen in den Kuhstall

Fédéric Amstutz, Herr über all die zierlichen Stauden, schnappt sich beiläufig ein paar Zwiebel- und Rote Sprossen und kaut auf ihnen herum. Verleidet? Ist im bestenfalls mal die Zwiebel- und Rote Sprosse, sagt er, wäh-

rend er sie isst. Begonnen hat er einst im Mai 1990 mit dem Ziehen von Gartenkresse, und das im Badezimmer, erklärt ergrinsend. «Als das Bad zu klein wurde, bin ich in den Kuhstall gezogen und schliesslich in diesen Sattelschlepper», wo der 43-Jährige bis heute all seine Sprossen zieht: Auf gerade mal sechseinhalb auf zweieinhalb Metern keimen im Wochentakt an die 15 verschiedene Sorten beziehungsweise zweitausend Kilo Sprossen, welche nach wenigen Tagen und wöchentlich vertrieben werden – auf dass der Zyklus wieder von vorne beginnt.

Am Anfang, erinnert sich Amstutz an die ersten, harzigen Jahren, hätten sie den «ganzen Gault Millau abgeklappert» auf der Suche nach Kunden. Und zum Glück sei in Zürich sein Image als Bergbauer bestens angekommen, witzelt er. Heute beliefert die Sigriswiler Sprossen-Firma Restaurants und Hotels vom See- bis ins Bündnerland. Bedient einfache Gaststätten in der Umgebung wie auch das Grand Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken oder das Restaurant Stucki in Basel. Entsendet Sprossen in die Nobelorte am anderen Ende des Landes wie auch hinauf aufs Jungfraujo. «Rund 700 Gastrobetriebe sind es insgesamt», schätzt er, «was den



Herr über Millionen zierlicher Pflänzchen: Frédéric Amstutz hat rund 15 Sorten im Angebot. Er erfüllt aber auch gerne Sonderwünsche.

grössten Teil, schätzungsweise rund 80 Prozent unseres Geschäfts ausmacht.»

Ganz hemdsärmelig und ohne jede Waage wird portioniert

Jährlich kommt er auf zirka 60 Tonnen Sprossen und 1,5 bis 2 Mio. Franken Umsatz, gibt der Bauer und Agrokaufmann zudem preis. In Sachen Saat und Säen hingegen – wie genau er vorgeht, bei welcher Temperatur, mit welcher Feuchtigkeit –, da lässt sich Frédéric Amstutz nicht in die Karten gucken. Etwas Berufsgeheimnis müsse schon sein, meint er, währenddem er umso offener mit dem Portionieren umgeht: Ganz hemdsärmelig und ohne jede Waage – «wir sind alles andere als kleinlich» – packt er «Tricolore», also Kisti mit drei verschiedenen Sprossen-Sorten, zusammen.

Das passt. Denn hier, mitten im Bauerndorf Sigriswil, gibt's kaum Hightech. Hier gibt's Handarbeit gepaart mit ungezwungener Herzlichkeit. Und statt wie viele seiner Konkurrenten die Sprossen in langsam rotierenden Trommeln spries-

sen zu lassen, schwört Amstutz seit je auf das – wie er es nennt – «statische» Gedeihen in Holzkisten. So giesst er zwei Mal täglich die zarte Ware, bis sie keimt und sich nach wenigen Tagen ein regelrechter Teppich bildet. Das nennt Amstutz dann stolz «englischer Rasen».

Er möge die Zusammenarbeit mit den Gastronomen, die direkte Art vieler Küchenchefs, erzählt der Umrtriebige, der mit seinem zehnköpfigen Team auch essbare Blüten, Frischpilze und über 30 Kräuter zieht. Gleichzeitig bedauert er, dass die Sprossen selten als eigenständiges oder ergänzendes Nahrungsmittel zum Einsatz kommen. «Sie werden meist – bestimmt zu 80 Prozent – als Zierde und zur Dekoration verwendet», vermutet er. Dabei seien sie nicht nur äusserst gesund, kommt der Chef ins Schwärmen: Es gehe nichts über die süssliche Lauchnote einer Zwiebel- und Rote Sprosse. Ganz zu Schweigen von Spaghettini mit just diesen Sprossen: «Das schlägt so manche Sugo», findet er.

www.espro-sprossen.ch



Am Anfang ist der Samen: Innert wenigen Tagen entwachsen...



... diesen Zwiebel- und Rote Sprossen, die innert Kürze...

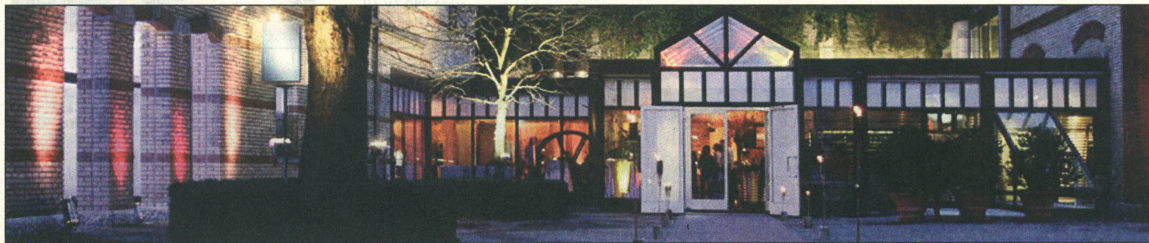


... und in Holzkisten per Kurier zu den Kunden gebracht werden.

Nährhaftes Grünkraut Ideal für Rohkost, zu Pasta, als Curryzugabe

Sprossen (oder Keimlinge), in China seit über 5000 Jahren als Nahrungs- wie auch als Heilmittel bekannt, sind gekeimte Samen. Diese Babypflanzen werden in den ersten drei bis zehn Tagen ihres Wachstums gegessen, weshalb sie auch besonders nahrhaft sind: In diesem jungen Entwicklungsstadium weisen sie den höchsten Energiegehalt auf, welchen die Pflanzen während ihres Lebenszyklus produzieren. Eine kleine Übersicht: **Kresse** gehört zu den bekanntesten Sprossen. Die Kresse schmeckt scharf und aromatisch und eignet sich sehr gut roh, auf Brot und als Salatbeilage.

Alfalfa ist der Liebling der Sprossen-Küche. Sie hat einen auffallend hohen Vitamin-C-Gehalt, ist sehr fein, schmeckt zart und knackig-frisch. **Zwiebel-Sprossen** schmecken relativ scharf und können roh gut als Würze verwendet werden. **Weizenkeimlinge** sind sehr gehaltvoll. Ihr süssliches Aroma macht sich in Desserts gut. **Kichererbsen** benötigen auch zum Keimen eine längere Einweichzeit. Die Sprossen schmecken zart und eignen sich in Pasta, Risotto und Suppen. **Bockshornklee** riecht herb und wird oft in Curry-Mischungen verwendet. **fe**



Das Restaurant Blaue Ente im Zürcher Seefeld bietet in der umgenutzten Mühle Tiefenbrunnen eine mit 14 Gault-Millau-Punkten dotierte Gourmet-Küche.

Bilder zvg

Luxus-Catering mit Ente

Die «Blaue Ente» und Weinhändler Marc Wegenstein legen ihr Catering in einer neuen Firma zusammen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Marc Wegenstein und die Catering-Abteilung der Restaurant Blaue Ente AG legen ihre Aktivitäten zusammen und treten neu unter dem Namen «Catering Blaue Ente by Wegenstein» am Markt auf. Das eigenständige Unternehmen hat wie das Restaurant Blaue Ente seinen Sitz in der Mühle Tiefenbrunnen im Zürcher Seefeld. Mit 51 Prozent Anteil am Aktienpaket ist die Restaurant Blaue Ente AG Mehrheitsaktionärin, Marc Wegenstein hält 49 Prozent an der Catering Blaue Ente by Wegenstein AG. Marc Wegenstein ist zudem Geschäftsführer der neuen Unternehmung.

Gekocht wird in der Cateringküche der «Blauen Ente»

Mit dem Zusammenschluss sollen die professionellen Strukturen eines mit 14 GM-Punkten dotierten Gourmet-Restaurants mit der Per-

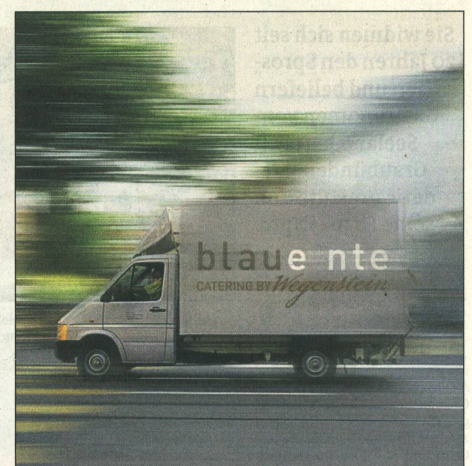
sönlichkeit eines Branchenkenners verbunden werden.

Vor vier Jahren hat Marc Wegenstein angefangen, neben seinem Weinhandel kleinere Catering-Anlässe für seine Kundschaft anzubieten. Dieser Bereich konnte in den letzten Jahren kontinuierlich ausgebaut werden, so dass es für ihn logische Konsequenz war, dieses Geschäftsfeld auf eigene Beine zu stellen. Die «Blaue Ente» wiederum führt seit Jahren eine eigene Catering-Abteilung, die dank professioneller Infrastruktur auch Grossanlässe von mehreren hundert Gästen bewältigt.

«Mit dem Zusammenschluss ergänzen sich zwei Partner und werden gemeinsam zu einem starken Player im Catering-Geschäft», freut sich Peter Herzog, Verwaltungsratspräsident der neuen Firma. Die Catering Blaue Ente by Wegenstein AG wird ab dem 1. Juni operativ tätig. Gekocht wird in der bestehenden Produktionsküche der ehemaligen Catering-Abteilung der «Blauen Ente». Für die neue Firma ist ein fixer Personalbestand von 500 Stellenprozenten vorgesehen. Synergien mit der «Blauen Ente» will man im Bereich Aushilfsmitarbeiter im Servicebereich nutzen.

Fokus liegt auf «Private Catering» im gehobenen Preissegment

Den Fokus richtet das Catering-Unternehmen auf «Private Catering» im mittleren bis oberen Preissegment. Nicht unbedingt Grossanlässe, sondern in erster Linie qualitativ hochwertige Caterings sind das Ziel. Geschäftsführer Marc Wegenstein spricht von Anlässen für 10 bis 100 Personen. In der Startphase rechnet man mit einem Auftragsvolumen von rund 150 bis 200 Catering-Aufträgen pro Jahr. Im September stösst zur «Blauen Ente» ein neues Wirtespaar: Peter und Margriet Schnaibel. Dann soll das Foodangebot komplett überarbeitet werden.



Neuer Player im Privat-Catering: «Catering Blaue Ente by Wegenstein».

Angeln Sie sich die Knusprigsten.

Neu von KADI: Fischknusperli

Neu kommen Fischknusperli direkt von KADI aus Langenthal. Als innovativer Tiefkühlpezispezialist haben wir unser Sortiment mit Fischprodukten erweitert. Mit Egli-, Zander- und Pangasius-Fischknusperli:

- Im Geschmack und Aussehen wie selbst gemacht
- Knuspriger, harmonisch gewürzter Teig
- Saftige Fischfilets
- Keine Konservierungs- und Aromastoffe



KADI
Swiss Premium Quality

KADI AG · CH-4901 Langenthal · Tel. 062 916 05 00 · Fax 062 916 06 80 · info@kadi.ch · www.kadi.ch

guide-bleu.ch rüstet seine Restaurant-App auf

Der Schweizer Gastrofürer hat seine Restaurant-Applikation für das iPhone mittels Filter verfeinert.

18000 User haben seit der Lancierung im Dezember 2009 die Restaurantempfehlungen von «guide-bleu.ch» auf ihrem iPhone heruntergeladen. Nun rüstet der Schweizer Gastrofürer digital auf und präsentiert die Version 2.0 seiner Restaurant-App.

Nach einer Freitext- oder der «Around»-Suche kann die Trefferliste nun zusätzlich präzisiert werden. Aus diesem Grund wurde ein Filter eingeführt, so dass die Nutzer etwa nach Art der Küche, der Preiskategorie, Rollstuhlgängigkeit oder WIR- und Kreditkartenakzeptanz

suchen können. Über 3000 Restaurants sind in der neuen Applikation eingetragen.

Auch können die iPhone-User neu abfragen, in welchem von 14 verschiedenen Schweizer Guides sein Restaurant eingetragen ist.

Die Sites der einzelnen Gastrobetriebe können direkt aus der Anwendung angewählt werden. Die Entwickler haben die Suchfunktion nun vereinfacht: Mittels einer «Zurück»-Funktion kann auf die Trefferliste zurückgegriffen werden, ohne die Applikation verlassen zu müssen.

saz

Messer. Stahl oder Keramik? Schneidqualität, Schnitthaltigkeit, Geschmacksneutralität sprechen für Keramikmesser. Aber Köche haben meist gut geschmiedete Stahl-Messer.



Ein japanisches «Santoku»-Messer aus Edelstahl: Der Name steht für «drei Tugenden». Das Messer schneidet nämlich vorzüglich Fleisch, Fisch und Gemüse.

Bilder zvg

Wie man gut abschneidet

Das Messer kann man nicht mehr neu erfinden – es gilt als ältestes Instrument des Menschen. Bei der Gestaltung eines modernen Messers gibt es aber noch einigen Spielraum.

RENATE DUBACH

Zu den Neuheiten gehört etwa das Taschenmesser mit einem eingebautem USB-Stick von satten 32 Gigabites, das Victorinox diesen Frühling vorstellte. Das Spezielle daran: Den Datenspeicher kann man mit seinem Fingerabdruck sichern. Wer mit einem Messer lieber in der Küche als im Büro arbeitet: In diesem Bereich gibt es Neues und Wissenswertes. Immer beliebter werden zum Beispiel Messer mit ursprünglich japanischen

Klingenformen, neu interpretiert von Markenmesserherstellern in der Schweiz und in Deutschland. Die schnittig aussehenden Messer mit japanischen Bezeichnungen sind extrem scharf, halten sehr lange – sind aber für eng definierte Tätigkeiten ausgelegt. Ein Nakiri etwa ist ein Gemüsemesser. Die Schnittkante seiner dünnen Klinge ist meist auf beiden Seiten geschliffen, das macht ganz gerade Schnitte einfach. Es gibt ähnlich aussehende Messer, die nur einseitig geschliffene Schnittkanten haben.

Damit lassen sich – mit Können und viel Übung – feinere Schnitte machen. Linkshänder müssen beachten: Bei Messern mit einseitig geschliffenen Schnittkanten brauchen sie unbedingt die (etwas teurere) Linkshändervariante.

Fleisch, Fisch und Gemüse: das Messer mit den «drei Tugenden»

Ebenfalls beliebt und ursprünglich aus Japan ist das Santoku, mit dem sich nicht nur Gurkenseiben herstellen lassen; damit kann man auch Fleisch und Fisch zertei-

len. «Santoku» heisst nämlich «drei Tugenden» und soll auf die guten Eigenschaften dieses Messers beim Schneiden von Fleisch, Fisch und Gemüse hinweisen. Die stumpfe Oberkante des Messers bildet eine Linie mit dem Griff, die breite Klinge steht weit unter den Griff hinaus und bietet somit Platz für die Finger unter dem Griff. Das Messer ist in der Regel etwas leichter als ein Fleischermesser und wird überwiegend für den Druckschnitt ausgelegt.

Bevor man sich über Klingenformen, Schnittkanten und Griffvarianten den Kopf zerbricht, sollte man sich für das Material entscheiden: Stahl oder Keramik? Keramikmesser werden immer beliebter, die Vorzüge sind beste Schneidqualität, Schnitthaltigkeit und Geschmacksneutralität. Die Klingen der Keramikmesser werden aus Zirkonoxidpulver hergestellt, bei extrem hohem Druck gepresst und in speziellen Sinteröfen bei Temperaturen von 1500 Grad gesintert, das heisst, geformt und gefertigt. Dadurch entstehen fast diamant-harte Klingen, die im Vergleich zu

einem gleich grossen Stahlmesser nur die Hälfte wiegen. Da die Klingen extrem scharf sind, muss man speziell vorsichtig damit umgehen. Schneiden geht; Schlagen und Hebeln geht nicht. Keramik ist nicht schlagfest, ein Keramikmesser, das zu Boden fällt, auf Gefrorenes oder Knochen trifft, ist meist zerstört.

Messer aus Edelstahl sind leicht nachzuschärfen

Sicher schneidet man in jedem Fall mit einem traditionellen Messer aus Edelstahl ab. Das Ausgangsmaterial, das optimale Schärfe, dauerhafte Schnitthaltigkeit und Korrosionsbeständigkeit garantiert, besteht aus einer Mischung aus Kohlenstoff, Chrom, Molybdän und Vanadium. Messer mit dieser Zusammensetzung sind leicht nachzuschärfen. Ab und zu sollten sie mit lebensmittelechtem, säurefreiem Kamelienöl gepflegt werden. Stahlmesser sollte man nicht an Magnetschienen aufbewahren; offenbar wird dadurch ihr Stahlgefüge beeinflusst, sodass man die Messer nicht mehr gut schärfen kann.



Keramikmesser bieten eine sehr hohe Schnitthaltigkeit.

Für Profis lieber keine Keramikmesser

Messerschmied Thomas Küenzi führt in Solothurn ein Spezialgeschäft für alle Arten von Messern – vom Pilzmesser bis zum Schwert.

RENATE DUBACH

Thomas Küenzi, gibt es «das beste Messer der Welt»? Nein, aber es gibt das am besten geeignete Messer für jede Tätigkeit. Braucht man ein Messer für grössere Fleischstücke, will ein Koch ein schönes Tranchiermesser, das er zum

Schneiden vor Gästen einsetzen will, oder geht es um ein Mehrzweckmesser für die Privatküche? Es gibt äusserst hochwertige Messer, an denen man viel Freude hat, wenn man sie fachgerecht braucht.

Was zeichnet denn ein sehr hochwertiges Messer aus? Es ist aus hochwertigem Stahl und hat eine dünne, feine Klinge. Je feiner

die Klinge, desto besser gleitet sie durch das Schneidgut. Sie muss aber hart und schnitthaltig sein, das heisst, sie muss auch lange halten. Und der Griff muss in die Hand passen, das ist sehr individuell.



«Es gibt das am besten geeignete Messer für jede Tätigkeit.»

Thomas Küenzi
Messerschmied

Empfehlen Sie einem Profi: Koch ein Keramikmesser? Viele Leute, die privat mit Keramikmessern arbeiten, sind sehr zufrieden. Keramik ist pi-

ckelhart und schneidet länger als Stahl. Es ist spröder und bricht deshalb leichter. Wenn man vorsichtig über die Klinge fährt, spürt man vielleicht kleine Ausbrüche; die gibt es, wenn man irgendwo anschlägt.

Kann man diese Messer nicht nachschleifen?

Marken-Keramikmesser kann man mehrmals nachschleifen, die billigen vom Discounter nicht, weil ihre gröbere Struktur ein Nachschleifen nicht erlaubt. Für einen professionellen Koch ist ein Keramikmesser eher nicht geeignet. Weil es in einer Küche manchmal hektisch sein kann, und man vielleicht nicht immer ganz so vorsichtig damit umgeht, wie man

sollte. Köche haben meist gut geschmiedete deutsche oder französische Messer. Wenn sie noch schöner und besser sein sollen, vielleicht japanische.

Welche Messer empfehlen Sie denn einem Jungkoch?

Es gibt Kochkoffer mit ganzem Sortiment, etwa von Victorinox. Die kosten zwischen 700 und 1100 Franken. Es gibt aber auch Kochlehrlinge, die kaufen sich zuerst ein, zwei gute Messer, die sie oft brauchen. Messer, die seltener zum Einsatz kommen – wie etwa ein Lachsmesser –, dürfen etwas günstiger sein. Später ergänzen die jungen Köche ihr Messersortiment; dann wissen sie, was sie wollen und brauchen.

