

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2010)
Heft: 23

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>



Hotelwelten

Thermen werden zur «Wellness-Mall», in die Sauna ziehen. Düfte ein: Trends zum Wohlfühlen.

Beilage

Session

Nach jahrelangem Ringen soll nun doch ein Rahmengesetz für Risikosportarten kommen.

Seite 2

Tessin

Das neue Gaststättengesetz schreibt vor, dass jedes Lokal von einem Wirt mit Patent geführt wird.

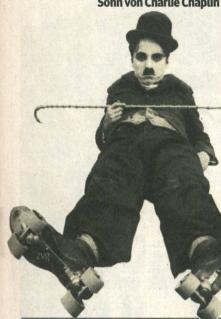
Seite 4

Musée Chaplin

«Ich behalte von meinem Vater das Bild eines strengen und arbeitsamen Menschen.»

Seite 19

Eugène Chaplin, Sohn von Charlie Chaplin



avec cahier français hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 182 Stellenangeboten

Südafrika ist bereit



Die Vuvuzela, ein Blasinstrument und ein Symbol des südafrikanischen Fussballs, wird an der WM nicht zu überhören sein.

Kommentar

Das Klima wartet nicht auf die grossen Staatsverträge



SIMONE LEITNER

In diesen Tagen trafen sich in Bonn Minister und hochrangige Vertreter von rund 50 Staaten, um erneut Bewegung in den globalen Klimaschutz zu bringen. Denn die grosse UNO-Klimakonferenz in Kopenhagen vom Dezember 2009 endete enttäuschend. Wahr setzten die USA mit der Teilnahme von Barack Obama ein grosses Zeichen. Wohin der Weg aber führt, ist offen. Niemand ist bis jetzt konkret Verpflichtungen eingegangen – es handelt sich lediglich um freiwillige Einschränkungen zur Kürzung der CO₂-, Methan- und anderer Emissionen. Die Forderungen von armen und reichen Ländern liegen weit auseinander.

«Etwas gegen den Klimawandel tun wollen viele. Aber was ist heute das Richtige?»

Aber nicht nur Industrie-, Schwellen- oder Entwicklungsländer, auch die Schweizer Hoteliers und Touristiker beschäftigen sich mit dem Klimaschutz. Etwas für die Umwelt tun wollen viele. Aber was ist heute das Richtige? Und vor allem, was wird in Zukunft das Richtige sein? Obwohl sich Klimaforscher nicht immer einig sind, muss sich unsere Branche dennoch dem «Green Mind» verpflichten. Und zwar mit konkreten Taten. Auch wenn die grossen Staatsmänner noch viel Zeit für eine Einigung brauchen, die Klimaveränderung wartet nicht. Daher müssen einzelne Unternehmen mit gutem Beispiel voran gehen.

Seite 7 bis 11

Morgen beginnt in Südafrika die Fussball-WM. Das Land am Kap kann so auch seine kulinarische Seite präsentieren.

DANIEL STAMPFLI

Zum ersten Mal überhaupt findet eine Fussball-WM auf dem afrikanischen Kontinent statt. Für das Austragungsland Südafrika bietet dies die einmalige Gelegenheit, auch seine touristischen und kulinarischen Vorzüglichkeiten medial bekannt zu machen. Denn die afrikanische Küche ist äusserst vielseitig und enthält Einflüsse aus Afrika, Europa und Asien.

Hoch im Kurs ist bei den Südafrikanern das Grillen. In diesem Land wird weltweit am meisten Fisch und Fleisch gebraten.

Auch in den diversen WM-Stadien soll das Publikum in den Genuss von typisch südafrikanischen Spezialitäten kommen. Für die Verpflegung im Publikumsbereich ist der südafrikanische Caterer Headline Leisure Management zuständig, im VIP-Bereich

zwei deutsch-südafrikanische Joint Ventures.

Die Hoteliers profitieren weniger als ursprünglich erwartet. Die Hotels des Schweizers Hans Enderle, die sich an Austragungsorten befinden, sind jedoch um die Spielstage ausgebucht. Enderle's City-Lodge-Gruppe umfasst in Südafrika insgesamt 50 Betriebe mit total 6442 Zimmern.

Seiten 5, 16 und 17

Alpmobil

Mit Elektroautos im Sommer die Pässe überqueren

In den kommenden Monaten Juli, August und September können an den Pässen der Gotthardregion Testfahrten mit dem norwegischen Elektroauto «Think» durchgeführt werden. Im Goms und Haslital werden 60 Elektrofahrzeuge bereit stehen. Eine Tagesmiete kostet 60 Franken. Das Projekt mit dem Namen «Alpmobil» wird unterstützt von zahlreichen Hotels, Tourismusorganisationen sowie der Zentralbahn, der Matterhorn-Gotthard-Bahn und der KWO Kraftwerke Oberhasli AG.

Seite 3

Klimawandel

Die Branche ist sensibilisiert. Die Saaser sorgen vor.

Die Klimaveränderung trifft den Tourismus in den Alpen besonders hart. Das Staatal hat am Dienstag ein einmaliges Projekt lanciert, das die Chancen und Risiken möglichst konkret aufzeigen soll. Mit einer Fallstudie vor Ort wollen die Saaser Gemeinden ein Jahr lang Handlungsoptionen ausloten. Denn nur so sei es möglich, rechtzeitig und überlegt zu agieren, sagen die Verantwortlichen. So denken auch zunehmend mehr Hoteliers und Touristiker.

Seite 7 bis 11



Alain D. Boillat
Sorge tragen zur faszinierenden Landschaft. Hier die Engelhörner.

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



ANZEIGE

«Insieme da oltre 30 anni!

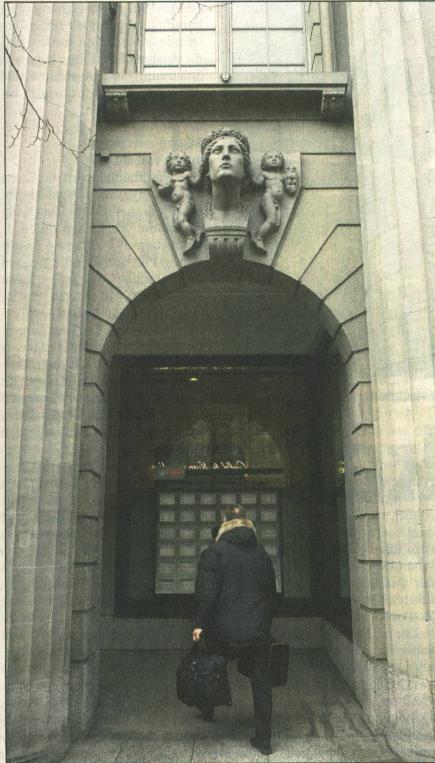
Perchè HOTELA è un partner sicuro, competente e innovativo.
Con MIRELA la tradizione continua....

Una soluzione ottimale nella gestione delle risorse umane,
salari, prestazioni sociali e controllo orari lavorativi.»

MIRELA
www.mirela.ch

Giovanni Gazzola, TCS Hotel Bellavista, Vira Gambarogno

Vier Wege ins Jahr 2030



Wird Zürich in Zukunft weniger Geschäftsreisende haben?

Zürich Tourismus hat zum 125. Geburtstag eine Studie mit Perspektiven für Jahr 2030 erstellen lassen. Das GDI legt ein Quartett von Szenarien vor.

ANDREAS GÜNTERT

Zürich ist mit dem Geschäftsmodell 70/30 jahrelang gut gefahren. 30 Prozent Freizeitgäste, die das Wochenende auslasten, 70 Prozent Geschäftsreisende, die wochentags vom florierenden Finanzplatz angezogen werden. Was aber, wenn dieser Finanzplatz stärker unter die Räder kommen sollte? Das Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) greift das Thema in der Studie «Zürcher Tourismus 2030 – Entwicklungserspektiven» auf. In vier alternativen Extremzonen wird aufgezeigt, wohin die Reise gehen könnte.

Im ersten Szenario entsteht aus den Worten «Business» und «Leisure» (Freizeit) das Kofferwort «Bleisure». Das Modell «Bleisure Hub» steht für ein Gästeverhalten, das Arbeits- und Freizeitleben so verbindet, wie man es von der «kreativen Klasse» der Grafiker,

Web-Entwickler oder Modeschaffenden kennt. Gästetmix: 60 Prozent Business, 20 Prozent Freizeit, 20 Prozent Bleisure.

Das zweite Szenario, «Premium-Boutique», geht von wirtschaftlich härteren Zeiten aus; nur Reiche und Superreiche können sich Zürich leisten. Eine Kundschaft, die sich im «Dolder» oder im «Baur au Lac» von der Welt abgrenzt und mit exklusiven Einzel-Events – etwa einem Deltaseglerflug ab dem Üetliberg – bei Laune gehalten wird. Gästetmix: Geschäftsanteil 75 Prozent, Freizeitanteil 25 Prozent.

Varianten 3, «Rückzugsort», zeichnet ein touristisches Zürich auf dem Krebsgang. Bei diesem Stress-Szenario sinkt der Anteil der Geschäftsreisenden stark, die nun überwiegend Freizeittouristen buchen. Günstig-Unterkünfte. Kostenlose Natur-Erlebnisse zählen mehr als der Besuch einer Bahnhofstrasse-Bijouterie. Das Bankgeheimnis ist verdampft, Zürich im «Zeitalter Weniger» angekommen.

Gästetmix: 40 Prozent Business, 60 Prozent Freizeit. Auch im Szenario 4 ist der Glanz des Finanzplatzes weg. Dafür streicht man seine Wissens-Kompetenz heraus. Naturwissenschaftler, IT-Superhirne, Geistesforscher machen Zürich zum «Smart Spot» und reichern bestehende Events mit Zukunftsträchtigen Elementen an. Gästetmix: 50 Prozent Business, 20 Prozent Freizeit, 30 Prozent «Bleisure» (siehe Szenario 1).

«Es sind keine Kochrezepte, eher eine Art Sandkasten, der zum Spielen anregt.»

Elmar Ledergerber
Präsident Zürcher Tourismus

len mehr als der Besuch einer Bahnhofstrasse-Bijouterie. Das Bankgeheimnis ist verdampft, Zürich im «Zeitalter Weniger» angekommen. Gästetmix: 40 Prozent Business, 60 Prozent Freizeit.

Auch im Szenario 4 ist der Glanz des Finanzplatzes weg. Dafür streicht man seine Wissens-Kompetenz heraus. Naturwissenschaftler, IT-Superhirne, Geistesforscher machen Zürich zum «Smart Spot» und reichern bestehende Events mit Zukunftsträchtigen Elementen an. Gästetmix: 50 Prozent Business, 20 Prozent Freizeit, 30 Prozent «Bleisure» (siehe Szenario 1).

Elmar Ledergerber, Präsident von Zürcher Tourismus, mag sich nicht für eine Lieblingsvariante erwärmen: «Das sind keine Kochrezepte, ich sehe darin eher eine Art Sandkasten, der zum Spielen anregt.» Man wolle aus jedem Szenario ein Optimum schöpfen. Für den expansionsorientierten Präsidenten dürfte das Szenario «Rückzugsort» wohl nicht denkbar und das Modell einer «Premium Boutique» zu polarisierend sein.

Immerhin hat ja auch Elmar Ledergerber seine ganz persönliche Zukunftsvision: Den Kanton Zürich und die Tourismus-Profitoren von Detailhandel und Gastronomie stärker einzubinden in den Kreis der Zürcher-Tourismus-Financiers. Dort käme man insbesondere mit einem Schrumpf-Szenario wohl weniger gut an.

Zürich Tourismus Neues Mitglied in Vorstand gewählt

An der Generalversammlung von Zürcher Tourismus wurde am vergangenen Donnerstag Marc Ohlendorf als neuntes Mitglied in den Vorstand gewählt. Ohlendorf ist seit drei Jahren General Manager des Swissôtel Zürich. Er komplette den Vorstand für die Amtsperiode bis 2013. An der GV wurde auch die Jahresrechnung präsentiert. Beiträge und Erträge beliefen sich auf ein Gesamtaufkommen von 12,7 Mio. Franken. Die Hoteliers steuerten dabei mit City-Tax-Abgaben von 7,4 Mio. Franken knapp 60% der Mittel bei.

Aus der Region

Basel

Boulevard-Beizen dürfen WM ins Freie übertragen

Fussballfans können in Basler Boulevard-Restaurants die Spiele während der morgen Freitag beginnenden Weltmeisterschaft auch im Freien mitverfolgen. Die Basler Regierung hat die Vorschriften für die an sich nicht erlaubte Beschallung der Allmend gelockert. Diesen Schritt begründete die Executive in einer Mitteilung mit dem grossen Interesse der Bevölkerung an der WM. Die Ausnahmeregelung gilt vom 11. Juni bis zum 11. Juli. Die TV-Geräte müssen indes im Innern des Lokals stehen. Grund seien die Vorschriften der Fifa.

Zentralschweiz

Auf dem Titlis lief im Winter das Geschäft rund



Swiss-Image

Die Bergbahnen Titlis Rotair blicken auf ein gutes Winterhalbjahr 2009/10 zurück. Der Umsatz konnte um 4% auf 27,371 Mio. Franken gesteigert werden und der Gewinn nahm um 2% auf 3,920 Mio. Franken zu. Massgeblich zum Wachstum beigetragen hatte das umgebaute Berg hotel Titlis, das 66% mehr Umsatz erwirtschaftete als im Winter zuvor.

Das Elektroauto erobert die Alpen

Diesen Sommer können die Pässe der Region San Gottardo mit mietbaren Elektrofahrzeugen überquert werden. «Alpomobil» nennt sich das kantonsübergreifende Projekt.

DANIEL STAMPFU

Unterstützt wird das Projekt «Alpomobil» von zahlreichen Hotels, Tourismusorganisationen sowie der Zentralbahn, der Matterhorn-

Gotthard-Bahn und der Kraftwerke Oberhasli AG (KWO). In den Monaten Juli, August und September können alle, die einen gültigen Fahrausweis besitzen, ein Elektroauto des norwegischen Typs «Think» für einen Tag zu 60 Franken mieten. Für Feriengäste und Ausflügler stehen im Goms und Haslital 60 Elektrofahrzeuge für Testfahrten bereit.

Die E-Autos stehen an den verschiedenen Standorten, wie Bahnhöfe, Tourist-Informationen sowie Hotels bereit und können direkt vor Ort oder über ein Reservierungs-

system im Internet gebucht werden. Die genauen Standorte der E-Autos finden sich auf www.alpomobil.ch, wo auch direkt reserviert werden kann. Zudem bietet die Website Informationen zu zahlreichen Routen und Ausflugszielen, die mit dem Elektroauto besucht werden können. Die Reichweite eines Autos beträgt mit einer Batterieladung rund 120 Kilometer. Sollte unterwegs einmal eine Panne auftreten, hilft der TCS Service- und Pannendienst.

Im Angebot steht auch ein Schnupperangebot für 248 Franken.



Ab Juli kann der Grimselpass im Elektroauto «Think» überquert werden.

ken. Es beinhaltet eine Übernachtung für zwei Personen samt Frühstück, Abendessen sowie E-Auto für einen Tag. Dieses Angebot ist nur bei einer Anreise am Sonntag gültig. Am 29. Juni ziehen mit dem

«Alpaufzug» ab Meiringen 60 E-Autos für drei Monate an die Alpenpässe. Zur Trägerschaft des Projekts Alpomobil gehören die Energieregion Goms, die KWO und das Progetto San Gottardo.

Mehr Geld für Tourismus?

Der Kanton Bern will für alle Destinationen eine Leistungsvereinbarung mit ST abschliessen. Mit einer Erhöhung der Beherbergungsabgabe soll den Destinationen mehr Geld zur Verfügung stehen.

DANIEL STAMPFU

Bei der touristischen Marktbearbeitung besteht im Kanton Bern Handlungsbedarf, wie die Berner Volkswirtschaftsdirektion mitteilt. Der Kanton soll sich stärker in der Basiswerbung für seine

Destinationen engagieren. Dies erfordert eine kleine Revision des Tourismusentwicklungsge setzes (TEG). Der Kanton will anstelle der einzelnen Destinationen mit ST eine Leistungsvereinbarung über die Grundwerbung abschliessen. Zudem soll sich der Kanton bei der Bewerbung um internationale Veranstaltungen und deren Vorbereitung stärker einbringen. Gleichzeitig mit der Revision des TEG soll die Beherbergungsabgabe angehoben werden.

Der heutige Betrag von Fr. 60 je Übernachtung sei seit langem unverändert, so die Mittlei ter. Das Gesetz lässt dem Kanton einen Spielraum bis Fr. 150. Der Kanton habe dazu Son-

derungsgespräche mit Hoteliers geführt. Diese seien vom Vorschlag «unterschiedlich begeistert», so Adrian Studer, Geschäftsführer und Vorsitzender des bernischen Amts für Wirtschaft beco. Die Vorschläge der Volkswirtschaftsdirektion gehen auf ein Positionspapier des Instituts für Freizeit und Tourismus der Universität Bern zurück. Dieses wurde im vergangenen September anlässlich des 3. Berner Tourismustages vorgestellt. Institutsvorsteher Hansruedi Müller sagte damals, um den bernischen Tourismus zu stärken, brauche es mehrere Massnahmen, so auch ein verstärktes finanzielles Engagement des Kantons Bern.

Kanton Graubünden startet eine Tourismus-Qualitätsoffensive

Die gesamte Dienstleistungskette soll mit einer übergeordneten Strategie gestärkt werden.

Das Amt für Wirtschafts des Kantons Graubünden lanciert eine Qualitätsoffensive zur Sicherung und Förderung der Qualität. Dies sei ein weiterer Schritt des Bündner Tourismusreform, wie die Behörde mitteilt. Ein Qualitätsmanagement-System, das verschiedene Leistungsträger, aber auch Gemeinden und die Bevölkerung einbezieht, soll bestmöglich Voraussetzungen für die Stärkung der gesamten Dienstleistungskette im Tourismus schaffen, so die Medienmitteilung des Amtes für Wirtschaft und Tourismus. Im Zentrum steht die Verbesserung der Dienstleis-

tungsqualität, bei einzelnen Angeboten und Unternehmen.

Das Teilprojekt «Qualitätsoffensive Graubünden» soll in zwei Phasen durchgeführt werden. Zuerst wird ein Konzept für eine kantone le Qualitäts sicherungsstrategie erarbeitet. Unter Einbezug einer Be gleitgruppe sollen bis Ende 2010 die Grundlagen vorliegen. Unterstützt wird das Bündner Amt unter anderem vom Institut für Tourismus- und Freizeitforschung der HTW Chur und dem FIF der Uni Bern. In einer zweiten Phase sollen dann die erarbeiteten Massnahmen gezielt umgesetzt werden. dst

Tessin

Bahnangebot mit Italien wird verbessert



Zvg

Im italienisch-schweizerischen Grenzgebiet wird das Bahnangebot verbessert. Ab dem 14. Juni verkehrt von Montag bis Samstag abends eine S-Bahn-Komposition des «Tilo» auf der Strecke Bellinzona-Mailand. Weitere neue Angebote sollen mit dem Fahrplanwechsel im Dezember folgen. Tilo ist der Name einer 2004 gegründeten Tochterunternehmung der SBB und Trenitalia. dst

Aus der Region

Graubünden

Arosa Bergbahnen mit gutem Abschluss



Im Geschäftsjahr 2009/10 erzielte die **Arosa Bergbahnen AG** einen Gesamtumsatz von 30,06 Mio. Franken (-0,6%). Das Betriebsergebnis 1 (EBITDA) erhöhte sich um 4,9% auf 9,437 Mio. Franken. Das gelungene Kostenmanagement habe dazu beigetragen, dass der erwirtschaftete Cashflow mit 7,601 Mio. Franken rund 7% über dem Vorjahreswert liegt. Im Winter 2009/10 besuchten insgesamt 586 000 Gäste das Schneesportgebiet, was dem Schnitt der letzten fünf Wintersaisons entspricht.

Brigels stellt Weichen für Resort

Die Bündner Oberländer Gemeinde Brigels hat die Weichen für den Bau eines 45 Mio. Franken teuren Ferienresorts gestellt. 33 000 Quadratmeter Land werden der Betreibergesellschaft gratis überlassen. Das Resort soll über 20 bis 25 Häuser, knapp 100 Wohnungen und rund 600 Betten verfügen. Gefunden werden muss noch ein Investor. Die Gesellschaft, die das Resort betreibt, muss zuerst gegründet werden. Geplant ist, dass der holländische Ferienanbieter Landal Green Parks einsteigt, der die Betten füllt.

St. Moritz geht bei Ski-WM 2015 leer aus



Den Zuschlag für die Durchführung der alpinen Skiweltmeisterschaften 2015 erhielt Beaver Creek/Vail in den USA. Damit kommt **St. Moritz**, das bereits im Rennen um die Ski-WM 2013 an Schladming gescheitert war, erneut nicht zum Zug. Entsprechend gross ist die Enttäuschung im Engadin. Nun will St. Moritz einen neuen Anlauf für die Durchführung der Ski-WM im Jahr 2017 annehmen. Der FIS-Kongress, an dem der WM-Ort für 2017 gewählt wird, findet 2012 in Südkoreastadt.

Val Müstair und Nationalpark als Unesco-Reservat

Das Val Müstair und der Schweizerische Nationalpark bilden neu gemeinsam ein 371 Quadratkilometer grosses Unesco-Biosphärenreservat. Die Unesco verlangt aber, dass bis 2013 alle Vorgaben erfüllt sein müssen. Der Nationalpark im Engadin ist das älteste Unesco-Biosphärenreservat der Schweiz. Durch den Zusammenschluss wurde die Fläche mehrfach verdoppelt. Die Unesco hat der Erweiterung zugestimmt, da die seit 1995 gültigen Vorgaben teilweise erfüllt sind. dst



Der Kanton Tessin verlangt von Gastronomen – im Bild in Ascona – aus Qualitätsgründen auch in Zukunft ein Wirtpatent.

Swiss-Image

kann, mindestens drei Jahre eine Gaststätte problemlos geführt zu haben.

Nur in Ausnahmefällen kann ein Wirt mehrere Lokale leiten. Dies ist möglich, wenn sich die Lokale in einem Gebäude befinden oder eine touristische beziehungsweise kommerzielle Einheit bilden. hotelleriesuisse Ticino fordert, dass die Auslegeverordnung hier mehr Spielraum lässt. Ansonsten wird das neue Gesetz prinzipiell begrüßt.

Alkoholausschank nur an Volljährige

Etwas liberaler wird das Gesetz für Minderjährige. Jugendliche unter 16 Jahren dürfen neu bis 23 Uhr Gaststätten aufsuchen (bisher 21 Uhr), danach bleibt eine Begleitperson Pflicht. Der Ausschank von alkoholischen Getränken bleibt Volljährigen vorbehalten. Ein Antrag aus den Reihen der Lega, wenigstens den Verkauf von fermentierten Getränken wie etwa Bier an über 16-Jährige zu erlauben, scheiterte. Ausschlaggebend waren die allgemeinen Verkaufsbestimmungen für Alkohol im Kanton Tessin, die an die Volljährigkeit gebunden sind.

Wenn Wirt gegen das Ausschankverbot für Minderjährige verstossen, werden sie künftig härter geahndet. Verstöße können im jeweiligen Lokal mit Aushängen angezeigt werden. Restaurants müssen zudem weiterhin gratis Leitungswasser anbieten, wenn eine Hauptmahlzeit eingenommen wird. Der Antrag, diese Klausel abzuschaffen, wurde vom Parlament zum grossen Ärger von Gastroticino verworfen. «Wir bleiben die einzige Kategorie von Unternehmen, die gezwungen werden, einen Dienst gratis zu leisten», hieß es in einer Medienmitteilung von Gastroticino.

Pro Wirt ein Lokal

Im Tessin gibt es ein neues Gaststättengesetz. Das Wirtpatent bleibt erhalten. Einschränkungen für Minderjährige werden leicht gelockert.

GERHARD LOB

Die Totalrevision des Tessiner Gaststättengesetzes ist dieser Tage im Kantonsparlament fast einstimmig und unter neuem Namen verabschiedet worden. Im neuen «Legge sugli esercizi alberghieri e sulla ristorazione» (Lear) ist explizit von «Hotelbetrieben und Restaurants» die Rede. Es löst das bisherige Gesetz aus dem Jahr 1994 ab. Eine der wichtigsten Neuerungen: Jedes Lokal hat juris-

tisch nur noch einen Verantwortlichen, nämlich den Wirt. Es handelt sich um die Person, welche die Gaststätte leitet und im Besitz eines Wirtpatents sein muss, das neu im Rang eines Kantonaldiploms steht.

Schluss mit dem «Verleih» des Wirtpatents

Diese Neuerung ist wichtig, da die Behörden im Kontakt mit Gaststätten unter Umständen mit drei Ansprechpartnern zu tun hatten,

dem Inhaber der Immobilie, dem Wirt und einem Geranten (wenn der Wirt nicht selber die Gaststätte führte). Die einfache Regel lautet jetzt neu: Ein Lokal – ein Wirt.

Der im Tessin praktizierte «Verleih» eines Wirtpatents wird damit unmöglich. Das Wirtpatent wird aus Qualitätsgründen auch in Zukunft verlangt. Wer aus anderen Kantonen ins Tessin kommt, wird vom kantonalen Wirtpatent befreit, wenn die Person nachweisen kann, dass sie den Wirt nachweisen kann.

Länger bleiben, weniger zahlen

Das Zürcher Stadthotel Krone Unterstrass startet mit einem Longstay-Konzept. Und hegt nach der «Townhouse»-Eröffnung neue Erweiterungspläne.

ANDREAS GÜNTERT

Eine interne Gäste-Umfrage brachte es im Zürcher Geschäfts- hotel Krone Unterstrass an den Tag: Könnten die Kunden mithören, wünschten sie sich vor allem ruhige Zimmer an zentraler Lage, grössere Räume und Kochnischen.

Was die Gäste sich vorstellten, hat das Zürcher Viersternehaus in 14-monatiger Bauzeit umgesetzt und diese Woche präsentiert: den Erweiterungsbau «Townhouse», auf der Rückseite des Haupthauses im Hof gelegen, mit 19 Studios und Junior-Suiten. Das neue Angebot richtet sich vor allem an Longstay-Gäste, Geschäftskleute, die berufshalber länger in der Stadt weilen. Die gediegen eingerichteten Zimmer-raumhohe Fenster, viel Stauraum, grosszügige Nasszellen – sollen es zulassen, dass die Langzeit-Gäste auch einmal Besuch empfangen können. 5,5 Millionen Franken hat sich die «Krone Unter-

strass» den hochwertigen Umbau kosten lassen, was sich mit vergleichsweise hohen 290 000 Franken pro Zimmer niederschlägt. Um tatsächlich Langzeitgäste mit mehrmonatiger Verweildauer anziehen, setzt man auf ein spezielles Preiskonzept: ab der 15. Nacht sinken die Preise um 40 bis 50 Prozent.

«Wir spüren bei Banken, Versicherungen und der Universität starkes Interesse für unser Longstay-Konzept», sagt Henri Wüger, Inhaber der «Krone Unterstrass» und über die Wüger Gastronomie AG auch Besitzer des Hotels Sternen Oerlikon (derzeit im Umbau).



19 Studios und Junior-Suiten umfasst der neue Erweiterungsbau. Zvg

und der Hallenstadion-Gastronomie. Nach der Erweiterung der «Krone Unterstrass» von 57 auf 76 Zimmer fassst man bereits den nächsten Schritt ins Auge. Über eine Passarelle soll das neu gestaltete «Townhouse» mit einem Wohnhaus verbunden werden, wo weitere 15 Zimmer entstehen sollen. «Wenn alles gut läuft», sagt Wüger, «sollten wir damit in zwei bis drei Jahren am Markt sein.»

Bern Tourismus im Wandel

Ein neues Erscheinungsbild und neue Köpfe im Vorstand. Bern Tourismus läutete an der Mitgliederversammlung die nächsten Schritte ein.

DANIEL STAMPFLI

Ab 2011 umfasst die Destination Bern neben der Stadt Bern auch die Regionen Emmental, Oberaargau, Gantrisch und Laupen. Mit den strukturellen Neuerungen geht auch ein neues Erscheinungsbild einher. Der neue Auftritt soll vor allem mit einer ausgewählten und klar definierten Bild-

sprache überzeugen, wie am Dienstag bei der Präsentation anlässlich der Mitgliederversammlung erklärt wurde. Bis Ende Jahr prüft Bern Tourismus, ob und wie die neue Marke durch weitere Berner Marketingorganisationen angewendet werden kann. Das Erscheinungsbild werde bis Ende 2011 komplett adaptiert sein. Zum neuen Präsidenten von Bern Tourismus und damit zum Nachfolger von Mathias Tromp wählte die Mitgliederversammlung Nationalrat und Rechtsanwalt Alec von Graffenreid. Neu in den Vorstand gewählt wurden Daniel Buer, Beat Giauque und Kuri Schär. Das Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Uni-

Bern erteilt Bern Tourismus gute Noten. Im Vergleich mit den Tourismusorganisationen der Städte Basel, Lausanne und Luzern arbeitet Bern Tourismus mit wenig Mitteln insgesamt gut. Gut abschneiden würden etwa die Bereiche Führung und Strategie, Kreativität und Innovation, Abschluss von kommerziellen Partnerschaften und Beteiligung an Veranstaltungen und Grossereignissen. Verbesserungspotenzial sehen die Forscher bei der Nachhaltigkeit des Unternehmens, dem mangelnden finanziellen Ressourcen, der Erfassung der Wahrnehmung der Gäste und Partnerschaften sowie dem relativ tiefen Selbstfinanzierungsgrad.

«Grüne Fee» spürt Krise: Weniger Absinth exportiert

Im vergangenen Jahr ist der Export von Absinth aus der Schweiz regelrecht eingebrochen. Die Ausfuhrzahlen gingen gegenüber 2008 um 90% zurück, wie die Eidg. Alkoholverwaltung mitteilte. Wegen der Finanzkrise seien vor allem Absinth-Bestellungen aus den USA fast vollständig ausgeblichen.

Weniger ausländische Gäste im Monat April

Im April 2010 verzeichnete die Hotellerie in der Schweiz insgesamt 2,4 Millionen Logiernächte. Dies entspricht laut dem Bundesamt für

Statistik gegenüber April 2009 einer Abnahme um 1,4%. Dieses Ergebnis sei auf die ausländischen Gäste zurückzuführen, die ein Minus von 5,2% verzeichneten. Die Gäste aus der Schweiz hingegen sorgten für eine Zunahme von 4,1%. In der Wintersaison stieg die Nachfrage insgesamt um 0,5%.

IG Bus Alpin mit der Nachfrage im Winter zufrieden

Nach dem Rekordergebnis im Sommer 2009 mit 23 000 transportierten Fahrgästen in sieben Regionen konnte die IG Bus Alpin auch im Winter 2009/10 ein sehr gutes Resultat verzeichnen. In den Regionen Gantrisch und Chasseral nutzten knapp 4000 Fahrgäste das ÖV-Angebot der IG Bus Alpin. dst

«Wir sind alle total verzückt»

Hans Enderle gehört zum «Who is Who» in Südafrika. Der Schweizer hat in 25 Jahren die Hotelgruppe City Lodge mit 50 Betrieben aufgebaut.

ANDREAS GÜNTERT

Hans Enderle, was tun Sie am 16. Juni?
Dann wird in Südafrika der Tag der Jugend gefeiert; ein wichtiger Tag für unser Land. Zur Zvieri-Zeit tritt natürlich die Schweiz ihr erstes WM-Spiel gegen Spanien an. Ohne mich.

Können Sie dem Fussball nichts abgewinnen?

Sicher kann ich das. Aber weil meine Nichte am 12. Juni in Basel heiratet, werde ich dann in der Schweiz sein. Und wenn ich schon einmal wieder in Europa bin, hänge ich gleich noch eine Amalfi-Reise an. Für die heisse Phase bin ich dann wieder zurück in Südafrika. Ich habe Tickets für das Viertelfinale, das Halbfinale und das Finale im Sack.

Was bedeutet die Fussball-Weltmeisterschaft für Südafrika?

Alle hoffen, dass es nicht bei einem vierwöchigen Fussballfest bleibt. Wenn alles gut über die Bühne geht, wenn das Land viel positive TV-Präsenz erhält und so bekannter wird, sollte das auch touristisch nachhaltigen Erfolg bringen.

Sie leben seit 1966 in Südafrika und haben ab 1985 die Hotelgruppe City Lodge aufgebaut. Was bringt die Fussball-WM Ihnen 50 Betrieben?

Hoffentlich tolle Häuser! Überall dort, wo wir mit Hotels in Austragungsstädten präsent sind, sind wir um die Spieldate ausgebucht. Zwischen durch, und auch in kleineren Orten, haben wir noch viele freie Zim-

mer. Teams sind in unseren Betrieben keine einquartiert, wir leben von Zuschauern und Presseleuten.

In Europa hört man, die Buchungen verlieren schlepend. Weshalb?

Tatsächlich werden wohl viel weniger Ausländer ins Land kommen, als zuerst gedacht. Anfangs ging unsere Branche von 1,8 Millionen Zimmernächten von ausländischen Besuchern aus, es wird schlussendlich wohl weniger als die Hälfte davon. Vielleicht ist es die Wirtschaftskrise, vielleicht liegt das Land zu weit weg von Europa – ich weiß es nicht. Auch die FIFA hat viele ihrer Hotelbuchungen annulliert. Was ich weiß: Das Thema Weltmeisterschaft dominiert das Leben seit Wochen; die Südafrikaner sind «totally ecstatic», völlig verzückt.

Was sagen Sie zu Sicherheits-Bedenken, die in Europa immer wieder auftauchen?

Südafrika ist ein junges Land, es wurde ja quasi mit Präsident Nelson Mandela 1994 neu geboren. Die

Regierung hatte viele Prioritäten, konnte sich wohl nicht um jedes Thema gleich gut kümmern. Es wäre sicher falsch zu sagen, Südafrika hätte kein Kriminalitäts-Problem. Aber unsere Gäste können sich sicher fühlen. Wir ziehen um jedes Hotel einen zwei Meter hohen Zaun, bestücken diesen mit Video-Kameras und haben rund um die Uhr immer mindestens zwei Security-Leute präsent.

Wie ist Ihre Hotelgruppe aufgestellt und ausgerichtet?

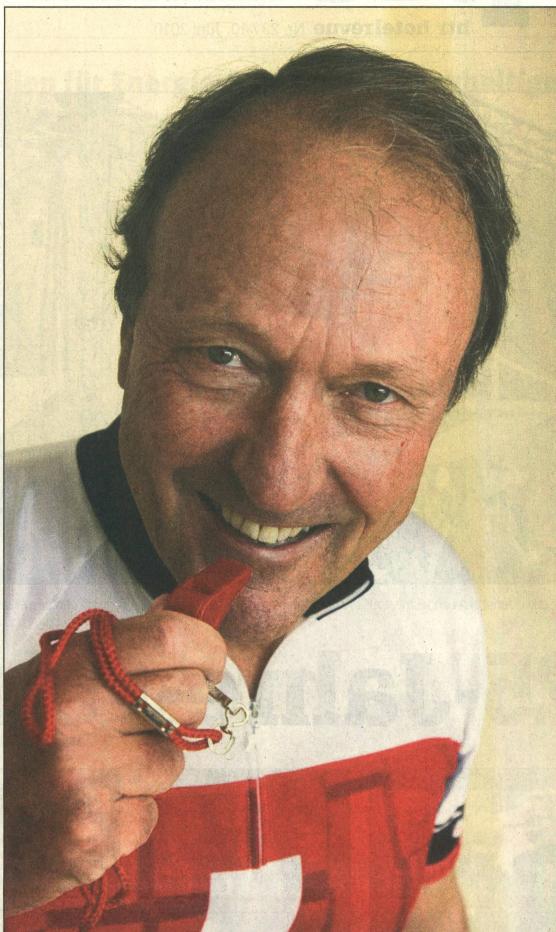


Bild zvg

Der in Südafrika tätige Schweizer Hotelier Hans Enderle hofft mit dem Anpfiff zur Fussball-WM auf volle Häuser.

Zur Person Vom Bahnhofbuffet nach Kapstadt

Hans Enderle (67), aus Zürich-Wollishofen, wanderte 1966 nach einer Kochlehre im Bahnhofbuffet Zürich und der Hotelfachschule Lausanne nach Südafrika aus. Die City-Lodge-Gruppe umfasst 6442 Zimmer in 50 Betrieben, aufgeteilt in die Brands Courtyard (4*), City Lodge (3*), Town Lodge (2*) und Road Lodge (1*). Die börsennotierte Firma wird mit 450 Millionen Franken bewertet. 10 Prozent der Aktien sind in Besitz des Gründers. Enderle ist verheiratet, Vater zweier erwachsener Kinder und lebt in der Nähe von Kapstadt. ag

Wir sind gleichzeitig Hotel-Entwickler, Besitzer und Betreiber. City Lodge besteht aus 50 Garni-Hotels und arbeitet mit einer Viermarkenstrategie. Wir leben zu über 75 Prozent von Geschäftsreisenden. 80 Prozent unserer Gäste stammen aus Südafrika, der grosse Rest aus anderen, mehrheitlich afrikanischen, Ländern.

Sie kamen 1966 für Holiday Inn nach Südafrika und zogen ab 1985 Ihre eigene Gruppe hoch. Was waren die Höhepunkte in all diesen Jahren?

Die grossen Schritte passierten immer an einem 1. August, das habe ich absichtlich so gewählt. Wichtig war natürlich der Start mit City Lodge im Jahr 1985, dann der Börsengang 1992 und ganz besonders der 1. August 1995, als wir unsere damals rund 600 Angestellten an der Firma beteiligten. Heute gehören den Mitarbeitenden acht Prozent

des Unternehmens. Von meinen aktiven Ämtern trete ich nach der WM zurück, am 1. August.

Wie starteten Sie vor 44 Jahren in Südafrika?

Von der Hotelfachschule in Lausanne her wusste ich sehr viel über Cocktails-Rezepte, kannte jede relevante Traubensorte und hatte den perfekten Service verinnerlicht. Dass man in der Hotellerie auch einen Profit machen sollte, war ein kleineres Thema. Das lernte ich dann aber in meinen Jahren für Holiday Inn sehr schnell.

Oblige letzte Frage an einen, der seit 1994 südafrikanisch-schweizerischer Doppelbürger ist: Wen sähen Sie gerne als Weltmeister?

Südafrika-Schweiz als Final – das wäre ein Träumli. So könnte ich mich über beide Mannschaften als Sieger freuen.

Standpunkt

Gastronomie ist bei der Wahl der Destination entscheidend



RAFAEL PÉREZ

Ende Mai fand in Madrid der 1. Europäische Kongress für Tourismus und Gastronomie statt. Aus den vielen Ideen, die dort dargelegt wurden, möchte ich ein paar auslesen, die eng mit der Philosophie von Slow Food verbunden sind. Es wurde festgestellt, dass für fast ein Drittel der Touristen, die traditionelle Ferienländer – Spanien, Italien, Frankreich – besuchen, die Gastronomie eine Schlüsselrolle bei der Wahl ihrer Destination spielt. Auch bei den nördlicheren Ferienzielen sei dies neuerdings so, meinte der Direktor des Copen-

«Die Identität einer Region findet man am besten in ihren Produkten und in ihrer Küche.»

hagen Cooking Festivals. Einige Millionen Menschen also, die nicht für die grassierende Ausbreitung von Fast- und Junk-Food-Etablissements (das Wort Restaurant wäre hier nicht angebracht) verantwortlich sind, sondern im Gegenteil einen bedeutenden Beitrag zur Erhaltung der lokalen Gastronomie leisten.

Und was suchen diese gastronomisch interessierten Touristen? Sie suchen Authentizität und Kultur. Denn Kultur ist gleichbedeutend mit Identität. Und die Identität einer Region oder eines Landes findet man am besten in ihren Produkten und in ihrer Küche. Jede Gegend auf dieser Welt drückt sich durch ihre Gastronomie aus. Apropos Kultur: eine alte Mühle, ein Winzerkeller oder der Bäcker im Dorf sind für Slow Food genauso Kulturstätte wie Kirchen oder Konzerthäuser.

Eine weitere interessante Überlegung kam aus dem Mund eines der angesehensten Vertreter der spanischen Küche, des Basken Juan Mari Arzak, die Landflucht der Bäuerinnen und Bauern stellt eine Gefahr für die Zukunft der Gastronomie dar. Denn die Gastronomie, wie wir sie meinen, kann nicht auf Halbfabrikaten der Lebensmittelindustrie basieren. Sie bedarf guter, frischer, saisonaler Produkte aus der Region.

Zum Glück macht sich die Branche in der Schweiz auch darüber Gedanken. Oder täusche ich mich?

Rafael Pérez ist Präsident von Slow Food Schweiz.

Sommer. Sonne. Jetzt wird erst mal genossen.



GUDRUN
SCHLENZKE
REDAKTORIN

Zum Thema Sommer

Endlich. Die warmen Tage mehren sich. Der kühle, nasse Mai liegt hinter uns. Die ersten richtig sommerwarmen Sonnenstrahlen locken. Nach draussen, in die Badi, ins Freiluftkino, in die Natur, zu Fuss oder mit dem Velo, ins nächste Gartenrestaurant oder einfach nur auf den eigenen Balkon, mit oder ohne Gäste. Das Leben spielt sich draussen ab, und wie viel Leben erst: Eine Grillparty jagt die andere, ich denke es wird insgesamt nie so viel

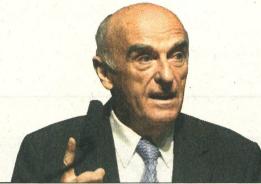
gefestet, privat und öffentlich, wie in den warmen Monaten des Jahres. Und für manche Stadt-Restaurants, vorausgesetzt sie haben eine entsprechende Terrasse, ist ein trockener Sommer für Jahresgeschäft so wichtig wie ein schneereicher Winter für die Bergdestinationen. Gleich wie ein Engerling im Boden, der sich entpuppen will, wartet der Mensch in Mitteleuropa auf den Sommer, um dann das geballte Leben zu geniessen. Noch extremer in Nordeuropa: Wenn

«Das Sommergeschäft ist keine Erfindung des Menschen. Auch in der Natur steigt der Umsatz.»

die Tage am längsten sind, findet man in Oslo bei schönem Wetter selbst um Mitternacht die Stühle in den Außenbereichen der Restaurants noch gut besetzt vor. Das Sommergeschäft ist allerdings keine Erfindung des Menschen. In der Natur steigt

der Umsatz mit steigenden Temperaturen und Tageslängen genauso: Es fliegt und kreucht überall, dort wo im Winter Hühner herrschen. Da wird der Boden von unzähligen Mikro- und Makroorganismen bearbeitet, es werden Vorräte für den Winter angelegt und Nachkommen gezeugt. Und wie in jeder echten Wirtschaft kann es auch hier zu Nachfrageüberhang, Angebotsverknappung oder einem Marktcolaps kommen. In meinem Garten steht ein alter Baumstamm, als Gestal-

tungselement. Für Asseln und andere Bio-Zerleger eine Oase: Langsam wird der Stamm von innen ausgehölt und humifiziert. In ein paar Jahren wird er in sich zusammenbrechen. Aus der Traum vom grenzenlosen Fressen, heisst es dann. Ob all die tausend Kleintiere woanders genug finden in den sonst so aufgeräumten Kleingärten, ist unwahrscheinlich. Denn entweder können sie neue Märkte erschliessen oder es geht bergab. Aber das ist egal. Jetzt wird erst mal gefressen.



«Wenn ich mit meinen Gedanken allein sein will, ist der Alpstein sicher nicht der richtige Ort.»

Hans-Rudolf Merz Bundesrat



Zürich Tourismus feierte mit Stil: Im Hof des Schweizerischen Landesmuseums in Zürich genossen die Gäste das Buffet von Hilti und den Anlass.

Die 125-Jahre-Feier



Frank Bumann (l.) und Maurus Lauber, Zürich Tourismus, mit Wiener Kollege Norbert Kettner (M.).



Freddy Burger, FB Management, Carmen Schiltknecht und Andreas Spillmann, Landesmuseum (v.l.).



Daniela und Markus Segmüller (r.), Restaurant Carlton, mit Markus Salzmann, Zürich Tourismus (M.).



Stephan Kistler, Crown Plaza, Susanne Staiger, Zürich Tourismus und Theophil Bucher, Hotelier (v.l.).



Sibilla Filisetti und John M. Rusterholz, Gastgeber in der Hostellerie Geroldswil.

Golfschläger statt Kochkelle

Wer mit Gault-Millau-Punkten kocht und dazu Golf spielt, trifft sich am jährlichen GM-Turnier. Heuer in Engelberg, laut Urs Heller «auf einem der schönsten Plätze der Schweiz».

ELSBETH HOBMEIER

Dergolferische Fortschritt sei frappant, frotzelte Urs Heller am Montag in Engelberg: «Vor 13 Jahren am ersten Gault-Millau-Turnier wurde lausig gespielt, und heute gewinnt bald jeder einen Preis!» Ganz so einfach war es jedoch nicht, zu den grosszügig gespendeten Hoteltugscheinen, Magnumflaschen



Bilder Elsbeth Hobmeier
Die Organisatoren: Urs Heller, Patricia Häusler und Rudy Turkavka von Gault Millau mit Geny Hess (2.v.l.).



Spitzenköche und -golfer: Walter Klose, Rehetobel, Jörn Engelhard, Eschikofen, Christian Leschhorn, Dürnten.
Barbara Nöckli, Eliane Hess-Schuler, Geny Hess jun. und Bettina Bolliger, die sich auf die vorderen Plätze spielten. Der Imbiss im Clubhaus, das opulente Mahl im «Schweizerhaus» Engelberg und die von Geny Hess besorgten Spitzweine umrahmten das Treffen golfender Spitzenköche auch 2010 aufs Schönste.

Händler hochklassiger Weine gewinnt den Swiss Economic Award

Für die Expertenjury ist Fabio Cattaneo der beste Jungunternehmer in der Kategorie Dienstleistung.

Fabio Cattaneo, der Gründer und Verwaltungsratsdelegierte der im 2004 gegründeten ARVI in Melano TI, hat es geschafft: Der Weinhändler wurde von der Expertenjury in Interlaken veranstalteten Swiss Economic Forums als bester Schweizer Jungunternehmer in der Kategorie Dienstleistung ausgerufen. Der Gewinner will das Preisgeld von 25 000 Franken wieder in Jungunternehmen investieren. «Ich will neue Geschäftsideen und innovative Jungunternehmer unterstützen.» ARVI selbst hat 22 Mitarbeiter und soll wachsen. Wegbereiter ist der Award. Cattaneo: «Er ermöglicht uns, weitere Entwicklungschancen wahrzunehmen.»



Unterstützt mit dem Preisgeld andere Jungunternehmer: Fabio Cattaneo.



htrnews – jetzt registrieren und gewinnen

Mit der htr hotel revue und dem neuen wöchentlichen newsletter htrnews sind Sie rundum informiert über die Branche, die Trends und die Konkurrenz. Jetzt unter htr.ch registrieren und eine exklusive Geschenk-Packung der Selection-Dyhrberg gewinnen. Anmeldeschluss für die Verlosung ist der 31. Juli 2010.

Klima. Klimaneutrale Hotels Seite 8; Geldquellen für Energie-Sparer Seite 9; Nachhaltige Projekte Seite 10; Auswirkungen auf die touristische Infrastruktur Seite 11

Im Saastal wird der Ernstfall gepröbt: Eine Fallstudie untersucht Chancen und Risiken des Klimawandels im Berggebiet am Ort. Eruiert werden die Folgen für den Tourismus.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Klimaveränderung wirkt sich einschneidend auf den Tourismus aus. Das Saastal rüstet sich. Eine Fallstudie soll den Handlungsbedarf, mögliche Schutzmaßnahmen und Handlungsoptionen für die vier Orte Saas-Fee, Saas-Grund, Saas-Almagell und Saas-Balen aufzeigen. Die Dörfer liegen zwischen 1483 und 1800 Meter über Meer.

Der Hotelier und stellvertretende Gemeindepräsident, Beat Anthamatten, unterstützt das Projekt.

«Für das Saastal ist es eine Chance, bei einer solchen

Studie mitzumachen zu dürfen.»

Beat Anthamatten
Hotellerie

Die Untersuchung die touristische Positionierung Saas-Fees in Richtung Nachhaltigkeit. Alle vier Gemeinden haben ihr Einverständnis zu dieser Fallstudie gegeben und finanziert werden. Die Schulen sollen mit einbezogen werden. Einseitig werden sie im Unterricht für die Problematik der Klimaveränderung sensibilisiert, andererseits sollen sie Interviews mit der Dorfbevölkerung führen.

Eine Fallstudie mit praktischen und theoretischen Erkenntnissen

Beleuchtet werden im Rahmen dieser Studie die vier Teilbereiche Wasser, Siedlung/Infrastruktur, Biodiversität/Okostandards sowie Tourismus. Hinter dem wohl einmaligen Projekt, das wissenschaftliche mit anwendungsorientierten Ergebnissen verbindet, stehen Partner wie der Schweizer

zerische Versicherungsverband, der Kanton Wallis oder hotellerie-suisse. Die Projektleitung liegt beim WWF Schweiz.

Die Initianten haben das Projekt am Dienstag in Saas-Fee lanciert, in knapp einem Jahr wollen sie die Resultate präsentieren. Später sollen auch andere Regionen vom

adaptierten Projekt profitieren können.

Die Klimaveränderung wird sowohl direkt als auch indirekt das touristische Potenzial sowie die Bedingungen einer Feriendestination beeinflussen», heißt es im Projektbeschreibung der Econcept AG. Aber auch andere Faktoren beeinflussen das Reiseverhalten: Die Globalisierung, neue Technologien, Gesundheitsgefährdung, Trends, Image und Marketing. Auch diese Faktoren werden in der Untersu-

chung, soweit möglich, berücksichtigt.

Werden Hoteliers mit neuen Versicherungsfragen konfrontiert?

Doch wie wird sich die Klimaveränderung direkt oder indirekt auf Hotellerie und Touristenströme auswirken? Werden sich Infrastruktur, Landschaft und Gefahrenpotenzial so verändern, dass die Hotellerie darauf reagieren muss? Welche Geschäftsmodelle, Angebote und Aktivitäten müssen angepasst

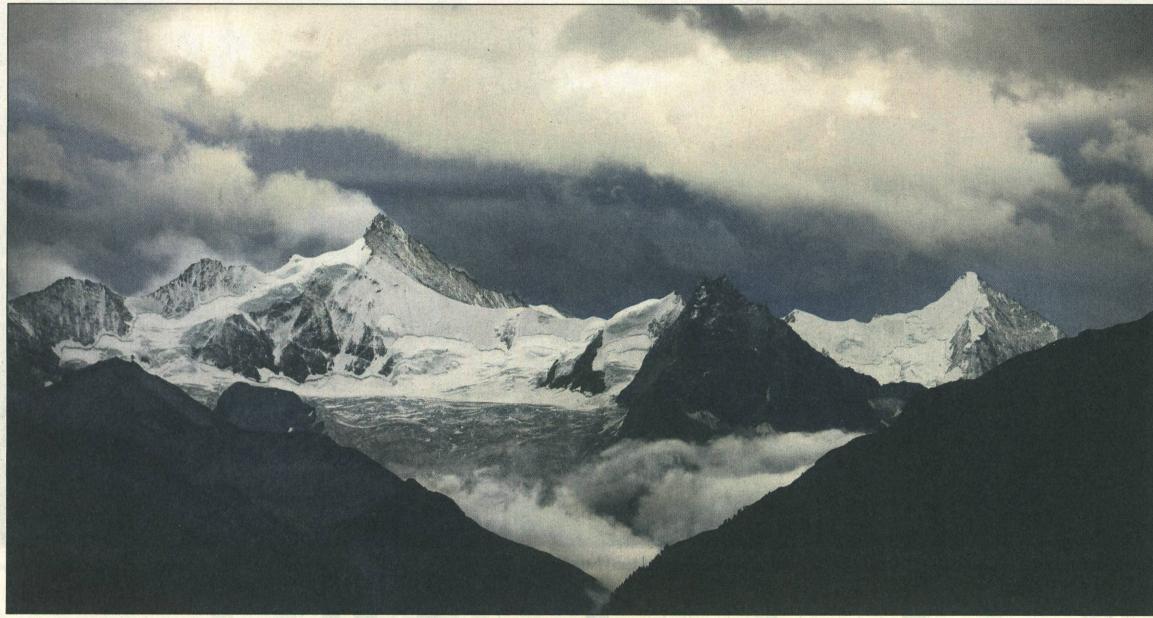
werden? Wo entstehen neue touristische Potenziale? Die Studie soll Antworten auf all diese Fragen liefern. Untersucht wird auch die Geschwindigkeit der Veränderung im Bezug auf die Investitionszyklen. Die Initianten der Studie sagen zudem dem Hotellerie, wie er sich klar und schenken positionieren kann.

Der Klimawandel wird den Wasserkreislauf beeinflussen. «Die Wassertilgung für die veränderten Nutzungen wird sich

räumlich und zeitlich von der aktuellen Situation unterscheiden», so die Initianten der Studie. Sie zeigen auf, in welchem Ausmass der Tourismus tangiert ist. Das werden Beispiele wie künstliche Beschneiung, Trinkwasser und touristisch attraktive Gewässer.

Gefährdet sind auch Siedlungen und Infrastrukturlagen. Je nach Standort kann auch ein Hotel gefährdet sein. Hier stellt sich dann die Frage der Versicherbarkeit des Gebäudes.

Saas-Fee will's wissen



Swiss Image

Kanton Wallis: Blick ins Val d'Anniviers zum Zinalrothorn (4221 m), Besso (3668 m) und Ober Gabelhorn (4063 m).

Kimastudie Berner Oberland Gstaad verankert den Klimaschutz im neuen Tourismusleitbild

Der Winter wird dem Berner Oberland bis zum Jahr 2030 bedeutende touristische Einbussen bescheren: Das



Alain D. Bollat
Die Engelhörner im Mondlicht – Blick aus dem Reichenbachtal.

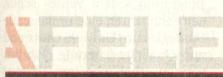
Minus für unsere Region 7%, rechnet Roger Seifritz, Projektkoordinator der Studie und Tourismusdirektor von Gstaad Saanenland.

Diese Zahl basiere jedoch auf heutigen Berechnungen, ob sie auch in 2030 noch gelten, lasse sich nicht voraussagen. «Die in der Studie vorgeschlagenen Massnahmen gelten bis 2030, also für einen Investitionszyklus von 15 bis 20 Jahren. Was später kommt, muss wieder neu beurteilt werden», sagt Seifritz. Schon jetzt zeichnet sich ab, dass die Niederschläge heftiger

ausfallen werden als vorgesehen, sagen Klimaforscher.

Wie weit die Empfehlungen der Studie umgesetzt werden sind oder werden, «ist Sache der Destination und Leistungsträger», so Seifritz. Gstaad Saanenland Tourismus habe die Berner Oberländer Studie und die Kimastudie von Schweiz Tourismus als Anstoß genommen, der Nachhaltigkeit im neuen Tourismusleitbild Rechnung zu tragen. Hier ist festgehalten, dass touristische Eingriffe in die Natur landschaftsverträglich

vorzunehmen sind. Regionale Vorräte, die den Energieverbrauch einschränken, werden unterstützt. Ein öffentliches Verkehrssystem soll den Privatverkehr einschränken. Gstaad Saanenland Tourismus selber setzt auf energiesparende Abläufe und konsumiert Öko-Strom. Zudem verbessert die Tourismusorganisation die Kommunikation des nachhaltigen Umgangs mit Ressourcen. «Wir versuchen auch, möglichst klimaanabhängige Angebote zu fördern, wie das Kulturzentrum Les Arcades.»



HÄFELE
FINDING BETTER WAYS

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

dia lock Schloss Design



Hafele Schweiz AG

8280 Kreuzlingen | Tel. 071 686 82 00 | www.hafele.com

Gemeinsam
ÜBER FÜHRUNG
diskutieren

Nachdiplomstudium HF
Hotelmanagement

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

hotelleriesuisse
Verein Hotel Assoziation

REPA AG
COFFEE SYSTEMS

Repa AG
Talstrasse 29
5703 Seon

Telefon 062 775 07 07
www.repa.ch

Douwe Egberts

HOSPITALITY LINE
Solis

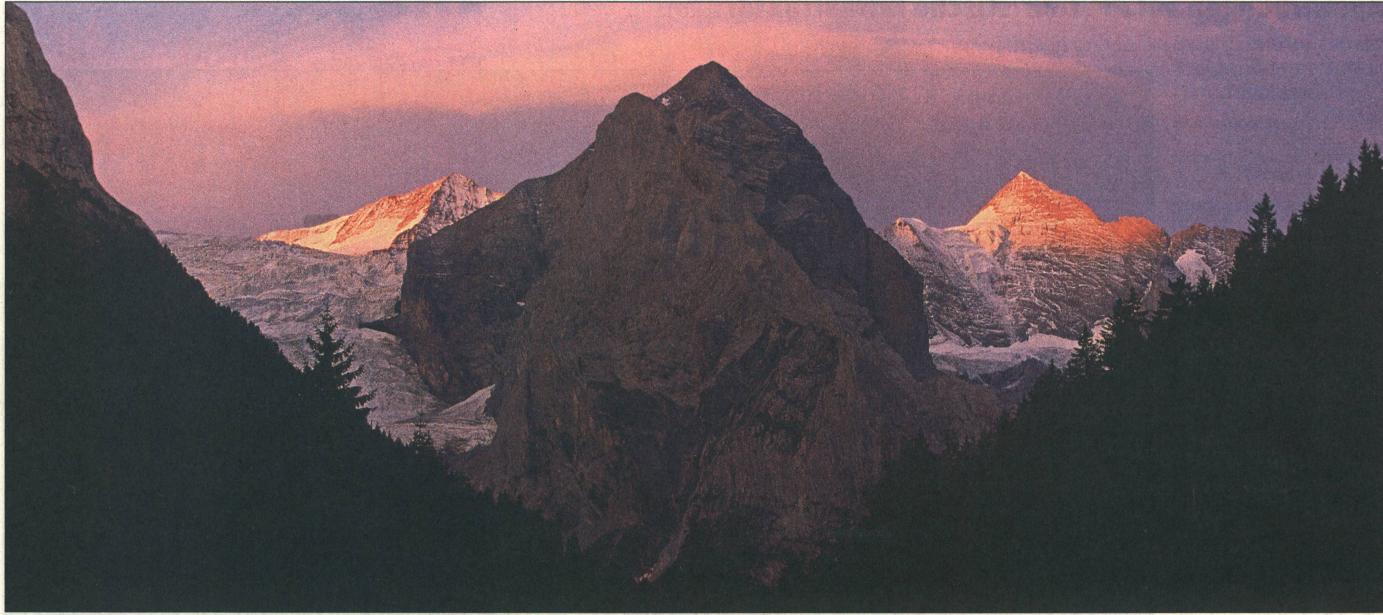
swiss made
www.solis.com/hospitality

Hauptsponsor
FORUM
DEN KÖCHE • DES CUISINERS • BEI COUCHI
16. Juni 2010 - Casino Interlaken

pistor

www.pistor.ch

Klima. Kompensation. Die Sunstar Hotels kompensieren mit MyClimate den ganzen CO₂-Ausstoss – von der Energieerzeugung bis hin zur Entsorgung. Das Gleiche macht die Brauerei Locher mit ihrem «Quöllfrisch»-Bier.



Atemberaubender Sonnenuntergang über den Wellhörnern, dem Rosenhorn und dem Wetterhorn.