Umfragen

Kampf der Geschlechter im Hotelzimmer

Geschlechter-Klischees machen auch im Hotel nicht Halt, wie das Hotelportal HRS schreibt. 1000 Personen wurden befragt, welche Dienstleistungen ihrer Einschätzung nach dem anderen Geschlecht wichtig sind. Richtig lagen 93 Prozent der Männer, die tippten, das Frauen saubere Badezimmer verlangen. 91 Prozent der befragten Frauen bejahen dies. Umgekehrt ist das auch 82 Prozent der Männer wichtig, die Frauen schätzten dies auf 37 Prozent ein. Wo sie sich ebenfalls täuschten: Männer brauchen nicht unbedingt eine Minibar oder ein TV im Zimmer. saz

Luzern unter den fünf beliebtesten Reisezielen

Wie jedes Jahr hat die Online-Reiseplattform Trip Advisor die weltweit beliebtesten Reisedestinationen mit den «Trip Advisor Travelers' Choice Destination Awards» ausgezeichnet. Luzern wurde einmal mehr zur Schweizer Destination Nummer 1 gewählt. Im World-Ranking darf sich die Stadt gar über einen gewaltigen Sprung von Rang 25 auf den ausgezeichneten 5. Rang freuen. Trip Advisor ist mit 15 Mio. registrierten Mitgliedern weltweit die grösste Online-Reiseplattform. Die Rankings basieren auf einer Kombination der bei den Mitgliedern beliebtesten Destinationen und genereller Popularität der Reiseziele auf der Plattform. fee

www.tripadvisor.com/TCDestinations

Neuheiten

Zweiter Frühling für Rolands Knäckebröt



zvg

Nach 30 Jahren Konzernzugehörigkeit (Sandoz und Valora) ist die Roland Murten AG wieder zu einem Familienunternehmen geworden. Und die bekannten Produkte der Traditionsmarke – von Zwieback und Knäckebröt bis zu Apéro- und Laugengebäck – erhalten dank dem neuen Patron Marc-André Cornu neuen Schwung: Die Roland Produkte glänzen in neuem Gewand, Logo sowie Produktverpackungen sind überarbeitet worden. fee

www.roland.ch

Auch die neue Waffel von Wernli hat man gernli

«Me het de Wernli eifach gernli». Diesen Slogan kennt in der Schweiz jedes Kind. Und vielleicht hat man den Wernli nun



noch mehr gernli, denn der Spezialist für Waffeln und Biscuits aller Art bringt mit Jura Choco eine neue Produktion auf den Markt. Die drei Kreationen «au lait», «surfin» und «cappuccino» basieren auf der Original Jura Waffel, die seit 1927 gebacken wird. Nun wird diese neu mit feiner Schweizer Schokolade überzogen. fee

www.wernli.ch

Mein Leben ohne Kaffee & Kuchen



Sarah's

Sarah Quigley ist Schriftstellerin und lebt jetzt in Berlin. Für die htr schreibt sie über die schönen Seiten des Lebens.

Da arbeite ich in einem Augenblick friedlich an meinem Pult – und im nächsten Moment umklammert eine Zahnärztassistentin meinen Kopf, damit ich nicht aus dem Stuhl fliege und gegen die Wand knalle. Das Ganze hätte nur ein kurzer Unterbruch am Nachmittag sein sollen, die Art von Zahnarztbesuch bei dem man den Mund öffnet, ein «Sehr gut!» hört, seinen Mund wieder schliesst und nach Hause geht. Was lief hier falsch?

Die Zahnärztin klappert hinter mir herum, sie macht irgendetwas mit irgendetwas. «Wenn ich zu ziehen beginne, wird es ziemlich Lärm machen!» warnt sie mich. Sie klingt überraschend vergnügt über diesen Ausblick. «Nervös?» flüstert die Assistentin. Hm, ja, das ist eine Bezeichnung dafür, wenn man Freude an Untertreibungen hat.

Das Vergnügen beginnt. Getöse, Zerren, Knacken: Es ist als ob eine Gruppe von Strassenarbeitern in meinem Mund losgelassen worden wären. Etwas prallt von der Wand ab und schlittert laut den Boden entlang. «Hoppla!» lacht die Zahnärztin. Meine Augen sind geschlossen, aber ich vermute, dass das fliegende Objekt kürzlich Teil meines Kopfes war.

Es gibt eine Pause zur Halbzeit. Die Zahnärztin glüht wie eine Profifischerin während ich wie ein aufgeklappter Kabeljau daliege. Die zweite Hälfte ist noch schlimmer. Es ist nie ein gutes Zeichen, wenn man seine Zahnärztin Worte wie «sehr kompliziert» murmeln hört, geschweige denn «Scheisse». Schliesslich, als mein Zahn in Form von unordentlichen Fragmenten auf dem Tablett neben mir liegt, wird mir der finale Stoss versetzt. «24 Stunden keinen Kaffee!», lächelt die Zahnärztin. Ich würde schreien, wenn ich meinen Mund weit genug

öffnen könnte – was ist denn mit meiner Belohnung?

Lassen Sie mich das erklären. Ich bringe mich selber nur in die Zahnarztpraxis, indem ich mir einen anschliessenden Besuch im Kuchencafé daneben verspreche. Ich kann die ganze Pracht und Herrlichkeit des Kuchencafés gar nicht in einen so kurzen Text fassen, dafür bräuhete ich eine ganze Zeitung. Seine Schaufenster ziehen die Massen an wie die Mona Lisa: die Leute drängeln, rempeln und starren die Köstlichkeiten an, die vor ihnen liegen. Von aufgetürmten Meringuebergen tropft rahmiger Schnee, und Eclairpyramiden glänzen mit glatter schwarzer Schokolade.

Ich weiss nicht, wie der richtige Name des Kuchencafés lautet, weil ich nie die Zeit habe, das Schild zu lesen. Mit welcher Geschwin-

digkeit platze ich durch die Türe der Zahnarztpraxis, eile ich über die Strasse und tauche ein, in das gemütliche rote Innere! Dort trinke ich eine ganze Reihe perfekter Espresso während ich versuche, mich zu entscheiden zwischen goldenen, üppig eigenen portugiesischen Rahmtörtchen oder englischem Frühtecake, der mit saftigen Weinbeeren vollgestopft ist und mit geschlagener Brandy-Butter serviert wird, die so viel Alkohol enthält, dass man sich nur schon vom Duft wunderbar angesäuselt fühlt.

Nun gut! Eine geschwollene Wange wird mich nicht aufhalten! Vielleicht gehe ich trotzdem ins Kuchencafé, schlürfe Preiselbeersaft durch einen Strohhalm und esse ein Gabelchen zerdrückten Mississippi Mudcake? «Sie müssen sofort nach Hause gehen!», strahlt die Zahnärztin. «Sie werden sich bald viel schlechter fühlen.»

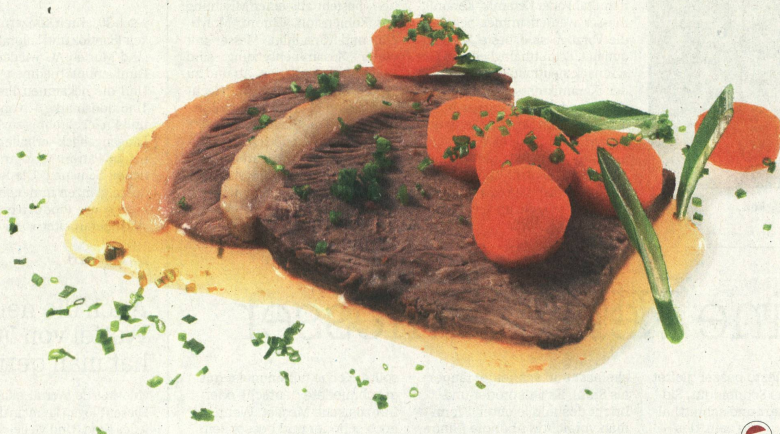
Bedrückt gehe ich über die Strasse und stehe vor dem Süßigkeiten-Mekka. Im Schaufenster ist eine riesige Schwarzwäldertorte, die sich wie ein essbares Karussell dreht. Dunkel, feucht, glänzende Kirschen, aufgeschäumter Rahm. Dahinter kann ich die leuchtende Espressomaschine sehen, und meinen Lieblings-Barista, der lächelt und mich hereinbittet. Verdammt! Ich schlepe mich nach Hause, mit meiner Wange von der Grösse eines Fussballs und meinem Mund voller Warte. Die nahe Zukunft sieht so einladend aus wie kalter Haferschleim. Was ist das Leben schon wert, ohne Kaffee und Kuchen?

Deutsch von Renate Dubach

Das englische Original:
www.htr.ch/sarah



KAMPTAL
KOSTBARE KULTUR



ÖSTERREICH WEIN

Kamptal DAC

Von den berühmten Lagen des Kamptals kommen herausragende Grüne Veltliner und Rieslinge. Ihre Feinheit und Kompaktheit macht sie zu perfekten Speisenbegleitern von Tafelspitz bis Sushi. So schmeckt kostbare Kultur.

Wenn Sie auf einem österreichischen Weinetikett hinter dem Namen des Weinbaugebiets die Buchstaben DAC finden, haben sie einen für das Gebiet typischen Wein vor sich. Der Zusatz „Reserve“ steht für kräftige Weine.

www.osterreichwein.at

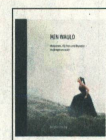


Auch ein ausgedehnter Zahnarztbesuch verhindert nicht unbedingt den Besuch eines Kuchen-Cafés.

Neue Bücher

Kulinarische und kulturelle Stationen im Vorarlberg

Marielle Moosmann, Ex-Miss Austria, reist in ihre Heimat, den Brenzerwald. Dort besucht sie Orts-



ansässige, die so manch ein Geheimnis und Rezept aus dem schweiznahen Gebiet verraten.

Marielle Moosmann: **Min Waud. Menschen, Küchen und Rezepte im Brenzerwald**. Residenz Verlag, 176 Seiten, 52 Franken.

Buon Appetito ohne schlechtes Gewissen

Der TV-Koch aus Neapel widmet sein Buch «allen kurvigen Frauen». Gino D'Acampo zeigt, dass man



Pasta und Pizza auch geniessen kann, ohne danach die Waage zu überfordern.

Gino D'Acampo: **Delizioso! 100 Italienische Schlemmerrezepte für die schlanke Linie**. Werd Verlag, 192 Seiten, 39,90 Franken.

Das besondere Konzept

Die Bar «Negishi» hat von Basel nach Zürich expandiert und buhlt mit handgemachten Sushi, Sashimi und innovativem Sakeangebot um die Gunst der urbanen Gäste.

SAMIRA ZINGARO

Schon wieder, denkt man reflexartig, wenn in Zürich eine neue Sushi-Bar eröffnet. Wer an der Limmat mit japanischer Küche wirbt, steht längst nicht mehr alleine da. Gefragt sind aussergewöhnliche Ideen, um sich gegenüber der Konkurrenz wie Ginger, Yoji's und wie die populären Sushi-Läden alle heissen, zu behaupten. Wie weit dies dem neuen Restaurant Negishi im Niederdorf gelingt, steht noch offen. Der Betrieb hat den Platz Zürich erst im März beschriftet – in Basel bewährt sich das Konzept bereits an zwei Standorten.

In der Sitzcke sind die Tische im Boden versenkt

Die neue Bar steht an zweiter Lage, nicht direkt an der Limmatquai-Promenade, sondern versetzt im Rücken des Zunfthauses zum Riden. Die Sonne scheint an diesem Nachmittag nicht nur draussen auf der 55-plätziggen Terrasse, sondern auch drinnen – und das immer: Im hinteren Teil hängt an einer orangefarbenen Wand das japanische Zeichen für Sonne. Dieser Bereich ist zugleich der innovativste: Nach japanischer Tradition und Feng-Shui-Grundsätzen wurde hier die so genannte O-Zashiki-Ecke eingerichtet. Der Gast schlüpft in Finken und sitzt auf dem Boden. Darin sind die Tische jedoch versenkt, so dass man die Beine bequem baumeln lassen kann. «Das ist unser beliebtester Bereich», sagt Betriebsleiter Iwan Pfyl. Der 28-Jährige kennt die japanische Küche gut, auch wenn er es selber noch nie in den fernöstlichen Inselstaat geschafft hat («Die nächste Reise führt mich dorthin»). Pfyl hat vorher im «Nooch» gearbeitet. Diese Kette gehört ebenso wie die Negishi-Bars oder die Betriebe Outback und Mama Africa der Fredy Wiesner Group (siehe Faktenbox). Konkrete Umsatzzahlen sind Wiesner nicht zu entlocken. Der Gastro-Unternehmer sagt aber, dass das Budget bei den «Negishi»-Betrieben in Basel (Eröffnungen 2006/2008) verdoppelt wurde.

Fakten Afrikanisch, asiatisch und australisch

Die Fredy Wiesner Group zeigt sich kulinarisch weltoffen. Das Unternehmen mit Sitz in Volketswil wurde 1990 gegründet. Heute besitzt die Gruppe Restaurants wie die Nudel- und Sushi-Kette «Nooch», das «Mama Africa» oder die der australischen Küche verschriebene «Outback Lounge». Auch der Club Wankdorf oder das Tanzhaus Alpenmax gehört Wiesners. Die Betriebstypen sind wiederum in verschiedene Unternehmen eingeteilt. Die Negishi-Bars sind in der Don Carlos GmbH angesiedelt. saz



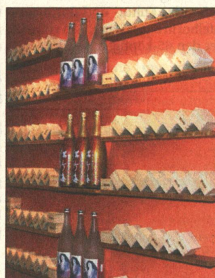
Hier sitzt der Gast am Boden. Nach japanischer Tradition stehen die Tische vertieft in der erhöhten Sitzcke.

Bilder zvg

Sonne, Sushi, Sake

finden die Gäste im Innern vor – ist in drei Teile gegliedert. Neben der Sitzcke gibt es eine Bar sowie herkömmliche Tische. Um im Sushi-Wettstreit mitzuhalten und Stammgäste zu gewinnen, hat sich die Company noch anderes einfallen lassen: Sechs Sorten Sake, eine Gerstendestillation sowie Cocktails aus Reiswein stehen auf der Karte. Wer davon bestellt, kann diese in einem quadratischen, aus Japan importierten Becher aus Zypressenholz trinken. Für fünf Franken kann man diesen mit Stift initialisieren. Das klobig ausschauende Trinkgefäss wird an der Barwand deponiert und wartet auf den nächsten Besuch. Im persönlichen Becher kostet der Sake 2 Franken weniger. Dieses Angebot gibt es in den Schwabacherbetrieben am Rhein laut Pfyl nicht. Auffallend ist im neuen «Negishi» auch die brei-

Englisch anweist, steht in der offenen Küche nahe beim Gast. Zehn Leute arbeiten im «Negishi», acht davon besitzen asiatische Wurzeln. Er schätze es, mit Asiaten zusammenzuarbeiten, sagt Pfyl. «Sie sind sehr engagiert.» Wer einmal selbst in Asien war, kennt den in den Gasen und an Marktständen inflationär gerufenen, folgenden Spruch. In der jungen Zürcher Bar zieht er die T-Shirts der Angestellten wie eine klare Ansage an die Konkurrenz: «Same, same, but different.»



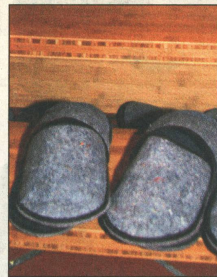
Der persönliche Sake-Becher wartet bis zum nächsten Besuch.

te Wand links von der Bar. Sie besteht aus zahllosen aus Japan eingeführten, geplättelten Steinen. Betriebsleiter Pfyl schaut zufrieden auf die ersten zwei Monate zurück. Das Hauptgeschäft erzielte man abends und dank der samstäglichen Shoppingtouren im Niederdorf auch tagsüber. Erstaunt sei er, dass die Home Delivery sehr gut laufe. «Dies obwohl die Konkurrenz auch nach Hause liefert.» Die Sushi werden alle von Hand gerollt, der asiatische Koch, den Pfyl auf



«Ich schätze die Zusammenarbeit mit Asiaten. Sie sind sehr engagiert.»
Iwan Pfyl
Betriebsleiter Negishi Zürich

Der Reiswein ist geduldig
Der Betrieb in Zürich – 50 Plätze



Schuhe verboten – aber nur im hinteren Teil der Bar.

Die Nische erhöht die Erfolgschancen

Wer in seinem (Wellness-)Hotel drei Trends beachtet, kann sich laut Spa-Experten auch in Zukunft behaupten.

SAMIRA ZINGARO

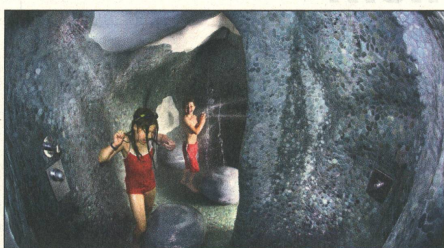
Glaubt man den Experten, bietet die Zukunft im Hotel- und Wellnessmarkt wenig Rosiges. Zwar wächst der Zweig an, doch die Erträge vieler Betriebe sinken. Das zeigt der Tiroler Spa-Planer Heinz Schletterer zusammen mit internationalen Fachleuten in den globalen Tourismus- und Spa-Trends

für die nächsten zehn Jahre auf. Wer in der Branche weiterhin Erfolg haben will, müsse den gesellschaftlichen Wertewandel beachten: Gemäss Schletterer wird in den nächsten drei bis fünf Jahren das «Green Theme» zum wichtigen Verkaufsargument für Anbieter. «Die Menschen erkennen, dass nicht das vierte Luxusauto, sondern Gesundheit und Nachhaltigkeit die kostbarsten Güter sind», steht in der Prognose. Der Spa-Experte macht drei Makro-Trends aus, welche auch in Zukunft einen Erfolg in der Branche garantieren können.

Als ersten Punkt nennt er die Spezialisierung. Dass die Bedürfnisse der Gesellschaft stets individueller werden, wirke sich auch auf die Hotellerie und Well-

nessindustrie aus. Gästegruppen würden nicht mehr nur primär nach soziodemografischen Merkmalen gefiltert, sondern nach vielschichtigen Bedürfnissen. Die Gäste würden sich gezielter jene Anbieter aussuchen, welche diese am besten abdecken. Wer sich spezialisiert, der befolgt laut Schletterer «das Gebot der Stunde».

Ebenso wichtig ist die Gesundheit und Nachhaltigkeit. «Die Zukunft von Wellness und Spa entwickelt sich in Richtung Gesundheit, Prävention und Medizin», weiss Schletterer. Der Gesundheitstourismus sei ein stark wachsender und «milliardenschwerer» Markt. Wer dem gesteigerten Gesundheitsbewusstsein in seinem Betrieb Rechnung trage, könne auch künftig Erfolg haben.



Spezialisiert: Hier im Kid's Spa in Gstaads Steigenberger Hotel.

zvg

Der dritte Trend heisst gemäss dem österreichischen Experten Lebensräume schaffen. Dabei steht die Architektur im Zentrum. Sie wird laut den Prognosen zur

Visitenkarte eines Unternehmens. «Die Herausforderung ist es, mit einzigartigen Architekturkonzepten einen Wiedererkennungswert zu schaffen», so Schletterer.

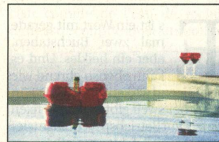
News

Zum Jubiläum trifft Cranberry auf Apfel

Ramseier feiert dieses Jahr sein 100-Jahre-Jubiläum. Zu diesem Anlass lanciert das Schweizer Unternehmen einen Cranberry-Apfelsaft. Das neue Getränk schmeckt laut Pressemitteilung «süss-herblich» und fördert dank der Beere die Gesundheit: So kann Cranberry Entzündungen vorbeugen oder verhindern, dass ungünstige Bakterien sich an den Schleimhäuten anheften. Das neue Produkt ist im Detailhandel und im Schweizer Getränkehandel erhältlich. saz



Prickelnder Genuss im Swimmingpool



zvg

Piper-Heidsieck buhlt um die Badegäste: Das Champagner-Haus lanciert die schwimmende Bar «Piscine Islands», auf der es seinen Cuvée Brut inklusive Gläser anbietet. Die Champagner-Bar ist ab Juni bei Jelmoli und bei Hofer Weine in Zürich in limitierter Auflage erhältlich. Auch steht sie in verschiedenen Gastro-Betrieben im Einsatz. Der Cuvée Brut setzt sich hauptsächlich aus Pinot Noir und nur wenig Pinot-Meunier- und Chardonnay-Trauben zusammen. saz

Eine Hommage an Hotelier Caspar E. Manz

Der Name ist eine Huldigung an den kürzlich verstorbenen Schweizer Hotelier Caspar E. Manz: «Caspar's» heisst das neu eröffnete Restaurant im 4-Sterne Superior Hotel Euler in Basel. Das Haus gehörte zu den Manz Privacy Hotels. Die neue Speisekarte kommt schlanker daher, wird aber gemäss Mitteilung an die Medien häufiger wechseln. Die umfassend renovierte Küche leitet nun Simone Haseler, die zuvor im Kultur- und Gasthaus Teufelhof gewirkt hat. Der französische Koch Jean-Louis Nomicos – Chef de cuisine im Pariser «Lasere» – hat den Betrieb unterstützt. Unter anderem soll er mittags den Bedürfnissen von Business-Gästen gerecht werden. saz

Arosa versteigert im Internet seine Weihnachtsdeko

Wer denkt am Anfang des Sommers bereits an Weihnachten? Es sind die Gemeinde Arosa, die dortige Tourismusorganisation und ab sofort vielleicht auch die Schnäppchen-Jäger auf Ricardo. Die Bündner Gemeinde versteigert nämlich die langjährige und gut erhaltene Weihnachtsbeleuchtung auf der Internetplattform. Der Startschuss fiel am 19. Mai, interessierte Gemeinden – aus einem Dorf oder einer Stadt im Flachland – können bis 29. Mai mitbieten. Laut Pressemitteilung ist Arosa als geschützte Traditionsmarke einer der fünf stärksten Tourismusbrands der Schweiz und dient als Namensgeber für verschiedene Produkte. saz

Eine Frage des Stils: Du oder Sie?

Soll ein Vorgesetzter seinen Mitarbeitenden das «Du» anbieten? In der Hotellerie wird die Anredeform nicht einheitlich verwendet. Viele Chefs entscheiden sich für das «Sie» – der «notwendigen Distanz» wegen.

SAMIARA ZINGARO

Es ist ein Wort mit gerade mal zwei Buchstaben, aber ein heikles. Und es kann ebenso ehrend wie beleidigend wirken: Für das «Du» in der Arbeitswelt gibt es keinen fixen Platz. Laut Betriebspsychologin (siehe Interview) fehlt eine allgemein gültige Regel. Der jeweilige Firmenstil bestimmt, ob Vorgesetzte ihre Mitarbeitenden per Du begrüßen. Auch in der Hotellerie, wo oft sehr

eng zusammengearbeitet wird, variiert die Handhabung je nach Betrieb, wie eine kleine Umfrage der htr hotel revue zeigt. Wie viele Sterne ein Hotel trägt, spielt dabei keine Rolle, eher, wie gross ein Betrieb ist.

Der Inhaber der «Krone» am Stadtplatz in Aarberg verfolgt eine klare Praxis: «Wir siezen alle Mitarbeitenden», so Christoph Müller. 25 Personen arbeiten hier. Als der Gastgeber vor knapp 11 Jahren das

3-Sterne Haus übernommen hatte, seien alle per Du gewesen, auch der Lehrling habe den Chef geduzt. «Ich fand das eigenartig», sagt Müller, der einem Gast einmal das «Sie» zurückgefordert hatte, als sich das Verhältnis änderte. «Das «Sie» schafft Respekt. Es geht auch um Wertschätzung.»

In der gleichen Klassifikation rangiert das Kultur- und Gasthaus Teufelhof in Basel. Raphael Wyniger leitet den 65-köpfigen Betrieb seit

Januar. Die vormaligen Besitzer haben alle Mitarbeitenden gesiezt. «Ich habe sofort allen Angestellten das Du angeboten.» Das Duzen gehöre zu seiner Firmenphilosophie. Wyniger ist der Ansicht, dass man sich Respekt mittels Arbeit holt und nicht durch eine Anrede. «Das Du schafft Nähe, aber eine positive», so der Geschäftsleiter. Jeder Mitarbeitende habe eine wichtige Rolle – nicht nur er als Chef – und verdiene es, gleich behandelt zu werden.

Davos. Sie nenne alle Angestellte beim Vornamen – siezt sie aber. Umgekehrt werden die Gastgeber mit Herr und Frau angesprochen. Eine einzige Ausnahme gibt's indes: Ein langjähriger Mitarbeiter und Mitglied wird von Direktor Ernst Wyrtsch geduzt. Laut Grandjean, die sich beruflich in verschiedenen 4- und 5-Sterne-Betrieben auskennt, wird dies in «90 Prozent der Hotels in dieser Grösse» so gehandhabt.

In Luzerns Palace Hotel verfährt Direktor Hans Koch gleich. «Es ist eine Frage des gegenseitigen Respekts», sagt er. Das «Sie» sei ein Mittel für eine «normale und notwendige Distanz». Koch siezt deshalb alle Mitarbeitenden, auch das Kader, und weist seine Abteilungsleiter an, es ebenso zu tun. Auch er macht eine Ausnahme: Bei einer Mitarbeiterin, die er seit 30 Jahren kennt. Für den Direktor des Luxushauses ist

klar: Ob man duzt oder siezt, habe weder mit der Grösse noch mit der Klassifikation eines Hotels zu tun. «Sondern mit dem Stil, wie ein Betrieb geführt wird.»

Nur die Lernenden werden geduzt

Auch im 4-Sterne-Familienbetrieb des Romantik Hotels Sants in Appenzel geht es formell zu und her. Inhaber Stefan Heeb siezt alle Mitarbeitenden – ausser die Lehrlinge. Auch hier gab's schon mal Ausnahmen, als etwa ein ehemaliger Lehrling später als Chef de Service arbeitete. «Siezen ist einfacher, auch um Kritik zu üben. Es verhilft zu einer Distanz.» «Es ist einfacher so. Es gibt eine gewisse Distanz.» 40 Leute beschäftigt die Familie. «In dieser Grösse ist das Siezen üblich», weiss Heeb, kennt er doch kleinere Betriebe, wo das Duzen üblich sei.

«Freut mich, ich bin die...» Duzen schafft eine soziale Nähe. Manche Vorgesetzte finden sie nötig, andere verzichten bewusst darauf.



Foto: A. Zingaro

«Eine Frage des gegenseitigen Respekts»

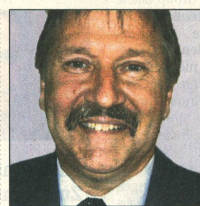
Auch bei Top-Adressen zählt in dieser Sache nicht das Personalheft, sondern die Kultur des Vorgesetzten. So gebe es bei den Steigenberger Hotels keine Weisung, wie Mitarbeitenden anzureden seien, erklärt Personalleiterin Christine Grandjean vom Grandhotel Belvédère

1. Tommy Hofmann, wann soll ein Vorgesetzter seinen Mitarbeitenden das «Du» anbieten?

Grundsätzlich ist das «Sie» oder «Du» ein Element der jeweiligen Kultur innerhalb der Firma oder Abteilung. Eine feste Regel gibt es nicht. Massgebend ist, wie es der Betrieb handhabt. Häufig ist, dass man sich im Team und in der Abteilung duzt, die Vorgesetzten aber siezt. Eine einzelne Person in einem Team sollte nicht mit dem «Sie» ausgeschlossen werden.

2. Stichwort Kultur. Ist Duzen amerikanisch?

Nein. Dort existiert zwar nur das Wort «you», aber das meint «Sie» und «Du». Oft ist die Ansprache mit dem Vornamen üblich. Das ist auch in vielen Firmen in der Schweiz gang und gäbe: Man nennt sich beim Vornamen, ist aber per Sie.



Personen

Tommy Hofmann

Funktion: Tommy Hofmann ist Betriebspsychologe und leitet das Betriebspsychologische Institut BPIH in Bern. Er berät zudem Unternehmen verschiedenster Branchen und Grössen. Schwerpunkt seiner Doktorarbeit: Betriebliche Kommunikation.

3. Welche Vor- und Nachteile bringt das «Du» aus Sicht des Chefs oder der Chefin? Gewisse Leute verlieren mit dem «Du» den gegenseitigen Respekt. Sie leiten daraus eine soziale Nähe ab und können diese missbrauchen. Viele Vorgesetzte können besser kritisieren, wenn sie jemanden siezen. Auch hier gilt: Eine allgemeine Regel gibt es nicht, es kommt auf das Arbeitsklima und die Gepflogenheiten in der Gruppe an.

4. Ist das «Du» in gewissen Branchen besonders üblich oder gar tabu? Das entscheidet die Firmenkultur. Es gibt grosse Hotelbetriebe, in denen man sich duzt und kleine, wo man sich siezt. Auch in einer Bank muss man nicht unbedingt siezen. Klar ist: Wer auf dem Bau arbeitet, ist mit den Kollegen per Du, auch wenn er aus einer anderen Firma kommt. saz

ANZEIGE



Reka-Checks und Reka-Card willkommen!

«Täglich zahlen Gäste bei uns mit Reka-Geld. Auf diesen Umsatz verzichten wir nicht mehr.»

Peter Schiltknecht, Direktor des Hotelbern, Bern

Akzeptieren auch Sie die Reka-Card?
Infos unter www.reka.ch/terminals
oder Telefon 031 329 66 24

reka

impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktion: Elisabeth Hobmeier/eho.
Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/sls.
Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Simone Leitner Fischer/sls (Ressortleitung dolce vita); Eugenio D'Alessio/eda (Ressortleitung

cahier français); Alexandre Caldarac/aca; Franziska Egli/fee; Miroslaw Halabala/mh; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenkerz/gsg; Karl Josef Verding/kjv.

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillet/adb.

Layout: Roland Gerber/ger, Regula Wolf/rwo.

Korrektorat: Paul Le Grand.

Volontär: Valant.

Online-Redaktion: Melanie Rott/rom.

Verlag

Leitung: Barbara König.

Assistentin: Monika Hausmann.

Stellensinsetzer: Angela Di Renzo;

Patricia Nobs Wyss.

Geschäftsanzeigen: Michael Müller;

Béda-Urs Schönenberger.

Druck: Buchler 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: Montbijoustrasse 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

Insertate: Tel. 031 370 42 42,

Fax 031 370 42 23, E-Mail: insertate@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 20 / 20 mai 2010



Lausanne

Ruud J. Reuland quittera son poste de directeur général de l'EHL fin mai. Interview bilan.
Page 20



Fribourg

Le Bad Bonn de Guin voudrait garder ses clients fumeurs en devenant un club privé.
Page 21



Les trains du MOB traversent notamment l'Oberland bernois.

Photos I&D

De Montreux à Interlaken d'une traite

Il flottait un air de soulagement, mardi dernier à Montreux, sur les terres du Golden Pass, la marque qui chapeaute les trains touristiques du MOB (Montreux Oberland bernois), des BLS et de ZB (Zentralbahn). Dès 2015, une nouvelle technologie ferroviaire, actuellement en phase de test avancé, devrait enfin permettre de filer de Montreux à Interlaken sans transbordement.

Des bogies qui s'adaptent aux rames

Le secret de cette innovation qui résonne comme une première suisse? AZweisimmen, dans l'Oberland bernois, des bogies capables d'épouser l'écartement des rames feront la transition entre voie métrique (1 mètre) et voie normale (1,4 mètre). Des prototypes de bogies ont été présentés pour la première fois ce mardi en gare de Montreux à l'occasion d'une démonstration suivie par une nuée de journalistes et d'officiels. Le projet, baptisé TransGoldenPass et budgété à 80 millions de francs, prévoit le montage de ces chassis extensibles sous vingt voitures panoramiques et classiques. Au-delà de la

Le GoldenPass devrait s'enrichir dans cinq ans d'une ligne directe Montreux-Interlaken. Le tourisme pourrait tirer profit de cette innovation.

EUGENIO D'ALESSIO

prouesse technologique, c'est l'ensemble des acteurs touristiques des régions concernées, Riviera vaudoise, Oberland bernois et canton de Fribourg, qui peuvent arborer un large sourire.

Comme l'a rappelé Richard Kummrow, le directeur du groupe Golden Pass, les trois blocs géographiques que traversent les trains panoramiques représentent à eux seuls quelque 5 millions de nuitées annuelles, soit un cinquième environ de l'industrie touristique helvétique. Dans ce contexte de fort potentiel de développement, le nouveau système de bogies à écartement variable fait figure, selon ses concepteurs, de vitrine marketing qui doit permettre de renforcer la

qualité de l'offre touristique et l'attractivité générale de la ligne Montreux-Interlaken. Et l'objectif des responsables touristiques est clair comme de l'eau de roche: donner un coup de fouet au nombre d'usagers helvétiques et étrangers, lesquels ont été 2,5 millions à emprunter le MOB l'année dernière (voir l'interview).

Les voyageurs qui se déplaceront entre la Riviera vaudoise et l'Oberland bernois sans changer de train jouiront d'ailleurs d'un service élargi, d'un confort accru et d'une offre gastronomique inédite. Plus nombreuses, les rames devraient, elles, passer de six à neuf voitures.

L'innovation est toujours un plus

Chef de section à l'Office fédéral des transports, un des commanditaires du Trans Golden Pass à l'instar de Vaud, Berne et Fribourg, Markus Giger résume avec finesse l'impact touristique du projet: «Outre qu'elle est profitable aux économies régionales, l'innovation technologique a toujours eu cette faculté d'attirer les touristes. Elle fonctionne comme un véritable aimant à voyageurs.»

www.transgoldenpass.ch

1. Quel objectif prioritaire poursuivez-vous avec le projet Trans Golden Pass?

Nous ambitionnons une hausse des voyageurs de 50% au terme de la première année d'exploitation des nouvelles rames. Et nous miserons sur des notions telles que les voyages de qualité, de confort, d'aventure pour toucher un public suisse et étranger toujours plus large.

2. Avez-vous des cibles touristiques spécifiques?

L'offre du Trans Golden Pass s'adresse d'abord aux tour-opérateurs qu'aux voyageurs individuels, notamment sur le marché international. Je suis d'ailleurs convaincu que l'existence d'une ligne directe entre Montreux et Interlaken va nous permettre de doubler l'attractivité touristique de notre produit auprès des voyageurs d'Asie et du Moyen-Orient.



A chaud

Richard Kummrow

Directeur du Golden Pass depuis 1999. Il a récemment annoncé qu'il quitterait son poste au printemps 2011.

3. Dans quel sens?

En vendant une destination Riviera vaudoise-Oberland bernois sans changement de train, nous éliminons un obstacle promotionnel majeur et nous abattons une barrière psychologique gigantesque auprès de touristes exigeants sur le confort des transports publics. Nous pourrions, dès lors, travailler ces marchés avec plus d'efficacité.

4. Mais alors pourquoi ne pas avoir élargi le concept à la ligne Montreux-Lucerne?

Cette extension pourrait en effet représenter l'étape ultime du développement de notre projet. Mais l'expérience montre que près de 80% des voyageurs descendent à Interlaken pour visiter les sites touristiques environnants, la Jungfrau tout particulièrement. Une ligne directe Montreux-Lucerne ne serait dès lors pas vraiment rentable. e da



Une rame du Golden Pass Panoramic en balade au-dessus du Léman.

ANNONCE

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner!

On fidélise ses habitués aussi facilement.

happysystems™

Ah! Si j'avais un lit happy.

reception@hotelleriesuisse

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

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

6 AU 9 JUIN 2010
Centre de Congrès Montreux SA

ZAGG
Montreux

Le salon professionnel suisse pour l'hôtellerie, la restauration et la gastronomie collective

www.zagg.ch | info@zagg.ch

UN RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER

AVEC les nouveautés du marché : ZAGG lounge, concerts, ateliers, présentations, le monde du vin, boissons, aménagements, équipements, architecture d'intérieur, décorations, éclairage, confiserie, desserts, formations, écoles, wellness, fournisseurs, grossistes

BRITA
Professional

PURITY C-
la solution flexible

<http://professional.brita.ch>

En bref

Suisse

Deux hôtels sous
un seul toit
à Petit-Lancy

Accor a ouvert le 10 mai dernier deux nouveaux établissements à Petit-Lancy, près de Genève: il s'agit d'un Ibis et d'un Etap Hotel, tout deux regroupés sous le même toit. L'Ibis possède 88 chambres non fumeurs. Quant à l'Etap Hotel, il commercialise ses 92 chambres à partir de 79 francs. Le parc hôtelier genevois d'Accor compte désormais huit établissements. Le groupe tiendra conférence de presse le 25 mai. Nous reviendrons plus en détail sur les hôtels de Petit-Lancy à ce moment-là. vt

Bombardier
décroche
le jackpot

Les CFF ont confié à Bombardier Transportation Switzerland SA la réalisation de 59 nouvelles rames à deux niveaux destinées au trafic grandes lignes. Le marché porte sur un montant d'environ 1,9 milliard de francs. «La décision a été prise au terme d'une procédure complexe, conforme aux accords internationaux et aux dispositions légales suisses», notent les CFF dans un communiqué. aca

Monde

Les emplettes
britanniques
d'Hotelplan

Le groupe Hotelplan vient de mettre la main sur le spécialiste anglais du tourisme de neige Enigma Travel Group. Cette société, forte d'un chiffre d'affaires de quelque 85 millions de francs annuels, emploie plus de 600 collaborateurs en pleine saison. Le montant de la transaction n'a pas été divulgué. Hotelplan UK englobe à ce jour les voyagistes Inghams avec Intravel ainsi que le nouveau venu, Enigma Travel. Cette nouvelle entité compte désormais parmi les entreprises les plus performantes du marché britannique des vacances de ski. eda



L'Ecole hôtelière de Lausanne peut compter sur une pléthore de candidatures.

Photos Alain D. Boillet

Le luxe du choix

Ruud J. Reuland quittera la direction générale de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) fin mai. Bilan.

DANIEL STAMPFELI

Ruud J. Reuland, vous quittez l'EHL après huit ans. Comment s'est-elle développée sous votre mandat?

J'ai travaillé trois points: la qualité des étudiants, des programmes de formation et de la carrière de nos étudiants après

leurs études. Les candidatures étant pléthoriques, nous pouvons choisir les meilleurs étudiants. Nous avons adapté nos programmes de formation aux besoins du management hôtelier et les actualisons sans cesse. Nous avons aussi intensifié notre partenariat avec l'industrie de l'accueil.

Quels ont été les points forts de vos huit années à l'EHL?

La possibilité de travailler étroitement avec le réseau des anciens étudiants dont nous avons intégré la gestion et les contacts à l'EHL. Nous pouvons ainsi leur fournir prestations et

services. Pour nous, ils sont un atout crucial, car ils sont les meilleurs ambassadeurs de l'EHL. Autre point fort: la visite d'Al Gore à l'EHL en 2008. Il a délivré un message impressionnant et parlé avec les étudiants.

Avez-vous eu des difficultés dans le développement des programmes de formation?

Comme nous avons apporté de grands changements dans nos programmes sur le fond, mais aussi dans la forme, les professeurs devaient aussi ajuster leur style d'enseignement, ce qui n'est pas toujours simple. Mais en Suisse, nous procédons

par étapes. Les changements ont donc été bien intériorisés.

Quel est le plus grand défi pour le management hôtelier en matière d'accueil?

La croissance, des services de haute qualité aux clients et la durabilité. Et le fait de concilier ces facteurs.

L'EHL est-elle outillée pour y répondre?

L'école a besoin d'étudiants talentueux et responsables, prêts à s'engager dans une formation de pointe. Ce n'est

Une carrière
entamée dans le
milieu hospitalier

Ruud J. Reuland (60 ans) est directeur général de l'EHL depuis avril 2002. Auparavant, il avait été doyen de l'Ecole hôtelière de La Haye, aux Pays-Bas, et avait commencé sa carrière en qualité de directeur des ressources humaines d'un hôpital à Haarlem (Pays-Bas). Marié et père de deux enfants adultes, il vit à Prévèrèges, dans le canton de Vaud. Michel Rochat, qui est chef de l'enseignement supérieur du canton de Vaud, lui succédera fin mai. dst

pas seulement un défi pour l'EHL, mais aussi pour toutes les écoles. Avec 1800 étudiants et à 100 ou 200 près, l'EHL a atteint ses limites. Une possibilité serait d'aider les autres écoles hôtelières dans le monde à bâtir leurs programmes et à les développer davantage. Quant à la durabilité, nous travaillons à l'intégrer dans nos programmes et dans nos cours.

Que fait l'EHL en matière de recherche et de développement? Dix professeurs sont engagés dans la recherche et le secteur de l'accueil doit aussi être impliqué. Mais en Europe, la recherche appliquée dans l'hôtellerie n'a pas encore de tradition. Il y a donc un potentiel à développer auquel, je l'espère, mon successeur sera sensible.

Adaptation
Françoise
Zimmerli sur la
base d'un article
de la page 5

Ruud J. Reuland
quitte l'EHL.



Sion se met à la promotion mobile

L'Office du tourisme de Sion vient d'acquiescer deux segway, des véhicules électriques à deux roues, afin d'assurer différentes missions de promotion dans la capitale valaisanne. Une première.

EUGENIO D'ALESSIO

«Chaque année, Sion accueille une trentaine de manifestations d'envergure qui drainent des milliers de visiteurs. Ce nouveau projet d'OT mobile, au diapason de l'image innovante de la ville, nous permet d'aller à la rencontre de nos hôtes et de renforcer ainsi l'impact de nos campagnes promotionnelles», explique Jean-Marc Jacquod, directeur de l'Office du tourisme de Sion. Avec la mise en service des deux segway séduisants, aux allures



Les OT mobiles séduisants, un concept novateur.

de chars romains, les traditionnels stands voués à la distribution de dépliant prennent un sacré coup de vieux.

Développés par une agence de communication lausannoise dans le sillage d'un concours lancé en automne 2009, ces engins monoplaces, d'une autonomie de 30 kilomètres, font figure de satellites de l'Office du tourisme de Sion. «Ils sont dévolus à des missions d'accueil et d'information», précise

Jean-Marc Jacquod. Et de poursuivre: «Grâce aux segway, nos collaborateurs peuvent se déplacer partout, se faufiler à travers la foule et distribuer ici et là des brochures touristiques avec une efficacité accrue. Cette promotion mobile est sans conteste un plus et marque davantage les esprits que la simple présence d'un stand.» L'ensemble du projet, de la phase de développement à la réalisation, a coûté quelque 40 000 francs.