Swiss-Image

Hotels werden klimaneutral

Pioniere sind die acht Hotels der Schweizer Sunstar-Gruppe. Als «erste Hotelgruppe der Welt», so Sunstars Nachhaltigkeits-Verantwortlicher Stefan Hantke, kompensieren sie 1:1 sämtliche Betriebsemissionen an CO₂, von der Energieerzeugung, dem Transport, der Produktion bis hin zur Entsorgung von Lebensmitteln und Gütern. Dem Gast ist ein klimaneutraler Aufenthalt garantiert. «Unser Ziel ist ganz klar, das zu kommunizieren – im Hotelkatalog, dem Gästemagazin, und mit einem eigenen Label auf der Website.» Seine An- und Abreise kann der Gast selber auf freiwilliger Basis kompensieren.

«Jährlich rund 200 000 Franken», so Hantke, bezahlt das Unternehmen für die Kompensation. Das entspricht gegen 10 Prozent des jährlichen Reingewinns der Sunstar Hotels. Das Sunstar-Engagement passt gut in das neue Klimakonzept

Wenn unvermeidbare CO₂-Emissionen durch Beiträge an Klimaschutzprojekte kompensiert werden, erwirbt ein Hotel für sich das Label «klimaneutral».

KARL JOSEF VERDING

des Veranstalters Kuoni. Er bringt Gäste aus England und anderen Märkten in die Hotels der Schweizer Sunstar-Gruppe. Matthias Leisinger ist Head of Corporate Responsibility und Nachhaltigkeits-Beauftragter bei Kuoni. Er stellt fest: «Erstens kompensieren wir unsere gesamten eigenen Geschäftsflüge und investieren die Summe via MyClimate in ein Projekt auf der Insel Bali. Zweitens können unsere Kunden einen freiwilligen Beitrag leisten, der bereits in die Buchungssoftware bei Anfrage und Bezahlung der Reise integriert ist.»

Kathrin Dellantonio ist Head Sales, Marketing & Communication von MyClimate mit Sitz in Zürich. Hier wurde die Branchenlösung für Hotels erarbeitet, die in der Schweiz bei Sunstar sowie bei den Hotels Giardino in Ascona und Ferienart in Saas-Fee umgesetzt ist. Mit einigen weiteren Hotels ist man in Kontakt. Dellantonio betont: «Das Label kli-

maneutral vergeben wir nur, wenn die Emissionen genau berechnet und dann kompensiert wurden.» Der Weg dorthin: «Anhand einer wissenschaftlich berechneten CO₂-Bilanz werden Massnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz ermittelt und nicht vermeidbar

Emissionsen in von MyClimate unterstützten Klimaschutzprojekten kompensiert. Ferienkam das Hotel dank der Auszeichnung mit dem Label klimaneutrales Hotel sein aktives Engagement im Umweltschutz faktisch basiert kommunizieren.»

Arosa Tourismus kompensiert in der Wintersaison alle beim Aufenthalt der Gäste entstehenden, schädlichen Treibhausgas-Emissionen durch hochwertige Klima-

schutzprojekte. Laut Tourismusdirektor Pascal Jenny wurde mit der klimaneutralen Winter-Ferienpauschale in der Saison 2009/10 ein Bruttoertrag von knapp 300 000 Franken auf Basis von 2500 Logiernächten erzielt.

Zürichs Tourismusdirektor Frank Bumann will, dass die grösste Stadt-Destination der Schweiz für ihren Geschäfts- und Freizeit-Tourismus klimaneutraler Angebote

macht: «Wir planen die Integration der Kompensationsmöglichkeit auf der Hotel-Buchungsplattform von Zürich Tourismus ab 1. Januar 2011, verbunden mit dem Relaunch unserer Website zuerich.com und der Ergänzung der Marketing-Kommunikation mit Nachhaltigkeit.»

Das Destinationen-Projekt «Ferien vom Auto» will Energieeffizienz als Vorstufe der Klimaneutralität. Die Pilotdestination Scuol gestaltet «alle ihre Angebote ohne Bedarf nach dem Auto», wie Niculin Meyer, der Medienvorwrtliche sagt. 12 Hotels bieten nun ab einer Übernachtung freie Fahrt mit dem Postauto.

Kommunikation heisst, vom erarbeiteten Klimaeffekt zu reden. Ein Beispiel: Damit der Weg zur neuen, energetisch selbstversorgenden Monte-Rosa-Hütte kurzweilig ist, haben Gornergrat Bahn und MyClimate einen virtuellen Klimahörfad geschaffen, der Aussagen zu den Klimathemen macht.

hotelleriesuisse organisiert morgen Freitag, von 9 bis 14 Uhr, im Hotel Sédaris in Thalwil ein Seminar zum Thema «Energie- und Ressourcenmanagement – Lösungsansätze auf Betriebs-ebene». Auskunft unter Tel. 031 370 4314, beratung@hotelleriesuisse.ch.

Ein Bier mit Umwelt-Label

Die Brauerei Locher in Appenzell setzt als erste Brauerei der Schweiz auf klimaneutrales Bier. Das Zehnerpack «Quöllfrisch» trägt das MyClimate-Label.

CHRISTINE KÜNZLER

Seit einem Jahr wird das Zehnerpack mit «Quöllfrisch»-Bier klimaneutral produziert und transportiert. Und zwar zu 100 Prozent. Produktion, Flasche, Kapsel, Kartonverpackung und Transport, alles wird ausgeglichen. «Das ist ein Novum», sagt Geschäftsführer Karl Locher. «Normalerweise ist nur die Produktion klimaneutral, nicht aber Fremdprodukte wie die Kartonverpackung.» Der Klimaausgleich kostet die Brauerei rund 100 000 Franken im Jahr, «was unse-



Klimaneutrales Bier.

re Marge stark schmälert». Denn der Mehrpreis für den Klimaausgleich wird nicht auf den Konsumenten abgewälzt. Auch der Absatz von «Quöllfrisch» steigert sich dadurch nicht, sagt Locher. «Wir versuchen damit jenen Kunden einen Mehrwert, die ein «grünes» Bier trinken wollen.»

Je nach Kundenreaktion will Locher weitere seiner Einwegflaschen klimaneutral produzieren und vertreiben. «Bis jetzt sind die Feedbacks mehrheitlich positiv», hält er fest. Es gebe aber auch Kritiker, die bemängeln, die Klimaver-schmutzung werde so ins Ausland abgeschoben. «Die Kritik stammt oft von

Leuten, die die Funktion von MyClimate nicht verstehen.»

Die finanziellen Mittel, welche die Non-Profit-Stiftung MyClimate durch klimaneutrale Produkte oder Aktivitäten generiert, fließen schwerpunktmaßig in Entwicklungsländer, aber auch nach Europa und Neuseeland. Dort werden mit Hilfe des Geldbetrages klimabelastende, fossile Energiequellen durch erneuerbare Energien ersetzt oder Energieeffizienzmaßnahmen realisiert. Ein Beispiel: In der Türkei unterstützt MyClimate den Bau eines Windparks. Die 17 Windturbinen liefern sauberen Strom.

Klimaneutrales Bier.

Luxushoteliers handeln grün

The Leading Hotels of the World engagieren sich mit einem neuen Programm für Nachhaltigkeit. Laut eigenen Aussagen «als erstes Unternehmen in der Luxushotellerie».

CHRISTINE KÜNZLER

Seit Beginn dieses Jahres können sich die Mitglieder von The Leading Hotels of the World mit dem Label Luxury Eco Certification Standard (LECS) zertifizieren lassen. Dieses Nachhaltigkeitsprogramm von Sustainable Travel International (STI) ist weltweit das erste dieser Art, das sich auf die Luxushotellerie spezialisiert hat, teilt die Pressestelle der Hotelgruppe mit. Zusammen mit STI und der Leading Quality Assurance (LQA)

hat sie einen Katalog mit 100 Kriterien erarbeitet, mittels denen die ökologischen und sozialen Bereiche in einem Hotel bewertet werden. Jedes Hotel, das sich zertifizieren lassen will, muss vorgängig sein Engagement in Nachhaltigkeit darlegen. In einer späteren Phase muss es sich einer mehrjährigen Prüfung unterziehen. Das «The Hay-Adams» in Washington erfüllt laut Pressesprecher «als erstes 5-Sterne-Hotel der Welt die höchsten Anforderungen des LECS».

Beim Nachhaltigkeits-Programm Leading Green, das 2007 lanciert wurde, kooperiert die Gruppe mit STI. Die Hotels kompensieren auf Wunsch des Gastes dessen Stromverbrauch mittels eines finanziellen Ausgleichs. Unter anderem bei MyClimate. Der Gast bezahlt dadurch nicht mehr, der Ausgleich geht zu Lasten des Hotels. Allerdings muss der Gast be-

reits bei seiner Buchung angeben, dass er diese Kompensation will.

Beispielhaft sind die griechischen Almader Hotels & Spa: Die acht Luxushotels verfolgen mit ihrem eigenen Nachhaltigkeitsprogramm «Mare Verde» schon seit zehn Jahren eine umfassende Strategie zum Umweltschutz und zur Qualitätssicherung. Jährlich werden erhebliche Investitionen in Solarpannels, Wasseraufbereitungsanlagen, Recyclingsysteme und in den Eigenanbau von Obst und Gemüse getätigt, so das Internetportal Newsmax: 85 Prozent des benötigten Heisswassers werden durch Sonnenkraft erzeugt, was den Stromverbrauch um 40 Prozent verringert. Der gesamte Wasserverbrauch wird dank Wiederaufbereitung um 35 Prozent reduziert. Und ein Viertel des Obst- und Gemüses, das verbraucht wird, wächst im eigenen Garten.

Klima. Fördergelder. Wer energiesparend saniert und baut, hat Zugriff auf verschiedene Geldtöpfe. Der Bund macht im Rahmen seines Gebäudeprogramms jährlich 200 Mio. Franken locker.



Ein Gewitter über dem sanktgallischen Rheineck. Die Energie entlädt sich.

Swiss-Image

Wer bezahlt Klimaschutz?

Auf der Suche nach Fördergeldern für Energiesparmaßnahmen kann der Hotelier vielerort fündig werden: auf nationaler, kantonalen, Gemeinde- und auch privater Ebene. Profitieren kann er aber nur solange noch finanzielle Mittel verfügbar sind. Der Förderhöhepunkt des Bundes für grünen Strom war bereits in seinem ersten Jahr – 2008 – ausgeschöpft. Wer Geld von der kostendeckenden Einspeisevergütung (KEV) möchte, kann sich heute nur auf eine Warteliste setzen lassen. Auftrieb bekommt die KEV jetzt wieder mit dem Ja des Parlaments von letzter Woche für eine Erhöhung des maximalen Zuschlags pro bezogene Kilowattstunde (KWh): Heute zahlt der Konsument 0,45 Rappen pro KWh, die aktuelle gesetzliche Limite beträgt 0,6 Rappen pro KWh, ab 2013 sollen 0,9 Rappen pro KWh gelten. Die Wartelisten, außer bei Photovoltaik, können jedoch bereits im kommenden Jahr aufgelöst werden, da zwischen Projekteingabe und Realisierung in der Regel zwei Jahre verstreichen.

Fördergeld-Töpfe für Energiesparmaßnahmen gibt es viele. Eine gute Geldquelle ist das neue Gebäudeprogramm. Magerer fällt die Unterstützung für Photovoltaik aus.

GUDRUN SCHLENCZEK

Für Photovoltaik stehen ab 2011 aber immerhin 10 statt bisher 5 Prozent der Mittel zur Verfügung.

Auf nationaler Ebene zurzeit keine Fördergelder für Photovoltaik

Interessant wäre die KEV nämlich gerade für Hoteliers, die von einer Photovoltaik-Anlage auf dem Dach träumen. Alternative Stromquellen wie Wind oder Wasser sind für einen KMU-Betrieb weniger geeignet. Wer den eigenen Strom aus der Sonne gewinnen möchte, muss heute jedoch auf regionale Geldquellen zurückgreifen: Die Elektrizitätswerke unterstützen teilweise, vereinzelt Kantone. Der Kanton Basel-Stadt hat selbst eine Einspeisevergütung: Wer Solarstrom ans Netz liefert, bekommt einen fixen Betrag, der alle Aufwendungen deckt. Basel-Stadt ist heute auch der einzige Deutschschweizer Kanton, der eine Len-

kungsabgabe von einigen Rappen pro KWh bezogenen Strom kennt, und das seit 1989. Im Kanton Bern sieht das neue Energiegesetz ebenfalls eine Lenkungsabgabe von 0,5 bis 1 Rappen pro KWh vor, doch die SVP droht, mit einem Referendum das Ganze wieder zu kippen.

Wie leistungsfähig kantionale Programme sind, zeigt sich im Kanton Zürich: Die Zürcher Elektrizitätswerke EWZ nahmen letztes Jahr 100 Anlagen in ihre Solarstrombörse auf – die KEV nur sieben – und beschaffen den Solarstrom darüber hinaus noch um 20 Prozent günstiger als die KEV. Der KEV wird deshalb auch vorgeworfen, dass sie grünen Strom verteurt und den Markt verzerrt.

Auf nationaler Ebene haben sich die anderen Förderprogramme in der Regel auf das Thema Wärme konzentriert, also auf Alternativen

bei der Wärmeproduktion und auf Wärmeeinsparmaßnahmen. Entweder weil man Überschneidungen mit der KEV vermeiden wollte, oder weil man nicht alle bei der KEV auf der Warteliste stehenden Anträge plötzlich selbst auf dem Tisch haben wollte.

Ein Geldtopf, der mehr als genug hat: das Gebäudeprogramm

Ein Geldtopf, der so schnell nicht versiegen wird, ist das Gebäudeprogramm des Bundes. Vom Bund stehen die nächsten zehn Jahre und erstmals ab diesem Jahr jährlich 200 Mio. Franken zur Verfügung; die Kantone sind verpflichtet, selbst noch 67 Mio. Franken beizusteuern, würden aber gemäss Fadri Ramming, Geschäftsführer der Konferenz Kantonaler Energierektoren, freiwillig den Beitrag auf 80 bis 100 Mio. Franken anheben. Dabei unterstützt das Gebäudeprogramm nicht nur Verbesserungen der Gebäudehülle, ein Drittel der über die CO₂-Abgabe finanzierten Bundes-Gelder fließt in Haustechnik und erneuerbare Energien.

Seit Januar kann man sich für Zuschüsse aus dem Gebäudeprogramm bewerben. Bis Mitte Mai registrierte man 8200 Gesuche mit einer durchschnittlichen Fördersumme von 8200 Franken, das sind in den ersten fünf Monaten nur 67 Mio. Franken von den zur Verfügung stehenden rund 280 Mio. Franken im 2010. «Bei der Planung sind wir von 10 000 Franken pro Gesuch ausgegangen», so Cornelia Büttner von der Medienstelle des Gebäudeprogramms. Dem Gebäudeprogramm scheint im Gegensatz zur KEV das Geld also nicht so schnell auszugehen. Im Gegenteil: Wenn der Fonds nicht entsprechend ausgeschöpft wird, müsste man mit Webung noch nachhelfen, schätzt Büttner. Das Gebäudeprogramm lässt auch eine Etappierung einer energetischen Sanierung zu. So kann man in einem Jahr beispielsweise die Fenster erneuern, jedoch mindestens 15 m² Fensterfläche, im anderen Jahr die Fassade.

Überblick über Fördermöglichkeiten unter www.hotelpower.ch

Erwärmung sorgt für heisse Diskussionen

Glaubt man den Forschern, wird es in nicht mal 100 Jahren hierzulande nur noch Hitze Sommer geben. Aber es gibt auch Zweifler.

GUDRUN SCHLENCZEK

Bis Ende des 21. Jahrhunderts rechnet man je nach Szenario weltweit mit einer Temperaturzunahme zwischen 1,1 und 6,4 °C (bezogen auf 1990). Der jüngste Bericht des vom Bund eingesetzten Organs für Fragen der Klimaänderung (OcCC) in Bern stützt sich dabei auf den UN-Klimabericht der IPCC (Intergovernmental Panel on



Wie warm wird es wirklich? Und ist daran allein der Mensch schuld?

Climate Change). Die Forscher gehen zudem davon aus, dass sich die Klimaerwärmung im Alpenraum besonders deutlich zeigen werde. Im Vergleich zum globalen Trend wird mit einem rund doppelt so starken Temperaturanstieg gerechnet. Bereits seit 1970 seien die mittleren Temperaturen um rund 1,5 °C angestiegen. Bis 2100 müsse mit einer Zunahme der Sommertemperaturen von 3,5 bis 7 °C gerechnet werden. Die Autoren der OcCC-Studie warnen, dass ein Durchschnittssom-

mer dann in etwa dem Hitzesommer 2003 entsprechen wird. Dazu solle es im Sommer deutlich trockener, im Winter hingegen feuchter werden. Der klassische Wintersport in Höhen unter 1500 Meter werde dann wegen der fehlenden Schneedecke nicht mehr rentabel sein.

Aber es gibt auch kritische Stimmen und Forscher, die nicht so recht an die Klimaszenarien glauben wollen. Einer davon ist der niederländische Geologe und Buchautor Salomon Kroonenberg: Er

rechnet weder mit der gefürchteten Erwärmung noch damit, dass der Mensch das Klima überhaupt beeinflussen kann. Er beruft sich auf vergangene Wärmeperioden und misst natürliche Klimaschwankungen weit mehr Bedeutung zu.

Björn Lomborg, Leiter des Copenhagen Consensus Centers, bestreitet die Klimaerwärmung nicht, ruft aber nach anderen Massnahmen und bezeichnet die Reduktion der Emissionen als einen ineffizienten Weg. Sein Vorschlag: Massiv in bessere Lebensbedingungen für die Menschen in Entwicklungsländern, in Hochwasserschutz und in Forschung und Entwicklung alternativer Energiequellen investieren. So wie es die private Klimastiftung

Schweiz vormacht. 19 Schweizer Unternehmen haben sich verpflichtet, ihre Differenz zwischen CO₂-Abgabe und der Rückvergütung des Bundes, insgesamt 8 Mio. Franken, bis 2014 für Energiesparmaßnahmen zur Verfügung zu stellen. Der Fokus liegt dabei klar auf KMU-Unternehmen. «Profitieren können in der Hotellerie nur Einzelbetriebe, keine Ketten», betont der Geschäftsführer, Vincent Eckert.

ANZEIGE

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

Klima. Projektideen. Die Nachhaltigkeits-Charta, unterzeichnet von 19 touristischen Organisationen, zeigt Wirkung. Sechs konkrete Projekte sollen umgesetzt werden. Es steht aber noch keine Finanzierung.

Die Nachhaltigkeits-Charta von Schweiz Tourismus zeigt Wirkung: Von den sechs Projektvorschlägen sind einige in der Umsetzungsphase.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Projektkoordinatorin, Mila Trombitas, stellvertretende Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands, hat mit einer Gruppe der Unterzeichner der Nachhaltigkeits-Charta «eine Sammlung von Projektkizzen» ausgearbeitet. «Jetzt evaluieren wir die Umsetzung von sechs Projekten. Einige laufen an, andere sind noch nicht spruchreif. Doch in den nächsten Wochen wird sich das eine oder andere Projekt konkretisieren», so Mila Trombitas. Die Nachhaltigkeits-Charta, die Schweiz Tourismus Ende 2009 lanciert hat, haben 19 Vertreter verschiedener touristischer Organisationen unterzeichnet. Entstanden ist sie als Folge einer Klimastudie des Berner Tourismusprofessors Hansruedi Müller. Die Unterzeichnenden verpflichten sich mit der Charta zu Nachhaltigkeit im Tourismus, zu deren Verankerung in der Branche und deren laufenden Überprüfung.

Zu den nun ausgearbeiteten Projekten gehören eine internetbasierte Toolbox. Sie soll den Touristkern mit direkt zugänglichen unkomplizierten Informationen und Werkzeugen helfen, nachhaltig zu handeln. Angedacht sind auch Fort- und Weiterbildungssangebote, um Lernprozesse anzustossen und den Leistungssträgern zu helfen, die negativen Auswirkungen ihrer eige-



Die Churfirsten hüllen sich in Wolken. Nach einem langen Tag hat sich die Sonne verabschiedet.

Swiss-Image

Nachhaltigkeit konkret

nen unternehmerischen Aktivitäten zu reduzieren. Das geplante computergestützte Evaluations- und Monitoringtool dient der Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung touristischer Regionen. Es beinhaltet zudem ein Benchmarktool für touristische Kleinbetriebe. Die

Entwicklung einer effektiven CO₂-Emissionsstrategie und ein Kriterienkatalog für nachhaltige Angebote sind weitere Projekte. Alle Projekte sind auf www.swisstourism.ch beschrieben.

Die sechs Projektideen sind mit dem Staatssekretariat für Wirt-

schaft Seco andiskutiert worden, so Mila Trombitas. «Einige stossen bei Hochschulen auf Interesse. Dann sind sie für uns vom Tisch, denn wir sehen unsere Rolle in der Koordination der laufenden Projekte und dem Erfahrungsaustausch zwischen den Akteuren.» Ein Innovatoren-

Gesuch sei deshalb bis jetzt noch nicht eingereicht worden. Als mögliche Geldgeber sind im Projektplan zudem die Förderagentur für Innovation des Bundes sowie die Neue Regionalpolitik aufgeführt.

Das Interesse an Nachhaltigkeit steige, sagt Mila Trombitas. «Wir

werden von Tourismusorganisationen häufiger zu Umwelt-Labels angefragt als früher. Das zeigt mir, dass sich die Leistungsträger Gedanken zur Nachhaltigkeit machen.» Seilbahnen Schweiz beispielsweise hinterfragt mit einer Studie den Energieverbrauch der Bergbahnen.

Plattform für Hotels

Die Homepage www.hotel-power.ch von hotelleriesuisse ist neu überarbeitet.

Die interaktive Plattform informiert den Hotelier über effiziente Energie-sparmassnahmen.

CHRISTINE KÜNZLER

Hotelleries, die sich über neue Technologien im Bereich Energie informieren wollen, werden bei hotel-power.ch fündig. Nicht nur in diesem Bereich hat hotelleriesuisse die Homepage aktualisiert. Angepasst worden sind auch die Best-Practice-Beispiele. Sie basieren nun auf den neuen Energiepreisen. «Zudem findet der Hotelier jetzt mehr Praxisbeispiele», sagt Projektleiter Beat Hagmann. «Auch die

Handlungsfelder haben wir ausgebaut.» Zudem ist die Plattform mit News rund um Nachhaltigkeit angereichert worden.

Mittels eines ausführlichen Energie-Checks kann der Hotelier sein mögliches Sparpotenzial eruieren. Er findet auf der Internetplattform auch Förderprogramme auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene: Wer bei Renovationen den Energieverbrauch berücksichtigt, profitiert von Fördermitteln.

Finanziert wird die Plattform von hotelleriesuisse und Sponsoren.

«Unser Ziel ist es, dass die Hotelleries mit Spezialisten wie der Energie-Agentur der Wirtschaft zusammenarbeiten», so Hagmann. 50 Prozent der Kosten für die EnAW-Beratung übernimmt die Klimastiftung Schweiz. Mit einem effizienten Energiemanagement lassen sich Betriebskosten senken und der Hotelier kann sich von der CO₂-Abgabe befreien lassen. Zudem leistet er mit der Kalkulation des schädlichen Treibhausgases CO₂ einen wirksamen Beitrag zum Klimaschutz.



Heizen mit Holzpellets ist umweltfreundlich.

Foto: www.foto-landwirtschaft.ch

ANZEIGE



Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement
Unternehmerseminar hotelleriesuisse

Einzigartig in der Schweiz: Die eidg. anerkannte General Management Ausbildung für Branchenprofis, die zu den Besten ihres Fachs gehören wollen – ausgezeichnet mit dem Titel **diplomierter Hotelmanager NDS HF**. Die praxisnahe Weiterbildung sorgt für Durchblick. Dies in vier Teilen mit den zentralen Themen aktueller Unternehmensführung MENSCH – MARKT – MITTEL und HOSPITALITY.

Kursbeginn am 20. Oktober 2010 (Zyklus 37)

Informationsveranstaltungen:

14. Juni 2010 Hotel Schweizerhof, Luzern
09. August 2010 Hotel Schweizerhof, Zürich
31. August 2010 Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa, Interlaken

Anmeldung, Administration, Information
hotelleriesuisse, Weiterbildung
Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern

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

hotelfachschule thun
soul. passion. system

Swiss School
of Tourism and Hospitality

SST
Suisse Supérieure
d'Etudes et de Formation

Luzern University of
Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE
LUZERN

Wirtschafts-Fachhochschule für Tourismus HFT

Quality. Our Passion.
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Klima. Infrastruktur. Schneefall auf ungefrorene Böden und damit entwurzelte Bäume: Die Klimaveränderung macht den Bahnen zu schaffen. Und auch Wanderwege müssen häufiger instand gestellt werden als früher.



Swiss-Image

Wolken über dem Säntis. Der Schnee ist zum Greifen nah.

Risiko für Bahn und Hütte

Die Klimaerwärmung ist spürbar und hat auch auf die touristische Infrastruktur in den Alpen Auswirkungen. So verzeichnen die Rhätischen Bahnen (RhB) vermehrt heftige Ereignisse als Folge der Klimaerwärmung. «Im Schnitt alle zwei bis fünf Jahre sind auf unserem Streckennetz grosse Ereignisse mit hohen Kostenfolgen festzustellen», so Peider Härtli von den RhB.

Schnee falle auf noch ungefrorene Böden, Bäume verlören deshalb ihren Halt und verursachen Streckenunterbrüche. Auch seien vermehrt Steinschläge und Felsstürze hinzunehmen, ergänzt Härtli. Das Netz der RhB wird permanent überwacht. Einmal pro Woche werde die ganze Strecke durch streckenkundige Fachleute abgeschritten. Die RhB investiere für Verbauungen und andere Massnahmen je nach Handlungsbedarf 2 bis 5 Mio. Franken jährlich, bilanziert Härtli.

Die Klimaerwärmung fordert Bahnen und Hütten-Betreiber heraus. Durch permanentes Monitoring und grosse Investitionen gewährleisten sie grösstmögliche Sicherheit.

URS MANZ

Bei den Jungfraubahnen sei die Klimaerwärmung feststellbar in Form von Wassereinbrüchen im Jungfrau-Tunnel sowie bei den Stollen auf dem Jungfraujoch, erklärt Jürg Lauper, Leiter Infrastruktur. Auch seien Felsablösungen in verschiedenen Bereichen, wie etwa beim Wanderweg unter dem Eiger, merklich angestiegen. «Auf der Südseite der Sphinx müssen die Felsicherungsarbeiten intensiviert werden», so Lauper. Allein beim Altschauengang auf der Spinx haben die Jungfraubahnen in den letzten zwei Jahren rund 700 000 Franken für Felsicherungsarbeiten investiert.

«Bis jetzt stellen wir keine Häufung von Naturereignissen fest, die eindeutig auf die Aufweichung des Permafrosts zurückzuführen sind», sagt Christoph Kronig von der Matterhorn Gotthard Bahn. Entlang der 144 km langen Bahn-Strecke sind 200 manuelle Messpunkte installiert, die laufend überwacht werden

— ca. 80 Messstellen werden intensiver beobachtet. Machen sich an einer Stelle auffällige Felsbewegungen bemerkbar, wird ein Crackmeter installiert, der via SMS den zuständigen Geologen verständigt, wenn die Felsbewegungen ein kritisches Mass erreichen. Die Kosten für die vorsorgliche Sprengung einer Felspartie (ca. 500 m²) betragen rund 140 000 Franken und werden zu 88% von Bund und Kanton finanziert. Auch die SBB und die BLS schützen ihre zum Teil auch touristischen Bahnenlinien mit einem systematischen Naturrisikomanagement. Allein die SBB wenden jährlich 32 Mio. Franken für die Prävention von Naturereignissen auf.

Zugangswege zu SAC-Hütten betroffen

Insgesamt sei als Folge der Klimaerwärmung die Lage bei den SAC-Hütten und den Zugangswege noch nicht dramatisch geändert, erläutert Bruno Lüthi, Leiter

Hüttenmarketing. Aber die Investitions gesuche für Weginstandstellungen und Wegverlegungen hätten zugenommen. Und auf einen weiteren Fakt weist Lüthi hin: Ende der 90er-Jahre wurden als Folge der beginnenden Abschmelzung von Firnfeldern und Gletschern gewisse Touren von SAC-Hütten aus auf Gipfel weniger begangen. Das war mit einem Grund, warum der SAC sich im Rahmen seines Hüttenmarkettings auf die Suche nach neuen Zielgruppen gemacht.

Deutlich weniger

betroffen von der Klimaerwärmung sind bis jetzt die Schweizer Wanderwege. «Sie verlaufen selten in gefährdeten Gebieten», erklärt Pietro Cattaneo, Leiter Infrastruktur «SchweizerWanderwege». Auch auf die Infrastruktur der Natur-

freundehäuser seien bis jetzt keine Folgen der Klimaerwärmung bekannt, so Martin Schällebaum.

Für die Zukunft wollen alle gewappnet sein

«Es ist davon auszugehen, dass präventive Massnahmen und ereignisspezifische Investitionen künftig tendenziell eher zunehmen werden», ergänzt Jürg Lauper von den Jungfraubahnen. Um Situationen sehr punktuell, rollend und aktuell zu erfassen und sofort entsprechend

Massnahmen einleiten zu können, werde bei den RhB permanent ein Ereigniskataster nachgeführt, so Peider Härtli — ähnlich wie das auch bei den anderen Bahnen und bei den SAC-Hütten und Zugangs wegen gemacht wird.

«Alle zwei bis fünf Jahre sind auf unserem Streckennetz grosse Ereignisse feststellbar.»

Peider Härtli
Rhätische Bahn RhB

Für Gletscher kommt Klimapolitik zu spät

Schnee und das mehr oder weniger «ewige» Eis der Gletscher prägen die Alpen. Gerade dieser charakteristische Teil der alpinen Landschaft reagiert aber besonders sensibel auf Veränderungen des Klimas.

KARL JOSEF VERDING

«Über den eisigen Gipfeln der Alpen schwebt immer deutlicher wahrnehmbar der Geist der warmen Luft.» So formuliert es der Wissenschaftler Wilfried Haeberli, Professor für Geografie und Glaziologie an der Universität Zürich: «Bereits seit 1900 haben die Treibhausgase an CO₂ immer mehr zugenommen.

Seit den 1990er-Jahren spielen sie die dominante Rolle mit ihrer Wirkung auf die Strahlungsbilanz der Erde», sagte Haeberli gegenüber der htr hotelrevue.

Hälften der Gletscher verschwinden bis Mitte dieses Jahrhunderts

Es ist der Vorgang, zu dessen Konsequenzen der Rückgang der Gletscher gehört, und den Haeberli so beschreibt: «Die Wärme-Ausstrahlung der Erde wird durch den Treibhaus-Effekt zurückgeworfen. Auch im Winter kann die Erde ihre Wärme nicht so effizient wie früher abgeben. Gleichzeitig wird die Sonneneinstrahlung verstärkt und die Temperatur auch auf diesem Weg erhöht.»

Seit dem historischen Maximalstand um 1850 haben die Alpen gletscher bis 1980 jährlich etwa 0,5 Pro-

zent ihres Volumens verloren. Die Verluste stiegen zwischen 1980 und 2000 auf rund 1 Prozent pro Jahr an und sind inzwischen auf 2 bis 3 Prozent angewachsen. Im Extrem Sommer 2003 gingen geschätzte 8 Prozent des Gletschereises in den Alpen verloren. Aufgrund von Modellrechnungen gehen Wissenschaftler heute davon aus, dass bis zur Mitte des 21. Jahrhunderts die Hälften bis drei Viertel der heutigen Gletscherfläche verschwinden werden. Dies hat Auswirkungen auf die Wasserverfügbarkeit, die Energieproduktion und den Tourismus.

Die Erde hält sich in ihrem eigenen Treibhaus gefangen

Gemäss Forschern der ETH Zürich und der Universität Freiburg sind auch natürliche Klimaschwankungen und nicht nur die Einwir-



Gletscher schmelzen. Auf dem Bild der Rosenlaui-gletscher.

Strahlung nicht aus dem von Menschen geschaffenen Treibhaus Erde herauskommt, um sich abzukühlen, während die Sonnenstrahlung

kurzweilig und durchdringend ist, und deshalb ihre Wärme ungehemmt in das von ihnen herverursachte Treibhaus strahlt.

«Die Konzentrationen der Treibhausgase steigen immer noch», stellt der Zürcher Glaziologe Haeberli fest, «und die Gase bleiben sehr lang. Konsequenz müsste es sein, «sehr viel weniger Treibhausgase zu produzieren», um ihre Konzentration zu senken. Verdankt werde dies allerdings nur mit einem Langzeit-Effekt, so sieht es Haeberli voraus: «Für viele Gletscher wird der Effekt zu spät kommen. Die Treibhausgase zu senken, ist ein politischer Entscheid, dessen Wirkung sich erst den nächsten Generationen zeigen wird.» In dem halben Jahrhundert, das es braucht, seien manche der heute noch bekannten Gletscher der Alpen bereits weg.

Geld drucken?

50% weniger Druckkosten
mit dem **HP Officejet Pro** gegenüber Laserdruckern.¹

3 Jahre
GARANTIE

DER SPEZIALIST FÜR IHR BÜRO

HP Officejet Pro 8500 Wireless All-in-One
Weitere Informationen über dieses Produkt finden
Sie unter: hp.com/ch/de/mybusiness

JETZT
CHF 499.-
STATT 599.-

Inkl. MwSt. und vRG.

HIT PRINT
AFFORDABLY



© 2010 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Alle Rechte vorbehalten.

1 Gilt für den Großteil aller Farblaser AiOs unter 400 € exklusive MwSt. im März 2010. ISO-Seitenreichweite von OJ Pro mit Patronen der höchsten Kapazität bei durchgängigem Drucken; mehr unter hp.com/go/learnaboutsupplies. Energieverbrauch basiert auf HP Tests unter Verwendung der TEC-Testmethoden des ENERGY STAR®-Programms; mehr unter hp.com/eur/mybusiness.



dolce vita

htr hotelrevue Nr. 23 / 10. Juni 2010

REKLAME

Ernst schmeckt immer

PASTA Premium AG

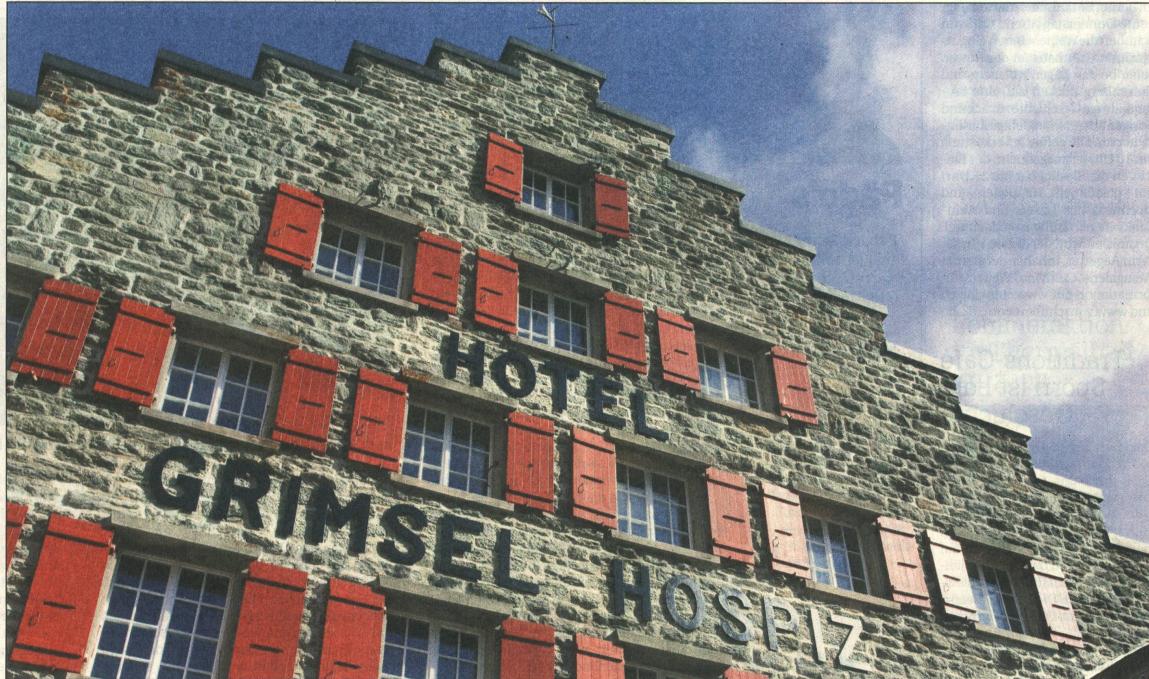
Swiss Tradition seit 1858

Ernst Teigwaren werden aus feinstem Hartweizengrieß und besten Freilandfeinen hergestellt.

www.pasta-premium.com

Dieses Haus schrieb Schweizer Hotelgeschichte. Jetzt öffnet es rundum erneuert seine Türen wieder – mit 28 Zimmern und zwei legendären Fest- sälten. Und einem Besucherzentrum.

ELSBETH HOBMEIER



Die vertraute trutzige Fassade mit dem markanten Treppengiebel blieb unverändert. Hinter den Fenstern ist jedoch ein neues (Hotel-)Leben eingezogen.

Bilder zvg

Grosse Bühne für «Grande Dame»



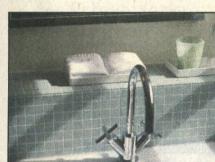
Der neue Salon Aaretal wird als gemütliche Lounge mit Kaminfeuer und Ausblick in die Bergwelt von den Hotelgästen abends rege genutzt.



Tagen weit weg vom Alltag: Einer der beiden Seminarräume.



Frisches Grau, helles Grün, warmes Beige und Braun: Die Farben der Zimmer spiegeln die umgebende Natur wider.



Klassisch, schlicht, edle Materialien im Badezimmer.

Wie waren wohl die Säumer und Pilger früher Jahrhunderte glücklich, wenn sie endlich die Herberge hoch oben auf dem Grimselpass erreicht hatten! Man kann es ihnen als heutiger «Säumer» und Passant gut nachfühlen, wenn man die vielen Kurven der Passtrasse bezwungen hat – als Biker auf einer schnellen Maschine, als Ausflügler im Cabrio oder im Oldtimer, als Wandere mit staubigen Schuhen.

Das Grimsel Hospiz lebt eine alte Tradition: Bereits 1142 wurde es als erstes Gasthaus des Landes urkundlich erwähnt. 1932 machte es als erstes elektrisch beheizbares Hotel Europas Schlagzeilen – und die Grimsel-Staumauer war damals mit ihren 108 Metern die höchste Staumauer der Welt.

Jetzt, im Juni 2010, läutet das Hauseine neue Epoche ein. Als historisches Alpinhotel Grimsel Hospiz wurde es rundum erneuert und mit einer Investition von 11,9 Millionen Franken auf den neusten Stand gebracht. Dabei legte die KWO Kraftwerke Oberhasli AG als Bauherrschaft sehr grossen Wert auf die Erhaltung der historischen

Substanz. In enger Zusammenarbeit mit der Denkmalpflege wurden der legende Arvensaal und der wertvolle Turmsaal stilgerecht renoviert. Und der Architekt Andrén Schweizer zeigte bei der Gestaltung der 28 Zimmer und bei der Wahl der Materialien – Stein, Holz, Filz – und der Farben ein feines Gespür. «Wir wollen modern und zukunftsweisend auftreten, aber nicht trendy», fasst Mark von Weissenfluh, Leiter der Grimselhotels, die Zielrichtung zusammen. Wo früher Massenläger waren, sind heute helle, gemütliche, detailgetreue möblierte Zimmer mit faszinierendem Ausblick in die Bergwelt entstanden.

Viel investiert wurde in die Heizanlage, welche ökologisch mit Abwärme aus den unterirdischen Kraftwerken arbeitet.

Täglich über ein reges Kommen und Gehen von hungrigen und durstigen Gästen in den grossen, hellen Gaststube, in den Bankettsälen, auf der Sonnenterrasse, im Kiosk – und abends dann eine gemütliche Runde von Hotelgästen, die das Haus für sich alleine haben und ein Geniessermenü und den dazu passenden Wein durchaus zu schätzen

wissen: Das Hospiz hat zwei sehr unterschiedliche Gesichter. Dem tragen «Spittelwirt» und Gastgeber Mario Bucher und Küchenchef Thomas Schärachmidt bewusst Rechnung: Serviert werden Produkte aus der Region, «eine feine Küche, aber nicht verspielt», sagt Bucher. Dass im legendären Felsen-

keller zahlreiche Weintrouvaillen zuwählen Schnäppchenpreise legern, hat sich bereits herumgesprochen. Die Bettenauslastung für den Juni liegt über 90 Prozent. «Ich wage noch keine Prognose – aber die Reservationen bis in den Herbst sind vielversprechend», freut sich Mark von Weissenfluh.

Fakten Das Grimsel Hospiz bietet mehr denn je

Das Historische Alpinhotel Grimsel Hospiz wurde nach einer umfassenden Renovation letztes Wochenende wieder eröffnet. Es bietet 26 Doppel- und 2 Einzelzimmer, 2 Seminarräume, den Arvensaal mit 100 und den Turmsaal mit 150 Plätzen. Das Restaurant pflegt eine saisonale Küche mit regionalen Produkten.

Klassifiziert ist das Unique Hotel mit drei Sternen plus, zudem ist es neues Mitglied der Swiss Historic Hotels. Es befindet sich im Besitz der KWO Kraftwerke Oberhasli AG, neu eröffnet wurde das Besucherzentrum mit der Ausstellung «Stromzukunft – In Zukunft Strom». eho



Neu: Eine Bar in der Gaststube, mit einem kleinen, feinen Angebot.



Der Turmsaal, edler Rahmen für Bankette bis zu 150 Personen.

1. Das Hospiz ist renoviert und umgebaut. Welches war die grösste Knacknuss? Sicher die sehr kurze mögliche Bauphase. Auf dieser Höhe kann man nur von Juni bis Oktober bauen, das bedeutet gute Planung und Logistik. Und die zweite grosse Frage lautete: Woher holen wir die Heizwärme?

2. Machte die Denkmalpflege ge viele Auflagen?

Der Erhalt des historischen Hauptgebäudes mit seinen Sälen und der Anbau des Hauses Aaretal bedingte eine enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der Denkmalpflege und dem eidgenössischen Natur- und Heimatschutz. Mit beiderseits viel Engagement und Verständnis fand man gute Lösungen, und das Haus konnte in eine passende und funktionierende Zukunft geführt werden – eine eigentliche Erfolgsstory.



Nachgefragt

Mark von Weissenfluh

Tätigkeit: Leiter der Grimselhotels. Dazu zählen das Grimsel Hospiz, das Familienhotel Handeck, Restaurant und Berghaus Oberaar und die Alpinhütte Bäregg. Alle Häuser sind im Besitz der KWO Kraftwerke Oberhasli.

3. Welche Gäste sprechen Sie als Unique und Swiss Historic Hotel an?

Das Hospiz ist ein traditionelles Spittel, das allen offensteht. Wir grenzen niemanden aus, was sich auch in der Preispolitik zeigt. Der Tag hat zwei völlig verschiedene Gesichter: Täglich über sind ganze Scharen von Gästen zu verpflegen, abends haben die Hotelgäste das Haus praktisch für sich. Dies fordert heraus.

4. Wie weit sind die Pläne gediehen, das Haus das ganze Jahr hindurch offen zu halten?

Ob die erforderliche Betriebsbewilligung für einen beschränkten Winterbetrieb erteilt werden kann, wird von den zuständigen Behörden zurzeit geprüft. Dabei geht es uns nicht um kommerzielle Ziele, sondern wir möchten unsere Mitarbeitenden ganzjährig beschäftigen können. eho

Gastro

Heute Abend:
Deutscher
Riesling in Bern

Im Berner Botanischen Garten zeigt heute Donnerstag Abend Carl von Schubert die Weine seines Weinguts Maximin Grünhaus an der Ruwer. Seine beiden Lagen Abtsberg und Herrenberg blicken auf eine tausendjährige Geschichte zurück und bringen äußerst langlebige Rieslinge hervor. Die geführte Verkostung um 18 Uhr ist ausgebucht, der Eintritt an die Rieslingbar (ab 21 Uhr) mit passenden Häppchen und Livermusik des Jazzers und Wein-freaks Rainer Truby ist jedoch frei. Organisiert wird der Anlass von Se-verin Aegerter, Inhaber der Berner Weingalerie Cultivino. Weitere Informationen auf www.cultivino.ch und www.vonschubert.com eho

Traditions-Café Spörri ist bald Geschichte

Das Haus des Café Spörri in Teufen soll verkauft werden. Das Wiener-Café, das heute den Konditoren-Büdern Alfred und Markus Sutter («Böhl AG») gehört, steht seit 80 Jahren im Ausserhöher Dorf. Nun geben Sutters die Neubaupläne auf – sie wollten statt der rund 200-jährigen Liegenschaft ein Geschäftshaus errichten. Die Teufener Behörden lehnten ab. Die Böhl-Firma ist bereits in ein Provisorium beim Bahnhof umgezogen und will nun dort ein Café errichten. Inzwischen liegt eine Baubewilligung für den alten Standort vor – die Brüder wollen ihre Liegenschaft nun dennoch weiterverkaufen. saz



Päde's

Patrick Schneider (42) ist seit 35 Jahren ein leidenschaftlicher Hotel-fan. Der passionierte Sammler trug 30000 Hotelprospekte aus aller Welt zusammen. Er lebt in Zürich und schreibt neu für die htr jeden Monat eine Kolumne.

Bulgari, Armani, Versace, Missoni – sie haben es schon getan, Moschino und andere werden es auch noch tun. Hotels kreieren.

Hotels sind mein Leben! Seit meinem 7. Lebensjahr prägt mich diese Faszination. Aber mein Wissen und meine Gedanken so zu Papier zu bringen, dass daraus eine spannende Kolumne entsteht, bereitet mir einiges Kopfzerbrechen. Einen Versuch ist es wert, und die mehrmals verschobene Eröffnung des Armani Hotels in Dubai letzten April hat mich zum Thema dieser ersten Kolumne inspiriert.

In der heutigen Zeit definieren sich Hotels immer öfters über das Design, und tragen sie dann auch noch den Namen eines berühmten Designers, wird automatisch suggeriert, dass es ein gutes Hotel sein muss. Die geschürten Erwartungen sind entsprechend hoch.

Zugegebenermaßen beeindruckt gute Architektur und eine durchgestylte Inneneinrichtung, aber sie darf nicht darüber hinweg täuschen, dass ein Hotel vielmehr ist. Ein Hotel ist vor allem Gefühl. Sie können jetzt entgegensezten, dass ein Hilton, Sheraton oder Marriott und wie diese Standard-Kettenhotels alle heißen, nicht sehr viel mit Gefühlen zu tun haben. Einverständnis. Aber geht es am Ende nicht einfach um den Anspruch, welche diese Design- und Fashion-Hotels projizieren. Sie wollen gut sein, sie wollen Luxus sein und vor allem, sie wollen etwas Besonderes sein. Leider geht bei solchen Hotels das Besondere oft nicht über das Design hinaus.

Auf das Gefühl zurückzukommen: es ist wie bei Menschen. Gut gekleidete fallen auf, werden bestaunt, vor allem wenn sich dahinter ein unfehlbares Geschmacksempfinden verbirgt. Lernet man aber sie dann auch persönlich kennen, kann sich der erste Eindruck schnell verflüchten; die Chemie funktioniert nicht. Und genau so verhält es sich mit Hotels. Es sind die Mitarbeitenden, die das Gefühl eines Hotels ausmachen. Fehlt diesen das gewisse Etwas, um die Gast-



Auch Bulgari hat Hotels kreiert, so etwa das Ritz Carlton Hotel Bulgari in Maitland. 276

freundschaft glaubwürdig zu vermitteln, so scheikt das Hotel und das erste Wow-Erlebnis rückt unweigerlich weit in den Hintergrund – Design hin oder her.

Als in den 80er-Jahren die ersten Designhotels ihre Türen öffneten, gingen Jubelschreie durch die Szene und etliche Journalisten haben sich mit Schwärmerie übertragen. Schaut man aber etwas genauer hinter die Fassaden, verkannt das unbestritten gute Design zur schlechten Kulisse. Mitarbeiter an der Front wurden nicht mehr entsprechend ihrer Fähigkeiten, sondern hauptsächlich aufgrund ihres Aussehens eingesetzt. Aber diese Hotels haben einen Trend ausgelöst, denn die «Jeunesse dorée» und die «Nouveaux Riches» haben deren Türen eingerannt.

Das Gefühl war deshalb auch nicht so wichtig, denn diese Hotels waren ja einfach «the place to be». Trends sind Bewegungen und Widerspiegelungen des gesellschaftlichen Verhaltens eines oft sehr beeinflussbaren Teils der Gesellschaft; Trends sind deshalb vergänglich, und so waren es auch diese Hotels. Viele von ihnen existieren zwar heute immer noch, doch laufen sie heute unter «ferner liegen».

Design ist keine Garantie für den nachhaltigen Erfolg eines Hotels; es sind andere Werte, welche diese «Bühne» für den Gast zum Erlebnis werden lassen. Der Mensch muss im Mittelpunkt stehen, und der eigentliche Zweck des Hotels besteht lediglich darin, dafür die perfekte Kulisse zu bieten.

Sinalco® Aktion

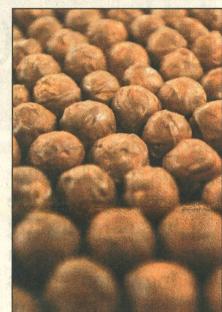
Aktion gültig vom 7. bis 25. Juni 2010 bei unseren Depositären





Rot-Weiss als Verkaufsrremmer: Die Touristen aus dem Ausland mögen die klassische, gefleckte Holzkuh.

Bild Jungfrau.ch



Typisch Schweiz: Schokolade als Mitbringsel.

Zvg

«Hauptsache, die Kuh jodelt»

Ausländische Gäste tragen Klischees nach Hause: Die beliebtesten Schweizer Souvenirs sind Klassiker. Vor allem das Schweizerkreuz darf nicht fehlen.

SUSANNE WAGNER

Wer hätte das vermutet: einer der Bestseller im Souvenirshop des Schweizerischen Landesmuseums in Zürich ist ausgerechnet ein Kartoffelschäler. Dass der schweizerische Designklassiker «Sparschäler Rex» bei ausländischen Gästen so beliebt ist, liegt gewiss Geschäftsführer Kaspar Fuchs entweder an seiner Handlichkeit oder an seinem Preis von drei Franken. Fuchs ist auch Inhaber eines klassischen Souvenirläden in Interlaken, wo im Sommer 80 Prozent der Gäste

aus dem Ausland kommen. Beliebt seien grundsätzlich alle Erinnerungsstücke mit einem Schweizerkreuz. So verkauften sich die Produkte aus Schweizer Militärdecken, Bleistiften und Taschenmesser, aber auch Brienzerschnitzereien und die Holzkuh mit den roten Flecken gut.

Das Angebot der Edelweiss-Shops mit

Filialen in Bern, Würenlingen, am Flughafen Kloten und im Zürcher Hauptbahnhof richtet sich an Touristen aus dem Ausland. Seit dem 11. September 2001 gehen heute statt hochpreisiger Uhren häufiger T-Shirts, Schlüsselanhänger, Kugelschreiber und Magnete mit Kuhmotiven oder Schweizerkreuzen über den Ladentisch. Laut Edelweiss-Shop-Einkäuferin Conny Mandl seien bei den Kunden auch Souvenirsteller oder Tischglocken mit Edelweiss und Schweizerbären sehr beliebt.

Einheimische Gäste kaufen kulinarische Mitbringsel

Um den Gästen den weiten Weg zum Laden zu ersparen und den eigenen Umsatz anzukurbeln, führen viele Hotels eigene Souvenirläden. «Wir können mit unserem Shop dem Gast einen Mehrwert bieten. Wenn er abends mit einem Konzert kommt, muss er nicht mehr in die Stadt», sagt Carole Klein, Direktionsassistentin des Hotels Allegro in Bern. Sie hat die Erfahrung gemacht, dass die ausländischen Gäste typisch Schweizerisches wie Taschenmesser, Schokolade oder aber Trinkflaschen und Portemonnaies mit Schweizerwappen bevorzugen. Die Gäste aus der Schweiz entscheiden sich hingegen eher für kulinarische Mitbringsel,



Regionale Spezialitäten kaufen eher Einheimische, während...



... ausländische Gäste es trauten und...



... «schweizerischer» mögen. Swissness ist Kaufkriterium.

Zvg

wie Kräuterimischungen oder spezielle Speiseöle.

Ahnlich klingt es beim Hotel Schweizerhaus in Maloja. Die im Hotelshop angebotenen regionalen Spezialitäten, wie Nusstorten oder Pflegeprodukte aus dem Bergkeller, kommen bei den Individualtouristen aus Deutschland und der Schweiz, die 90 Prozent der Gäste ausmachen, gut an. «Die ausländischen Besucher mögen es häufig kitschiger. Man könnte fast sagen,

heut Heidi drauf oder die Kuh jodelt», so der Hotelier Jürg Wintsch.

Qualität ist wichtiger als das Logo des Hotels

Auf klassischen «Alpenchic» setzt der Shop des Viersterne Superior Hotels Schweizerhof Lenzerheide. Zusammen mit den Wellnessprodukten erwirtschaftet der Hotelshop rund 100 000 Franken Umsatz pro Jahr. «Dekorationsge-

genstände wie Kerzen-Hirschköpfe, Decken mit unserem Logo auf einem Stofflabel oder Hirschkopf-Serviettenringe verkaufen wir sehr gut», sagt Claudia Züllig-Landolt, Gastgeberin im «Schweizerhof».

Wichtiger als das Logo des Hotels sei jedoch, dass die Gegenstände der Qualität hochwertig sind. «Es geht darum, mit dem erworbenen Stück auch ein Stück Ferienerinnerung und Emotion mit nach Hause zu nehmen.»

Souvenirs Altes Handwerk

Es sind die Gefährten der Heimkehrer, sie werden liebenvoll ausgestellt, stolz präsentiert oder verstaubten irgendwann im Regal. Doch immer erzählen sie eine Geschichte der Reisenden: Souvenirs. Im deutschen Sprachgebrauch wurde das Wort (französisch: Erinnerung) Ende des 18. Jahrhunderts eingeführt – gemeint war damit ein kleiner Notizblock. Die erste Industrie der Erinnerungsstücke entwickelte sich dort, wo viele Men-

schen hinreisten: So brachten Gläubige im Mittelalter aus Pilgerorten Andenken nach Hause, die Reliquien enthielten.

In der Schweiz spielte zu Beginn der aufstrebenden Souvenirproduktion die wirtschaftliche Not eine wichtige Rolle.

Anfang des 19. Jahrhunderts begannen Brienzers Holzschnitzer mit dem Anfertigen von hölzernen Reiseandenken. Um die Jahrhundertwende erlebte die Brienzerschnitzkunst ihre Blütezeit.

650 Holzschnitzer waren damals in der Region um den Brienzsee tätig. Besonders gefragt waren kunstvoll geschnitzte Bären und Alphornbläser. In der 1840 gegründeten Brienzerschule für Holzbildhauerei kann dieses Handwerk als einzige Institution der Schweiz noch erlernt werden. Die Schule bildet heute 24 Lernende aus. Die geschnitzten Kunstwerke erfreuen sich bei den Touristen in der Schweiz bis heute grosser Beliebtheit.

wag/saz



Beliebtes Souvenir ist die Kuhglocke.

Bild: glocken.ch

Tourismus

Kulturpicknick im Park der Badener Villa Langmatt

Die Badener Hotellerie lanciert ein Kulturpicknick im Museums park der Villa Langmatt. Das Angebot umfasst zwei Übernachtungen in einem Hotel nach Wahl inklusive Picknick-Erlebnis im Park sowie zwei Eintritte ins Museum. Je nach Wahl des Hotels liegt der Preis zwischen 140 und 180 Franken. Das Ziel des Events ist es, Baden als Weekend-Destination schmackhaft zu machen. Denn die durchschnittliche Auslastung der Hotelbetten in Baden lässt an den Wochenenden noch zu wünschen übrig.

www.baden.ch/picknick

Sommeraktion im Thermalbad Zurzach



Zvg

Vom 1. Juni bis zum 31. August 2010 bietet das Thermalbad Zurzach eine Sommeraktion an. Am Dienstag und Donnerstag abends jeweils Wellness pur mit dem «Sommer-Wonne-Glücks-Paket». Inbegriffen sind fünf Stunden Aufenthalt im Thermalbad und eine 15-minütige Massage oder Beauty-Anwendung. Das Package kostet 35 Franken. Am Freitagabend ist das Bad jeweils bis Mitternacht geöffnet.

www.thermalbad.ch

Grächen-St. Niklaus setzt auf Familien

Die Feriendestination Grächen-St. Niklaus erweitert ihr Angebot für Familien. Auf der Hannigalp wird am 13. Juni ein Indianertag für Gross und Klein eröffnet. Außerdem werden auch Elektrobikes vermietet. Die Feriengäste können neu aus 41 verschiedenen Aktivitäten auswählen: Unter anderem stehen Indianerspiele und ein 24-Stunden-Indianertag auf dem Programm. Auch Events sind geplant: Am 24. und 25. Juni findet ein Familien-Open-Air auf der Hannigalp statt. Mit dabei sind unter anderem «starnefööfi» und «Sam Gruber». Es finden auch Zauber-, Jonglier- und Tanz-Workshops statt.

www.graechen.ch

Kulinarisches Moorerlebnis in Krumbach



Zvg

Landwirte in der Bregenzerwälder Gemeinde Krumbach bieten diesen Sommer geführte **Moorwanderungen** mit anschliessendem Moorenmenü. Begleitet wird das Ganze von der Geschichtenerzählerin Hertha Glück. Die Moortage finden jeweils am ersten Donnerstag von Juni bis September 2010 statt. Die Wanderungen führen die Besucher jedesmal auf andere Wege und den bei jeder Witterung statt. Der Anlass kostet 25 Euro.

www.moorroom.at

Südafrika. WM-Stadien. Fürs leibliche Wohl sorgen deutsche und südafrikanische Caterer, für einen Höhenflug der anderen Art die Garaventa AG aus der Schweiz.

Das Fest kann beginnen

Zwei deutsch-südafrikanische Joint Ventures sorgen fürs VIP-Catering in den WM-Stadien. Die Schweiz glänzt derweil mit einer spektakulären Bahn.

THERES LAGLER

Alles ist parat für die Fussball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika. Wenn die Fans morgen in die Stadien strömen, dann gilt es auch für die Caterer ernst. Den Zuschlag für die Verpflegung im Publikumsbereich hat der südafrikanische Cater Headline Leisure Management erhalten. Das Unternehmen bietet seit mehreren Jahren Food&Beverage-Dienstleistungen an und zählt bis- hervor allem Casinos, Theater und Hotels zu seinen Kunden. Zuständig für die Hospitality-Packages im VIP-Bereich der WM-Stadien ist die Match Hospitality AG. Fürs Catering hat die Vermarktungsgesellschaft zwei deutsch-südafrikanische Joint Ventures beauftragt. Zum Handkuss kam zum einen die

«95 Prozent der Angestellten im VIP-Catering in den Stadien sind Südafrikaner.»

Peter Csanadi
Marketingleiter Match Hospitality AG

der Know-how-Transfer gewährleiste, so Csanadi. Planung und Entwicklung seien eher in europäischen Händen, Produktion und Lieferung in afrikanischen.

Csanadi legt Wert darauf festzuhalten, dass 95 Prozent der Angestellten Südafrikaner sind. Auch ein Blick ins VIP-Packung zeigt, dass die Gäste kulinarisch etwas von Afrika mitbekommen sollen. So wird als Snack unter anderem südafrikanischer Biltong gereicht. Und beiden Hauptmenüs finden sich Angebote wie «Karoo

deutsche Firma Kofler & Kompanie, die mit dem südafrikanischen Caterer Green Hospitality zusammenpammt. Zum andern ist die Arena One, die im Münchner Fussballtempel Allianz Arena zu Hause ist, mit von der Partie. Sie kooperiert mit dem südafrikanischen Caterer «by word of mouth», ein Unternehmen aus Johannesburg, das bereits einige Preise gewonnen hat.