Le salon professionnel suisse
pour l'hôtellerie, la restauration
et la gastronomie collective

ZAGG
Montreux

6 AU 9 JUIN 2010
Centre de Congrès Montreux SA

UN RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER

AVEC les nouveautés du marché | ZAGG lounge, concerts | ateliers, présentations |
le monde du vin, boissons | aménagements, équipements | architecture d'intérieur,
décorations, éclairage | confiserie, desserts | formations, écoles | wellness | fournisseurs, grossistes

www.zagg.ch | info@zagg.ch

Portes closes au club privé pour fumeurs

Le Bad Bonn de Guin a voulu se transformer en club privé ouvert aux fumeurs. Mais la loi fribourgeoise semble bien plus stricte qu'à Bâle.

ALEXANDRE CALDARA

Impossible de boire un verre au Bad Bonn de Guin depuis le samedi 5 mai, en dehors des soirs de concerts. Le célèbre bar rock a voulu modifier sa patente en janvier, officiellement pour se recentrer sur ses activités culturelles.

Le club de Guin a fait recours contre la décision du Conseil d'Etat

Mais les motivations du Bad Bonn étaient claires: se transformer en club privé pour permettre aux membres de l'association de fumer à l'intérieur. «C'est une question de survie», explique son administrateur Patrick Boschung. «Nous sommes situés en pleine campagne et malgré tous les concerts que nous organisons, nous ne sommes pas subventionnés comme les clubs du centre-ville de Fribourg». Alors le Bad Bonn a voulu suivre l'exemple

de l'association «Fümoar» à Bâle, où 105 restaurants sont devenus des clubs privés comprenant 50 000 membres. Mais ce qui existe même avec des soubresauts à Bâle semble inimaginable dans les cantons romands.

Dans le cas du Bad Bonn, Erwin Jutzet, le conseiller d'Etat en charge de la sécurité et de la justice, a décidé de ne plus autoriser l'ouverture du bar en dehors de ses activités culturelles. Le conseiller d'Etat doit finir de formuler ses observations cette

semaine. Ensuite la justice tranchera.

«Un endroit qui fait payer les consommations devient public.»

Alain Maeder
Police du commerce de Fribourg

Chef de la police du commerce, Alain Maeder ne comprend pas la décision du Bad Bonn. Pour lui, la législation fribourgeoise

est limpide en matière de clubs privés: «Nous n'avons jamais autorisé la création de ce type d'établissement. Nous considérons qu'un endroit qui fait payer les consommations devient public.» Les clubs privés qui ont prévalu sur la Riviera vaudoise n'ont jamais vu le jour au bord de la Sarine.

Le festival Kilbi n'imitera pas le Paléo, il restera fumeurs

«Pour un petit lieu comme le nôtre, impossible de concevoir un fumoir. On le mettrait sur scène ou dans la salle!», ironise Patrick Boschung. Le Bad Bonn organise un festival, le Kilbi. Va-t-il être non

fumeurs comme le Paléo de Nyon qui a annoncé que tous ses espaces fermés le deviendraient? «Pour nous, c'est impensable que l'on ne permette pas de fumer sous une tente de dix mètres de hauteur», précise Patrick Boschung.



Le bar du Bad Bonn, à Guin, n'est désormais ouvert que pendant les concerts.

Arnaud Guillet/ldd

ANNONCE

La nouvelle Valser Silence non gazeuse. La douceur d'une nouvelle source.

Gastronomia annonce avoir attiré déjà plus de quarante exposants

Le salon professionnel de la gastronomie et de l'hôtellerie dresse un premier bilan sur le front de la participation

Gastronomia, qui gravite désormais dans le giron de la société bâloise MCH Foire Suisse, vient de faire savoir que plus de quarante exposants s'étaient déjà inscrits à la manifestation qui aura lieu au Palais de Beaulieu de Lausanne, du 7 au 10 novembre prochains.

«Notre objectif, une centaine d'exposants, reste d'actualité. Mais vu la concurrence que représentent les salons Zagg et Gourmet, agendés début juin respectivement à Montreux et Genève, ce résultat est pour l'heure satisfaisant», confie le directeur de Gastronomia, René Zürcher. «Pour le reste, d'autres entreprises devraient bientôt s'ajouter

à la liste des exposants. S'agissant de la fréquentation, nous espérons voir affluer quelque douze mille visiteurs.»

Pour rappel, Gastronomia a mis sur pied un concept fondé sur trois piliers: un salon professionnel capable d'accueillir une centaine d'exposants, un espace VIP voué au networking ainsi qu'un espace forum destiné aux animations.

De son côté, le salon lucernois Zagg, qui va croiser le fer avec Gourmet en juin, avait annoncé le 6 mai dernier la présence d'une soixantaine d'exposants. Entre les trois larrons, la lutte s'annonce d'ores et déjà impitoyable.



Une maquette de l'espace VIP, un des piliers de Gastronomia.

VALSER
SILENCE

www.valser.ch

La non gazeuse douce.

En bref

Vaud

La Barcarolle va doubler sa capacité

L'Hôtel de luxe La Barcarolle, à Prangins, va connaître une extension d'envergure, indique le quotidien «24 Heures». Le quatre-étoiles situé au bord du Léman devrait passer de 39 à 97 chambres. Il ne parvenait plus à satisfaire la demande, notamment pour le tourisme d'affaires. Les nouvelles constructions seront réalisées dans le prolongement de l'hôtel, à l'arrière de celui-ci. Le sous-sol sera notamment occupé par un fitness, un sauna et un spa. eda

La Côte d'Ivoire pose ses valises à Montreux



La Côte d'Ivoire sera jusqu'au 24 mai au Royal Plaza, à Montreux, dans le cadre d'un stage de préparation en vue de la Coupe du monde de football. La Suisse et l'Algérie ont choisi Crans-Montana et la Corée du Nord Anzère (htr du 12 mai). eda

L'incontournable web

Réseaux sociaux et marketing, des opportunités bien concrètes pour les milieux touristiques. Simon Künzler, un expert, s'exprime.

SIMONE LEITNER

Les hôteliers et les milieux touristiques qui communiquent avec Facebook ou Twitter ont un avantage marketing certain», déclare Simon Künzler. Petit tour d'horizon sur le sujet avec ce spécialiste du e-marketing.

Les touristes téléchargent des photos sur Flickr, sont des fans de destinations sur Facebook, échantillent autour des séjours qu'ils recherchent et évaluent les hôtels sur Holidaycheck ou témoignent de l'expérience de leurs précédents voyages sur leur blog. L'utilisation de ces services en ligne montre que les clients s'informent de plus en plus sur le web et communiquent au moyen de ces nouveaux médias qui, quoiqu'on en dise, ont le vent en poupe. Ils ont même explosé ces dernières années. Et la tendance ne fait que de se confirmer. L'essor de Facebook, Twitter et la prolifération des autres réseaux sociaux ne sont pas des phénomènes passagers. Il s'agit bien d'une révolution

en profondeur de notre mode de communiquer. Cela dit, chacun, dans l'hôtellerie ou le tourisme, peut aborder à sa manière la question de savoir quand et comment il veut prendre ce nouveau virage. Il n'y a pas de recette unique et il n'est jamais trop tard.

Il faut disposer de ressources en matière de personnel

On ne peut guère se tromper. Au pire une FanPage Facebook peut être mal exploitée ou un blog pas mis à jour. En fait, celui qui décide d'utiliser ces plateformes comme outil de marketing devrait le faire de manière professionnelle, donc en offrant de l'actualité. Ce qui signifie disposer de ressources en matière de personnel. Et surtout que le chef d'entreprise ne seulement soutienne cette stratégie et mette du temps de travail à disposition, mais qu'il comprenne aussi la philosophie et les processus de ces nouveaux médias. Il n'est pas nécessaire qu'il alimente lui-même la FanPage Facebook, mais qu'il soutienne l'engagement et surtout qu'il évalue les mécanismes. Le monitoring online notamment – une question essentielle – doit être garanti.

Dans un hôtel ou dans les milieux touristiques, il n'est pas nécessaire non plus de créer un poste de directeur comme c'est le cas dans les grandes entreprises telles que le Credit Suisse ou Swisscom. A contrario, il est tout à fait possible de confier ce travail à un collabora-



On ne peut guère se tromper en utilisant un blog.

teur ayant des affinités avec l'informatique. Dans la phase initiale de mise en place du projet, il vaut sans doute mieux faire appel à un spécialiste qui peut ensuite soutenir le collaborateur en tant que consultant. Il est difficile d'évaluer le temps nécessaire qu'il faudra pour le suivi, mais à priori un poste de 20 à 50% devrait suffire.

L'engagement d'un hôtel dépend des objectifs fixés

Toutefois, l'hôtelier et la destination doivent être prêts au dialogue avec leurs clients et déterminer jusqu'à quel point ils souhaitent s'engager à participer activement ou



«Le chef d'entreprise doit comprendre la philosophie de ces nouveaux médias.»

Simon Künzler
Spécialiste en e-marketing

non. En aucun cas, c'est la taille d'un hôtel ou d'une destination qui décide de l'utilisation de Facebook ou de Twitter. Leur engagement dépend des objectifs qu'ils se sont fixés. Avec l'essor des mobiles et des terminaux intelligents, le marché des applications va prendre une part croissante. Il existe de plus en plus d'applications qui sont aussi disponibles sur d'autres smartphones comme les BlackBerry. Grâce à cette démultiplication des applications, l'avenir de l'internet mobile est très prometteur.

Adaptation Françoise Zimmerli
sur la base d'un article page 7

La Broye fait la nique à la crise

Le tourisme broyard se porte plutôt bien. Et réserve quelques surprises pour l'été. Tour d'horizon.

CLAUDE JENNY

Avec quelque 70 000 nuitées enregistrées en 2009, les trois régions touristiques de la Broye (Estavayer-Payerne, Avenches et Moudon) ont plutôt bien résisté à la conjoncture morose. «Nous sommes dans la cible», commente Adrien Genier, directeur d'Estavayer-Payerne Tourisme. Une baisse des nuitées a été enregistrée surtout en raison de la diminution de fréquentation du Park Inn Hotel, sur la N1 à Lully, qui a souffert de la désertion des groupes asiatiques.

Directeur d'Avenches Tourisme, Michel Doleires estime aussi que le tourisme régional «a bien résisté parce qu'il est tourné vers la parahôtellerie». Les nombreux campings de la région, très prisés, n'ont pas souffert. «Cette forme d'hébergement ne connaît pas la crise», souligne Michel Doleires.

Avec le développement industriel de la région d'Avenches, les retombées positives des activités du Haras national et ses trois festivals annuels, la cité romaine se posi-

tionne avantageusement. Plusieurs nouveautés seront proposées cette saison aux estivants.

A Estavayer-le-Lac, le lancement des «forfaits Making of» sera apprécié des touristes qui recherchent davantage que des plaisirs lacustres. A des petits groupes de trois personnes au minimum, il est proposé, en collaboration avec des professionnels du «Studio 41», de réaliser un tournage vidéo sur trois jours. A Avenches, Michel Doleires entend aussi jouer une nouvelle

carte culturelle en lançant des visites guidées thématiques «sur la trace de...» personnages historiques. C'est l'empereur romain Marc-Aurèle qui ouvrira les feux, suivi d'un pionnier de l'aviation en Suisse, Ernest Failloubaz.

Sur un autre ton, le Musée du Vieux-Moudon présente jusqu'à la fin du mois d'octobre une exposition originale de 100 pots de chambre! Si «Moudon tourne autour du pot», le tourisme broyard n'innove pas idiot...



Estavayer-le-Lac s'apprête à innover en vue de la saison estivale.

Chèques Reka et Reka-Card bienvenus!

«Tous les jours, nos clients paient en argent Reka. Nous ne pourrions plus nous en passer!»

Peter Schiltknecht, directeur de Hotelbern, Berne

Acceptez-vous aussi la Reka-Card?
Infos sous www.reka.ch/terminals
où téléphone 031 329 66 24

reka

Un voyage au Moyen Âge

Haut lieu spirituel clunisien au Moyen Âge, Romainmôtier célèbre en 2010 les 1100 ans de l'ordre monastique. Visite.

ELSBETH HOBMEIER

Comme les pèlerins de jadis, nous nous promenons dans les ruelles de la bourgade vaudoise qui fleurit bon le Moyen Âge, avant de contempler la vaste nef de la plus ancienne abbaye romane de Suisse. Ici, la pierre vieille datant de 1400 ans, avec la croix irlandaise et les palmes, qui fut la chaire. Là, le chœur avec ses stalles sculptées qui servaient de discrets appuis aux moines bénédictins.

Une basilique grandiose
L'immense basilique reste le cœur de Romainmôtier – même si les conquérants bernois détruisirent les bâtiments conventuels ré-

duisant ainsi la taille de l'ancien édifice bénédictin.

Heureusement, la Maison du Prieur a échappé au saccage et devint le siège du bailli. En 1959, l'écrivaine et globe-trotter Katharina von Arx a le coup de foudre pour cette demeure du 13^e siècle. «Je cherchais une vieille cabane et j'ai trouvé un monument historique», explique l'octogénaire qui vit au prieuré qu'elle a restauré au fil des décennies grâce à ses ouvrages qui font connaître le lieu loin à la ronde («Ma Folie Romainmôtier», Cabédita, Bîère), «La Clef de Voûte», l'association fondée pour l'aider à poursuivre son œuvre, gère un petit salon de thé au rez-de-chaussée.

Dans les somptueuses salles de la Maison du Prieur, Ulrich Indermühle organise des brunchs

musicaux et des soirées «Meurtres et Mystères». L'Hôtel «Au Lieutenant Baillival», restauré par son propriétaire Michel Blanc, a été désigné «hôtel historique» par l'Icomos en 2009.

En face, l'Hôtel Saint-Romain est à vendre, l'«infirmerie» attenante est depuis longtemps à l'abandon – on pourrait y construire un

hôtel chic susceptible d'attirer une nouvelle clientèle sur le site. Le «Pectinarium», sur la place du village, offre des confitures maison. Et le café-boulangerie «Fleur de Farine» innove avec son «pain de Cluny». Une balade romantique le long du Nozon vaut le détour surtout si on la complète d'un repas «Au Gaulois», à Croy, où officie le jeune chef Cédric Rey, qui fut le second de Carlo Crisci au Cerf, à Cossonay.

L'événement pourrait attirer 80 000 visiteurs

Les 1100 ans de Cluny sont l'occasion rêvée pour Romainmôtier de revenir sur son histoire. La directrice de l'Office du tourisme, Dominique Faesch, compte sur 80 000 visiteurs en cette année de commémoration. Le programme des manifestations est aussi riche que passionnant, notamment l'exposition «Les monuments funéraires des grands prieurs de Romainmôtier et l'iconoclasme». Détruit lors de la Réforme, le monument funéraire du prieur Henri de Sévery a été reconstitué. Autre curiosité, le film en 3D «Romainmôtier du 5^e siècle à nos jours» retrace l'évolution architecturale du monastère. Avoir tous les deux à la Grange de la Dime, jusqu'au 7 novembre.

www.romainmotier.ch
www.romainmotier.ch

Adaptation Françoise Zimmerli



L'intérieur de l'abbaye de Romainmôtier, un joyau de l'art roman.

Michel Gaudard/20g

Pêle-mêle

Le Jardin des vins continue sur la voie du succès

La troisième édition du Jardin des vins, qui s'est déroulée à Sion les 14 et 15 mai, s'est soldée par un bilan que les organisateurs qualifient de très satisfaisant. Malgré une météo peu clémente, la manifestation séduisait plus de 4500 personnes, un chiffre en hausse par rapport aux deux premières éditions, indique le président Patrice Walpen. Plus de 60% des visiteurs provenaient de l'extérieur du Valais, en majorité de Suisse romande. La quatrième édition du Jardin des vins est d'ores et déjà agendée pour les 3 et 4 juin 2011. eda

Un petit paradis planté au cœur d'Yverdon



Danielle Demerval, une artiste parissienne, vient d'aménager quatre chambres d'hôtes classées quatre étoiles dans une maison de maître située à La Sablonnière, un quartier résidentiel d'Yverdon-les-Bains. A l'instar d'un hôtel, chaque chambre est équipée d'une salle de bains privée et donne sur le jardin. eda

www.lasablonnaire.ch

Valable du 10 au 29 mai 2010
chez votre dépositaire de boissons.



L'énergie naturelle

Action commander maintenant



-0.20 Rabais



-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



«Cette promotion mobile est un plus et marque davantage les esprits que la simple présence d'un stand.»

Jean-Marc Jacquod (page 20)

24



L'Odéon, un des hauts lieux de la vie biennoise.

Alain D. Bollat

Le lifting d'un bar mythique

Le café-bar L'Odéon, au cœur de la ville de Bienne, s'apprête à être retoileté. Les travaux devraient débuter cet été.

MIROSLAW HALABA

Établissement mythique de Bienne, L'Odéon fera prochainement peau neuve à la faveur d'un changement de gérant. L'exploitation de ce café-bar, situé à la rue de la Gare, la principale artère de la capitale seelandaise, sera reprise le 1er juin par Rolf Schädli, restaurateur à Nidau.

Des travaux qui devraient durer six semaines

Cedernier profitera de l'été pour procéder à un programme de réno-

vation qui devrait durer quelque six semaines. Il s'agira principalement, a-t-il expliqué, de rafraîchir l'agencement intérieur.

Rolf Schädli tient, en effet, à conserver le caractère accueillant d'un témoin des grandes années de Bienne. «Ouvert en 1930, L'Odéon est le plus vieux établissement public de la ville encore en activité. Et il est important qu'il le reste», indique-t-il.

L'Odéon où «tout est bon», comme le dit son slogan inscrit à l'entrée, a aussi la particularité de torréfier son café. Ouvert tous les jours de la semaine, il est notamment fréquenté par une clientèle d'affaires.

Une nouvelle carte de petite restauration attendra les clients à la réouverture, prévue à la mi-août. Rolf Schädli étudie toutefois l'op-

portunité de se lancer dans la restauration chaude. Cette rénovation contribuera à accroître encore l'attrait de la rue de la Gare.

A la fin du mois de février, déjà, c'est le bar Cecil, situé à quelques encablures de L'Odéon, qui avait rouvert ses portes. Un établissement plein d'histoire aussi, puisque ses origines remontent à 1939.

«L'Odéon est le plus vieux établissement public de la ville en activité.»

Rolf Schädli
Restaureur

Une offre qui plaît au public

Cette nouvelle offre plaît au public. Rolf Schädli n'y voit cependant pas une concurrence,

mais bien une complémentarité à celle qu'il propose. A noter que depuis quelques années, la circulation est limitée à la rue de la Gare, dans le dessein, précisément, de rendre celle-ci plus conviviale pour les piétons.

Les gens

Un chef de renom au Grand Hôtel du Lac de Vevey

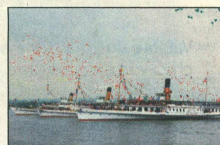
Thomas Neeser a été nommé à la tête des brigades de cuisine du Grand Hôtel du Lac de Vevey, l'un des membres éminents du réseau



Relais & Châteaux. Né en avril 1973, ce chef allemand s'est notamment illustré au sein du mythique établissement berlinois Lorenz Adlon. Sous son règne, ce restaurant sera récompensé à plusieurs reprises. Thomas Neeser peut faire valoir une étoile Michelin et un 17/20 au Gault Millau. Au Grand Hôtel du Lac, il succède à Fabrice Taulier, éda

Les cinq bateaux Belle Epoque de la CGN attirent la foule

Près de dix mille personnes ont pris place dimanche dernier sur les quais de Morges pour assister au magnifique spectacle printanier mis sur pied par la Compagnie générale de navigation sur le lac Lé-



man (CGN). Les cinq bateaux Belle Epoque participant à ce ballet aquatique ont accueilli 1540 passagers. Pour mémoire, le bateau vapeur amiral de la flotte CGN, «La Suisse», souffle cette année ses 100 bougies. Il a été à l'honneur à Morges. Le spectacle a duré une heure et demie. Les bateaux ont enchaîné différentes figures de la chorégraphie composée par Olivier Che- naux, le premier capitaine de la CGN. Après un lâcher de deux mille ballons biodégradables et un coup de sifflet collectif, les cinq unités ont rejoint leurs ports. aca

Le directeur du tourisme vaudois quittera son poste au printemps 2011

Charles-André Ramseier a marqué le tourisme par un professionnalisme que ses pairs ont reconnu et récompensé.

Directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), Charles-André Ramseier, 61 ans, quittera ses fonctions le 31 mai 2011 pour faire valoir ses droits à la préretraite après

15 ans d'activité. Avec ce départ, la région du Léman perdra un «véritable professionnel du tourisme» et un «ambassadeur» du canton qui a «largement contribué au rayonnement de la Suisse à l'étranger», indique le comité directeur de l'OTV. En 2005, Charles-André Ramseier était lauréat du Milestone pour sa carrière exemplaire. «Une récompense qui m'a beaucoup touché», a-t-il dit.

Charles-André Ramseier ne restera pas inactif. Il a plusieurs projets. Comme il est encore en fonction, il ne souhaite pas les dévoiler, mais précise qu'ils seront dans le domaine «sport et tourisme». D'ici là, il travaillera sur divers dossiers comme l'achèvement des travaux d'harmonisation des sites web des offices du tourisme vaudois. mh



Charles-André Ramseier, un vrai professionnel du tourisme.

Alain D. Bollat

Un «Café des arts» très couru

Le café Le Mariana, à Bienne, fait la part belle aux artistes. Un concept mis en place par le Prévôtois Pierre Giauque.

MIROSLAW HALABA

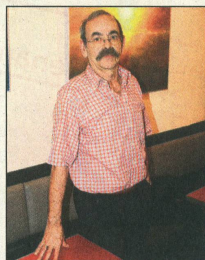
A deux pas de la gare, le café Le Mariana accueille ses hôtes dès 5h. Une particularité quasiment unique pour la capitale seelandaise. «Ils peuvent même venir à 4h30», indique son gérant Pierre Giauque, ancien maître secondaire, puis pendant quelques années hôtelier à Amsterdam. La clientèle y trouve les croissants frais et une quantité de journaux de tout le pays. Mais ce n'est pas tout ce qui fait la réputation du Mariana. Depuis 2002, Pierre

Giauque ouvre, en effet, son établissement aux artistes. Ce qui l'a incité à appeler ce dernier «Café des arts». En huit ans, il a reçu une quarantaine de peintres ou de photographes, de la région, avant tout, mais aussi d'ailleurs. «Je ne dois pas chercher les artistes. Ils viennent eux-mêmes et comme je ne suis pas critique d'art, je ne les sélectionne pas», dit-il. Les vernissages sont très courus et les œuvres exposées créent un dialogue permanent avec les clients.

Cet amour que le Prévôtois manifeste pour l'art se retrouve dans sa cuisine. «Tout est fait maison», explique-t-il. L'offre comprend deux menus, dont un végétarien. Ainsi, ces derniers jours, la clientèle pouvait déguster du ragout de bœuf, des asperges, des raviolis, «maison» bien sûr, ou encore un quasi de porc. Pierre

Giauque estime que c'est un bon créneau. «La cuisine cuisinée revient», note-t-il.

www.mariana.ch



Pierre Giauque a été hôtelier à Amsterdam.

Miroslaw Halaba

La pêche aux bonnes affaires est lancée.

Découvrez le nouvel assortiment poisson de Mérat



En complément au vaste assortiment de viande, Mérat vous propose, dès maintenant, des filets de poisson congelés, crevettes et produits convenance de poisson, dans un format gastro très pratique.

Notre offre actuelle du 10 au 23 mai

Filet de perche avec peau, 20-40g **16.90/kg** à la place de 19.50/kg

mérat

VIANDES & COMESTIBLES

Berne 031 378 45 45
Bâle 058 575 01 01
Zurich 058 575 00 00
Vuchers 026 684 94 04

Commandez 24/24
Fax (gratuit) + répondeur:
0800 507 507
www.merat.ch

stellenrevue htr marché d'emploi

htr hotelrevue Nr. 20 / 20. Mai 2010

Der grösste Stellenmarkt
Le principal marché
de la branche

Pfingstausgabe Nr. 21
erscheint am Do. 27. Mai 2010
Anzeigenschluss Fr. 21. Mai 2010, 9.00 Uhr

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Plan dini Karriere mit Eus!

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

**HOTEL
CAREER**

Aktuell über 750 Hotel- und
Gastronomiejobs in der
Schweiz.

Besuchen Sie
WWW.HOTEL-CAREER.CH

**Hoteldirektorin
gefunden**

htr stellenrevue

Online unter
www.hoteljob.ch

www.gastrojob.ch

Topjobs und Gastroprofis – ganze Schweiz

GastroJob

Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

Inhalt / Sommaire	
Aus- und Weiterbildung	2
Direktion/Kaderstellen	3-6
Deutsche Schweiz	5-9
Suisse romande	9
Svizzera italiana	9
International/Marché international	9
Stellengesuche/Demandes d'emploi	9
Immobilien	10

Höhere Gewalt
Eyjafjöll: der
isländische Vulkan
wirft viele Rechts-
fragen auf.



Fotolia

Annulation höhere Gewalt



MARC KAUFMANN
LIC. JUR., FÜRSPRECHER,
LEITER WIRTSCHAFT UND RECHT
HOTELLERIESUISSE

Als höhere Gewalt bezeichnet die schweizerische Rechtsordnung ein «unvorhergesehenes, unvorhersehbares, aussergewöhnliches Ereignis, das mit unabwendbarer Gewalt von aussen hereinbricht, also ein zu hoher Intensität gesteigerter Zufall». Ohne Zweifel kann ein Vulkanausbruch, welcher den Flugverkehr in grossen Teilen der Welt zum Erliegen bringt, als klassisches Beispiel höherer Gewalt angeführt werden.

Verhinderte Anreise

Gemäss OR Art. 119 gilt eine Forderung als erloschen, wenn durch Umstände, die der Schuldner (im Gastaufnahmevertrag also das Hotel) nicht zu verantworten hat, seine Leistung unmöglich geworden ist. Falls nun aber auf der Gegenseite der Gast die Leistung des Hotels nicht entgegenneh-

men kann, ist OR Art. 91 über den Gläubigerverzug zu berücksichtigen: Der Gläubiger (Gast) kommt nur in Verzug, wenn er die Annahme der gehörig angebotenen Leistung ungerechtfertigterweise verweigert.

Die aussergewöhnlichen Umstände des Vulkanausbruches führen dazu, dass der Gast in der Regel nicht in Gläubigerverzug kommt, da es sich um keine ungerechtfertigte Weigerung handelt, sondern der Gast eben aufgrund höherer Gewalt nicht anreisen kann. Zwar liegt die An- und Abreise grundsätzlich in der Verantwortlichkeit und der Risikosphäre des Gastes und dieser ist bei Störungen, die in seiner Person liegen (Erkrankungen, Verkehrsstau usw.) dafür verantwortlich und dementsprechend schadenersatzpflichtig. Nicht schadenersatzpflichtig ist der Gast aber, wenn höhere

Gewalt die Anreise verunmöglicht und keinerlei üblichen Reismöglichkeiten mehr zur Verfügung stehen. Allfällige Vorauszahlungen, welche bereits geleistet wurden, müssen in diesen Fällen im Rahmen des Vertrages rückabgewickelt und somit zurückbezahlt werden.

Verspätete Anreise

Hat der Gast hingegen einen längeren Aufenthalt gebucht und ist die Anreise ein, zwei Tage später möglich, trifft den Gast die Verpflichtung zur Schadensminderung, das heisst, er ist in solchen Fällen verpflichtet, den Vertrag auch zu einem späteren Zeitpunkt zu erfüllen, sofern das Hotel sein Angebot aufrechterhalten kann. Die Übernachtungen, welche nicht in Anspruch genommen werden konnten, sind nicht zu

bezahlen. Reist aber der Gast ein paar Tage später nicht an, obwohl er die Möglichkeit dazu hätte, wird er ab diesem Zeitpunkt schadenersatzpflichtig.

Tour-Operators

Bei der Behandlung von Annulationen von Tour-Operators ist zu differenzieren. Erhebt der Tour-Operator gegenüber seinen Kunden Schadenersatzforderungen, besteht für den Hotelier keine Veranlassung, seinerseits auf seine Annulationsforderungen zu verzichten. Solange Reisebüros und Tour-Operators nicht Gewähr dafür bieten, dass sie gegenüber den Gästen oder Dritten keinerlei Ansprüche auf Schadenersatz, Annullierungskosten oder Verfallgelder haben, sollte auch der Hotelier nicht auf eine Zahlung verzichten.

Hier bestimmen Sie den Inhalt!

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

htr hotelrevue

**COOLE DRINKS
HEISS GELIEBT**

**DAS
INTENSIV-
SEMINAR
VON GASTROKURS**

TERMINE
Frühling: 09.05. bis 08.06.2010
Sommer: 29.08. bis 04.09.2010
Herbst: 15.11. bis 20.11.2010

**WEITERE
INFORMATIONEN**
Gastrokurse
Bühnen
Tel. 044 926 39 58
www.gastrokurs.ch

PREISE
CHF 1'100.- inkl. Pension
GASTK. 2009
974310

Sprachaufenthalte

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

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

Hotel & Gastro formation

by
Hotel & Gastro Union
GastroSuisse
hotellerieuisse

Letzte Plätze zu vergeben...

Wir führen Sie zu eidgenössischen Diplomen:

Vorbereitungskurse auf die Höheren Fachprüfungen

- Küchenchef/in / Produktionsleiter/in
- Restaurationsleiter/in
- Hauswirtschaftsleiter/in

Beginn: 14. Juni 2010

Profitieren Sie von Vergünstigungen durch den
Landes-Gesamtarbeitsvertrag im Gastgewerbe.

Rufen Sie uns an - wir beraten Sie gerne!

Hotel & Gastro formation
Herr Jonas Schmid / Eichstrasse 20 / 6353 Weggis
Tel. 041 392 77 07 / Fax 041 392 77 70
j.schmid@hotelgastro.ch / www.hotelgastro.ch

Anzeigenschluss verpasst?

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr **hotel revue**

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: hotellerieuisse, 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 Holmeier

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

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

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

E-Mail: insetate@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

- Stellenangebote / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10

- Kadernubrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadrif CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellenangebote / 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

	Nr. 21/2010	Nr. 22/2010	Nr. 23/2010	Nr. 24/2010
- Ausgabe / Numéro	27.5.2010	3.6.2010	10.6.2010	17.6.2010
- Erscheint / Parution			7.6.2010	14.6.2010
- Anzeigenschluss / Délai	21.5.2010 9:00 Uhr	31.5.2010		

Anzeigenschluss / Délai Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr Liegenschaften - Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr

Doppelnummern

Numéros couplés 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 REMP 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 untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.

Restaurant Markthalle Im Viadukt

*Wir eröffnen Anfang September 2010 das Restaurant Markthalle im Viadukt in Zürich 5 und suchen Profis für folgende Jobs:

Service:
Chef de Service
Sommelier/Chef de Bar
Kellner und Kellnerinnen
Baristas und Barkeepers
Buffetiers

Küche:
Souschef
Chef Tournant
Chefs de Partie
Jungköche, Hilfsköche
Pâtissier
Casseroliers

Wir erwarten ein professionelles Dienstleistungsverständnis, Leidenschaft fürs Essen und Trinken sowie eine grosse Erfahrung im Gastgewerbe.

Das Restaurant Markthalle ist Teil der Markthalle Im Viadukt und bietet Platz für 140 Gäste (im Sommer für über 200). Es ist täglich von 8-24 Uhr geöffnet, am Sonntag von 8-18 Uhr. Wir kochen, was der Markt an guten Produkten hergibt, und servieren alles in die Mitte des Tisches (ein bisschen wie zuhause, früher). Wir legen grossen Wert auf einfaches und gutes Essen sowie auf klassisch professionellen Service in entspannter und grässiger Atmosphäre.

Bitte sende Dein Bewerbungsportfolio mit Motivationsschreiben per Post oder E-Mail an:



Restaurant Gasometer AG
Personalbüro
Neugasse 84 8005 Zürich
hr@gasometerag.ch

*Wir sind das Restaurant Gasometer AG und wir stehen hinter den Restaurants Josef, Italia, Lily's und der Wirtschaft Ziegelhütte.

FRONTORIENTIERTE/N BETRIEBS-ASSISTENTEN/IN

FÜR UNSER RESTAURANT «ENTRECÔTE CAFÉ FÉDÉRAL»
IM HERZEN DER STADT BERN SUCHEN WIR EINE/N



PER SOKFORT ODER NACH VEREINBARUNG.

AUFGABENBEREICH:

SIE SORGEN FÜR DEN REIBUNGSLOSEN BETRIEBSABLAUF, ARBEITEN SELBSTÄNDIG UND ZIELORIENTIERT. SIE SIND EINE NATÜRLICHE PERSÖNLICHKEIT, WELCHE MITHILFT, UNSER ERFOLGREICHES KONZEPT MIT LIEBE ZUM DETAIL UMZUSETZEN UND BEGEISTERUNG UND FACHWISSEN AN DAS TEAM WEITERGEBEN KANN UND WILL. SIE HABEN EIN KONSEQUENTES AUFTRETEN UND SORGEN SICH MIT VIEL CHARMÉ UM DAS WOHL UNSERER GÄSTE. DAS ENTWICKELN VON INNOVATIVEN IDEEN, UM DAS UNTERNEHMEN MIT ZU GESTALTEN, IST FÜR SIE EINE GROSSE HERAUSFORDERUNG.

ANFORDERUNGSPROFIL:

SIE BRINGEN DIE GEEIGNETE FACHKOMPETENZ MIT (GASTGEBERLICHE AUSBILDUNG UND COMPUTERERFAHRUNG), SIND ZWISCHEN 25 UND 35 JAHREN, BELASTBAR, FLEXIBEL UND SPRACHGEWANDT (D, F UNBEDINGT, E WÜNSCHENSWERT).

WIR BIETEN:

EINE NEUE HERAUSFORDERUNG MIT ZUKUNFT IN EINEM INNOVATIVEN RESTAURANT, GUTES ARBEITSKLIMA IN EINEM JUNGEN UND MOTIVIERTEM TEAM, REGELMÄSSIGE ARBEITSZEITEN UND TRANSPARENZ IN DER GESCHÄFTSFÜHRUNG. MÖGLICHKEITEN ZU INTERNER WEITERBILDUNG UND EINE GUTE CHANCE FÜR IHRE PERSÖNLICHE ZUKUNFT.

INTERESSIERT? DANN FREUE ICH MICH AUF IHRE BEWERBUNGS-
UNTERLAGEN MIT FOTO!

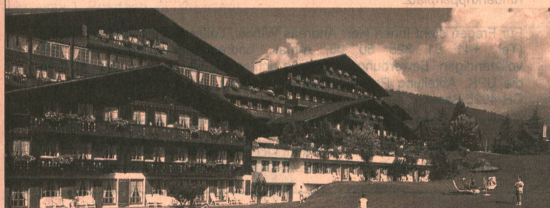


ENTRECÔTE CAFE FEDERAL

HERR LUKAS UEHLINGER - BÄRENPLATZ 31 - 3011 BERN - TELEFON 031 311 16 24
WWW.ENTRECOTE.CH

STEIGENBERGER
HOTELS AND RESORTS

InterCityHotel



Als herzliche Gastgeber begeistern wir Menschen mit einzigartiger Qualität.

Seit 80 Jahren bietet die Steigenberger Hotel Group Komfort auf Spitzenniveau. In unseren derzeit 80 Steigenberger Hotels and Resorts und InterCityHotels sorgen über 6.500 Mitarbeiter für das Wohl unserer Gäste. Mit Häusern in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden und Ägypten gehören wir zu den Branchenführern in Europa. Eine solche Tradition lässt uns nach den Besten Ausschau halten – wenn Sie dazu gehören, bewerben Sie sich bei uns.

Für das Steigenberger Hotel Estdad-Saaren, dem grössten Betrieb in der Feriendestination „Saarenland“, suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Hoteldirektor/in

Als Gastgeber eines lebendigen 2-Saison-Betriebes übernehmen Sie die Verantwortung für 70 Mitarbeiter, mehr als 120 Zimmer, zwei Restaurants, moderne Tagungsräume sowie einen Wellnessbereich von über 1.000 m².

Diese Herausforderung bietet Ihnen:

- Führungsverantwortung mit hoher Entscheidungskompetenz
- Eine vielfältige Erlebniswelt der Spitzenhotellerie
- Fordernde, dynamische und einsatzfreudige Mitarbeiter
- Eine zukunftsorientierte Unternehmenskultur

Ihr Aufgabenbereich umfasst:

- Die selbstständige Führung des Hotelbetriebes vor Ort
- Umsetzung der strategischen Unternehmensziele
- Förderung der hohen Motivation und Professionalität der Mitarbeiter
- Ausbau und Pflege der Kommunikationskultur innerhalb und ausserhalb des Hotels

Sie bringen mit:

- Den erfolgreichen Leistungsausweis in verantwortungsvoller, menschenorientierter Führung in einem der Position entsprechenden Umfeld
- Fundierte betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- Konzeptionelles und operatives Denken
- Starke persönliche Ausstrahlung sowie ein hohes Mass an Integrität
- Gewandtheit in den Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch

Fühlen Sie sich durch diese nicht alltägliche Herausforderung angesprochen? Motiviert es Sie, als Teil eines internationalen Konzerns am Erfolg mit zu wirken? Dann senden Sie Ihre Bewerbung (inkl. Foto) an:

Monika Schüpbach - Geschäftsführerin
Steigenberger Hotels AG - Gotthardstrasse 18 - 8800 Thalwil
E-Mail: mschuepbach@steigenberger.ch

Claus-Dieter Jandel, Executive Vice President, steht Ihnen unter der Nummer +49 69 66564-611 für weitere telefonische Auskünfte gern zur Verfügung.



SCHLOSS LAUFEN | ERLEBNIS AM RHEINFALL

SCHLOSS LAUFEN

Hören Sie, was diese ehrwürdigen Mauern für Geschichten erzählen? Damit neue Geschichten dazukommen und dieses wunderbare Haus – mit von Herzen gelebter Gastfreundschaft – weiterblüht, suchen wir eine/einen

GESCHÄFTSFÜHRER/IN

In unserem Erlebnisreich – 70 Meter über dem Rheinfluss – geniessen unsere Gäste die entspannende Gastfreundschaft im frisch renovierten Schloss Laufen. Diese besondere Location ist für die unterschiedlichsten Events eine Attraktion. Eine reiche Auswahl an kulinarischen Freuden ist nur ein Highlight unter vielen.

In dieser anspruchsvollen Kaderfunktion sind Sie für die komplette Führung dieses einmaligen Hauses verantwortlich. Als herzlicher Gastgeber mit hohen Qualitätsansprüchen an sich und das Team, bringen Sie wirtschaftliches Denken und Handeln sowie Organisationstalent mit, um diesen ISO zertifizierte Betrieb erfolgreich zu führen. Rund 50 begeisterungsfähige Mitarbeitende unterstützen Sie tatkräftig, sorgen täglich mit viel Engagement für die Gästezufriedenheit und helfen Ihnen bei der Vermarktung. Diverse administrative Tätigkeiten im Zusammenhang mit der Betriebsführung runden Ihr Aufgabengebiet ab.

Ihr Profil

- abgeschlossene Hotelfachschule und/oder mehrjährige, erfolgreiche Führung eines ähnlichen Betriebs
- sehr gute Kenntnisse im administrativen Bereich und betriebswirtschaftliche Weiterbildung
- Erfahrung in der Planung und der Durchführung von Banketten
- Fundierte Führungserfahrung und Organisationstalent
- Gastgeber mit Leib und Seele

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wenn ja, freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inkl. Foto und Angabe zu Ihrer Lohnvorstellung.

SV (Schweiz) AG | Reto Gerspacher
Human Resources Consultant | Memphispark
Wallisellenstrasse 57, CH-8600 Dübendorf 1



Damit das Restaurant **Le Poisson** (40 Plätze) das Top-Fischrestaurant in Zürich bleibt und das italienische Restaurant **Vivace** (40 Plätze), die Bar (22 Plätze) und der Banketraum (50 Plätze) seine anspruchsvolle Kundschaft weiterhin mit einer qualitativ konstant guten Leistung verwöhnen kann, suchen wir Sie auf Mitte Juni, Anfangs Juli 10 als unseren neuen gesamt verantwortlichen

KÜCHENCHEF

Ein bestens motiviertes Team (5 Köche, 3 Lehrlinge) steht Ihnen für die Bewältigung dieser vertrauens- und anspruchsvollen Aufgaben zur Seite. Das fachlich gut ausgewiesene Service-Team unter Leitung von Werner Klement garantiert dafür, dass Ihr Endprodukt bei den Gästen mit Begeisterung verkauft wird. Eine aussergewöhnliche Kaderstelle, mit einem ausgezeichneten Entwicklungspotential! Unser Haus gehört zu den Top****Hotels im Herzen von Zürich. www.hotelglaernischhof.ch informiert Sie über alles weitere unseres vielfältigen Innenlebens. Ich freue mich auf Ihre schriftliche Bewerbung.



GLÄRNISCHHOF

STADT & BUSINESSHOTEL ZÜRICH
Claridenstrasse 30 - 8002 Zürich 2
Rolf Benz, Direktor - Tel 044 286 22 33

Die Gastronomiegruppe



Die ZfV-Unternehmen 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-Unternehmen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäcker-Konditorei in Zürich.