Buffets mit afrikanischer Note für die VIP-Gäste

«Uns war wichtig, dass das Gastgeberland zum Zug kommt. Wir wollten aber auch auf die Erfahrung der deutschen Caterer zurückgreifen, die bereits an der WM 2006 dabei waren», erläutert Peter Csanadi, Marketingleiter der Match Hospitality AG, die Vergabepolitik. «Mit den Joint Ventures ist



«Soccer City» in Johannesburg: Hier findet morgen das Eröffnungsspiel der Fussball-WM statt.



Neu: Das Stadion in Durban...

Leg of Lamb Potjie mit Sowetan Chakalaka».

Budweiser und Big-Mac-Menü für die Besucher der Fan-Feste

An den Fifa-Fan-Festen hingen dominieren die internationa- len Sponsoren das Angebot. Auf den offiziellen Preislisten der Fifa gibtes Coca-Cola für 0,7 Euro, Budweiser für 0,9 Euro, Big Mac Meals für 3 Euro und ein Steak-Dinner für 7 Euro. Strassenhändler sehen sich ihrer Chance beraubt, eigene Ge- richte anzubieten. Es scheint aber, dass die Fifa nicht mehr ganz so strikt ist wie vor vier Jahren in Deutschland, wo der Münchner

Biennoch Frankfurter Würste zuge- lassen waren. Sie führt auf eine Aus- sichtsplattform auf 110 Meter Höhe mit Blick über die Stadt und den indischen Ozean. «Die Bahn hat eingeschlagen wie eine Bombe», erzählt Projektleiter Beat Mustfeld. «Die Leute sind Schlange gestan- den, um hochzufahren.» Vor 14 Ta- gen jedoch hat die Fifa das Stadion übernommen und die Bahn aus Sicherheitsgründen eingestellt. Ein Wermutstropfen für Beat Mustfeld. «Die Schweiz ist nur wenige Schritte entfernt. Von hier gelangen die Gäste mit der Untergrundbahn schnell zu touristi- schen Attraktionen wie dem Apart- heidmuseum oder dem histori- schen Zoo, nach Pretoria und an den 30 Kilometer entfernten interna- tionalen Flughafen Tambo. Sehr nah vom neuen Radisson Blu Hotel sind die Shoppingmeilen am Nel- son Mandela Square und das Sand- ton City Shopping Centre. Auch di- verse Topgolfplätze befinden sich in der Nähe.

Durban mit einer Standseilbahn versehen. Sie führt auf eine Aus- sichtsplattform auf 110 Meter Höhe mit Blick über die Stadt und den indischen Ozean. «Die Bahn hat eingeschlagen wie eine Bombe», erzählt Projektleiter Beat Mustfeld. «Die Leute sind Schlange gestan- den, um hochzufahren.» Vor 14 Ta- gen jedoch hat die Fifa das Stadion übernommen und die Bahn aus Sicherheitsgründen eingestellt. Ein Wermutstropfen für Beat Mustfeld. «Die Schweiz ist nur wenige Schritte entfernt. Von hier gelangen die Gäste mit der Untergrundbahn schnell zu touristi- schen Attraktionen wie dem Apart- heidmuseum oder dem histori- schen Zoo, nach Pretoria und an den 30 Kilometer entfernten interna- tionalen Flughafen Tambo. Sehr nah vom neuen Radisson Blu Hotel sind die Shoppingmeilen am Nel- son Mandela Square und das Sand- ton City Shopping Centre. Auch di- verse Topgolfplätze befinden sich in der Nähe.

ANZEIGE

Fussball-WM

WM-Pokal reist stilsicher im Louis Vuitton Koffer

Auch der WM-Pokal wird künftig standesgemäß und stilsicher reisen – in einem eigens für ihn angefertigten Koffer des Pariser Luxus- hauses Louis Vuitton. Im Mai besiegeln das französische Unternehmen und die FIFA in Zürich ihre Zusammenarbeit. Die 6 Kilogramm schwere und 36 Zentimeter hohe WM-Trophäe aus 18-Karat-Gold wurde letzte Woche vom britischen Supermodel Naomi Campbell in den edlen Koffer verpackt und nach Südafrika verschickt. Der Koffer wird zum grossen Finale am 11. Juli 2010 in Johannesburg vor den Augen von Millionen Zuschauern geöffnet – und der Pokal dem neuen Fussballweltmeister überreicht. Die Trophäe bleibt jedoch immer im Besitz der FIFA – der Sieger der Fussball-WM darf jeweils die Winner's Trophy nach Hause nehmen.

Neues Radisson Blu Hotel in Johannesburg



zvg

Rechtzeitig zum Anpfiff des ersten Fussball-WM-Spiels hat Radisson Blu in Johannesburg ein neues Hotel eröffnet. Das luxuriöse Hotel ist sehr zentral gelegen – direkt im lebendigen Finanz- und Businessdistrikt Sandton. Es bietet aufgrund seiner Lage ausgezeichneten Zu- gang zu den öffentlichen Verkehrs- mitteln – der Bahnhof Gautrain ist nur wenige Schritte entfernt. Von hier gelangen die Gäste mit der Untergrundbahn schnell zu touristischen Attraktionen wie dem Apart- heidmuseum oder dem histori- schen Zoo, nach Pretoria und an den 30 Kilometer entfernten interna- tionalen Flughafen Tambo. Sehr nah vom neuen Radisson Blu Hotel sind die Shoppingmeilen am Nel- son Mandela Square und das Sand- ton City Shopping Centre. Auch di- verse Topgolfplätze befinden sich in der Nähe.

esp

Italia come prima!

Italienischer Dessert-Zauber für Geniesser.

Torta Frutti di Bosco

Torta Mandorle

Torta della Nonna

MISTER COOL
THE SWISS HOUSE OF ICE

D 2010 Publifaris

Grosses Sortiment an Spezialglaces, Standard-Aromen und Fertigdesserts sowie Impulsartikeln. Speziell auch für Kinder. Fragen Sie uns und verlangen Sie unseren Katalog.

Mister Cool AG • Gewerbestrasse 8 • 4528 Zuchwil • Telefon 032 685 35 47 • Fax 032 685 76 81 • info@mistercool.ch • www.mistercool.ch



Genuss

Im Sommer schlemmt man in Hamburg

Zwischen dem 12. Juni und 15. August wird die Hansestadt zur Gourmet-Metropole. Zum 12. Mal findet in dieser Zeit der «Hamburger Schlemmer Sommer» statt, ein Gastro-Anlass, an dem sich 103 Top-Restaurants beteiligen. Die Lokale bieten in dieser Zeit spezielle Menüs zu einem einheitlichen Preis (59 Euro für zwei Personen) an. Die Gastrozene ist dabei bunt gemischt: So beteiligen sich grosse Hotelhäuser an der Alster ebenso wie Restaurants in den Trendquartieren.

Roggenbrot aus dem Wallis zertifiziert

Das Walliser Roggenbrot wird markenrechtlich geschützt. Wie die Landwirtschaftskammer des Kantons mitteilt, hat die Europäische Union dem Brot die Herkunftsbezeichnung AOC zugesprochen. Das Roggenbrot ist laut Pressemeldung somit das erste Brot in Europa, das so ausgezeichnet wurde. Im Wallis werden jährlich rund 800 Tonnen Roggenbrot unter strengen Produktionsrichtlinien hergestellt. saz



Karten für das Lucerne Festival werden nach wie vor auf dem klassischen Weg gebucht.

Finden Sie denn immer ein passendes Ticket?

Nein, nicht immer. Aber unsere Gäste wissen, dass wir alles versucht haben, auch wenn wir den Wunsch mal nicht erfüllen konnten. Das ist das Vertrauen, welches wir zu unserer Klientel aufbauen.

Wie viele Gäste buchen heute die Konzertkarten direkt online?

Schwierig zu sagen. Wir haben nach wie vor eine grosse Nachfrage. Ich denke, unsere Gäste schätzen diese persönliche Dienstleistung sehr. Vielleicht gerade weil heute alles oder sehr vieles online erledigt wird. Und dann kommt noch etwas anderes dazu: Unsere Konzertkarten sind in den meisten Fällen besser als diejenigen, die einige Tage vor dem Event noch online erhältlich sind.

Sie bieten also auch mehr Qualität...

... und oft auch Exklusivität.

Das ist nach wie

vor unser Be-

streben und si-

cher auch der

Ehrgeiz unsre-

res Berufes.

Schön ist, dass

die Gäste diese

Tradition im

mer noch sehr

schätzen.

Also befürch-
ten Sie nicht,
dass ein Teil
Ihrer Tätigkeit
als Chef-Ré-
ceptionistin
vom mobilen

Internet künftig übernommen wird?

Es kann durchaus sein, dass eine oder anderen Gäste sich heute und in Zukunft via Internet informieren. Doch bis jetzt beschränkt sich das bei unserer Klientel eher auf die Vorbereitung ihres Aufenthaltes in Luzern. Wenn die Gäste dann erst einmal in unserem Hotel sind, schätzen sie den direkten Kontakt zu uns.

Welche Veränderung hat das Internet für Sie gebracht?

Vor allem beim Buchungsprozess und bei der Preisgestaltung hat sich natürlich vieles verändert. Ich bin für das Yield- und Revenue-Management verantwortlich. Bei mir stehen Preisparität und die Überwachung der verschiedenen Channels an erster Stelle. Diese neue Flexibilität ist nur dank modernster Technik möglich und heute zu unserem Alltag geworden. Diese Entwicklung gefällt mir persönlich gut, und ich engagiere mich gerne in diesem Bereich.

Bewältigen Sie diese Aufgabe alleine?

Ja größtenteils und mit einem guten Team an meiner Seite. Es ist eine Frage der Organisation. Ich kontrolliere den Markt jeden Tag, so bleibt der Zeitaufwand überschaubar.

— und macht damit nicht nur am Estisch sondern auch in Büros und Sitzungszimmern eine gute Figur. Erhältlich ist «Leo» ab sofort.

Möbel von Girsberger haben eine lange Tradition: 1889 in Zürich gegründet wird das Familienunternehmen heute von Michael Girsberger in der vierten Generation geleitet.

www.girsberger.com

Unterhaltung mit Livemusik – nur Echt mit Piano

Musikalische Unterhaltung hat in vielen Hotels Tradition. Ganz besonders beliebt bei den Gästen ist live gespielte Piano-Musik – sei es diskret als Background-Unterhaltung zum Dinner, als Gästebegrüßung in der Lobby oder abends in der Bar. In der Schweiz gibt es über 80 Fünf-Sterne-Hotels und fast überall spielen täglich Pianisten mit einem internationalem Musik-Repertoire auf. Eine wesentliche Stütze der Livemusik sind Roland Digital Grand Pianos – denn diese neue Generation von Instrumenten bietet ganz besondere Vorteile.

Die Pianos benötigen keine Service-Pflege und sind immer gestimmt, unabhängig von Raumtemperatur und unterschiedlichen Standorten, wie beispielsweise einer Terrasse. Die Lautstärke lässt sich der Raumakustik anpassen und erlaubt die angenehme Gästebegrüßung selbst in unmittelbarer Nähe des Pianos. Das klassische Design und die elegante Gehäuseform, schwarz poliert, passt sich jedem Einrichtungsstil bestens an. Wenn der Pianist einmal nicht zur Verfügung steht, ist im Selbstspielmodus weiterhin Livemusik garantiert.

Roland
WE DESIGN THE FUTURE

Roland Digital Grand Pianos überzeugen mit einer beeindruckenden Klangqualität, einer hochwertigen, ausdrucksstarken Tastatur und bieten dem Pianisten eine grosse Auswahl an zusätzlichen instrumentalen Möglichkeiten. Fünf Jahre Vollgarantie bringt jedes Piano mit und wird mit einer schönen Sitzbank von spezialisierten Transportern an jeden gewünschten Ort geliefert.

www.rolandmusik.ch

Ein guter Draht zum Festival

Nina Schröder ist Front Office Manager im Grand Hotel National in Luzern. Hat das Internet ihren Job verändert?

SIMONE LEITNER

Nina Schröder, werden Sie nur, wenn ein Gast kurzfristig die besten Tickets für ein Konzert am Lucerne Festival will? Eigentlich nicht. Wir haben eine Anzahl an Tickets, die wir gekauft haben. Wenn diese nicht ausreichen, dann greifen wir auf andere Hotel-Concierges zurück. Und wir pflegen ein tolles Verhältnis zum Lucerne-Festival-Verkaufsbüro.

Also herrscht keine Rivalität unter den Hotels?

Nein, denn mit dieser positiven Einstellung geht es uns allen gut. Wir profitieren von einander. Denn auch nicht jeder Gast hat bezüglich Sitzplatz die gleiche Präferenz. Wir können also Konzertkarten tauschen, und dafür ist die gute Zusammenarbeit unter den Hotels ein wichtiger Erfolgsfaktor.

«Ich denke, unsere Gäste schätzen diese persönliche Dienstleistung immer noch sehr.»

Nina Schröder

Front Office Manager, Hotel National

MARKTNOTIZEN

Beste Wasserqualität zum Dampfgaren und Backen

Um Kombidämpfer und Backöfen optimal nutzen zu können, muss die Wasserqualität stimmen. Brita Professional bietet ab Mai 2010 das Purity-Steamsystem auch mit der bewährten ACS-Technologie (Advanced Control System) an. Mit der bewährten Purity Technologie ausgestattet, aber auf kleineren Kapazitäten ausgelegt, ist der Purity C Quell ST.

Das Wasser in der Schweiz ist regional unterschiedlich zusammengesetzt und kann Inhaltsstoffe tragen, die für empfindliche Hochleistungsgeräte beim Backen oder Garen nicht optimal sind.

Insbesondere die Karbonathärte im Wasser stellt eine Herausforderung dar, weil sie als Kalk anfällt und sich an empfindlichen Teilen der Geräte absetzt, das Risiko von Geräte-Ausfallzeiten steigt. Der

Purity Steam entzieht dem Rohwasser gezielt die Kalk bildenden Ionen und reduziert so zuverlässig Ablagerungen. Die Filter entfernen zusätzlich unerwünschte Geschmacks- und Geruchsstoffe aus dem Wasser – damit die Produkte Kombidämpfer oder Backöfen optisch und sensorisch in perfekter Qualität verlaufen. Die IntelliBypass-Technologie garantiert einen vom Volumenstrom unabhängigen Verschnitt für Brita-Wasser in der geforderten Qualität.

Das «Advanced Control System» ist das ideale Instrument zur Überwachung und Verwaltung der Filter-Kerndaten. Es zeigt die aktuelle Restkapazität, die eingestellte Filtersystemart und -größe und das letzte Tauschdatum der Filterkartusche an.

Die Kartuschen mit der bewährten Purity-Technologie heißen Purity C Quell ST und sind in den Größen C50, C150, C300 und Purity C500 Quell ST erhältlich. Damit finden sie Platz auch in den kleineren Profiküchen und können für Backöfen und Kombidämpfer mit geringem Wasserbedarf eingesetzt werden.

www.brita.ch

Herb würziger Genuss für die eiskalte Kaffeepause

Caffè Latte Intenso ist ein neues, aufregendes Kaffeelerlebnis für den Sommer. Emmi zelebriert mit dem erfrischenden Kaffeegenuss den extra starken Espresso auf ganz neue Weise: würzig herb mit unverwechselbar intensivem Charakter. Ausdrucksstark entfaltet der gehaltvolle und säurearme Arabica-Spitzenkaffee aus Java hier alle Facetten seiner Aromenfülle, unterstützt von 10prozentigem edlem Java-Robusta. Aus der Komposition beider Sorten resultiert die aussergewöhnliche Intensität, die ein völlig neues Geschmackserlebnis hervorbringt. In handwerklicher Perfektion wird der Kaffee schonend geröstet, röstfrisch gemahlen und als Espresso mit 80 mg Koffein je Portion gebrüht.

Ein feiner Hauch frischer Schweizer Milch und der geringe Anteil von nur zwei Prozent Zucker unterstreichen sein intensives Aroma. Das wird all jene begeistern, die den natürlich herben Geschmack von erlesinem Kaffee lieben. Exklusiv erhältlich im neuen, handlichen 150ml Format ist der Emmi Caffè



150 ml auf
regendes
Kaffeelerlebnis
steckt dank
extra starkem
Espresso im
Trinkbecher
Caffè Latte
Intenso.

Latte Intenso ideal, um überall und zwischendurch eine kleine eiskalte Kaffeepause zu geniessen. Erfrischend anregend und unverstetlich intensiv. Caffè Latte Intenso mit Trinkdeckel ist bei Coop und in allen Detailhandels- und Lebensmittelfachgeschäften erhältlich.

www.emmi-caffelatte.ch

Greifbare Innovation auch für Mini-Combi-Dämpfer

Ab April 2010 stattet Convootherm seine mini-Combi-Dämpfer mit dem antibakteriellen Türgriff «Hygienic Handle» aus, der bereits seit einem Jahr erfolgreich bei der +3-Combi-Dämpfer Serie eingesetzt wird.

Dieser einzige Türgriff ist aus einem innovativen Kunststoff mit eingebetteten Silber-Ionen gefertigt. Die antibakterielle Wirkung bleibt permanent erhalten und ist medizinisch und ökologisch unbedenklich. Der «Hygienic Handle» wird serienmäßig und ohne Aufpreis angeboten.



Ausgezeichnete
Hygiene dank den
«Hygienic Handle» –
Türgriffe mit antibak-
terieller Ausrüstung.

Der Praxisvorteil dieser Innovation liegt auf der Hand: keine Bakterien- oder Mikrobenübertragung, wie zum Beispiel Salmonellen, vom Türgriff auf die GN-Behälter oder den Teller. Das Arbeiten mit den Combi-Dämpfern ist also bereits beim Öffnen der Garraumthüre besonders hygienisch. Der «Hygienic Handle» ist zudem ein weiterer Beitrag zum Umweltschutz, weil auf den Einsatz aggressiver Chemikalien zur Reinigung verzichtet werden kann. Convootherm entwickelt seit der Firmengründung im Jahr 1976 im oberbayrischen Egling Heissluftdämpfer mit Spitzentechnik und ist technischer Marktführer.

www.convootherm.com

Schlanker Silhouette und hoher Sitzkomfort



«Leo», der neue Stuhl von Girsberger, geht gerne elegante Kombinationen ein.

«Leo» heisst der neue zeitgemässer Stuhl aus Rundrohr aus dem Hause Girsberger. «Leo» besticht durch schlichte Schönheit und höchsten Sitzkomfort. Er lässt sich dank dem zurückhaltenden Design bestimmt mit unterschiedlichen Tischen zu einer ausgewogenen Kombination stellen. Das Design von Stefan Westmeyer, der seit 2006 Möbel für den Wohnbereich von Girsberger entwirft, verzichtet auf eine Holzschale. Das Rohgestell ist mit einer Netzhölle bepannt. Diese Konstruktion aus Netz und Schaumstofflagen führt zu hohem Komfort und erzeugt die schlanken Silhouette des Stuhls.

Angeboten wird «Leo» mit oder ohne Armlehnen. Das Gestell gibt wahlweise in Edelstahl oder verchromt. Sitzflächen, Rückenlehne und Armlehnen werden individuell in Leder und Stoff bezogen. «Leo» ist stapelbar

Purity-Steams-Kartuschen sorgen für die richtige Wasserqualität und lassen sich perfekt überwachen.

cahier français

hter hotelrevue No 23 / 10 juin 2010

Le Musée Chaplin, à Corsier-sur-Vevey, a enfin son permis de construire en poche.

Les dividendes touristiques du projet s'annoncent d'ores et déjà prometteurs.

EUGENIO D'ALESSIO

Le Musée Chaplin, de Corsier-sur-Vevey, sur le domaine où a vécu le cinéaste britannique jusqu'à sa mort en 1977, est venu à bout du dernier obstacle administratif qui encrait son chemin: le permis de construire tant désiré a été délivré la semaine dernière par la commune vaudoise, ouvrant une voie royale à la concrétisation d'un projet pharaonien. «Le musée prendra place dans un magnifique domaine de 14 hectares, avec parc, jardin et vue sur le Léman», confie Yves Durand, le muséographe chargé du volet commercial.

Le site de l'institution, qui sera baptisée Chaplin's World - The Modern Times Museum, aura pour centre névralgique le Manoir de Ban, ancienne propriété de Charlie Chaplin. Il comprendra un pavillon d'exposition de 2000 mètres carrés, des dépendances qui accueilleront une billetterie, une boutique ainsi qu'un restaurant.

L'ouverture devrait être effective en 2012

Les travaux devraient débuter avant l'automne 2010, alors que l'ouverture est prévue au printemps 2012. Les coûts sont évalués à 60 millions de francs, principalement issus de fonds privés. Mais une requette de subсидes cantonaux et fédéraux est en gestation, avouent les concepteurs.

Aux yeux d'Yves Durand, les atouts touristiques du projet sont foisonnantes: «Il s'agit d'un site unique qui permettra notamment aux visiteurs de découvrir les lieux intimes de la vie quotidienne de Chaplin, tels que la salle à manger, la chambre à coucher ou la bibliothèque.»

Mais c'est le pavillon d'exposition consacré à la période hollywoodienne de l'artiste qui devrait constituer l'attraction phare du musée. Ce gigantesque bâtiment, qui appelle à une armada de technologies multimédia et qui abritera



Comme le montre ce photomontage, la future institution chaplinienne devrait abriter des décors de films grandeur nature.

Photos ldd

Chaplin entre au musée

un théâtre de deux cents places, proposera une «expérience d'immersion dans l'univers chaplinien, avec reconstitution de studios et de décors de films grandeur nature», explique Yves Durand. Les combles du Manoir de Ban seront, de leur côté, transformés en salles de réceptions VIP et de séminaires destinées à une clientèle d'affaires et professionnelle.

Les concepteurs ont un objectif clair

Les pères du projet poursuivent un objectif clair: «Nous envisageons d'attirer chaque année près de 250 000 visiteurs. Nos études de marché démontrent que 60% d'entre eux viendront de l'étranger et 40% de Suisse», confie le muséographe québécois. Quant au profil de la clientèle, elle devrait être composée, dans son immense majorité, de familles qui choisiront le musée Chaplin pour des déplacements d'une

demi-journée. «Les prix d'entrée seront comparables à ceux que pratiquent les grands musées d'art helvétiques», précise Yves Durand.

Pour sa part, la stratégie marketing sera en partie axée sur les partenaires régionaux (hôtelier, parahôtelier, musées, parcs de loisirs), avec des offres de forfaits hôteliers. «Mais priorité sera donnée au démarchage et à la commercialisation sur les marchés internationaux», lâche Yves Durand.

Selon ce dernier, le musée Chaplin, qui ambitionne de devenir une référence en matière de muséographie, s'apprête à «créer une nouvelle dynamique touristique sur la Riviera vaudoise et contribuera au développement de l'économie régionale», Yves Durand.

Montreux-Vevey Tourisme jubile

Harry John est sur la même longueur d'onde: «Le futur Musée Chaplin est un événement géant pour notre tourisme,

notamment sur le front des marchés asiatiques.» Et le directeur de Montreux-Vevey Tourisme de révéler: «Lors du workshop que nous organisons à Montreux à la mi-août avec près de 80 voyageurs du continent asiatique, nous allons de suite intégrer la création de cette nouvelle

institution dans notre stratégie de communication.»

www.chaplinmuseum.com



Gamma presse image/lld

A chaud

Eugène
Chaplin

Cinquième fils, le premier né en Suisse (1953), de Oona O'Neil et de Charlie Chaplin. Il vit actuellement dans le canton de Vaud.

1. Le musée est-il, selon vous, la meilleure formule pour célébrer la mémoire de votre père?

C'est une formule parmi d'autres, mais sans conteste celle qui me paraît la moins éphémère. Au-delà de la forme, tout est bon pour que l'on se souvienne d'un homme complexe qui a été profondément influencé par son époque, à savoir le 20e siècle.

2. Que représente pour vous le Manoir de Ban, que vous avez quitté en 2006?

C'est une vraie maison familiale, où j'ai passé mon enfance. C'est l'endroit où mon père a, selon moi, vécu heureux après son exil américain. Il considérait la Suisse comme un pays formidable, car il pouvait se promener partout sans être importuné. Le Manoir de Ban, c'est aussi le lieu où mon père a été créatif musicalement, où il a écrit son autobiographie.

3. Quel type de relations entreteniez-vous avec lui?

Je l'ai toujours vu comme un homme strict, comme un grand travailleur. D'ailleurs, ma mère organisait la vie à la maison de telle façon que mon père puisse travailler dans la quiétude. Il avait, on s'en doute, besoin de silence pour mener à bien ses activités.

4. Votre père évoquait-il son parcours cinématographique, son œuvre en général?

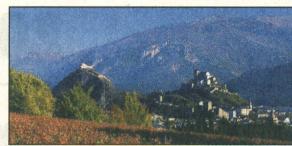
Non, pas vraiment. Il parlait très peu de sa carrière dans le septième art. Il évoquait parfois certaines anecdotes, mais sans plus. Quand on lui posait des questions sur ses films, il affirmait souvent n'avoir pas de souvenirs précis. Manifestement, il souhaitait garder certains secrets. De la même manière, mon père parlait rarement de ses amis décédés.

Des fresques monumentales en ville de Vevey

Les deux tours de Gilamont, à Vevey, vont se parer de fresques géantes (43 m de haut) en hommage à Charlie Chaplin. «Elles rappelleront la mémoire de l'artiste, qui vécut dans la région pendant 24 ans. Et elles auront une vocation touristique essentielle, puisqu'elles se situeront sur la route qui mènera au futur musée Chaplin», confie Pierre Smets, délégué à la communication de la Ville de Vevey. La première fresque sera achevée fin août, la seconde en septembre 2011. Budgetées à 500 000 fr., ces œuvres, réalisées par le Français Franck Bouroullec, représenteront la figure de Chaplin et des scènes de films. eda

www.vevey.ch

Un personnage connu de tous.



Environnement

Une étude basée à Saas Fee se prépare aux conséquences du réchauffement climatique.

Page 20

Valais

Le système des destinations a du plomb dans l'aile. Les pros du tourisme en émoi.

Page 21

En bref

Suisse

Le «zéro étoile» de Teufen devient un musée



Le premier hôtel «zéro étoile» de Suisse, installé dans un abri anti-atomique à Teufen (Argovie), s'est mué en musée. Un nouvel hôtel sera rouvert en zone urbaine, ont annoncé les initiateurs du projet, les artistes Frank et Patrick Ricklin. Le «Null-Stern-Hotel» avait été inauguré en juin 2009. En une année, il a accueilli des clients de 29 pays. L'établissement est transformé en musée depuis vendredi dernier. Il est ouvert sur rendez-vous.

www.nullsternhotel.ch

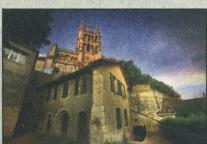
L'EIT va démarrer sa formation en emploi

L'Ecole internationale de tourisme (EIT), à Lausanne, lancera en septembre une formation de gestionnaire en tourisme ES, formule en emploi. Ce diplôme est une première en Suisse romande. La formation comprendra cinq semestres, deux soirs par semaine et les samedis matin, en parallèle d'un emploi entre 50% et 80% dans la branche touristique. Une séance d'information aura lieu le 24 juin à 19 h à l'EIT.

www.eit-lausanne.ch

Vaud

Le tourisme lausannois résiste bien à la crise



Swiss Image

Le tourisme lausannois a fait bonne figure lors de l'exercice 2009, lit-on dans le rapport de gestion présenté début juin au Musée olympique de Lausanne. Les nuitées ont ainsi enregistré un léger fléchissement de 0,8% dans un contexte général marqué par la crise économique. Et sans atteindre le million tant attendu, les huit communes de l'agglomération lausannoise ont dénombré 486 835 arrivées, soit une hausse de 1,4% par rapport à 2008. eda

Montreux-Vevey Tourisme: des changements

Nouvelle marque, nouveau site web: l'exercice 2009 fut riche d'innovations pour Montreux-Vevey Tourisme, réuni la semaine dernière en assemblée générale à Lutry. Une cinquantaine de membres ont entériné un premier renouvellement du comité directeur. Benoît Samson (SEG), André Oppenheimer (Suisse-Majestic), Pierre-Alexandre Schlaepi (Lutry) et Nicolas Rimella (syndic de La Tour-de-Peilz) ont remplacé Bernhard Gademann, Daniel Krähenbühl, Armand Rod et Christine Chevalley. jje

Environnement. Réchauffement. Une étude menée à Saas Fee va analyser les conséquences sur la branche touristique. Elle pourrait profiter à d'autres régions.

La vallée de Saas se prépare au réchauffement climatique: une étude va examiner les opportunités et les risques pour les régions alpines

CHRISTINE KÜNZLER

On le sait, le changement climatique influence fondamentalement le tourisme. Aussi la vallée de Saas s'y prépare-t-elle avec sérieux: l'étude qui a été lancée mardi à Saas Fee devrait établir le degré d'urgence, le potentiel de mesures de protection et les options stratégiques pour les quatre villages de Saas Fee, Saas Grund, Saas Almagell et Saas Balen. Ces villages sont situés entre 1483-1800 mètres d'altitude.

Lier recherche scientifique et champs d'application

L'hôtelier et vice-président de la commune de Saas Fee, Beat Anthamatten



Les changements climatiques à Saas Fee seront observés de près.

Swiss Image

Le souci du climat

matten, soutient le projet. «Pour la vallée de Saas, c'est une aubaine de pouvoir participer à une telle aventure», note-t-il. «Je suis très curieux de connaître le résultat dans les dif-

férentes communes.» Par ailleurs, cette étude soutient le positionnement touristique de Saas Fee dans la durabilité. Selon Anthamatten les quatre municipalités ont donné

leur accord aussi bien à l'étude qu'à son financement. Et les enfants des écoles devraient être impliqués. D'une part, en classe, ils seront sensibilisés à la problématique du changement climatique et, d'autre part, ils interrogeront la population du village.