Für das von uns im Auftrag geführte

UBS Restaurant UBStairs

Paradeplatz, 8001 Zürich
suchen wir per Mitte Juli 2010 eine

Betriebsleitung (m/w)

Ihre Aufgabe: In dieser Funktion sind Sie hauptsächlich für die operative Betriebsführung des qualitativ hochstehenden und einzigartigen Betriebes am Zürcher Bankplatz unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Aspekte zuständig. Der exklusive Betrieb bietet eine raffinierte Gastronomie auf gehobenem Niveau und verfügt über ein Gäste-Restaurant mit 60 Sitzplätzen, 10 VIP-Kunden-Luncheonräume sowie eine einzigartige Terrasse mit Blick auf den Paradeplatz. Die Durchführung von Caterings, Sonderanlässen und –aktionen gehört zum erweiterten Aufgabenbereich. Im Weiteren sind Sie für die Planung und Qualitätssicherung des hochstehenden Angebotes verantwortlich. Als Gastgeber/in pflegen Sie einen zuvorkommenden Kontakt zu den anspruchsvollen Gästen. Die Mitarbeiterführung, –qualifikation und –schulung und die Einsatzplanung gehören zu Ihren Alltagsaufgaben. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag im Tagesdienst, sind aber bei Spezialanlässen flexibel einsatzbereit.

Ihr Profil: Sie sind ein Gastro-Profi mit einer Grundausbildung im Gastgewerbe sowie Abschluss einer Hotelfachschule oder einer vergleichbaren Qualifikation. Sie sind die geborene Gastgeberpersönlichkeit mit Charisma, Souveränität und Einfühlungsvermögen und bringen mehrjährige Führungserfahrung sowie Erfahrungen im gehobenen Segment mit. Sie weisen ein äusserst hohes Qualitätsbewusstsein, Eigeninitiative, Belastbarkeit sowie Kommunikationsfähigkeit auf. Ein stilsicheres Auftreten, gute Englischkenntnisse, vernetztes Handeln und Denken, Kreativität sowie gute EDV-Kenntnisse runden Ihr Profil ab.

Wir bieten: Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld in einem einzigartigen Restaurant 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-Unternehmen

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



WALLISERHOF

Zermatt

Zur erfolgreichen Weiterführung des ****Hotel Walliserhof mit 34 Zimmern und zwei Restaurants, dem Stübl mit 45 Plätzen, dem Grill mit 36 Plätzen sowie einer Sommerterrasse mit 48 Plätzen an der Bahnhofstrasse in Zermatt, suchen wir ab Herbst 2010 oder nach Vereinbarung ein dynamisches, innovatives und aufgestelltes

Direktionspaar

Beide Partner verfügen über eine abgeschlossene und solide Basisausbildung in der Gastronomie und über Berufserfahrung. Sie ergänzen sich in Ihren Arbeitsbereichen und können somit alle Führungsaufgaben kompetent wahrnehmen und abdecken.

Bewerber, welche die interessante und abwechslungsreiche Herausforderung mit langfristigen Perspektiven in unserem Jahresbetrieb mit 32 Mitarbeitenden angehen wollen, senden ihre Unterlagen an:

Christian Welschen, Wieststr. 44, 3920 Zermatt, Tel. 027 967 54 22

Hotel Walliserhof
Familie Christian Welschen
Bahnhofstrasse 30
3920 Zermatt
Tel. 027 966 65 55
Fax 027 966 55 50
E-Mail: walliserhof.zermatt@reonline.ch
Internet: www.reonline.ch/walliserhof

SWISS
QUALITY HOTELS®
INTERNATIONAL



Gastroconsult

UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Am 1. Oktober 2010 sind Sie dabei als neuer

RESTAURANTLEITER

im Trendlokal
Restaurant Du Nord in Bern
www.dunord-bern.ch

.....wenn Sie über eine abgeschlossene Hotelfachschule oder Restaurationsfachausbildung verfügen und mit Berufs- und Führungserfahrung ausgestattet sind (Alter 25 bis 35 Jahre).

Sie kennen die Branche und behalten in hektischen Situationen den Überblick. Gastronomie und Verkauf ist Ihre grosse Leidenschaft. Mit den Du Nord-Gästen erwartet Sie zudem ein motiviertes und eingespieltes Team.

Interessieren Sie sich für diese Herausforderung? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto bis 4. Juni 2010 an:

Gastroconsult AG
Unternehmensberatung | Tina Müller
Standstrasse 8 | Postfach | 3000 Bern 22
031 340 66 29 | tina.mueller@gastroconsult.ch
www.gastroconsult.ch



Die Universitären Psychiatrischen Kliniken Basel erfüllen mit rund 1000 Mitarbeitenden anspruchsvolle Aufgaben in der psychiatrischen Versorgung und Ausbildung sowie der universitären Lehre und Forschung.

Im Rahmen der Neuausrichtung unserer Privatabteilung, die mit einem hohen Dienstleistungsgrad Angebote von universitärer Exzellenz pflegen und weiter entwickeln möchte, suchen wir per 1. September 2010 oder nach Vereinbarung eine / einen

Leiterin / Leiter Hotellerie Privatabteilung (100%)

In dieser Schlüsselposition sind Sie für den Aufbau einer Hotellerie- und Serviceorganisation mit hohen Qualitätsstandards verantwortlich. Als Mitglied des Leitungsgremiums der Privatabteilung sind Sie für die administrative Unterstützung der Kernprozesse und für das Schnittstellenmanagement sowohl zur gesamten UPK als auch zwischen den verschiedenen Berufsgruppen zuständig. Sie unterstützen zudem alle nötigen Marketingaktivitäten. Ihnen obliegt die organisatorische und personelle Führung des Hotellerteams.

Sie sind eine initiative Persönlichkeit mit hohen kommunikativen und integrativen Fähigkeiten sowie Durchsetzungsvermögen. Leistungsbereitschaft, Kunden- und Ergebnisorientierung und ein hohes Qualitätsbewusstsein zeichnen Sie aus. Sie motivieren Ihre Mitarbeitenden und erkennen und fördern deren Potentiale. Sie begegnen neuen Herausforderungen mit Einfallsreichtum und Offenheit für Veränderungen. Sie verfügen über einen Hotelfachhochschulabschluss und eine Managementausbildung sowie fundierte Berufs- und Führungserfahrung. Sehr gute Sprachkenntnisse (Deutsch und Englisch schriftlich und mündlich; Französisch mündlich) sowie gute EDV-Kenntnisse runden Ihr Profil ab.

Es erwartet Sie eine verantwortungsvolle Tätigkeit mit Gestaltungsspielraum in einem herausfordernden Umfeld. Die Anstellung und Entlohnung richten nach den Bestimmungen des Kantons Basel-Stadt. Bei Bedarf unterstützt Sie unsere Abteilung Personal bei der Suche nach einem Kinderkrippenplatz.

Für Fragen steht Ihnen Herr Andreas Windel, Leiter Betrieb, zur Verfügung (Tel. +41 61 325 50 06, e-mail: andreas.windel@upkbs.ch). Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte bis 11. Juni 2010 an die UPK, Abteilung Personal, Barbara Steiger, Wilhelm Klein-Strasse 27, CH-4025 Basel.

Wilhelm Klein-Strasse 27, Postfach, CH-4025 Basel
Telefon +41 61 325 51 11, Telefax +41 61 325 52 58, www.upkbs.ch



ProSearch

Executive Match & Inplacement

Sie sind initiativ, überzeugungsstark und haben Erfahrung in der Systemgastronomie!

Unser Auftraggeber geht in die Offensive! Um mit neuen Ideen und frischem Schwung das Gute noch besser zu machen, suchen wir für den weiteren Ausbau einer grossen Kette von Restaurationsbetrieben einen strategisch denkenden und umsetzungsstarken „Macher“ als

Operations Director (COO) „Gastronomie“

Mit Leidenschaft und einem Team von Spezialisten verleihen Sie „Bewährtem“ neue Dynamik. Sie sind für folgende Hauptaufgaben zuständig:

- Leitung der grossen Anzahl an bestehenden Betrieben mit Verantwortung für Budget- und Margenrealisierung
- Ergebnis- und kundenorientierte Führung der Direktunterstellten
- Planung, Entwicklung und Umsetzung eines Konzeptes zur Vereinheitlichung aller Betriebe betreffend Angebot und Management
- Aufbau einer ganzheitlichen Systemgastronomie
- Planung, Entwicklung und Realisierung einer Angebots-Standardisierung für alle Formate und Betriebe
- Planung und Durchführung einer Sortimentsbereinigung in Zusammenarbeit mit der Beschaffung
- Planung und Erstellung der nationalen Verkaufs- und Marketingaktivitäten
- Planung und Erarbeitung von Markt-, Konkurrenz- und Standortanalysen mit internen und externen Abteilungen und Partnern
- Aufbau eines Netzwerks bei Opinionleadern in Industrie, Handel, Fachpresse und Hotelfachschulen

charismatisch – analytisch – dynamisch – überzeugend – umsetzend

Neben einem (Fach-) Hochschulabschluss (vorzugsweise Hotelfachschule) und praktischer Erfahrung in der Restauration, bringen Sie vor allem Führungserfahrung im Bereich der Systemgastronomie auf übergeordneter Ebene mit. Ihr fundiertes und ausgewiesenes Fachwissen beinhaltet Kenntnisse der Systemgastronomie, ausgeprägte betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie konzeptionelle und strategische Fähigkeiten. Sie sind belastbar, führungsstark, umsetzend und ausdauernd. Als durchsetzungsstarke und gewinnende Persönlichkeit kommunizieren Sie verhandlungssicher in Deutsch, Französisch und Englisch (Italienisch von Vorteil). Ein ambitioniertes Umfeld erwartet Sie gerne als zukünftigen Key Player.

Bitte senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto umgehend per Mail. Ihre Bewerbung behandeln wir diskret und freuen uns, Sie bald persönlich kennen zu lernen. Herzlichst, Markus Mühlemann

ProSearch Gorenmatstrasse 19 T +41 61 561 77 70 mm@prosearch.ch
4102 Binningen M +41 79 415 99 11 www.prosearch.ch

... und die Suche
hat ein Ende!

hotelleriesuisse, der Unternehmerverband der Schweizer Hoteliers, steht zusammen mit seinen 3'200 Mitgliedern für eine qualitätsbewusste und zukunftsorientierte Schweizer Hotel- und Beherbergungswirtschaft.

Für das Geschäftsfeld Beruf und Bildung suchen wir in Bern per 16. August 2010 oder nach Vereinbarung eine motivierte und engagierte Persönlichkeit als

Leiter/in Nachwuchsmarketing

Ihre Aufgaben

In dieser vielseitigen und abwechslungsreichen Funktion sind Sie verantwortlich für die Strategieentwicklung und -umsetzung zur Nachwuchsförderung in der Hotellerie. Sie erkennen Trends, beobachten den Jugend- sowie Arbeitsmarkt und erarbeiten das Tätigkeitsprogramm der Nachwuchsförderung. Ihre Mitarbeitenden coachen Sie bei der Organisation und Durchführung von Berufsinformationsanlässen, Berufsmessen, Schnuppercamps und weiteren Anlässen. Sie engagieren sich stark in der Öffentlichkeits- und Medienarbeit und erarbeiten Informationsmittel und Dokumentationen für die Zielgruppen.

Ihr Profil

Mit einer breit abgestützten Ausbildung, vorzugsweise mit (Fach)Hochschulabschluss oder Hotelfachschulabschluss und Erfahrung im Marketingbereich sind Sie den hohen Anforderungen und künftigen Herausforderungen gewachsen. Eine kreative, vorausschauende, konzeptionelle und vernetzte Arbeitsweise sowie gute Organisations-, Planungs- und Projektmanagementfähigkeiten sind weitere Voraussetzungen zur erfolgreichen Erfüllung dieser Aufgaben. Zu Ihren Stärken zählen das Führen von Mitarbeitenden (Team von 5 Personen), eine ausgeprägte Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie Freude am Umgang mit Jugendlichen. Sie sind deutscher oder französischer Muttersprache mit ausgezeichneten Kenntnissen der anderen Sprache.

hotelleriesuisse ist ein modern geführtes Unternehmen aus der Verbandswelt und bietet nebst dem faszinierenden Arbeitsgebiet ein produktives Umfeld, eine moderne Infrastruktur und gute Sozialleistungen.

Wir freuen uns auf die Zusendung Ihrer schriftlichen Bewerbung bis spätestens am 25. Mai 2010.

hotelleriesuisse
Frau Ursula Imhasly Bevc
Leiterin Human Resources
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
ursula.imhasly@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch

Interessiert? Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau Françoise Aramendi, Leiterin Beruf und Bildung unter 031 370 42 05 gerne zur Verfügung.



NEW YORK FOOD Co.

New York Food Company ist eine Kette von Quick-Service-Restaurants im amerikanischen Stil. Während 365 Tagen umfasst unser Angebot Sandwichs in allen Variationen, Salate und New York Style Pizzas. Für unseren Betrieb in Luzern suchen wir eine führungserprobte, verkaufs- und dienstleistungsorientierte Persönlichkeit als

Geschäftsführer Assistent (m/w)

verantwortlich für die Abend-/Nachtschicht (So.–Do. 2 Uhr, Fr./Sa. bis 5 Uhr)

Wir bieten:

- Nach interner Ausbildung (Training on the Job) werden Sie folgende Aufgaben übernehmen:
- selbstständige Schichtleitung
- Führung u. Motivierung der Mitarbeiter mit aktiver Mitarbeit an der Front.
- Umsetzung, Einhaltung und Optimierung der vorgegebenen Betriebsabläufe und Arbeitsregeln
- Bestellwesen, Inventar, Wareneingangskontrolle
- Ausbildung und Einarbeitung von neuen Mitarbeitern
- wir bieten zeitgemässe Arbeitsbedingungen und ein leistungsorientiertes Kompensationspaket.

Anforderungsprofil:

- Wir wenden uns an zuverlässige, engagierte und belastbare Personen zwischen 25 und 40 Jahren, die folgende Kriterien erfüllen:
- Erfolgsausweis in der Systemgastronomie
- fundierte Führungserfahrung eines Teams von ca. 4 bis 5 Mitarbeitern
- sehr gute EDV-Kenntnisse MS-Office
- sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift
- gute mündliche Englischkenntnisse; andere Sprachkenntnisse von Vorteil
- eine erfolgreiche Berufserfahrung in ähnlicher Funktion wird erwartet
- wohnhaft in Luzern oder in der Nähe
- Wirtepatent von Vorteil

Nichtkomplett oder den Anforderungen nicht entsprechende Dossiers können nicht berücksichtigt werden.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, senden Sie uns bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen inklusive Foto am besten per E-Mail an office@nyfood.ch. Oder per Post an: New York Food Company AG, Pilatusstrasse 1, Postfach, 6002 Luzern.

Ein grosser Schritt für Sie!

Unsere Auftraggeberin mit Sitz in der Stadt Luzern ist ein renommiertes Gastronomieunternehmen. Wir suchen den Kontakt zu einer charakterstarken, dynamischen und unternehmerisch denkenden Persönlichkeit als

Küchenchef

Sie sind ein initiativer, routinierter und unternehmerisch denkender Küchenchef mit Erfahrung. (30–40-jährig), lieben die Qualität und Präzision, sind ein guter Einkäufer und Kalkulator und sind auch in der Lage, Bankette bis 250 Personen zu bewältigen.

Organisatorisch sind Ihnen 2 weitere Restaurants unterstellt, welche separat von Küchenchefs geführt werden.

Sie verstehen es, die anspruchsvolle Kundschaft mit einem saisongerechten und fantasievollen Angebot zu erfreuen und Ihre Küchenbrigade zu motivieren. Den Auszubildenden vermitteln Sie gerne Ihr breites Fachwissen und beim Einkauf legen Sie Wert auf erstklassige Produkte.

Um dieser gepflegten Küche gerecht zu werden, ist Ihre bisherige Erfahrung in der gehobenen Gastronomie unerlässlich. Unsere Vorstellungen liegen bei mindestens 13 GaultMillau-Punkten. Ihr Organisationsgeschick, Ihre Flexibilität und Führungserfahrung kommen dabei vollumfänglich zum Tragen. Sie werden einer Brigade von 6 gelernten Köchen und 4 Lehrlingen vorstehen.

Wenn Sie als initiativer, kompetenter und teamfähiger Fachmann ein längerfristiges Engagement suchen, dann freuen wir uns auf Ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto und Handschriftprobe. Die vertrauliche Behandlung Ihrer Angaben ist für uns Pflicht und Selbstverständlichkeit.

Eintritt nach Vereinbarung.

Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 7105-4084 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

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, Mai bis November. In unserem Team ist folgende Saisonstelle per sofort zu besetzen:

RECEPTIONIST/DIREKTIONSASSISTENT (M/W)

Als Receptionist/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.

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

KURHAUS
WEISSENSTEIN
HOTEL RESTAURANT 1202 M



Mise au concours du poste de

Responsable de projet (100%)

Lancé il y a 5 ans par Suisse Tourisme, le programme national ENJOY SWITZERLAND aspire à un développement durable et global de l'accueil et de l'offre des destinations touristiques en Suisse. Participant à la nouvelle mouture, Nendaz recherche pour le 1^{er} septembre 2010 un /une responsable de projet pour une durée déterminée de deux ans.

En étroite collaboration avec les divers prestataires de la destination, vous serez chargé(e) de mettre en place et de gérer des projets d'amélioration de la qualité des prestations et le développement de l'offre.

Vous bénéficiez d'une formation supérieure et disposez des compétences professionnelles dans les domaines suivants :

- Tourisme et/ou secteur des loisirs
- Gestion de projet, de l'organisation et de la planification
- Communication et relations publiques
- Relations avec des partenaires touristiques et économiques
- Bonne maîtrise de l'allemand.

Si vous êtes une personne visionnaire, créative, capable de fédérer et de vous adapter à un environnement très diversifié, alors nous nous réjouissons de recevoir votre candidature.

Merci d'adresser votre dossier complet (avec prétentions de salaire) à Nendaz Tourisme, Monsieur Sébastien Epiney, directeur, 1997 Nendaz d'Ici au 12 juin 2010.

Informations sur le projet, cahier des charges et organigramme disponibles sous : www.nendaz.ch/tourisme/enjoy-switzerland.html.

HOTEL KRONE UNTERSTRASS ZÜRICH

Das Hotel Krone Unterstrass ist ein renommiertes ****-Hotel im Zentrum von Zürich mit 76 modernen Hotelzimmern, Restaurant & Bar «differente» mit 120 Sitzplätzen sowie Bankett- und Seminarräumlichkeiten für Anlässe bis 200 Personen. Der Betrieb beschäftigt rund 50 Mitarbeiterinnen und wurde in den letzten Jahren von Grund auf erneuert. Er entspricht heute in jeder Hinsicht den hohen Anforderungen des modernen und anspruchsvollen Hotel- und Restaurantgastes.

Gesucht wird per Juli/August 2010 eine Persönlichkeit als

VIZEDIREKTOR (M/W)

Ihr Aufgabenbereich

- Frontoffice:
- Führung des ganzen Bereichs
- Budget- und Kostenverantwortung
- Mitarbeiterschulung
- Ausbildungsverantwortlicher unseres KV-Lehrlings

Sales & Marketing:

- Aktive Pflege aller Rooms-Verkaufskanäle
- Akquisition von neuen Roomskunden
- Betreuung der Key-Accounts im Roomsbereich

Administration:

- Führen der Personaladministration und der Lohnbuchhaltung
- Verwaltung von externen Immobilien

Allgemein:

- Wahrnehmung von Dutyaufgaben für den Gesamtbetrieb
- Vertretung des Direktors nach innen und aussen

Unsere Erwartungen

- Abschluss einer anerkannten schweizerischen Hotelfachschule
- Alter ab ca. 28 bis 38 Jahre
- Führungserfahrung im Frontofficebereich in der Hotellerie der Stadt Zürich
- Erfahrung in der Mitarbeiteradministration von Vorteil, aber nicht Voraussetzung
- Sehr gute EDV-Anwenderkenntnisse für Fidelio Suite 8, MS-Word und MS-Excel
- Bereitschaft zu einem mehrjährigen Engagement
- Lehrmeisterkurs und erste Erfahrungen in der Ausbildung von Lehrlingen
- Muttersprache Deutsch sowie gute Fremdsprachenkenntnisse Englisch/Französisch
- Leistungsfähig, selbstständig, geistig flexibel und verantwortungsbewusst
- Guter Teamplayer, grosses Durchsetzungsvermögen, unternehmerisches Denken

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen an:

Hotel Krone Unterstrass Zürich
Roger Jutzi, Schaffhauserstrasse 1, 8006 Zürich
Telefon 044 360 56 56, jutzi@hotel-krone.ch
www.hotel-krone.ch

BÜRGENSTOCK RESORT®

An einmaliger Lage, 450 Meter über dem Vierwaldstättersee, entsteht das neue Bürgenstock Resort® als Tourismus-Aushängeschild der Zentralschweiz.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für das Bürgenstock Resort® sowie für die Villa Honegg auf Sommer 2010 einen

Leiter Verkauf

Ihr Aufgabengebiet beinhaltet den Aufbau einer abschlussstarken Verkaufsabteilung für Kongresse, Konferenzen und Bankette für das Bürgenstock Resort® und die Villa Honegg innerhalb der definierten Zielmärkte und Segmente, die Pflege der bestehenden Kundenbeziehungen sowie die Akquisition von Neukunden.