L'étude analysera les domaines suivants: l'eau, les zones habitables et les infrastructures, la biodiversité et l'écosystème ainsi que le tourisme. Ce projet unique, qui lie la recherche scientifique à des champs d'application pour les utilisateurs, est soutenu par des partenaires issus de l'économie comme l'Association suisse d'assurances, de l'administration et d'organisations comme hoteleriesuisse. La direction du projet dépend du WWF Suisse. Les initiateurs entendent présenter les résultats de l'étude d'ici une petite année. D'autres régions pourront par la suite tirer profit du projet adapté.

Un très large éventail de scénarios possibles

Comment donc l'hôtellerie et les flux touristiques seront-ils affectés directement ou indirectement par le changement climatique?

que? L'infrastructure, le paysage et les risques potentiels vont-ils à ce point se transformer que l'industrie hôtelière devra aussi réagir à cette menace? Quels modèles d'affaires, d'offres et d'activités doivent-ils être adaptés, respectivement supprimés? D'où viennent les nouveaux potentiels touristiques? C'est à ce genre de questions que l'étude devra répondre. Il lui faudra aussi estimer la vitesse du changement climatique par rapport au cycle des investissements. Et ajouter les conseils à donner aux hôteliers sur la manière de se positionner activement en acteurs respectueux du climat.

Le changement climatique affectera aussi le cycle de l'eau. «Par rapport à la situation actuelle, l'eau disponible pour divers usages variera aussi bien en termes de lieu que de temps», relèvent les initiateurs. Ils montrent dans quelle mesure le tourisme sera touché. Et cela dans des domaines tels que la neige artificielle, l'eau potable ou les eaux destinées aux attractions touristiques.

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



A chaud

Eric Liechti
Directeur de Diablerets
Tourisme depuis 1998

Les Diablerets vont lancer, avec le soutien de l'Etat de Vaud, une étude de faisabilité pour l'implantation d'un centre thermal sur le territoire de la commune. L'objectif est d'aboutir à une diversification de l'offre.

Comment cette stratégie se traduit-elle?

Les Diablerets vont lancer, avec le soutien de l'Etat de Vaud, une étude de faisabilité pour l'implantation d'un centre thermal sur le territoire de la commune. L'objectif est d'aboutir à une diversification de l'offre.

Avez-vous des exemples de bouleversements induits par les changements climatiques?

Pour les remontées mécaniques, qui tirent une grande partie de leurs revenus du tourisme journalier, une météo défavorable pèse le chiffre d'affaires. En été, le mauvais temps affecte toute la chaîne touristique, du transport public à l'hébergement, en passant par l'offre de restauration à l'alpage.

Comment le tourisme peut-il se préparer contre ces phénomènes?

Le tourisme doit être pensé différemment. Il doit offrir des structures d'hébergement et de divertissement adaptées à la demande actuelle et au «syndrome des vacances réussies», avec des visiteurs qui veulent du beau et du chaud à tout prix. eda

Un fonds vert pour bâtiments

Le «Programme bâtiments» de la Confédération et des cantons est une source de financement qui ne tarit pas.

GUDRUN SCHLENCZKE



Le recours aux énergies renouvelables est encouragé.

Nouveau venu dans les fonds de soutien, le «Programme bâtiments» de la Confédération et des cantons encourage l'assainissement énergétique des bâtiments et le recours aux énergies renouvelables dans toute la Suisse. Lancé début 2010 pour une durée de 10 ans, il prend le relais du «Programme bâtiments» du centre climatique. La Confédération met annuellement 200 millions de

ment à des éléments de construction. Depuis janvier dernier, il est possible de déposer une demande de subvention au «Programme bâtiments». A mi-mai, 8200 demandes ont été enregistrées pour un financement moyen de 8200 francs, ce qui ne représente que 67 millions de francs sur les 280 disponibles en 2010.

Il semble toutefois que ce fonds ne s'épuise pas aussi vite que prévu. Pourtant, le «Programme bâtiments» permet une planification judicieuse des étapes de l'assainissement énergétique d'un bâtiment. Ainsi, par exemple, une année, il est possible de rénover les fenêtres – au moins quinze mètres carrés – une autre année, la façade.

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

Economies d'énergie performantes pour les hôteliers d'un simple clic

www.hotelpower.ch vient d'être remanié. Une manière de s'informer facilement et des exemples pratiques.

Les hôteliers qui veulent s'informer sur les nouvelles technologies dans le domaine de l'énergie n'ont qu'à se connecter à hotelpower.ch. Non seulement hôtelieruisse.lamis à jour, mais l'a aussi enrichi de nombreux exemples pratiques calculés sur la base des nouveaux prix de l'énergie.

Par ailleurs, il a été complété d'infos sur la durabilité. Il est financé par hotelieruisse et des sponsors. Grâce à un «check-up» énergétique détaillé, l'hôtelier peut identifier son potentiel d'économies réalisables alors que lui montrent comment faire», dit le chef de projet Beat Hagmann. Sur le site, il trouve toutes sortes de

programmes de soutien au niveau local, régional et national, car celui qui prend en compte l'énergie dans ses travaux de rénovation bénéficie de subventions.

«Notre objectif est de veiller à ce que les hôteliers travaillent avec des spécialistes tels que l'Agence de l'énergie pour l'économie», relève Hagmann.

Une gestion efficace de l'énergie peut réduire les coûts d'exploitation. Et l'hôtelier, grâce à la réduction des émissions de CO₂, peut être exempté de la taxe et contribue efficacement à la protection du climat. ck

Adaptation François Zimmerli sur la base d'un article de la page 10

Le Valais cherche sa voie

Gros coup dans l'aile pour le système des destinations. Etats généraux du tourisme reportés. Le Valais s'interroge.

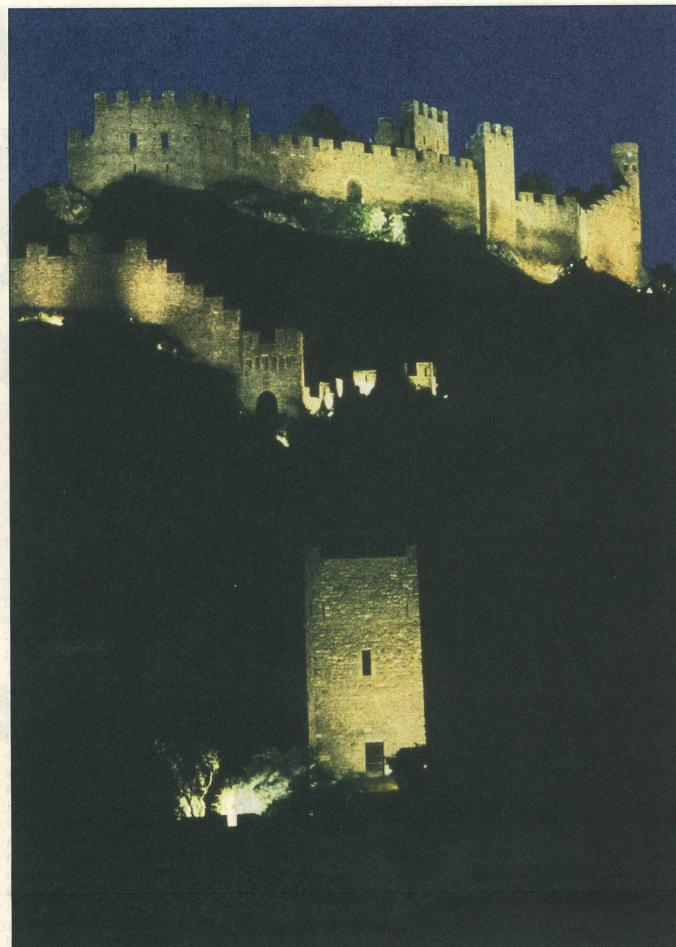
GENEVIEVE ZUBER

Le comité de pilotage, composé de partisans et d'opposants à la mouture de novembre, n'a pas encore dégagé les pistes qui serviront de base de travail pour remettre la loi sur le métier. Ce qui montre combien il sera difficile d'aboutir à une solution consensuelle. D'autant plus qu'avec les échéances électorales prochaines, la loi pourrait bien jouer les arlésiennes...

Le rôle de l'Etat en question

Dans ces conditions, il faudra peut-être s'en passer. Pour Henri-Bernard Fragnière, président de Veysomaz, «une seule destination, Valais, pour tous, serait la solution idéale, mais jamais Zermatt, Saas-Fee et même Crans-Montana, qui sont des marques en soi, n'accepteraient. Il faudra faire avec plusieurs destinations, non plus imposées d'en haut, mais issues de regroupements naturels, en fonction du produit. En ce qui nous concerne, ainsi que Nendaz, c'est le produit 4 Vallées qui nous permet d'exister sur la scène touristique.»

Quant au rôle de l'Etat, «à défaut d'une loi, son budget doit servir à promouvoir davantage le Valais touristique dans son ensemble. De plus, l'Etat doit nous aider à moderniser nos remontées mécaniques. Les destinations régionales, elles, devront battre avec leurs propres moyens.» Président de Valais Tourisme jusqu'à fin mai, Jérémie Roiby, pourtant l'un des artisans de la loi de novembre, estime lui aussi qu'il faut «oublier la solution de créer des destinations sur une base obligatoire et, en attendant une loi,



La Ville de Sion – ici le château de Tourbillon – vient de dire adieu à Sion Région Tourisme.

En bref

Bienne et Jura

Visites guidées publiques sur l'île Saint-Pierre

Tourisme Bienne Seeland propose désormais des visites guidées publiques de l'île Saint-Pierre, afin de découvrir l'histoire et les anecdotes liées à cette célébration touristique du lac de Bienne. La première visite est agendée au samedi 12 juin à 13 h 30. Trois autres dates ont été retenues, à savoir le 11 juillet, le 14 août et le 10 septembre. L'inscription s'effectue directement auprès de la guide au point de rendez-vous, devant le restaurant de l'île Saint-Pierre.

www.bienne-seeland.ch

Une année 2009 record pour le canton du Jura



Alain D. Boillat

Le tourisme jurassien se porte bien comme en témoignent les chiffres records de 2009, a indiqué Jura Tourisme à l'occasion de ses assises annuelles qui ont eu lieu aux Breuleux. Exactement 338 963 nuitées ont été dénombrées l'année dernière, soit un bond de 19 014 nuitées (+5,9%). Tous les secteurs affichent une hausse, à l'exception de celui des campings (-8%). L'organisation d'événements d'envergure tels que les Olympiades des fromages de montagne explique en partie ces résultats.

Valais

Le slowUp connaît un succès extraordinaire

La quatrième édition du slowUp Valais s'est soldée, le week-end dernier, par un bilan qui remplit d'aise les organisateurs. Grâce à une météo très favorable, près de 26 000 personnes, un chiffre record, ont pu rouler «feutre» entre Sion et Sierrae. Pour rappel, la manifestation avait attiré quelque 24 000 participants l'année dernière. C'est une certitude, la mobilité douce a de beaux jours devant elle en terre valaisanne.

Fribourg

Le Golf urbain enregistre son 10 000e joueur



idd

Fribourg pédale vers l'innovation

Fribourg pourrait disposer dès 2011 d'un réseau de stations de vélos disponibles dans les principaux pôles du canton. Un projet touristique novateur en Suisse.

CLAUDE JENNY



Le cyclotourisme, un créneau que Fribourg entend exploiter.

Mettre à la disposition des touristes qui visitent le canton de Fribourg un réseau de 11 stations équipées en libre-service: tel est le projet, provisoirement baptisé Fri-Bike, que

classiques au moyen de bornes en libre-service: tel est le projet, provisoirement baptisé Fri-Bike, que

l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT) entend concrétiser dès 2011 en bénéficiant de l'appui technique et financier de la «Nouvelle politique régionale» (NPR) destinée à soutenir les projets porteurs pour le tourisme fribourgeois. «C'est le premier grand projet cantonal de la DPR. Un projet fédérateur qui touche toutes les régions du canton et qui vise à développer la mobilité douce», commente Nicolas Zapf,

directeur de l'UFT. Il verra l'installation de neuf stations sur sol fribourgeois (Fribourg, Bulle, Char-
mey, Moléson/Gruyères, Châtel-St-Denis/Les Paccots, Romont, Lac-Noir, Estavayer-le-Lac et Morat) et de deux en territoire vaudois (Payerne et Avenches). Une idée qui s'inspire du Vélopass déjà opérationnel en ville de Fribourg et d'un projet semblable qui avait germé dans la Broye et qui viendra se fonder dans Fri-Bike.

«En favorisant la découverte du canton à deux-roues, nous voulons inciter les touristes à prolonger leur séjour en leur proposant des circuits et des forfaits comprenant

nuitées, visites et utilisation des vélos», explique Nicolas Zapf. L'utilisateur pourra enfourcher son vélo dans la mesure des disponibilités – les réservations ne sont pas possibles – en partant de n'importe quel pôle et en le restituant dans la station de son choix. Un projet novateur, sans équivalent en Suisse, dans la mesure où il sera entièrement automatisé, à l'exception de l'entretien des vélos et de la répartition des deux-roues entre les stations, et qui sera soutenu par plusieurs partenaires et sponsors.

Lavaux a trouvé sa signalétique

Sans attendre le canton, ni la Confédération, Lavaux installe ses premiers panneaux touristiques labellisés «vignes en terrasse».

JEAN-JACQUES ETHENZOZ

qu'à l'ouverture de la belle saison ainsi qu'à celle du Vinorama à Rivaz, en mai dernier, nous ne pouvions plus attendre l'aval de la Confédération», indique Maurice Neyroud, président de la Commission intercommunale de Lavaux (CIL), qui regroupe les 14 communes de la région. Seule certitude, même si elle n'est pas encore «confédérée» reconnue, la nouvelle signalétique s'inscrit dans la ligne de signalisation touristique proposée par l'OTV, celle qui, justement, attend l'aval de l'Office fédé-

ral des routes pour son installation sur les routes nationales.

Point d'appel autoroutier donc. A défaut, cependant, les 14 premiers panneaux labellisés Lavaux indiquent le chemin à suivre pour se rendre au Vinorama. Une vingtaine d'autres devraient être installés aux points d'entrée du site, à Lutry, Chexbres, toujours sur des

«Nous ne pouvions plus attendre l'aval de la Confédération.»

Maurice Neyroud
Président de la CIL

axes où la signalisation est de compétence communale. Au budget de la CIL pour cette première opération: 32 000 fr. pour l'étude avec une subvention cantonale de 80% et 60 000 fr. pour la concrétisation et la mise en place. Le concept, étudié par un bureau nyonnais, indique aussi des emplacements permettant un cheminement logi-

que vers les centres d'intérêt du site. Prochaines étapes attendues, tant du côté de la CIL que de l'OTV: au niveau régional, la présentation aux communes d'une charte – non contraignante mais souhaitée – harmonisant l'installation de ces nouveaux panneaux, et, au niveau supérieur, l'autorisation de poser des panneaux autoroutiers conduisant aux entrées naturelles sur Lavaux. Ce qui ferait de Vaud une zone pilote au niveau fédéral, d'autres cantons ayant manifesté leur intérêt pour ce système.

Après 25 mois d'activité, le Golf urbain de Fribourg a fêté le week-end dernier son 10 000e joueur en la personne de Peter Hofstetter, de Lucerne, accompagné de son amie, Simone Ruppen (à gauche sur la photo Cédric Clément, sous-directeur de Fribourg Tourisme et Région). Le couple s'est offert, outre une partie de golf gratuite, un bon valable au restaurant de l'Hôtel de la Rose, en ville de Fribourg.

eda

En bref

Monde

Une visite de la Ville Lumière en voiture électrique



Présentée à la récente Foire de Paris, Mou' in Paris est une application qui permet de visiter la **capitale française** au volant d'une voiture électrique avec, pour guide, un iPhone, indique le site internet du «Monde». Tout au long de ces itinéraires, des commentaires traduits en cinq langues (français, anglais, allemand, espagnol et italien) expliquent l'histoire des monuments parisiens. Les gourmets, eux, se verront proposer des bonnes adresses de restaurants.

Une planque de la mafia en guise de chambre d'hôte

La Sicile vient d'innover en transformant en produits touristiques certains biens séquestrés au crime organisé, indique le quotidien «La Liberté». Cette initiative est à mettre sur le compte de Terra Libera, une coopérative de lutte contre la mafia fondée par le prêtre Don Ciotti. Au programme: des chambres d'hôtes situées près du village de Corleone dans la cachette du chef mafieux Toto Riina, qui fut arrêté en 1993. Ces activités créent des emplois dans une contrée gangrenée par le chômage.

www.liberaterra.it

Un livre pour des vacances vierges d'arnaques



Bernard Pichon, qui se définit comme un «journaliste globe-trotter», vient de publier aux éditions Favre un ouvrage destiné à contourner les embrouilles qui menacent le touriste avant, pendant et après le voyage. «Voyager sans se faire plumer» prodigue conseils, astuces, adresses et témoignages afin d'éviter les mauvaises surprises. Le guide indispensable du touriste malin, en quelque sorte.

Les Britanniques seraient les plus mal fagotés

Les touristes britanniques sont jugés les plus mal habillés du continent européen, juste devant les Allemands. De leur côté, les Italiens, les Français et les Espagnols forment le tiercé gagnant de l'élegance en vacances, indique une étude publiée par le site spécialisé Trip Advisor et reprise par le quotidien français «Le Figaro». Un tiers des vacanciers britanniques, réputés pour leurs faux pas stylistiques comme l'association hasardeuse de chaussettes et de sandales, estiment pourtant faire un effort vestimentaire lorsqu'ils partent en villégiature.



Les Fêtes de Genève se dérouleront du 29 juillet au 8 août.

Les clients du Moyen-Orient incertains

Viendront? Viendront pas? Les touristes arabes viendront-ils assister aux Fêtes de Genève, du 29 juillet au 8 août ou ne viendront-ils pas? Telle est la question que se posent actuellement les hôteliers genevois.

Les organisateurs ont pourtant mis le paquet. Plus de 200 concerts gratuits, une 40e de manèges forains, 150 stands de restauration et d'artisanat et même deux feux d'artifice sur la rade à une semaine d'intervalle.

Seulement, voilà, cette année, il y a de nombreux obstacles à la venue de la clientèle du Moyen-Orient: vote antiminaretts dûment commenté par les médias arabes, polémique autour du port de la burqa, arrestation il y a plus d'une année à Genève à l'Hôtel Président Wilson du fils Khadafi soupçonné d'avoir battu ses domestiques, affaire qui empoisonne aujourd'hui encore les relations entre la Suisse et la Lybie.

Autre anicroche, le pseudo passage à tabac d'un touriste arabe, relayé par la chaîne de télévision Al-Arabiya. Même si l'affaire s'est dégonflée, les Moyen-Orientaux se sont interrogés pour savoir si Genève était vraiment une ville sûre.

Et ce n'est pas le consul général d'Arabie saoudite à Genève qui les rassure. Il avait dénoncé au quotidien français «Le Monde» (13 août 2009) le laxisme des forces de l'ordre genevoises. «En 2009, 14 vols de papier d'identité nous ont été signalés.» Selon lui, un Sau-

A six semaines des Fêtes de Genève, peu de touristes du Moyen-Orient ont réservé des chambres. Les hôteliers se disent confiants.

VERONIQUE TANERG

«Nous avons rencontré des tour-opérateurs en Arabie saoudite et au Qatar.»

Andreas Frizzoni
Promotion & Sales, Genève Tourisme

dien se serait même fait voler 60 000 francs dans le hall d'un hôtel quatre étoiles. Genève avait donc du pain sur la planche pour reconquérir cette richissime clientèle.

Alors, Genève Tourisme a-t-il renforcé ou modifié sa promotion dans le Golfe persique? Réponse: non. Business as usual. «En février, nous avons rencontré des tour-opérateurs en Arabie saoudite et au Qatar, résume Andreas Frizzoni, responsable du département Promotion & Sales Leisure de Genève Tourisme. En mai, nous étions au salon professionnel à Dubaï.» — «Selon les tour-opérateurs avec les

quels nous sommes en contact, la demande sera stable cette année par rapport à 2009, répond Philippe Vignon, nouveau directeur de Genève Tourisme, qui participait à sa première conférence de presse.

Six semaines avant l'événement festif le plus important de la Cité de Calvin, peu d'hôteliers ont reçu des réservations de la clientèle du Moyen-Orient. «Pour l'instant, je n'en ai pas reçus dans mon établissement, un trois-étoiles, explique Mehdi Degrouazi, directeur général de l'Hôtel de Strasbourg. Les réservations commencent à arriver dans les cinq-étoiles. Elles se poursuivront dans les quatre-étoiles avant de parvenir aux trois-étoiles. Mais je suis confiant pour cet été.»

«Nous aurons plus de difficultés en 2011, affirme Jean-Pierre Jobin, président de Genève Tourisme. Le ramadan tombera pendant les Fêtes de Genève. L'islam veut qu'on le fêté chez soi entouré de sa famille. Les pratiquants ne viendront pas à cette époque. Ils viendront avant ou après. Pour les autres, nous commençons à réfléchir, avec les hôteliers, à des aménagements pour qu'ils puissent accomplir le ramadan selon leurs rites.»

C'est pourquoi Genève Tourisme cherche à diversifier sa clientèle étrangère pendant l'ensemble de la saison d'été. Genève Tourisme vient d'ailleurs d'organiser un workshop pour séduire les touristes d'origine russe, une autre clientèle à fort pouvoir d'achat.

Le Figaro qui défrise les voyous

Lancée en début avril, l'opération policière genevoise atteint ses objectifs, pour la plus grande satisfaction des hôteliers.

ALEXANDRE NICOLIN

Flash-back. Août 2009. Al-Arabiya, deuxième chaîne de télévision du monde arabe, diffuse alors en

boucle un reportage présentant Genève comme un coupe-gorges à touristes saoudiens.

Les milieux du tourisme tirent la sonnette d'alarme. Selon eux, il y a désormais urgence et les incessants coups de canif dans l'image d'Epinal de Genève pourraient bien finir par lui coûter très cher. Huit mois plus tard, ces mêmes milieux conçoivent l'opération Figaro, qui vise à augmenter la présence policière dans la rue, comme un pas dans la bonne direction.

«En termes d'attractivité, la sécurité est un atout majeur pour nous, explique Paul Muller, président de l'association des hôteliers genevois. Et je remarque que deux mois après le lancement de l'opération, le message commence à passer. Les voyous comprennent que la police reprend peu à peu le contrôle de la rue.»

Alors que la création de postes de police intégrés, ouverts 24/24h n'est agendée que pour le début de l'an prochain, Isabelle Rochat,

conseillère d'Etat chargée de la Justice et de la Police, n'a pas voulu attendre ce délai pour envoyer un signal à la population, aux commerçants et... aux voyous. «On note un changement dans la volonté des élus qui s'attaquent à cette problématique», poursuit Paul Muller.

Une nouveauté, car bien que Genève détienne le plus haut taux de criminalité du pays, la résolution de cette question semble avoir manqué de maturité ausein de l'exécutive cantonal durant les deux der-

nières législations. Si selon certains, Figaro s'apparente davantage à une opération de marketing qu'à une opération policière, reste qu'il est important d'élaborer des stratégies pour rassurer des clients qui sont parfois suivis et molestés jusque dans le hall même des hôtels. Nombre d'établissements ont d'ailleurs augmenté le personnel de réception «pour ouvrir l'œil». Paul Muller conclut: «Renverser la tendance nécessitera un travail sur la durée.»

L'Hôtel Le Rivage étrenne un tout nouveau costume

L'Hôtel Le Rivage, au cœur du village vaudois de Lutry, a été rénové de fond en comble. Ce retoilettage coïncide avec l'arrivée du nouveau directeur, Philippe Daguer.

EUGENIO D'ALESSIO

Le Rivage, un vénérable trois-étoiles construit en 1899, vient de faire peau neuve sous l'impulsion de son nouveau capitaine, Philippe

Daguer. «L'hôtel avait besoin d'un bon coup de nettoyage et devait s'adapter aux exigences du marché. Les décorations, par exemple, n'avaient pas été rafraîchies depuis une dizaine d'années», explique le directeur.

Les travaux de rénovation, qui ont coûté deux millions de francs et qui ont pris fin il y a un mois à peine, ont donné une nouvelle identité à l'établissement de la Riviera vaudoise.

Les trente-deux chambres, dont deux junior-suites, ont ainsi été refaites de pied en cap dans un style

contemporain. Chacun des trois étages a été repeint dans des couleurs différentes.

L'établissement a également été conçu pour accueillir les personnes à mobilité réduite, une réaménagement qui tenait à cœur au nouveau directeur.

Une des grandes nouveautés réside dans le concept de restauration. L'unique établissement de l'hôtel a cédé sa place à un «restaurant gastronomique dont la carte propose des plats de la région et du terroir», selon les termes de Philippe Daguer. Un lounge bar



Les chambres ont été rénovées dans un style contemporain.

servant des tapas à la belle saison et un bistro doté d'une carte brasserie ont, dans la foulée, été créés de toutes pièces. L'Hôtel Le Rivage accueille surtout une

clientèle d'affaires issue de grandes sociétés. Mais pendant l'été, l'établissement est majoritairement occupé par une clientèle de villégiature.



Dans sa décoration, l'Hôtel Richemond de Genève parvient à associer moderne et ancien.

Pêle-mêle

Une carte des loisirs qui pense vélo et canoë

La nouvelle carte des loisirs Kümmerly+Frey édite les amateurs de sports d'endurance. La randonnée, le VTT, les descentes en canoë, le vélo, le inlineskate: tous ces parcours spécialisés figurent désormais sur la carte grâce à sa collaboration avec la Fondation Suisse-Mobile. Ils complètent les informations habituelles concernant les hébergements, les curiosités et les transports en commun. Une carte imperméable, indéchirable et fabriquée dans une excellente cartographie de qualité suisse.

www.swisstravelcenter.ch

Le Handy Safari permet de se divertir



Dans la région de Loèche-les-Bains, le journal «Coopération» et Suisse Tourisme lancent de concert le Handy Safari destiné aux enfants de 7 à 77 ans. Les parents sont parfois sollicités, mais ce sont principalement les enfants qui guident le parcours. «Nous envoyons un SMS avec le mot de passe LEUKERBAD au 5555 et le safari démarre», explique une participante.

www.leukerbad.ch

Le Belluard revient hanter Fribourg avec ses lubies

Curieuses, esotériques, déjantées et parfois gloutonnes: les 20 propositions du Belluard Bollwerk Festival 2010 vont colorer une nouvelle fois la ville de Fribourg l'ancienne gare. À découvrir du 24 juin au 3 juillet. Avec des propositions allant du roman photo théâtral, au concert spontané, de la conversation dansée à la pièce radiophonique burlesque, le festival n'en finira pas de surprendre. À découvrir notamment la folie de la performance française en pleine foule. «Déjà mourir c'est pas facile». La bibliothèque cantonale et universitaire de Fribourg accueillera aussi une bibliothèque humaine qui vaudra la peine d'être consultée.

www.belluard.ch

Une promotion commune pour les vins suisses



Alain D. Bollat

L'interprofession de la vigne et du vin suisse vient de décider à Berne de réunir tous les acteurs pour initier une promotion commune et gagner des parts de marché. «Il faut valoriser l'image des vins suisses en leur donnant une meilleure notoriété dans le haut de gamme», explique Laurent Favre, conseiller national neuchâtelois (PLR). Le financement d'une campagne de promotion sera partagé à parts égales entre les producteurs et la Confédération.

L'art investit les hôtels

L'hôtel n'est plus le lieu où l'on se rend uniquement pour dormir et s'alimenter. L'art y prend plus que jamais ses quartiers

MICHEL BLOCH

Nous passerons rapidement sur le fait que de tous temps certains propriétaires ont fait de leurs hôtels des musées vivants destinés à abriter leurs collections et à faire profiter leurs clients. Ce fut le cas du créateur du célèbre Badrutt's Palace Hotel à St-Moritz, dont l'hôtel devint l'écrin d'une partie de ses collections d'œuvre d'art.

C'est également ce qui permet aujourd'hui à l'Hôtel Le Richemond, à Genève, de puiser dans les réserves de meubles de l'hôtel créé il y a près d'un siècle et demi pour

offrir à ses clients une décoration associant le moderne et l'ancien. Mais allons plus loin. Les hôtels font aujourd'hui une place importante à l'art sous d'autres formes également.

«Des jeudis du jazz»

Le Beau-Rivage à Genève, par exemple, abrite les locaux d'une célèbre maison de vente aux enchères qui organise bien entendu ses ventes dans les salons de l'hôtel. Et pourquoi pas la musique? L'Hôtel Richemond organise également «les jeudis du jazz», qui sont devenus des moments très appréciés et recherchés par les connaisseurs et amateurs de jazz.

Le Grand Hôtel du Lac, à Vevey, expose sur les tables des œuvres d'art de Gérard Bouvier, élaborées à partir de couverts. Sculptures que vous pouvez bien entendu acquérir et qui connaissent un vif succès.

«En accueillant Isault Labote, l'hôtel confirme sa détermination de s'associer à l'art.»

Minh-Tan Bui
Marketing Manager, Hôtel Richemond

Que dire enfin de l'Hôtel Scribe, à Paris, lieu où le cinéma a vu le jour et qui consacre aux séances de l'art partie de sa décoration et de très nombreux événements?

Revenons à l'Hôtel Richemond, à Genève. Ainsi que le souligne

Minh-Tan Bui, PR & Marketing Manager, «en accueillant dans la Galerie Rachmaninov jusqu'au 2 juillet les photographies de l'artiste Isault Labote, l'hôtel confirme sa détermination d'associer l'art à l'hôtel. La Galerie Rachmaninov est un espace magnifique que nous mettons régulièrement à disposition d'artistes pour des expositions temporaires».

Cette tendance, on la retrouve dans de nombreux hôtels de par le monde. Ainsi, Le Fairmont Monte Carlo organise, comme le souligne Claudia Bathymy, directrice de la communication, de très nombreuses expositions. Parmi

celles mises en place depuis le début de l'année, citons, entre autres, une exposition de photos sur le thème du cirque à l'occasion du Festival international du cirque, puis au moment du grand Prix de Formule 1, c'est au tour de Armin Flossdorf, spécialiste de la Formule 1, de voir ses œuvres exposées et enfin actuellement, ce sont les sculptures de Matéo Marmor particulièrement appréciées, d'autant

plus que cinquante pour cent des recettes sont reversées à la Fondation Albert II.

Une décoration éphémère originale

Précisons qu'en ce qui concerne le Fairmont Monte Carlo, les expositions ont lieu soit dans des salles, soit dans les couloirs et lobby de l'hôtel, créant une décoration éphémère originale.

Les animations créent un sentiment de dynamisme

Mais pourquoi inviter des artistes? En accueillant des expositions et en organisant des concerts, l'hôtel crée des événements qui justifient la venue de visiteurs dans l'hôtel, visiteurs qui ne se raient peut-être jamais venus.

L'art agit comme un aimant qui permet par ailleurs à l'hôtel, outre les recettes directement réalisées par cette activité, de se positionner comme organisateur

d'événements qui génèrent également des recettes. Enfin, cette animation contribue à développer un sentiment de dynamisme.

L'hôtel devient un foyer de culture, un musée vivant, un pôle d'attraction. Car on se rend aujourd'hui à l'hôtel pour passer un moment intense et trouver, sous le même toit, une exposition et le plaisir de boire, manger et loger dans un lieu original et vivant.

Pour séjourner «comme chez soi»

Concept original

Ouvert il y a deux mois à Fribourg, le Hine Adon connaît déjà le succès. Il offre un concept pour séjourner «comme chez soi» qui manquait dans la Cité des Zähringen.

CLAUDE JENNY



Les chambres ont été conçues avec goût et sobriété.

cédemment l'Hôtel du Musée, tout a été conçu, rénové avec goût et superbement aménagé pour que les hôtes se sentent «comme chez eux». Car si l'on peut séjourner pour une courte durée à l'Hôtel Adon, le concept original de cet hôtel est qu'il a été conçu en priorité pour des personnes qui doivent effectuer un séjour prolongé sur les rives de la Sarine, une ou plusieurs semaines, voire plusieurs mois.

«Nous visons en priorité des personnes qui doivent séjourner à Fribourg dans le cadre de l'université et des collaborateurs d'entreprises multinationales. Une telle «boarding house» n'existe pas à Fribourg et nous répondons visiblement à un besoin sans concurrencer les autres hôtels», ajoute Hartmut Richter.

Pour que les hôtes du Hine Adon se sentent «comme à la maison» durant leur séjour, qu'il soit bref ou prolongé, chacun des douze stu-

nouvelles activités me comble. Je suis ravi de pouvoir entretenir des contacts réguliers avec nos hôtes», confie Hartmut Richter, qui cultive une belle définition du mot accueil, qu'il puise dans sa richesse chrétienne, laquelle est aussi à l'origine du nom de l'hôtel. Hine Adon signifie «Dieu est là» en hébreu.

Pas de numéros sur les portes des logements, mais des noms correspondant à ceux des 12 portes de Jérusalem. Preuve que, au Hine Adon, les hôtes ne sont pas des numéros. Mais point n'est besoin de fréquenter la cathédrale voisine ou une autre chapelle pour séjourner dans cet hôtel. Juste comprendre que Hartmut et Dorica Richter ont choisi de vivre leur foi de chrétien à travers leur nouvelle activité d'hôteliers. Et que «faire tourner un hôtel» n'est pas incompatible avec une belle ouverture de cœur.

www.hineadon.ch

Hartmut Richter est un hôtelier heureux. «Notre nouvel établissement affiche presque toujours complet. Nous avons beaucoup de demandes pour des séjours de un ou plusieurs mois», confie résortissant allemand, tombé amoureux du canton de Fribourg, qui a ouvert fin mars un bijou de petit hôtel niché dans deux maisons historiques du Vieux-Fribourg. Dans ces beaux murs qui abritaient pré-

la «der»

hter hotel revue No 23 / 10 juin 2010



«Mon père considérait la Suisse comme un pays formidable, car il pouvait se promener sans être importuné.»

24

Eugène Chaplin (Page 19)



Christophe Bonvin avec le chandail helvétique, ici à l'Euro 1996.

Un footeux dégustateur d'émotions

Un Vaudois à la tête de l'EHL

Michel Rochat, spécialiste de l'enseignement supérieur, succédera à Ruud Reuland. Il veillera à renforcer la position de leader international de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL).

ALEXANDRE CALDARA



Ruud Reuland, Marco Torriani et Michel Rochat, vendredi dernier à Lausanne.

Passation de pouvoir, vendredi dernier, à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Le Vaudois Michel Rochat était l'ancien directeur gé-

teur de la haute école vaudoise et membre du comité directeur de la Haute école spécialisée de Suisse occidentale. En matière d'enseignement, Michel Rochat a exprimé sa volonté d'encourager des formations de type Masters consécutif.

Marco Torriani, président du conseil de fondation, a pour sa part salué la direction de Ruud Reuland: «Il a largement dépassé les objectifs fixés à son arrivée en 2002. Le positionnement de l'EHL sur le plan international a été intensifié et les programmes d'enseignement adaptés aux attentes du marché.»

Ancien international suisse de football, **Christophe Bonvin** est devenu vice-délégué d'une entreprise viticole, à Sion. Il nous parle d'arômes dans le verre et de l'émotion de certaines défaites.

ALEXANDRE CALDARA

Christophe Bonvin, raconte-nous comment un joueur de football confirmé est-il devenu un professionnel du vin chez Charles Bonvin S. A.?

J'ai découvert le plaisir du vin à 23 ans, lorsque je jouais à Servette. Un Valaisan qui s'initie au vin à Genève, c'est paradoxal... Mon coéquipier Pascal Bessard était passionné par les grands vins, nous dégustions ensemble. L'association de vins et de mets, le côté ludique de la découverte d'arômes m'a plu. Pendant ma carrière, j'ai toujours bu un ou deux verres de vin par jour.

Quelles valeurs vous semblent communes à ces deux activités?

Le partage. En football, j'aimais partager le plaisir et les difficultés du jeu avec le public. Aujourd'hui j'organise surtout des dégustations avec des privés. Le plus souvent, ils m'accueillent chez eux, j'arrive avec mes vins, mes verres et je découvre vingt personnes. J'aime les entendre parler de dix vins, prendre du temps avec un groupe me semble essentiel. Il faut plus de deux heures pour découvrir les affinités de cha-

Aimez-vous comparer le vocabulaire du football et celui du vin?

Au-delà du vocabulaire, ce qui m'importe ce sont les émotions. Je me souviens de moments extraordinaires, des soirs de lourdes défaites. Après avoir encaissé quatre buts à Madrid avec Neuchâtel Xamax ou à Liverpool avec Sion après un 6 à 3. Au stade, je suis resté longtemps sur la pelouse après le match, j'avais inscrit un but, j'aimais bien les sentiments mêlés. Ceux qui étaient leurs connaissances, lorsqu'ils parlent d'un vin ne m'intéressent pas. Si quelqu'un trouve un goût de bonbon, cela le ramène à sa jeunesse. Je suis un lib-

«Je suis un libertin de la dégustation. Il faut beaucoup d'humilité lorsqu'on goûte.»

Christophe Bonvin

Négociant en vins

ennuie... Et un match trop technique? Cela m'amuse quand un commentateur relève une erreur technique en Ligue des champions. Il y a 10 ans on en faisait tellement que personne n'en parlait. Aujourd'hui rater un contrôle paraît inacceptable. Tout est plus athlétique. J'aime les équipes poétiques comme l'Espagne et l'Argentine. Je me souviens de ces joueurs en blanc et bleu ciel en 1978 avec Osvaldo Ardiles, Mario Kempes et ces bandes de tissus qui descendaient de la tribune. J'adore aussi la Hollande et les pays africains, mais je voudrais qu'ils cessent de sortir naïvement de la compétition sur des 0-0 pourris.

Un vin trop technique vous

ennuie... Et un match trop

technique?

Cela m'amuse quand un com-

mentateur relève une erreur

technique en

Ligue des

champions. Il y

a 10 ans on en

faisait tellement que personne

n'en parlait. Aujourd'hui rater

un contrôle paraît inacceptable.

Tout est plus athlétique.

J'aime les équipes poétiques comme

l'Espagne et l'Argentine. Je me

souviens de ces joueurs en

blanc et bleu ciel en 1978 avec

Osvaldo Ardiles, Mario Kempes

et ces bandes de tissus qui des-

cendaient de la tribune. J'adore

aussi la Hollande et les pays

africains, mais je voudrais

qu'ils cessent de sortir naïve-

ment de la compétition sur des

0-0 pourris.

Les gens

Un nouveau directeur pour Nyon Région Tourisme

Vasja Zalokar (photo) est le nouveau directeur de Nyon Région Tourisme. Il entrera en fonction officiellement début août, mais il



est engagé depuis le 1er juillet. Il succède à Jean-Pierre Pralong. Vasja Zalokar, né en 1965, a une formation d'expert en tourisme. Il a notamment travaillé de 2000 à 2005 au sein de Suisse Tourisme.

Eric Mazéas débarque à Neuchâtel

Eric Mazéas (à droite sur la photo) est depuis mardi dernier le nouveau chef de cuisine du restaurant O'terrains, qui a été récemment inauguré



au Beau-Rivage de Neuchâtel. Avant de rejoindre cet établissement de renom, ce Breton de trente-sept ans notamment fait ses armes auprès de Roland Pierroz à Verbier. Le chef français a rejoint le restaurant O'terrains après avoir œuvré avec succès à l'Hôtel du Lac, à Copet. Il fera équipe avec le sommelier-caviste Didier Malraux (à gauche).

Les nuitées étaient en baisse en avril

L'hôtellerie a enregistré 2,4 millions de nuitées en avril, soit un recul de 1,4% (-34 000 nuitées) par rapport à avril 2009, indique l'OFS. Ce résultat est imputable aux visiteurs étrangers, dont le nombre de nuitées atteint 1,4 million, en baisse de 5,2% (-75 000 nuitées). La saison touristique d'hiver (novembre 2009 à avril 2010) affiche, elle, 15,9 millions de nuitées, soit une croissance de 0,5% par rapport à la même période de l'année précédente.

Franck Giovannini sur orbite



Franck Giovannini s'est qualifié pour la grande finale.

Le Bocuse d'Or Europe, organisé à Genève les 7 et 8 juin dans le cadre du salon

Gourmet, a propulsé le cuisinier suisse Franck Giovannini vers la grande finale de Lyon. Cette dernière se tiendra en janvier 2011.

EUGENIO D'ALESSIO

Le sous-chef de Philippe Rochat au restaurant de l'Hôtel de Ville, à Crissier (VD), a décroché la septième place du concours gastronomique.

Même s'il espérait monter sur le podium, Franck Giovannini figure parmi les douze chefs (ils étaient vingt en lice à Genève) qui se frotteront à Lyon les 25 et 26 janvier 2011 pour empocher le Bocuse d'Or. Autre motif de satisfaction pour le camp helvétique: Cécile Panchaud, qui fait équipe avec Franck Giovannini, a obtenu à Genève le prix de meilleur commis.

Le Bocuse d'Or Europe 2010 a été remporté par le chef danois Rasmus Kofoed, âgé de 35 ans. L'argent est revenu au Norvégien Gunnar Hvarnes, alors que le bronze est tombé dans l'escarcelle du Français Jérôme Jaegli.

hotelwelten



Bäder mit viel Geschichte
Thermen der Superlative
Bad und Architektur

4 Neues für die Sauna
6 Das Bad im Zimmer
8 Website mit Mehrwert

9

10

11

Bild: Il Bagno Alessi One, Keramik Laufen, 42342 Laufen

hotelwelten

Die nächsten hotelwelten erscheinen an folgenden Daten:
16. September 2010, 11. November 2010

Ein Thermen-Trip, das ist was Schönes



Gudrun Schlienzek

Redaktorin

Was kann es Schöneres geben, als drei Tage abzutauchen? Und zwar richtig: Ein Jungbrunnen aus Thermalwasser entspannt, der Mineralstoffgehalt des Wassers tut das Seine und die im Alltag verbrauchten Kräfte kommen unweigerlich wieder. Ich auf jeden Fall gehe immer wieder gerne auf einen kurzen Thermen-Trip. Auswahl hat's genug, und die Thermen werden dank umfassender Restaurierungen immer schöner und das Angebot breiter. Ein Heilbad, das obendrein noch den Luxus bietet, trockenen Fusses vom Bett ins Bad zu gelangen, hat bei mir doppelte

Punktzahl. Die Hotels Belvédère und Belvair in Scuol sind solche, und es könnte von ihnen noch mehr geben. Und eine Passerelle vom Hotel ins Bad lohnt sich für den Hotelier: Das Hotel Belvédère ist dank dem Anschluss ans «Bogn Engiadina» zum Ganzjahresbetrieb geworden und konnte die Logiernächtezahl massiv steigern.

Auch unser nördliches Nachbarland hat einige Thermen-Attraktionen zu bieten: Solche mit viel Geschichte wie die «Cassiopeia Therme» in Badenweiler oder andere, die einem Erlebnis-Wasserpark gleichkommen, wie die «Therme Erding» südlich von München. Dabei bietet die deutsche Konkurrenz oft viel Wasserfläche für nicht viel Geld: Der Tageseintritt der «Cassiopeia Therme» für Sauna und Bad kommt auf 17 Euro, das Gleiche im Bad in Scuol kostet 50 Franken, also fast das Doppelte. Kein Wunder, dass man in grenznahen Kurorten wie Badenweiler Schweizer Autokennzeichen nicht selten sieht.

Doch die Hardware einer Wasser- und Sauna-Landschaft ist nicht alles, immer wichtiger wird die Software: Der Saunamitarbeiter, der engagiert den Aufguss zelebriert, fachmännisch die heisse Luft «wedelt», die richtige Duftnote dem Aufguss beimischt und den Gast in die Anwendung der trendigen Peelings einweist. Und all jenen Gästen, die gern mehr «Privacy» haben, kommt der aktuelle Badtrend im Hotelzimmer entgegen: Das Bad mausert sich zur Wellnessoase mit nahtlosem Übergang ins eigentliche Zimmer, das zum Ruheraum avanciert. Kürzer wird der Weg vom Bad ins Bett nicht mehr.

impressum

Chefredaktion: Elisabeth Hobmeier

Redaktion: Gudrun Schlienzek

Korektarot: Paul le Grand

Gestaltung: Regula Wolf

www.htr.ch

Verlag: Leitung: Barbara König

Assistentin: Monika Hausammann

Anzeigenverkauf: Michael Müller,

Béda-Urs Schönenberger

Titelbild: Müller'sches Volksbad/

SWM-Kerstin Groh/zvg

Beilage zur htr hotel revue vom

10. Juni 2010

Monbijoustrasse 130

CH-3001 Bern

4

inhalt

Im Jugendstil: Das Müller'sche Volksbad in München.



4

Das ausgezeichnete Kurzentrum Rheinfelden.



6

Wie baut man eine Therme? Ein Architekt erzählt.



8

Für die Sauna: Neue Dufte, trendige Peelings.



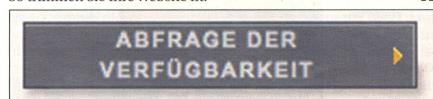
9

Bad und Hotelzimmer kommen sich näher.



10

So trimmen Sie Ihre Website fit.



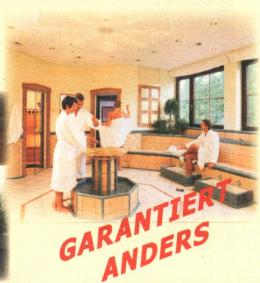
11

IHR TEAM FÜR WELLNESS-PLANUNG & REALISATION VON INNOVATIVEN ERLEBNISANLAGEN

Rentable Konzepte für jedes Budget und Realisationen voller Ideen mit Qualitätsprodukten.



SEIT 12 JAHREN



GARANTIERT
ANDERS

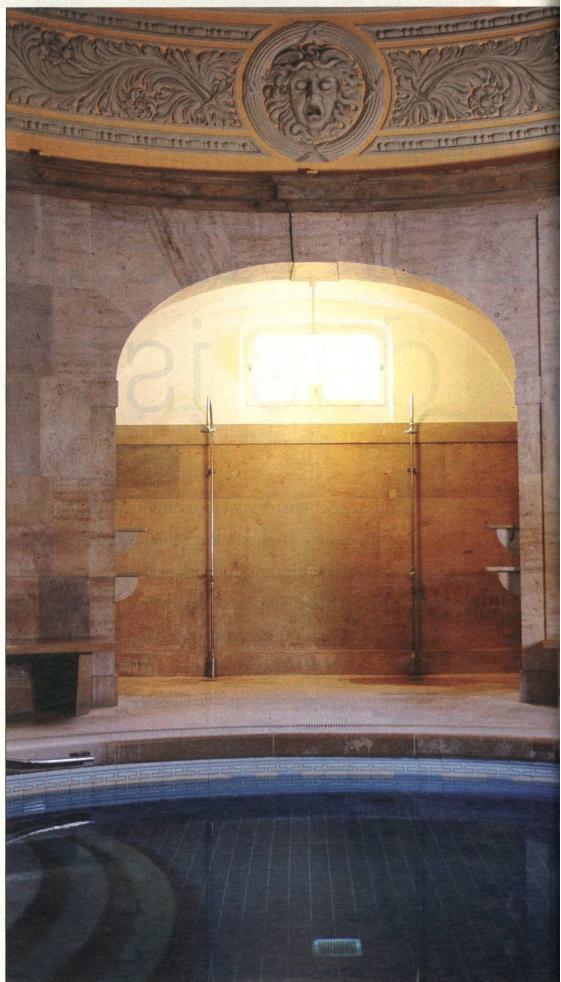
Ausstellung / Planungsbüro: Wellness Partner GmbH - Ringstrasse 25 - 6010 Kriens / LU - Telefon 041 790 72 70
www.wellnesspartner.ch info@wellnesspartner.ch

ANZEIGE

Baden im Jugendstil

Es muss ein fürstliches Badevergnügen sein, wenn man in den historischen Hallen des Müller'schen Volksbades in München seine Runden schwimmt. Das Jugendstil-Juwel mit seinen neobarocken Elementen wurde in aufwendiger Kleinarbeit originalgetreu erhalten.

Zentrum des römisch-irischen Schwitzbades: Das Warmwasserbecken mit angenehmen 36 Grad.



Der Turm ist nicht nur ein stilistisches Element: Er diente zur Unterbringung des Wasserreservoirs.



Im Schwitzbad sind die Warmlufträume kreisförmig um das Warmwasserbecken angeordnet.



GUDRUN SCHLENCZEK

Heute zählt es zu den schönsten Badebauten Europas. Als vor über 100 Jahren das Müller'sche Volksbad seine Pforten erstmals öffnete, waren es jedoch nicht die Fürsten sondern in erster Linie das «unbemittelte Volk», das hier am Ufer der Isar in München seinen Badegenuss suchte. Zu verdanken hatten das die weniger Bemittelten dem Münchner Ingenieur Karl Müller, der 1894 seinen Häuserkomplex im Wert von 1,8 Mio. Franken der Stadt München schenkte. Mit der Auflage, aus dem Erlös des

Besitzes ein Bad für breite Volk zu errichten.

Die Badekultur war damals noch jung: Erst

Mitte des 19. Jahrhunderts entstanden in deutschen Städten die ersten öffentlichen «Badeanstalten». Und zwar nicht nur zum Rundenschwimmen, auch für die Körperreinigung. Im Müller'schen Volksbad wurden 86 Wannenbäder und 22 Brausebäder eingerichtet. Ein solches Wannenbad kann noch heute im Original besichtigt werden. Und auch noch heute bietet das Müller'sche Volksbad vier Wan-

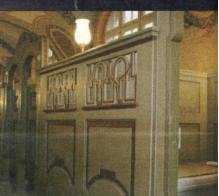
nen und zehn Duschen für die Körperhygiene. «Vor allem für sozial schwache Schichten», erklärt Norbert Hilebrand vom Müller'schen Volksbad. Ein 30-minütiges Brausebad kostet 2 Euro, ein Wannenbad 3,10 Euro.

Für alle, die das Besondere suchen

Nichts für weniger Bemittelte ist dagegen der kombinierte Schwimm- und Saunagenuss: Mit 21 Euro für vier Stunden ist dieser im Volksbad in München verglichen mit anderen Thermen in Deutschland nicht gerade ein preiswertes Vergnügen. Das, obwohl das Müller'sche Volksbad nicht selbsttragend sein muss und via Energieinahmen der Münchner Stadtwerke quersubventioniert wird.

«Das Müller'sche Volksbad ist für uns kein Profitcenter», stellt Zorn klar. Zu den Stadtwerken gehören insgesamt 12 öffentliche Bäder. Seit 1996 wurden insgesamt 140 Mio. Euro in die Bäder investiert.

Heute ist das Jugendstil-Bad kein Platz für die Masse der



Wer es ungestört mag: Einzelkabinen für die Ruhepausen zwischen den Saunagängen.

Badewilligen, sondern für jene, die das Besondere lieben. Nur 120 000 Badegäste zählt man im Jahr, inklusive Saunabereich sind es dann immerhin 200 000. Für die grosse Masse der Millionenstadt München würde das Bad auch nicht den nötigen Platz bieten.

Mit 30 mal 12 Metern ist das ursprüngliche Männer schwimmbad bereits die grösste Wasserfläche (26 Grad). Das ehemalige Damenschwimmbad mit etwas wärmerem Wasser (30 Grad) misst 18 mal 11 Meter. Viel Raum gibt es dafür in die Höhe. Das Raumgefühl gleicht fast jenem in einem Sakralbau. Zwei-

ANZEIGE

Macht jedes Zimmer zur Suite.

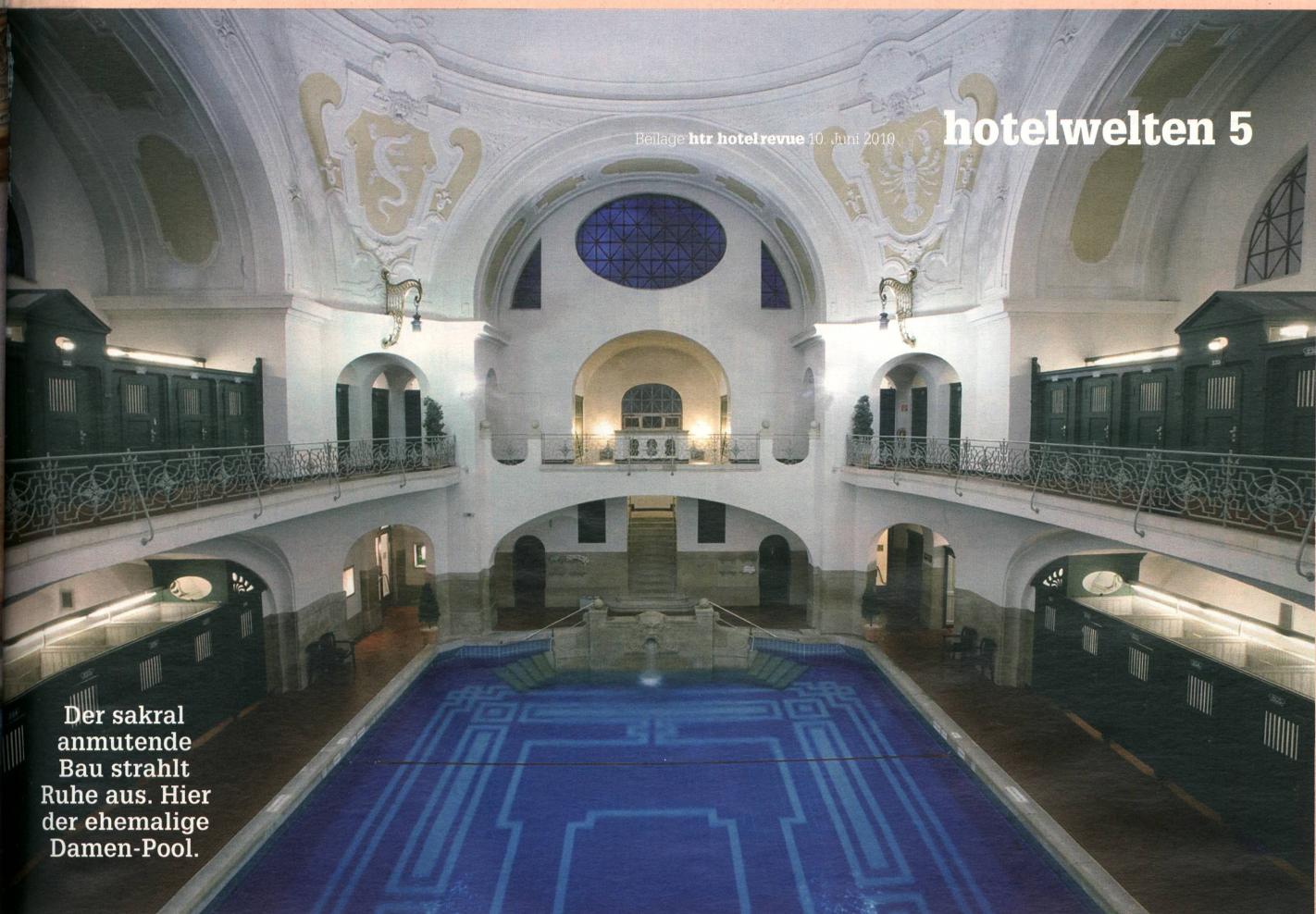
Traumhafte Nächte für Ihre Gäste. Mit Premium-Matratzen von happy.



Optimaler Komfort mit der Premium-Linie: Ausgezeichnet durch gradlinige, formstabile Matratzenkanten.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

happy systems™
I wett' i hett' es happy-Bett.



Der sakral anmutende Bau strahlt Ruhe aus. Hier der ehemalige Damen-Pool.

Bilder Kerstin Groh / Jorge Royan / Stefan Obermeier / zvg

stöckig die Raumhöhe, darüber eine mit Stuck reich verzierte Gewölbedecke.

Das Lichtkonzept des Architekten Carl Hochdeters (1854 bis 1917) könnte für moderne, energiesparende Bauten Platz stehen: Große, abgerundete bis runde Fenster lassen Licht und Sonnenstrahlen ins Bad, so dass sich am Tage eine künstliche Beleuchtung in der Regel erübrigt, es aber im Sommer wiederum auch nicht zu heiß wird.

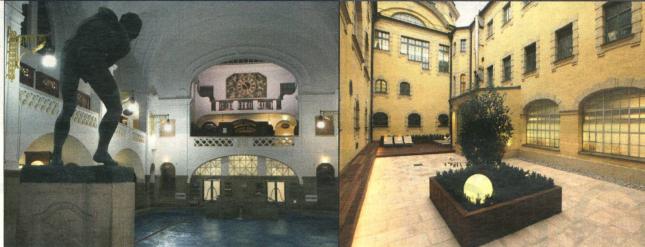
Schwitzbad nach dem Vorbild Neros

Besonders viel Sorgfalt hat Hochdeter im römisch-irischen Schwitzbad angewendet. Vorbild war dem Star-Architekten der damaligen Zeit unter anderem die Therme des Nero in Rom. Entsprechend klassisch präsentiert sich das Layout: Unter einer hohen Rundkuppel mit mittigem Lichtfenster und Leuchter

fakten

Das Müller'sche Volksbad in München wurde 1901 eröffnet. Das Bad bietet heute zwei Hallenbäder, ein römisch-irisches Schwitzbad mit Sauna, separate Wannen- und Brausebäder. Preis Hallenbad: 3,70 Euro (ohne Zeitbegrenzung). Preis Sauna und Schwimmbad: 21 Euro (4 Std.). Preis Einzel-Ruhekabinen: 4 Euro.

www.svm.de



Die grosse Schwimmhalle mit der Bronzestatistik «Der Schlangenwürger» im Vordergrund.

Umkleidekabinen mit Stil (li). Tür zum Tauchbecken (re).



liegt das Zentrum des heute um eine finnische Sauna ergänzten Schwitzbades: das runde und angenehm temperierte Warmwasserbecken (34 Grad). Kreisrund darum platziert die verschiedenen temperierten Warm- und Heisslufträume inklusive Sauna und ein grosser Dampfraum (ca. 45 Grad) mit Kaskadenbrunnen. Die Nische am Kopfende des Kuppelbaus birgt das Kaltwasserbecken und die Kaltwasserdusche «Eiserne Jungfrau».

Nicht mehr im Betrieb ist das Hundebad im Untergeschoss. In speziellen Badeboxen wurden Anfang 19. Jahrhundert die Vierbeiner hier gereinigt. In Warmluftboxen konnten sie dann trocknen. Die Reinigung eines Hundes kostete, je nach Größe des Tieres, zwischen 50 und 60 Pfennig. Ein Angebot, das heute bei der zunehmenden Zahl an Hunden als «Lebensbegleiter» des urbanen Menschen durchaus eine Renaissance vertragen könnte.

Ein Freilufthof ergänzt neu das Saunaangebot des Müller'schen Volksbades.

Thermen wie bei den Römern

Das Baden in Badenweiler hat Geschichte: Die Römer haben als Erste die Quellen mit Heilkraft entdeckt.

GUDRUN SCHLENCZEK

Wer in Badenweiler vor dem Kurpark mit seiner Thermenanlage steht, blickt auf 2000 Jahre Geschichte: Direkt unterhalb des heutigen «Cassiopeia Therme» steht gut restauriert die im Jahre 75 errichtete römische Badanlage. Dicht oberhalb des Kurhauses thront die Zähringerburg aus dem Mittelalter. Das Ganze ist eingebettet in einem 22 Hektar grossen Kurpark, der wie ein botanischer Garten daterkommt: mächtige, 40 Meter hohe Mammutbäume, eine grosse Ansammlung an Gehölzen aus allen Kontinenten und jahrhundertealte Eichen und Linden. Und selbst der Park hat eine lange Tradition: Die ersten Bäume wurden vor 250 Jahren gesetzt.