Voraussetzung für diese Position ist eine abgeschlossene Hotelfachschule oder eine vergleichbare Ausbildung mit Schwerpunkt Verkauf sowie mindestens drei Jahre Sales Erfahrung in der 4 oder 5 Sterne-Hotellerie. Sie sprechen verhandlungssicher Englisch und Französisch, weitere Fremdsprachenkenntnisse sind wünschenswert. Zusätzlich bringen Sie eine hohe Reisebereitschaft mit. Wir verlangen Loyalität, Kontaktfreude und «Türöffner»-Fähigkeiten. Gepflegtes und sicheres Auftreten sowie eine konstruktive und lösungsorientierte «why not»-Haltung setzen wir ebenfalls voraus.

Es erwartet Sie eine ausbaufähige und herausfordernde Aufgabe in einem wachsenden Unternehmen, leistungsorientierte Anstellungsbedingungen und ein internationales Umfeld. Sie arbeiten selbstständig und tragen entsprechende Verantwortung. Kommt hinzu, dass die Zukunftsplanung auf dem Bürgenberg für alle Mitarbeiter Perspektiven schafft.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Arbeitszeugnissen und Foto.



BÜRGENSTOCK HOTELS AG
Heike Bühlmann, Leiterin Personal
6363 Obbürgen, Telefon +41 41 612 99 10 (dienstags und freitags)
hr@buergenstock-hotels.ch www.buergenstock.ch





Just be as you are

Restaurants
Bars
Bankette
Events

Täglich geöffnet
ab 10 Uhr

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

Stv. Geschäftsführer/in

für unseren Betrieb in Basel / Allschwil

Das Zic Zac Basel verfügt über 400 Plätze in den verschiedenen Restaurants und 300 Sitzplätze in der Gartenwirtschaft. Der Staff umfasst 45 Mitarbeitende.

Aufgabenbereich:
Operative Leitung der verschiedenen Restaurants / Bars
Mitarbeiterkultivierung und Schulung
Mitarbeiterzeitsplanung / Lohnbuchhaltung
Diverse administrative Arbeiten

Anforderungen:
Abgeschlossene Hotelfachschule
Deutsch und Englischkenntnisse in Wort und Schrift
25 bis 35 Jahre alt
Verlässlichkeit und Organisationstalent gehören zu Ihren Stärken

Sind Sie interessiert und erfüllen die oben genannten Anforderungen?
Dann senden Sie Ihre Bewerbung z.Hd. Uns. Ihr Kontakt!

Zic Zac Basel

Baslerstrasse 355 | 4123 Allschwil | Tel. 061 302 12 20 | info@ziczac-basel.ch | www.ziczac-basel.ch

GAST RATHAUSKELLER

Wir suchen ab 1. Juli 2010 oder nach Vereinbarung einen

Alleinkoch (m oder w)

Für Jahresstelle (Vollzeit).

Ihre Bewerbung richten Sie bitte schriftlich an Gasthaus
Rathauskeller AG, Herr Stefan Meier, Inhaber,
Ober Altstadt 1, CH-6300 Zug. Tel. 041 711 00 56.
E-Mail: contact@rathauskeller.ch, www.rathauskeller.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 Jungfrauregion
Unser Gourmetstübel wurde mit 1 Stern Michelin und 17 Punkten Gault Millau ausgezeichnet. In unserem qualitätsbewussten Team suchen wir:

Réceptionspraktikant/in
D/E/F-sprachig

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

Servicefachangestellte (m/w)
Mit Erfahrung

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.



Für unser neues Schweizer Restaurant Adlisberg
in Zürich oberhalb des Dolders
suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung:

Service-Mitarbeiter/In (100%)

Perfekte Deutschkenntnisse sind
Voraussetzung.
Mitarbeiterzimmer sind vorhanden.

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

Carlton Zürich AG, Daniela Segmüller
Bahnhofstrasse 41, CH-8001 Zürich
Tel. +41 44 227 19 19 Fax. +41 44 227 19 27
E-Mail: dsegmueller@carlton.ch



HIRSCHEN GASTHOF

Der Gasthof Hirschen von 1523 wurde nach sorgfältiger Renovation vor vier Jahren eröffnet und 2009 als «Historisches Hotel des Jahres der Schweiz» ausgezeichnet.
Im idyllischen Städtchen Eglsau, an attraktiver Lage direkt am Rhein (15 Minuten vom Flughafen Zürich) suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine aufgestellte und gastorientierte

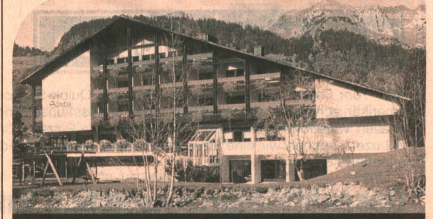
Betriebsassistentin

(20% Réception/30% Administration/50% Bankett-Verkauf)

Deutsche Muttersprache, Schweizerdeutsch von Vorteil, sehr gute Englisch-Kenntnisse, Fidelio V8 mindestens 1 Jahr Erfahrung.

Moderner und strukturierter Arbeitsplatz, geregelte Arbeitszeiten, faire Entlohnung, Disziplin gewährleistet.

Sind Sie ein Verkaufstalent, flexibel, belastbar und arbeiten gerne selbstständig? Dann senden Sie uns bitte möglichst auf elektronischem Weg Ihren lückenlosen Lebenslauf mit Foto und allen Zeugnissen an Franca Tedesco (Geschäftsbereich)
tedesco@hirschen-eglsau.ch. Weitere Informationen unter
www.hirschen-eglsau.ch



Für unser schönes ****Ferien- & Seminarhotel Sântis im herrlichen Toggenburg/SG suchen wir nach Vereinbarung in Jahresstellung

Sous-Chef m/w Jungkoch m/w

Ein kleines und motiviertes Team freut sich auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen oder Ihren geschätzten Anruf.



**** Ferien- & Seminarhotel Sântis · CH-9657 Unterwasser
Telefon: +41 (0)71/998 50 20 · Fax: +41 (0)71/998 50 21
www.hotel-santis.ch · santis@beutler-hotels.ch

AMBASSADOR

HOTEL ***** ZÜRICH

HÔTEL OPERA ZÜRICH

Sie lieben das Besondere...

Die beiden renommierten Erstklass-Boutique-Hotels Ambassador und Opera sind dank tollen Mitarbeitern und bester Lage im Herzen von Zürich das bevorzugte «home away from home» für unsere Gäste aus aller Welt.

In unserem einzigartigen Opernrestaurant bilden frische und kreative Fischspezialitäten den Haupttakt – dank der meisterhaften Zubereitung unseres jungen Küchenteams.

Sie suchen per Juni oder nach Vereinbarung: eine abwechslungsreiche, selbstständige und verantwortungsvolle Stelle als

Chef de partie, (Garde manger/Pâtissier)

Wir suchen versierten Koch, gerne auch eine Köchin, welcher die Verantwortung für die kalte Küche übernimmt. Haben Sie Lust, Ihre kreativen Ideen bei der Speise- und Menüplanung einzubringen, bei der Lehrlingsausbildung mitzuwirken, sich weiterzubilden und unsere Gäste zu verwöhnen? Ja, dann sollten Sie sich bei uns melden!

Per Juni suchen wir eine/n junge/n, aufgestellte/n

SERVICEFACHANGESTELLTE/N

In unserem einzigartigen Opernrestaurant (60 Pl.) À L'OPÉRA, mit kreativen Fischspezialitäten und Goût-Mieux-Gerichten, welche/r Spass am Beruf hat und unsere netten Gäste aus aller Welt aufmerksam betreut. Wir bieten Ihnen ein tolles Team und Gäste, die einen guten Service zu schätzen wissen.

Wir suchen: junge, motivierte Mitarbeiterin mit Berufserfahrung in ähnlichen Betrieben und mit guten CH-D-, E-Kenntnissen.

Wir bieten Ihnen: bessere Anstellungsbedingungen, als mann/ frau im 2010 erwarten kann und Weiterbildungsmöglichkeiten. Gerne stellen wir Ihnen diese interessanten Stellen persönlich vor und freuen uns auf Ihre Unterlagen oder direkte Kontaktnahme:

Hotels Ambassador und Opera
Martin Spycher, Resident Manager
Falkenstrasse 6, 8008 Zürich, Tel. 044 258 98 98
www.ambassadorhotel.ch.



FEEL THE DIFFERENCE...

Hotel St. Gotthard
Zürich · Switzerland

Das Hotel St. Gotthard ist ein renommiertes 4-Stern-Superior-First-Class-Hotel mit 143 Zimmern an der Zürcher Bahnhofstrasse. In unser traditionsreichen «Hummer & Austerl Bar» sowie in der Lobby Bar erfüllen wir die hohen kulinarischen Ansprüche unserer internationalen Kundschaft.

Für die Neueröffnung unserer authentischen italienischen Caffè-Bar «MANZONI»

suchen wir nach Vereinbarung eine aktive, freundliche und leistungsstarke Persönlichkeit, die als

Chef Barista

unsere Caffè-Bar längerfristig führt.

Anforderungen:

- Berufserfahrung
- sehr gute Sprachkenntnisse in Italienisch und Englisch, Deutschkenntnisse von Vorteil
- Sie sollten Teamfähigkeit, Offenheit, ein kommunikatives und ausgeprägtes Selbstbewusstsein, Überzeugungskraft und ein sicheres Auftreten mitbringen

Möchten Sie ein Teil unseres motivierten Teams werden und den Geist unseres Hauses längerfristig prägen? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto per Post oder per E-Mail an die unten stehende Adresse.

Es werden nur Bewerbungen angenommen und zurückgeschickt, wenn sie allen Anforderungen entsprechen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungen.

Hotel St. Gotthard
Bahnhofstrasse 87, 8021 Zürich, Schweiz

Telefon: +41 44 227 77 52

Telefax: +41 44 227 77 49

E-Mail: admin@hotelstgotthard.ch

Internet: www.hotelstgotthard.ch

Ansprechpartner: Frau Jana Rauch
Position/Abteilung: Human Resources Manager

Werden Sie Mitglied eines erfolgreichen Teams!

Wir sind ein mittelgrosser familiär geführter Lebensmittelbetrieb mit einer einzigartigen Herstellungsphilosophie im Bereich Fleisch/Fisch. Unsere Produkte sind im Premium-Sektor angesiedelt.

Wir suchen einen ausgewiesenen Fachmann und Kenner der
Gastronomiebranche als

Fachberater 100% (ganze CH)

Sie sind gelernter Gastronomiekoch (evtl. sogar eldg. dipl. Küchenchef) mit einer ausgeprägten Affinität zu Delikatessen und guten Verbindungen zu Kochkunstteams und Cercles. Vertieftes Fachwissen, Berufsstolz und Loyalität gegenüber Ihrem Arbeitgeber sind weitere Voraussetzungen für diese Tätigkeit.

Als extrovertierte und kommunikative Persönlichkeit besitzen Sie ein gewinnendes, sicheres und gepflegtes Auftreten, um unseren anspruchsvollen Kunden vollumfänglich gerecht zu werden.

Sie sind sprachgewandt, verfügen über einen hohen Selbstmotivationsgrad und beherrschen die gängigen Kommunikationsmittel. Eigendynamik und das Gespür für umsetzbare Ideen zur Kundenbindung gehören zu Ihren weiteren Stärken.

Etwa 90% Ihrer Tätigkeit investieren Sie in den direkten Kundenkontakt, die restliche Kapazität nutzen Sie für die Vor- und Nachbearbeitung und zur Umsetzung von Ideen an unserem Firmensitz im westlichen Mittelland.

Wir bieten ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit Freiraum für Kreativität sowie partnerschaftliche Anstellungsbedingungen. Alle nötigen Hilfsmittel für eine erfolgreiche Aufgabenerfüllung werden selbstverständlich zur Verfügung gestellt.

Sind Sie unser neues Teammitglied? Wenn ja, senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto und Salärvorstellungen unter Chiffre 6439-3650 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

riverside ...alles im grünen bereich.

Wo einst Spezialgarne gesponnen wurden, werden heute Gäste kulinarisch verwöhnt und Businesskunden halten ihre Workshops ab.

Das **riverside** ist idyllisch zwischen Glattflur und Waldrand gelegen. Auf einer Gesamtfläche von ca. 8.000 m² sind verschiedene Geschäftsfelder unter einem Dach vereint. Ein 4-Sterne-Hotel, Business- und Seminararmöglichkeiten, drei Restaurants, eine Bowlingbahn sowie Gewerbeflächen gehören zum attraktiven Angebot.

Zur Unterstützung unseres bestehenden Teams suchen wir motivierte und engagierte Mitarbeiter, die das **Küchenteam** und das **Service team** tatkräftig und kompetent in den folgenden Bereichen unterstützen:

- **Service mitarbeiter**
mit Führungserfahrung
- **Junior Souschef**
mit Ambitionen nach oben

Haben wir Ihr Interesse geweckt?! Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

riversidemanagement
kathleen wypedlo
spinnerel-lettenstrasse
8192 zweidlen-glattfelden
email kathleen.wypedlo@riverside.ch
telefon +41 43 500 92 92

Suchen Sie eine neue Herausforderung
in einem neuen 3-Sterne-Hotel?

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir
per sofort oder nach Vereinbarung

Koch/Chef de partie

Wir erwarten selbstständiges Arbeiten und Eigenverantwortung.
Bieten aber auch die Möglichkeit, eigene Ideen einzubringen.

Auf Wunsch Zimmer im Haus.

Sind Sie unser neuer Mitarbeiter im Service?

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



Hotel Rössli
9524 Zuzwil, bei Wil
Tel. 071 944 11 33
www.roessli-zuzwil.ch

7147-410



HERMÈS – seit mehr als 60 Jahren auf dem Luxusmarkt präsent
– sucht für sein **neues Geschäft in Zürich**

einen PORTIER

Sie verstehen es, Kunden freundlich, kompetent und stilvoll zu begrüssen.

Ferner zeichnen Sie sich mit allen Aspekten der Personen- und
Warensicherung verantwortlich.

Sie tragen massgeblich zur Besserung der Qualität unseres
Kundenservices bei.

**Sie verfügen über eine mehrjährige Berufserfahrung
in einer ähnlichen Position im gehobenen
Detailhandel oder in der Hotellerie**

Sie sind eine gepflegte, sympathische, dynamische, 30-
35-jährige Persönlichkeit mit Stil und Charisma. Sie können
selbstständig arbeiten und gut mit Stresssituationen umgehen.
Sie haben eine gute Sozialkompetenz, um eine anspruchsvolle
Kundschaft bedienen zu können. Deutsch ist Ihre Muttersprache,
Sie verfügen jedoch über hervorragende Englischkenntnisse.

Wenn Sie bereit sind, sich den Herausforderungen dieser
vielseitigen Position zu stellen, senden Sie bitte Ihre vollständigen
Bewerbungsunterlagen sowie ein Foto an Herrn Patrick Wavre,
Hermès (Suisse) S.A., 4, Rue de la Tour de l'Île, 1204 Genève.

7112-408



SORELL HOTEL
RÜTLI

Als expandierende Hotelkette der ZFV-Unternehmungen beschäf-
tigen die Sorell Hotels Switzerland in 12 Hotels in Zürich, Winter-
thur, Bern, Arosa, Aarau, Bad Ragaz und Schaffhausen über 280
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir Raum für Kreativität,
Entfaltung und Perspektiven lassen.

Für unser neu renoviertes

Sorell Hotel Rütli

Zähringerstrasse 43, 8001 Zürich

suchen wir per sofort ein/e

Réceptionist/in

Ihre Aufgabe: Sie sind für die Betreuung unserer internationalen
Hotelgäste, das Bedienen der Telefonanlage, die Erledigung diver-
ser Korrespondenz, das Bewirtschaften der Online-Buchungs-
plattformen sowie die Bearbeitung der Tagesabschlüsse zuständig.
Die Arbeitszeiten sind gemäss Einsatzplan in 3 Schichten eingeteilt
(06.30 – 15.30 Uhr / 10.00 – 19.00 Uhr / 13.00 – 22.00 Uhr).

Ihr Profil: Sie verfügen bereits über Erfahrung an einer Hotélre-
ception, haben von Vorteil mit dem Reservationsprogramm Fidelio
gearbeitet und sprechen Deutsch sowie Englisch. Im Weiteren sind
Sie loyal und handeln im Interesse des Unternehmens, sind be-
strebt, die Qualität der Dienstleistung ständig zu verbessern, arbei-
ten auch bei Arbeits- und Zeitdruck ruhig sowie effizient und
erkennen rasch die wesentlichen Elemente sowie Zusammenhän-
ge. Sie kommunizieren mit den verschiedenen Personengruppen
angemessen, können andere für sich gewinnen sowie Vertrauen
schaffen und fördern die Zusammenarbeit sowie die Weiterent-
wicklung im Team. Zudem nehmen Sie Bedürfnisse des Gastes
wahr, fragen bei Unklarheiten nach und begeistern das Gegenüber
mit Zusatzleistungen.

**Wir bieten Ihnen ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeits-
umfeld sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbe-
dingungen.**

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre voll-
ständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Angela
Tauro, Leiterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch
oder www.sorellhotels.com.

Sorell Hotels Switzerland
ZFV-Unternehmungen
Rüelistrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 35, F +41 44 388 35 36
info@zfv.ch, www.zfv.ch

7148-410



Hilcona – Als führendes Nahrungsmittel-Unternehmen im Retail- und Foodservice-Bereich sind wir Garant für hervorragende Qualität und Dienstleistung.
Innovative Produkte sowie eine optimale Kundenbetreuung sind Eckpfeiler unseres Erfolges.

Zur Unterstützung unseres Marketing Teams suchen wir eine/n

Produkt ManagerIn Foodservice

Wir übertragen Ihnen die Verantwortung für die Umsatz- und Ertragsentwicklung mehrerer Sortimente. In dieser Position arbeiten Sie
eng mit den Bereichen Entwicklung, Vertrieb und Supply Chain zusammen.

Ihre Hauptaufgaben:

- Erstellen der Sortimentsstrategie und laufendes Sortimentsmanagement
- Sicherstellen des Innovationsgrads und Umsetzen neuer Konzepte im internationalen Foodservice Umfeld
- Aktionsmanagement in enger Zusammenarbeit mit dem Vertrieb
- Sicherstellen der nachhaltigen Umsatz- & Ergebnissteigerung und Einleiten entsprechender Massnahmen
- Erstellen von Markt-, Wettbewerbs- und Kundenanalysen

Ihr Profil:

- Betriebswirtschaftliche Ausbildung (Uni/FH) oder kaufmännische Grundausbildung und Weiterbildung im Bereich Marketing
- mindestens 2-3 Jahre Berufserfahrung in der Lebensmittelbranche im Bereich Marketing, Category Management oder Projektmanagement
- gute Französischkenntnisse; Schweizerdeutsch von Vorteil
- satte MS Office Kenntnisse, insbesondere Excel
- eigenverantwortliches, strukturiertes Arbeiten

Sie sind eine innovative, gewinnende Persönlichkeit und Ihnen macht Teamarbeit Spass?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung! Bitte richten Sie Ihre Unterlagen an Andrea Slee, Bereichspersonalleiterin – a.slee@hilcona.com,
Bendererstrasse 21, FL-9494 Schaan. Für Erstauskünfte stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung. Tel. +41 58 895 92 91 zur Verfügung.

Hilcona AG · Benderer Strasse 21 · FL-9494 Schaan · www.hilcona.com

7115-408

Wir suchen per sofort oder nach
Vereinbarung

Koch/Cuoco m/w

Per il nostro Ristorante italiano für un-
ser italienisches Restaurant mit exklu-
sivem Partyservice.

Sie sind zwischen 20 und 35 Jahre
alt und haben Erfahrung in der markt-
frischen italienischen Küche. Möch-
ten Sie in einem kleinen Team unsere
Gäste mit hausgemachten Pasta und
Dolce sowie täglichen frischen
Fischen verwöhnen, dann sind wir auf
Ihre Bewerbung gespannt.

Ristorante Pizzeria Dario
(Da Pippo)
Hauptstrasse 71
4133 Pratteln
www.ristorantedario.ch
restaurantdario@vtxmail.ch

703-401



HTMI is a dynamic and fast growing school of Hospitality, nest-
led in the heart of Switzerland. We are seeking enthusiastic, ex-
perienced and well-qualified persons to join our teaching team
in August 10 to deliver a variety of subjects. If you feel you have
the necessary Skills and Qualifications and would like a challeng-
ing role in education, then now is the time to apply.

- Lecturers for various hospitality subjects
- Sous-Chef – Kitchenlecturer,
with teaching experience

Languages: fluent English (high level) and German
Swiss national or valid permit

Please send your CV, photo and covering letter to:
HTMI, Hotel Management School, Mr. Coy
Marientalweg 3, 174 Sörenberg
Tel. 041 488 1125, www.htr.ch, E-Mail: dcov@htr.ch

7128-408

INTERLAKEN



JUNGFRAUREGION

... auch im 2010 im Trend: die «Ferien-
ecke» und schönste Terrasse in Inter-
laken ... und im Du Lac suchen wir
noch in unser Team:

Service:

– Sefa-Mitarbeiterin und
Praktikantin (D/E erforderlich)

Haben wir Ihr Interesse geweckt...
Bitte nur Kurzbewerbung, vollst.
Dossier erst nach Kontakt mit
Hrn. Hofmann, Tel. 033 822 29 22.
dulac@bluewin.ch

7139-410



Zermatt –

einer der bekanntesten Ferienorte der
Alpen bietet für Berg- und Schnee-
begeisterte mit seinen zahlreichen
Freizeitaktivitäten den idealen
Ort für eine Jahresstelle.

Unser traditionelles 4****-Romantik
Hotel Julien wurde durch herzliche
Gastlichkeit und ungezwungenes
Ambiente zur Legende.

Um unsere anspruchsvollen Gäste auch
weiterhin hervorragend verwöhnen zu
können, suchen wir noch folgende
qualifizierte und motivierte
MitarbeiterInnen:

ab Mitte Juli 2010

– Chef de Partie

in Saison- oder Jahresstellung.

ab 1. 12. 2010

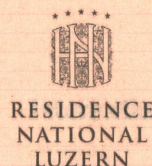
– Chef de Pâtissier

– Chef de Partie

in Saisonstellung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung
mit Foto und Lebenslauf
an folgende Adresse:
Romantik Hotel Julien
Familie Daniela und Paul Julien
CH-3920 Zermatt
Telefon +41 27 968 76 00
Telefax +41 27 968 76 76
Internet: www.julien.com
E-Mail: info@julien.com

7138-410



Die RESIDENCE NATIONAL in Luzern bietet an unvergleichlicher Lage seit über 30 Jahren
individuell möblierte Wohnungen für Kurz- und Daueraufenthalte. Das Gebäude Grand Hotel
National bildet die Kulisse für dieses einzigartige Wohnenerlebnis mit 5-Sterne-Service.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. Juli 2010 oder nach Vereinbarung eine

MITARBEITERIN ADMINISTRATION 60%

Sie erledigen unterschiedlichste Sekretariatsarbeiten für die Geschäftsleitung sowie die
RESIDENCE Verwaltung und stehen dem Inhaber als persönliche Assistentin zur Verfügung.
Mit Ihrem Einsatz und Ihrer Liebe zum Detail tragen Sie bei, die hohen Ansprüche unserer
Gäste zu erfüllen.

Sie haben bereits Erfahrungen in 4 oder 5-Sterne Häusern gesammelt. Als vertrauenswürdige
und flexible Mitarbeiterin sind Sie es gewohnt selbstständig zu arbeiten. Korrespondenz
erledigen Sie in Deutsch und Englisch; Französisch von Vorteil. Gute MS-Office Kenntnisse
runden Ihr Profil ab.

Wir bieten ein kleines dynamisches Team, geregelte Arbeitszeiten und einen Arbeitsplatz im
Herzen der Stadt Luzern.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Referenzen
und Foto an: Grand Hotel National AG, Frau Nicole Winkler, Haldenstrasse 4, 6006 Luzern,
Tel. 041 419 08 08, www.residence-national.com

7143-410

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
Vizedirektor/in	Region Zürich	J13961
Direktor Gastronomie	Region Zürich	J14043

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Senior Sales Manager (m/w)	Region Zürich	J13973
Salesmanager (m/w)	Region Zürich	J14045

Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Human Resources Coordinator (m/w)	Region Zürich	J14064

Reiseleitung/ Tourismus

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Meeting & Event Coordinator 70% - 100%	Region Zürich	J14031

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Réception	Region Bern	J14054
Réceptionist/in	Region Zürich	J13960
Réceptionistin	Region Bern	J14022
Réceptionistin	Region Bern	J14023
Réceptionist/in	Region Oberwallis	J14091
Chef de Réception	Region Zentralschweiz	J14068
Réceptionistin	Region Oberwallis	J14037
Réceptionist/in	Region Graubünden	J14051
Réceptionistin/Réceptionisten	Region Zürich	J14093

Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
MitarbeiterIn Reservationsbüro	Region Bern	J14082

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Restaurationsfachmann/ Frau	Region Bern	J14095

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef pâtissier (England - Dorset)	International	J14032
Commis de cuisine	Region Bern	J14033
Commis de cuisine	Region Neuchâtel/ Jura	J14035
Recherche cuisinier(ère)	Region Waadt/ Unterwallis	J14039
Servicefachangestellte	Region Basel	J14040
Jungkoch ohne Zimmerstunde	Region Basel	J14041
Sous-Chef & Jungkoch	Region Bern	J14042
Chef de Partie	Region Zürich	J14053
Köchin/ Koch	Region Ostschweiz	J14055
Küchenchef Catering (m/w)	Region Zürich	J13964
Commis de cuisine	Region Zürich	J13965
Commis de cuisine (England - Channel Islands)	International	J13976
Chef de Partie	Region Zentralschweiz	J14028
Chef de partie (England - Hampshire)	International	J14026
Commis de cuisine	Region Bern	J14025
Sous-chef	Region Bern	J13979
Commis de cuisine (England - Dorset)	International	J13978
Chef de partie (Irland - Wexford)	International	J14088
Chef de partie	Region Graubünden	J14089
Chef pâtissier (England - London)	International	J14077
Demi-chef de partie	Region Basel	J14080
Chef pâtissier (Irland - Clare)	International	J14056
Commis de cuisine	Region Basel	J14059
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J14066
Küchenchef/in	Region Zentralschweiz	J14069
Küchenchef	Region Ostschweiz	J14070

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
2. Chef de service/ F&B Assistent/in	Region Bern	J13972
Commis de rang (England - Channel Islands)	International	J13975
Betriebsleistungsassistenten/in	Region Zürich	J14024
Service-Mitarbeiter/in	Region Zürich	J14029
Demi-chef de rang	Region Zürich	J14090

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de rang	Region Bern	J14092
Servicefachangestellte 100%, Hilfskoch oder jungkoch	Region Bern	J14087
Chef de rang - (England - London)	International	J14078
Commis de rang	Region Mittelland (SO,AG)	J14079
Commis de rang (England - London)	International	J14081
Service-Mitarbeiter/- in A la carte	Region Zürich	J14083
Loungeservice-Mitarbeiterin (Bar & a la carte)	Region Zürich	J14084
Frühdienst-Service-Mitarbeiterin	Region Zürich	J14085
Chef de rang (Irland - Wexford)	International	J14057
Chef de rang	Region Mittelland (SO,AG)	J14058
Commis de rang (England - London)	International	J14060
Chef de Service Tournant (w/m)	Region Zürich	J14067
Restaurantleiterin	Region Ostschweiz	J14072
Service-Mitarbeiterin	Region Graubünden	J14073
Servicefachkraft	Region Ostschweiz	J14076
Commis de rang	Region Bern	J14034
Chef de rang	Region Bern	J14036
Bankleiter Front (m/w)	Region Zürich	J14044
Service-MitarbeiterIn Restaurant und/oder Saal	Region Bern	J14047
Shift Leader Service	Region Zürich	J14050
Service-Mitarbeiter/in	Region Zürich	J14052
Chef de rang	Region Bern	J13968

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Reservationsmitarbeiter (m/w)	Region Zürich	J14048
Seminar- und KongressorganisatorIn	Region Zürich	J14096
Barmitarbeiter	Region Zürich	J14030
Barman (evtl. Chef de bar)	Region Mittelland (SO,AG)	J13980

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Hauswirtschaftsleitung	Region Zürich	J14049
Hauswirtschaftliche Assistentin	Region Zürich	J14046

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sicherheitsbeauftragter / Duty Manager (m/w)	Region Zürich	J14065
Köche / Chef de partie	Region Basel	J14038

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

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B847	CEO, GM, Direktion, Verwaltung, Bereichsleitung, COO	44	CH	per sofort	D F E PT
B994	Eventmanager / Projektkoordinatorin/ Gastgeber/ Organisatorin	28	CH	per sofort	D F E
B617	Hauswirtschaft/ Office/Front-Office	21	CH	per sofort	D F E
B957	Koch	41	CH	per sofort	D F E
B174	Küchenchef, Koch	45	CH	per sofort	D F E ES, JAP
B752	Nachtportier	58	CH	per sofort	D F E
B140	Personal, Geschäftsleitung, Verwaltung	44	DE	per sofort	D E
B1100	Portier	42	IT	per sofort	D F E ES
B1154	Réception, Reservation, Food & Beverage, Service, Bar, Events	24	CH	per sofort	D F E
B354	Restaurantassist., Empfangsassistent., Serviceangestellte/Barmitarbeiterin	24	DE	per sofort	D F E ETR
B1148	Servicefachangestellte	26	CH	per sofort	D F E
B1119	Souschef, Koch	47	DE	per sofort	D
B835	Spitalhotellerie, Gesundheitswesen, Konzeption, Consulting	30	DE	per sofort	D F E
B656	Team- oder Gruppenleiterin	38	CH	per sofort	D E
B51	Tourismusexperte, CEO	53	CH	per sofort	D F E

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 17. 5. 2010. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.



Möchten Sie Mitglied in einem erfolgreichen Team sein?
Im «gastro elemänt» sind noch nicht alle Positionen besetzt.

Chef de Service

Anforderungen: abgeschlossene Berufslehre als Kellner/Restaurationsfachmann; einige Jahre Berufserfahrung; Erfahrung im Führen von Mitarbeitern und Lernenden; Idealerweise 30-45; Sprachkenntnisse Französisch und Englisch von Vorteil; Organisationsstalent.

Serviceangestellte

Anforderungen: abgeschlossene Lehre als Restaurationsfachmann; Fremdsprachenkenntnisse von Vorteil; gute Umgangsformen; sicheres Auftreten; rasche Auffassungsgabe.

Koch

Anforderungen: abgeschlossene Ausbildung als Koch; Alter ab 20 Jahren; Berufserfahrung von Vorteil; Fremdsprachenkenntnisse von Vorteil; Erfahrung in Lehrlingsausbildung von Vorteil; Interesse an gehobener Gastronomie; offen für Neues.

Möchten Sie unser Team ergänzen, verstärken und zum Erfolg führen?
In unserem trendigen «gastro elemänt» können Sie Ihre Kreativität ausleben, Ihre Ideen einbringen und damit die Gäste begeistern. Sie sind im «elemänt», wenn unsere Gäste dank Ihrer Freude an der Arbeit und Ihrem Engagement zufrieden sind.

Wir bieten
unseren Mitarbeitern ein familiäres Betriebsklima; leistungsgerechte, zeitgemässe Entlohnung; vielseitige und abwechslungsreiche Aufbauarbeit in modernen, aufstrebenden Betrieben wie Trendlokal, Weinlounge, Events, Bowlingcenter.

Gespannt erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Zeugnissen und Passfoto an «gastro elemänt», z.H. Peter Müller, Betriebsleiter, Lotzwilstrasse 66, 4900 Langenthal; E-Mail: p.mueller@boesiger-langenthal.ch; Telefon 062 919 01 16.

7138-010



Hilcona – Als führendes Nahrungsmittel-Unternehmen im Retail- und Foodservice-Bereich sind wir Garant für hervorragende Qualität und Dienstleistung. Innovative Produkte sowie eine optimale Kundenbetreuung sind Eckpfeiler unseres Erfolges.

Für unser Marketing Team suchen wir eine/n kommunikative/n, engagierte/n

FachberaterIn Foodservice

In dieser Position begeistern und überzeugen Sie Foodservice Kunden von der Qualität und der Eignung unserer Produkte für jeden Anlass des Ausser-Haus-Verzehrs. Als Fachberater sind Sie Sparringpartner nicht nur für unsere Kunden, sondern auch für unsere interne Marketing- und Vertriebs-Organisation.

Ihre Hauptaufgaben:

- Beobachten des Markts mit Hilfe Ihres Kontaktnetzwerks
- eigenständiges Planen von Aktivitäten für eine erfolgreiche Verkaufsförderung
- Erarbeiten von zielgruppengerechten Anwendungen und Rezepten
- Fachliches Unterstützen des Produkt Managements bei der Produktentwicklung
- Organisieren und Durchführen von Degustationen sowie Beraten und Präsentieren bei grossen Messen
- Schulen unserer Kunden sowie unserer Mitarbeiter

Ihr Profil:

- Ausbildung als Koch sowie einige Jahre Praxiserfahrung in der Gastronomie
- kaufmännische oder betriebswirtschaftliche Weiterbildung
- aktives Netzwerk in der Gastronomie Branche
- kontaktfreudige Persönlichkeit mit Leidenschaft für Kundenpräsentationen
- gute MS Office Kenntnisse
- Französischkenntnisse von Vorteil

Sie sind eine innovative, gewinnende Persönlichkeit und die fachliche Beratung unserer Kunden über Hilcona Produkte würde Ihnen Spass machen?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung! Bitte richten Sie Ihre Unterlagen an Andrea Slee, Bereichspersonalleiterin – a.slee@hilcona.com, Bendererstrasse 21, FL-9494 Schaan. Für Erstauskünfte stehe ich Ihnen gerne unter Tel. +41 58 895 92 91 zur Verfügung.

Hilcona AG · Benderer Strasse 21 · FL-9494 Schaan · www.hilcona.com

7114-400

Suisse romande

suissemajestic | GRANDHÔTEL MONTREUX - SUISSE

Nous recherchons pour notre hôtel fraîchement rénové des personnes motivées pour les postes suivants, à pourvoir de suite ou dans un futur proche:

- **Un(e) coordinateur(trice)**
Groupes et Ventes (Allemand nécessaire)
- **Un(e) Sales Manager** (Allemand nécessaire)
- **3 commis de cuisine H/F** (Français nécessaire)
- **Yield Manager**
- **Serveur-barman**
- **Chef de rang**

Hôtel Suisse Majestic
1820 Montreux
Tél. 0041 21 966 33 33, www.suisse-majestic.com

7143-030

Ristoranti Fred Feldpausch

Wir suchen per sofort oder nach Übereinkunft für unsere Restaurants Grotto Brogini in Losone und Ristorante Sensi in Murialto-Locarno

Chefs de partie

(Alter ca. 20-30 Jahre, gute Kenntnisse der italienischen Sprache von Vorteil)

Gerne stehen wir für Informationen zur Verfügung
Frau B. Rivaroli (Bürozeiten) 091 756 00 60
Senden Sie Ihre komplette Dokumentation an
Ristoranti Fred Feldpausch SA
Via Varenna 20 CH-6600 Locarno
brivaroli@ristoranti-ff.ch
www.ristoranti-ff.ch

7137-010

ESTAVAYER-LE-LAC PAYERNE & REGION ACTIF PAR NATURE

Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme cherche:

Un(e) directeur(trice)

Tâches principales

- Gestion de l'office du tourisme, du budget et des ressources humaines
- Développement de l'offre touristique en lien avec la stratégie
- Responsabilité des animations
- Représentations auprès des autorités, des organes touristiques et des partenaires

Profil souhaité

- Formation universitaire, HES ou équivalent
- Expérience dans le domaine du tourisme
- Expérience dans la gestion d'une administration et des ressources humaines
- Parfaite maîtrise du français, allemand et anglais
- Bonne capacité de représentation et de communication
- Flexibilité, créativité, aisance dans les contacts

Entrée en service au 1^{er} décembre 2010

Vous êtes intéressé(e)? Alors transmettez votre dossier de candidature d'ici au 28 mai avec les documents usuels à:

Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme
rue de l'Hôtel de Ville 16, 1470 Estavayer-le-Lac

7114-400

Svizzera italiana



Albergo 4 stelle a conduzione familiare in Ascona

Siamo alla ricerca di un/a:

Segretaria di ricevimento Occupazione al 50% oppure al 100%

con esperienza in ricezione di almeno 2 anni.
Lingue: italiano, francese, inglese, ottima conoscenza del tedesco e comprensione dello svizzero tedesco. Conoscenze di Fidelity.

Data da convenire

Inviare curriculum a:
A. Biasca-Caroni
Hotel Ascona
6612 Ascona

booking@hotel-ascona.ch
www.hotel-ascona.ch
tel. 091 785 15 15
fax 091 785 15 30

7118-400

Stellengesuche

Junges dynamisches Ehepaar (30) sucht

Hoteldirektionsstelle

auch Garri in der Ostschweiz.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme unter Chiffre 7160-4121 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

7160-4121

Wie managt man ein kleines Hotel?

Gesucht Praktikumsstelle

Mein Ziel ist es, ein eigenes Hotel zu haben.
Biete über 20 J. KMU-Management Erfahrung, Freude am Kochen und die Rolle als Gastgeber entsprechen mir. CH, D/E Erste Kontaktaufnahme unter:
peter.breguet@bluewin.ch

7160-411

International



Ein schnell wachsendes Hotel-Management-Unternehmen mit Hotels in China sucht zur Ergänzung des Teams im Swisstouches Hotel in Xi'an

General Manager Operational Manager

Das Swisstouches Hotel in Xi'an ist Hospitality strategisch ideal, im Herzen des Hightech-Business-Gebietes von Xi'an, gelegen. Moderne Architektur zeitgenössischer schweizerisch-europäischer Innenausstattung, gepaart mit einem Hauch von chinesischer Kultur und Tradition.

Das Hotel ist bestens ausgestattet mit 330 Zimmern der gehobenen Preisklasse, inklusive 9 Deluxe Suiten, einer einzigartigen Maisonette Swisstouches Suite und einer luxuriösen Präsidenten-Suite.

Gute Englischkenntnisse erforderlich. Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich in einem dynamischen und vielseitigen Umfeld weiterzuentwickeln. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Swisstouches Hotels and Resorts
Human Resources Department
career@swisstouches.com

7104-400

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 20 / 20. Mai 2010



Auch unterwegs.

Hotelfinden! Sie haben die Wahl. www.swisshotels.com

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

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

Gastroconsult AG

UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION



Im Auftrag unserer Kundin vermieten wir per
1. Juli 2010 oder nach Vereinbarung das

Spezialitätenrestaurant

Wildenmann

in Buonas am Zugersee

www.wildenmann-buonas.ch

Das stilvolle Haus befindet sich abseits von der
Strasse und verfügt über folgende Räumlichkeiten:

- Innenbereich **80 Plätze**
(aufgeteilt in verschiedene Stuben)
- Aussenbereich **80 Plätze**
(kleine Terrasse und Garten)

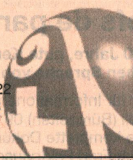
Während den Sommermonaten ist der Wildenmann
ein beliebtes Ausflugsziel, welches mit dem Schiff
erreichbar ist (Anlegestelle Buonas). Auf dem
grosszügigen Umschwung befinden sich genügend
Parkplätze, ein Ökonomiegebäude sowie das private
Seebad mit Kiosk und Badekabinen.

Sie sind Gastgeber/in aus Leidenschaft und
möchten die langjährige Tradition dieses Gourmet-
Restaurants auf hohem Niveau weiterführen? Dann
erwarten wir gerne Ihre Bewerbungsunterlagen.

Bitte melden Sie sich bei:

Gastroconsult AG

Unternehmensberatung | Tina Müller
Standstrasse 8 | Postfach | 3000 Bern 22
Tel. 031 340 66 29 | Fax 031 340 66 33
tina.mueller@gastroconsult.ch
www.gastroconsult.ch



Café-Restaurant

à vendre à Fribourg

Raison d'âge. Idéal pour jeune couple.
Poss. acquisition appl. 5% pces

Pierre Wirz, tél. 079 434 90 34
pierwirz@vtx.ch

7101-409

zu verkaufen



Hotel Mohren Willisau
Eingangs Städtchen

Hotel/Restaurant
Gaststube
Saal & Säli
12 Gästezimmer
moderne Küche
Einstellhalle

Martin Wicki
Menzbergstrasse 9
6130 Willisau T 041 485 71 30
www.cas-verwaltungen.ch

CAS VERWALTUNGEN
SCHÖPPEIM WILLISAU LUZERN

7101-404

Zu verkaufen in Basel:

3-Sterne-Hotel mit Restaurant

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

Für weitere Informationen:

GREVAG Immobilien AG

Telefon 062 916 30 63
www.grevag.ch

7101-400

Anzeigen

Zu verkaufen: elektronische Stempeluhren

ab Fr. 480,-

- Rechnende Ausführung ab Fr. 620,-
- Badge-System ab Fr. 995,-
- Stets rev. Occ. mit Garantie

Jaeggi

Zeiterfassung GmbH

Lyss: 032 384 50 51

Zürich: 044 202 34 61



Uhrenanlagen

www.jaeggi-co.ch

info@jaeggi-co.ch

6101-387

Gelesen von Entscheidungsträgern!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr
hotel revue