Die Blütezeit von Badenweiler als Kurbad begann etwa Mitte des 19. Jahrhunderts. Literaten wie Herman Hesse und Anton Tschechow kurten hier. Noch immer prägen prachtvolle Jugendstilbauten und das um die Jahrhundertwende gebaute Markgrafenbad das Ortsbild. Heute ist es in diesem Weiler am Rande des Schwarzwaldes aber etwas ruhiger geworden und es scheint, dass selbst die guten Hotels schon bessere Zeiten erlebt haben.

Stilvoll lässt es sich aber noch heute baden, in der «Cassiopeia Therme»: im preisgekrönten Kuppelbad (32 Grad) oder in den römischen Becken nachempfunden und mit klassischen Säulen umrandeten Mar-



Unter einem Glasdach zu besichtigen: Die Reste der römischen Therme.

morbad (34 Grad). Das austretende Wasser der Thermalquelle ist mit 26,5 Grad vergleichsweise kühl und muss für den Gebrauch erwärmt werden. Ergänzt wird



In der klassizistisch gehaltenen «Cassiopeia Therme» spürt man noch immer die Wurzeln des Bades aus der Römerzeit.

das Ganze durch ein Römisches Bad und durch eine Saunalandschaft, deren Zentrum, ein eigenes Bad mit 155 m² Wasserfläche, architektonisch einem

ganz anderen Zeitgeist entspringt: Das ehemalige Lindenbad, benannt nach dem Architekten Horst Linde, wurde in den 1950er-Jahren erbaut. Teil der

fakten

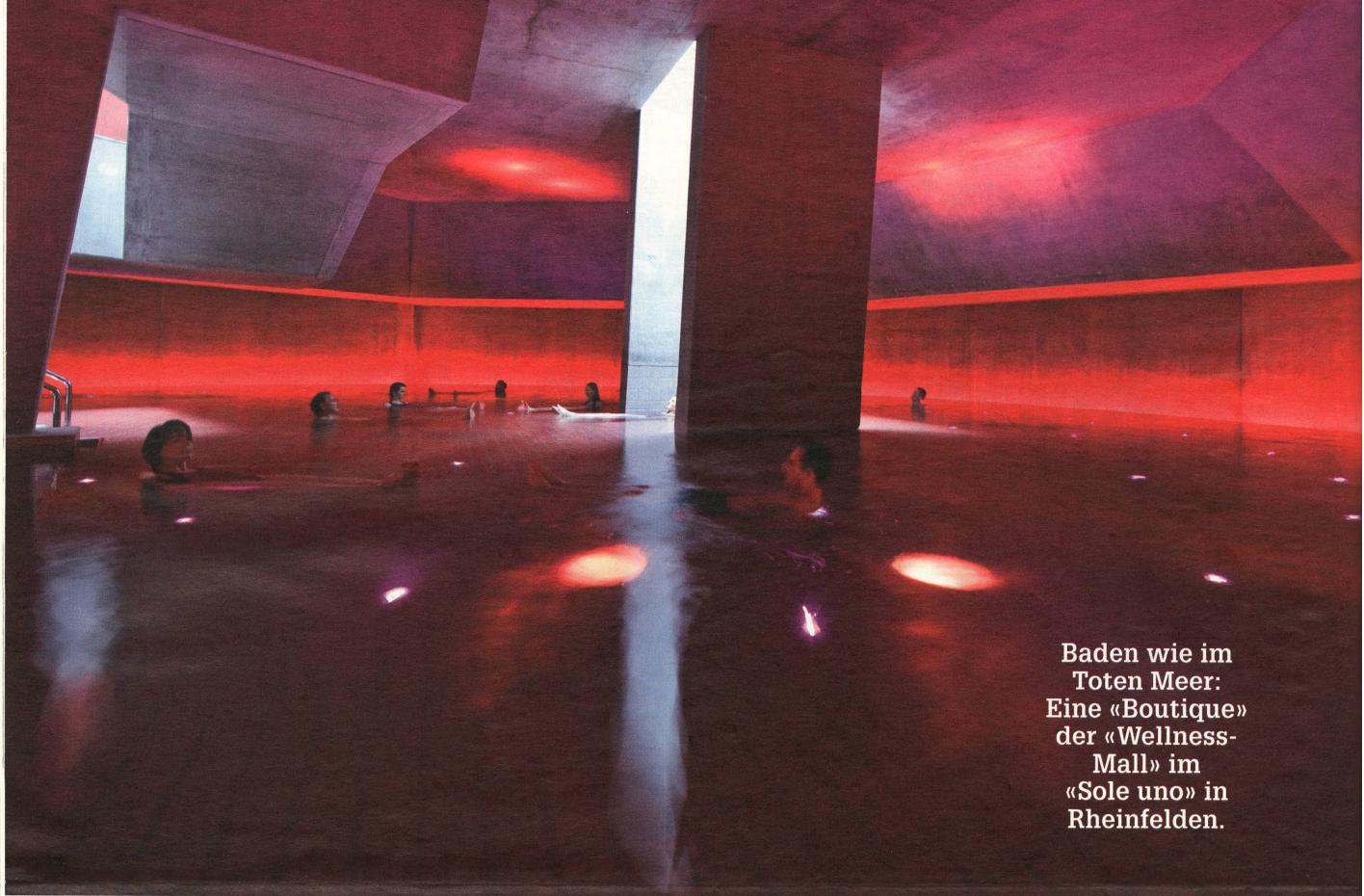
Die «Cassiopeia Therme» bietet gut 1000 m² Wasserfläche und drei grosse Bäder: Das Marmorbad (34 Grad), das Kuppelbad (32 Grad) und das Aussenbecken (zweigeteilt: 28 und 30 Grad). Saunalandschaft: fünf Saunen, ein Dampfbad sowie Nacktschwimmbecken, regelmässig Aufgüsse, Peelings, ganzer Mittwoch «Damensauna». Ausserdem: Römisches Bad, Wellness-Oase.

www.badenweiler.de

Saunalandschaft wurde es erst später. Für den Saunabesucher heute ein Highlight: Hat er doch nicht nur die Auswahl zwischen mehreren Saunen, sondern kann sich zudem noch textilfrei in Thermalwasser erholen.

6 hotelwelten

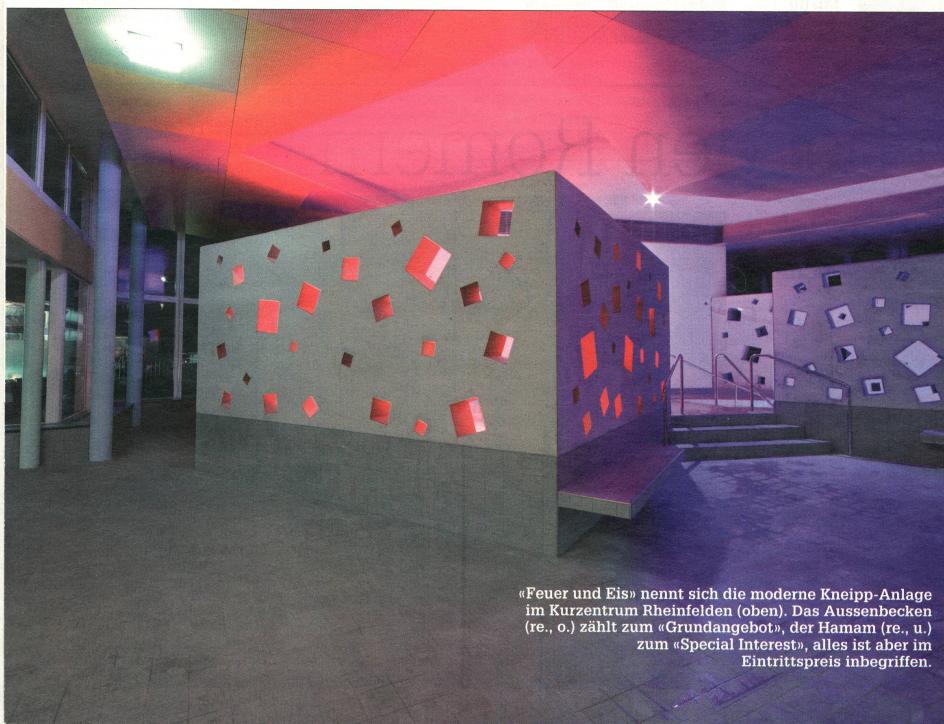
Beilage **htr hotel revue** 10. Juni 2010



Baden wie im
Toten Meer:
Eine «Boutique»
der «Wellness-
Mall» im
«Sole uno» in
Rheinfelden.

Vom Heilbad zur «Wellness-Mall»

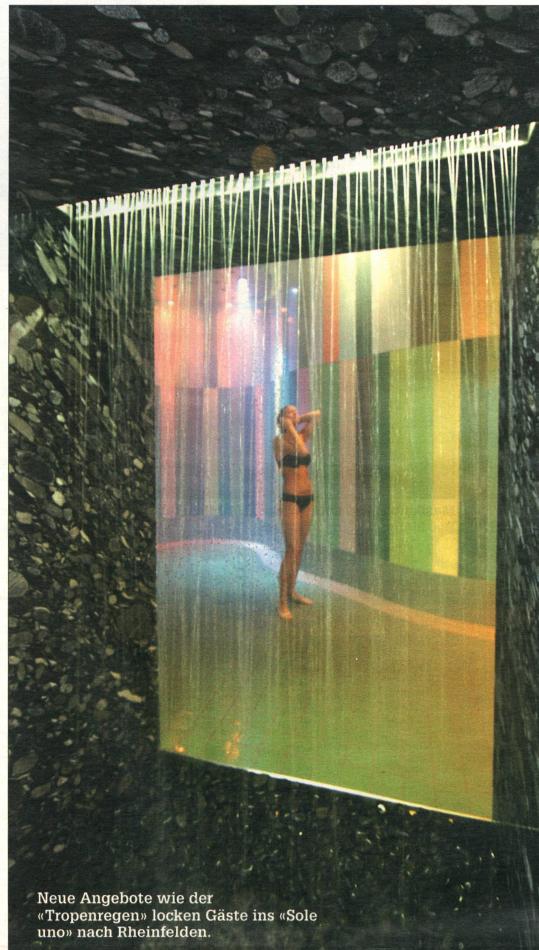
Bilder ZVG



«Feuer und Eis» nennt sich die moderne Kneipp-Anlage im Kurzentrum Rheinfelden (oben). Das Aussenbecken (re., o.) zählt zum «Grundangebot», der Hamam (re., u.) zum «Special Interest», alles ist aber im Eintrittspreis inbegriffen.



Der Thermen-Gast ist heute Kunde, nicht mehr Patient. Ein Grund für den Schweizer Heilbäder-Verband, nun seinen Namen zu ändern. Wie man eine Therme zudem wirtschaftlich führt, macht das Kurzentrum Rheinfelden vor.



Neue Angebote wie der „Tropenregen“ locken Gäste ins „Sole uno“ nach Rheinfelden.

GUDRUN SCHLENZKEK

Sie nennen sich schon längst nicht mehr Kur- und Heilbäder, sondern tragen gerne so poetische Namen wie Sole uno (Kurzentrum Rheinfelden), Salina Maris (Breiten) oder Tamina Therme (Bad Ragaz). Wer heute „kuren“ geht, will auch geniesen. Wellness hat nicht nur einen präventiven, sondern vor allem auch einen Genusscharakter.

„Man geht als Kunde hin, nicht als Patient“, betont Irène Keller-Richner, Geschäftsführerin des Verbandes «Schweizer Heilbäder». Verband «Schweizer Heilbäder»? Richtig, diesen Name wird den veränderten Kundenansprüchen eigentlich nicht mehr gerecht. Deshalb ginge man beim Verband zurzeit über die Bücher, so Keller-Richner, über eine Namensänderung wird laut nachgedacht. «Verein der Thermal- und Mineralbäder» lautet eine Option.

Diskutiert wird weiter, ob sich der Verein, dem heute 14 der rund 20 vom Bundesamt für Gesundheit anerkannten Bäder angehören, öffnen soll für jene

Thermen, die keine medizinische Abteilung, aber gleichwohl einen hohen Standard haben. Dann könnte der Verband noch um 10 weitere Thermen anwachsen, schätzt Keller-Richner.

Es braucht mehr Thermen-Packages

Das würde der Schweizer Thermenlandschaft gut tun. Ist doch die Konkurrenz in Deutschland und Österreich gross, rein geologisch bedingt habe es dort weit mehr Quellen, meint Irène Keller-Richner, und zudem seien die Eintrittspreise in den Nachbarländern oft tiefer. Die Fachfrau empfiehlt den Bädern, noch mehr Synergien mit

der Hotellerie zu suchen. Irène Keller-Richner: «Ich sehe grosse Chancen im Drei-Tages-Break. Solche Packages sollten Hotel und Bad noch aggressiver verkaufen.» Gerade die kauftägige Klientel zwischen 40 und 50 Jahren unterbricht gerne kurz und intensiv den Alltag, schätzt Luxus und gibt entsprechend Geld aus.

Profitable Nischen tun in der Thermenlandschaft Not, denn die Fixkosten sind hoch. «Die Bäder haben wirtschaftlich zu kämpfen», meint die Geschäftsführerin des Heilbäderverbandes. Immer wieder müsse ein Bad mit neuen und investitionsintensiven Angeboten die Kunden bei Laune halten, die Tech-

nik sei aufwendig und das mineralhaltige Heilwasser aggressiv, was entsprechend hohe Unterhaltskosten bedinge.

Tiefe Preise, viele Gäste

Umso auffälliger ist es, wenn ein Bad eine wirtschaftliche Auszeichnung erhält. Das Kurzentrum Rheinfelden wurde mit dem Argauer Unternehmerpreis 2010 für das beste Dienstleistungs- und Handelsunternehmen ausgezeichnet. Der Preis geht nicht nur dem Bäderbereich, sondern der ganzen rein privatwirtschaftlich zu kämpfenden Unternehmung betont Thomas Kirchhofer, CEO des Kurzentrum Rheinfelden Holding AG. Diese besteht am Standort Rheinfelden aus drei Tochtergesellschaften: Die Wellness-Welt «Sole uno», das medizinische

Zentrum und das 4-Sterne-Park-Hotel am Rhein mit angeschlossener Privatklinik Salina. Allerdings ist das Bad «der rentabelste Bereich», so Kirchhofer, und hat damit letztes Jahr massgeblich zum stolzen Reingewinn von 1 Mio. Franken, bei einem Gesamtumsatz von 40 Mio. Franken, beigetragen. Die Formel für die hohe Wirtschaftlichkeit ist einfach: Mit einem Eintrittspreis ab 20 Franken (1,5 Stunden) für Badewelt, Sauna, Hamam, inklusive Sauna- und Badetuch bietet «Sole uno» ein preiswertes Wellnessvergnügen und erneut entsprechend hohe Frequenzen. An Spitzentagen kommen bis 2500 Besucher, und in den Wintermonaten muss man manchmal das Dreikreuz für kurze Zeit schliessen: Denn mehr als 400 Besucher gleichzeitig fasst die Therme nicht. «Die Kosten sind die gleichen, egal wie viele Gäste sich tummeln», erläutert Kirchhofer. Zudem lockt Rheinfelden mit

heilwasser

Damit man Mitglied beim Schweizer Heilbäder-Verband werden kann, muss man erst mal über Heilwasser verfügen. Dieses muss aus der Tiefe der Erde stammen. Thermalwasser misst mindestens 20 Grad, wenn es an die Oberfläche kommt und enthält mindestens ein Gramm Kationen und Anionen pro Liter. Mineralwasser kann kühler sein, muss aber spezielle gelöste Stoffe enthalten, wie Schwefel.

www.swissthermalspa.ch



Kontrast zum „Tropenregen“: alpiner Wasserfall.

besonderen Attraktionen. Kirchhofer spricht von einer «Wellness-Mall» in Anlehnung ans Prinzip der Shopping-Mall: Das Grundangebot bestehe aus einem grossen Außen- und Innenbecken plus Sauna. Dazu gesellten sich «Boutiquen», die Spezielles bieten, wie eine sehr heisse Sauna oder eine Sole-Inhalationsgrotte. «Bei ganz unterschiedlichen Angeboten ist die Wahrscheinlichkeit gross, dass jeder Gast das für ihn ideale findet.» Seit 2008 hat man 65 Mio. Franken investiert (inklusive dem laufenden Umbau des Innenbeckens). 2009 konnte man die Gäste mit einem Intensiv-Solebecken, Erlebnisduschen, Feuer- und Eis-Bad und neuen Dampfbädern überraschen. Das liess die Gästzahl im 2009 um 22 Prozent auf 540 000 ansteigen. Das Konzept «Wellness-Mall» geht für Rheinfelden auf jeden Fall auf.

Erding statt Mittelmeer

Sie ist die grösste unter Europas Thermen: Jene in Erding. Und sie bietet massenhaft Attraktionen. Jetzt will man noch ein Hotel.

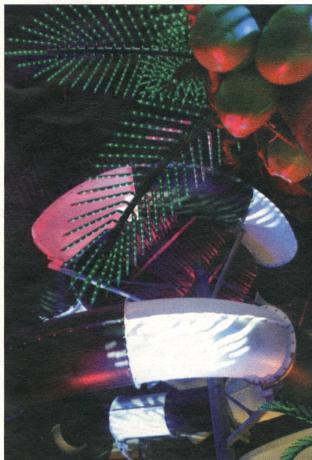
GUDRUN SCHLENZKEK

Die Therme Erding ist das erfolgreichste Bad Europas überhaupt. Gemessen an den Besucherzahlen: 1,5 Mio. Badegäste zählt man pro Jahr. Das Erfolgskonzept ist die Anhäufung von Superlative, welche die Therme im Süden Münchens bietet: Die weltgrösste Saunalandschaft mit 26 Saunavarianten steht auf einer Fläche von 13 000 m², täglich

werden 90 Aufguss- und Wellnessangebote zelebriert. Die Thermenlandschaft bietet über 2600 m² Wasserfläche und ist mit der grössten zu öffnenden Glas-Kuppel Europas überspannt. Die tropische Pflanzenlandschaft lässt beim Baden Südseestimmung aufkommen, an warmen Sommertagen unter freiem Himmel. Aber nicht nur der

Wellnessgäst findet in der Therme Erding, was er sucht. Mit Europas grösster Rutschewelt (16 Rutschen) inklusive der längsten Rutsche Europas (360 m) und solchen mit speziellen Ef-

fekten wie Donner, Blitz und Nebel, sollen auch Kinder und Jugendliche hier voll auf ihre Kosten kommen. Insgesamt wurden 110 Mio. Euro in die Therme investiert, dieses Jahr



Das Rutschens-angebot der Therme Erding ist das grösste in Europa. Und wohl auch das abwechslungs-reichste.

sollen für 20 Mio. Euro weitere Attraktionen folgen.

Die wirtschaftlich bedeutendste Sparte der Therme sei die Saunalandschaft, so Prokurist Uwe Barth. Nicht nur wegen der zahlreichen Gäste (500 000 im Jahr), sondern vor allem, weil man sich mit diesem wellness-affinen Publikum eine ausgabefreudige Zielgruppe ins Haus hole.



Ein Tropenparadies im Süden Münchens – unter der grössten zu öffnenden Glas-Kuppel Europas.

Davon profitieren das integrierte Gourmet-Restaurant und der Massage- und Beauty-Bereich. Was der Therme für dieses trendbewusste und weniger preissensible Publikum aber noch fehlt, so Barth, sei ein 4- oder 4-Sterne-Superior-Hotel:

fakten

Die Therme in der bayerischen Stadt Erding misst 14 500 m² und gehört der Architekten-Familie Wund aus Friedrichshafen. Das 65-grädige Heilwasser aus 2350 Meter Tiefe ist schwefelhaltig. Familie Wund besitzt auch die Therme in Bad Wörishofen und plant noch eine dritte: «Schwarzwald-Therme» am Titisee.

www.therme-erding.de

«Wir suchen einen Investor.» Dass ein solches Hotel gut laufen würde, davon ist Barth überzeugt: Heute schon beschreibt die Therme den ansässigen Erdinger Hotels jedes Jahr zweistellige Zuwachsraten bei den Logier-nächten.

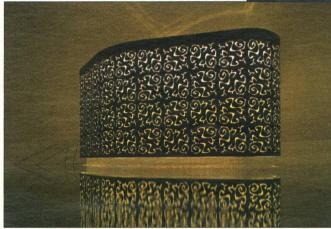
Abkuppeln zum Relaxen

Wenn man die Thermenlandschaft Bad Aibling betritt, muss man das Wasser erst mal suchen: Jedes der vier Innenbecken befindet sich unter einer separaten Kuppel. Projektleiter Robert Hösle von Behnisch Architekten sagt, warum man sich für diese Lösung entschieden hat.

Bild: Mark Ekerod / David Matthiesen / Zvg



In Bad Aibling kann man was erleben: Unter jeder Kuppel befindet sich eine eigene Wasserwelt.



Musik über und unter Wasser, Farblichtspiele: Das bietet die Sinne-Kuppel.

Robert Hösle, was war der Grundgedanke für dieses «Abkuppeln» innerhalb der Badelandschaft?

Auslöser dafür war die Ausschreibung des Bauherrn. Dieser wünschte ein «Kabinettbad». Die sich um das Projekt bewerbenden Architekten fragten sich, was damit wohl gemeint sein könnte. Nach Gesprächen mit dem Bauherrn wurde uns sein Anliegen klarer: Man wünschte sich eine Aufteilung in verschiedene Bereiche, eine räumliche und akustische Trennung. Wie das so üblich ist, entwickelten wir für uns intern 10 bis 15 Projekt-Varianten. Wir haben uns dann für die Kuppeln entschieden und lehnen uns damit an das römische Bad an, bei dem ein Wandel zwischen verschiedenen Wasserangeboten üblich war.

Das Budget war vorgegeben: 22 Mio. Euro. Wie haben Sie es geschafft, im Rahmen zu bleiben?

Wir haben natürlich einiges anders realisiert, als wir angedacht hatten, um das Budget des Bauherrn einzuhalten. Wir wollten anfangs ein komplettes Glasdach und sind dann auf ein Holzdach mit Lichtöffnungen umgeschwenkt. Es ist trotzdem ein Tageslichtbad entstanden, in dem man am Tage auf Kunstlicht verzichten kann. Zudem haben wir auf eine teure Komplettunterkellierung verzichtet. Im Keller der Schwimmhäuser befinden sich in der Regel die grossen Filtrationsbecken. Da wir die neue Ultrafiltration einsetzen, müssen die Reinigungsbecken aber nur noch ungefähr halb so hoch sein, das spart Platz. Unter der Schwimmhalle ist sogar nur ein Kriechkeller. Das hat einen weiteren Effekt: Die Abwärme der Becken heizt diesen flachen Keller so auf, dass wir auf eine Bodenheizung verzichten konnten. Der Beton speichert die Wärme und gibt sie ab, die Kellerdecke braucht keine Wärmedämmung. Weiter haben wir bei der Wasserfläche gespart, wo es nicht auffällt: Das Heiss-Kalt-Becken sollte ursprünglich 30 m² messen, 15 m² reichen aber durchaus. Allerdings mussten wir auch auf Attraktionen verzichten: Ein spezielles Kinderkabinett gibt es nun nicht.

Im Grossraum München gibt es viele Bäder. Warum soll der Gast gerade die Therme Aibling besuchen?

Ich denke die Vielfalt, welche die Therme bietet, punktet. Statt Grösse bietet sie viel Abwechslung. Man kann wandeln zwischen den Kuppeln und verweilen. Jede Kuppel bietet eine eigene Erlebniswelt, mal laut mal leise, mal farbig. Mittels Computersimulation haben wir ein ausgeklügeltes Lichtkonzept entworfen, der natürliche Lichteinfall ändert sich durch den Tag und liefert immer wieder andere Effekte.

Positiv fällt die für ein Bad sehr trockene Luft auf.

Das ist ebenfalls der Separierung der Wasserflächen zu verdanken. Die über dem Wasser entstehen-

fakten

Im September 2007 wurde die neue Therme Bad Aibling eingeweiht. Inklusive Freibad auf dem Dach bietet diese 1431 m² Wasserfläche: Mehrere Innen- und Aussenbecken, eine Saunalandschaft und eine Beauty-Kuppel. Jedes Innenbecken ist noch mal separat unter einer Kuppel. Bauherr und Betreiber sind die Stadtwerke Bad Aibling.

de feuchte Luft bleibt in den Kuppeln. Die Ruhezonen sind ausserhalb der Kuppeln und bieten deutlich trockenere Luft. Deshalb reichen dort 28 Grad Lufttemperatur aus. Wenn Wasserflächen und Ruhezonen in einem Raum sind, benötigt man 34 Grad, allein schon zum Entfeuchten. Die feuchte Luft ist also nicht nur für den Gast unangenehm, sie braucht auch mehr Energie.

Energiesparen war ein wichtiger Punkt bei der Planung?

Allerdings. Dadurch, dass die Fenster in den Decken geöffnet werden können, kann im Sommer und auch sonst an warmen Tagen die Lüftung – ein grosser Energiefresser bei Bädern – abschalten. Durch die seitlichen Türen kommt Frischluft herein. Dank Vordächern scheint die Sonne an den seitlichen Fensterfronten nicht herein. Im Winter, wenn die Sonne flacher steht, jedoch schon und kann so mitfeiern.

Der Bauherr war die öffentliche Hand: Wie haben Sie das erlebt?

Ab einem gewissen Zeitpunkt ist es einfacher. Wenn das Budget mal steht, wird das Projekt durchgezogen. Bei einem privaten Investor kann ein Knick an der Börse auch mal einen Strich durch die Rechnung machen. Wir haben die Zusammenarbeit mit den Stadtwerken Bad Aibling sehr positiv erlebt. Ein Beispiel: Um die Rinne um die Becken zu reinigen, muss ein Mitarbeiter jeden Tag in die Badehose schlüpfen, denn die Becken stossen direkt an die Kuppelwand und müssen deshalb vom Wasser aus gereinigt werden. Bei so was muss der Bauherr, hier auch Betreiber, ja auch Betreiber mitmachen.



«Bad der Zukunft? Vielleicht eine Art Zwiebelbau: Warme Bereiche innen, kühle Bereiche aussen.»

ROBERT HÖSLE
BEHNISCH
ARCHITEKTEN

Wie sieht für Sie ein Bad der Zukunft aus?

Das kann man nicht pauschalisieren. Jedes Bad, das wir bisher planten, ist anders, der Standort entscheidet. Was ich mir aber spontan vorstellen könnte, wäre eine Art Zwiebelbau: Alle warmen Bereiche innen, alle kühlen aussen. Das macht energetisch Sinn. Und die Energiefrage wird immer wichtiger.

www.therme-bad-aibling.de

ANZEIGE

tolle Aussichten

Als KMU haben Sie mit WIR mehr Gäste mehr Umsatz mehr Gewinn Rufen Sie uns an: 0848 133 000

WIR Bank
www.wirbank.ch



Bilder zvg

Im Walliser Sauna-Dorf der Lindner Alpentherme in Leukerbad setzt man auf heimische Düfte, wie Bergkräuter.

Besonders am Abend für den Aufguss beliebt: beruhigender Lavendel.

Fotolia

Auch der Saunagang verlangt nach Abwechslung. Um die Sauna in ein bestimmtes Thema zu tauchen, sind Aufgüsse mit einer besonderen Duftnote ein Muss. Dabei entscheidet der Ort, mit welchem Duft sich der Saunagast verführen lässt. In urbanen

noten wie «eisiger Rotapfel» gehen. Dagegen mischt man in der «Alpenthaler» des Lindner Hotels in Leukerbad lieber Heimesches unter das Aufguss-Wasser: Alpenkräuteressenzen, mentholhaltige Öle beim «Gletscheraufguss» oder Wein unter den «Traumaufguss». Nach Matthias Voss vom gleichnamigen Saunabedarfsanbieter im süddeutschen Reutlingen, von der das «Bernaqua» Düfte bezieht, geht der Trend wieder hin zu Klassikern wie Kräuter-, Holzduft und Zitrusfrüchten. Das entspricht auch ungefähr dem Duft-Ranking, welches Caroline Wüst, Geschäftsführerin von «Wellswiss», aufstellt: an erster Stelle steht Eukalyptus, gefolgt von Nadelhölzern und Zitrusfrüchten.

Wer mehr Erlebnis bieten will, verwandelt den Saunagang in eine Zeremonie: In der «Alpentherme» weisen beim «Gletscheraufguss» Mitarbeiter in Walliser Originaltracht die Gäste ein. «Wir versuchen mehr zu machen, als nur eine warme Kabine zu offerieren», so Claudio Wabner von der «Alpentherme».

Im «Bernaqua» ist die Klangschalen-Zeremonie ein Höhepunkt. Geradezu ein Remer seit die «Peelings», so Sharon Zwahlen, Leiterin Marketing «Bernaqua». Während dem Aufguss werden die Peeling-Cremes den Gästen zur Selbstanwendung abgegeben. Der Gast hat die Wahl zwischen «wilder Cassis», «Blue Lotus», «Orangen-Honig-Peeling» mit Koriander oder jetzt im Sommer Eukalyptus.

Vorsicht ist im Hinblick auf die Infrastruktur geboten: «Das bekommt man von den Holzbänken nicht mehr weg», warnt Caroline Wüst. In der «Alpentherme» darf der Gast deshalb die Peelings nur in der Dampfsauna auf die Haut auftragen.



Im «Bernaqua» in Bern setzt man im Winter auf orientalische, im Sommer auf fruchtige Duftnoten.

Traum aufguss

So schwitzt der Gast vielleicht nicht besser, aber anders: Verführerische Düfte und neue Peelings machen den Saunagang zum kleinen Erlebnis.

GUDRUN SCHLENCZEK

ANZEIGE



DIE BESTE REFERENZ
FÜR EIN SPA VON KLAFS
IST IMMER NOCH DAS
ENTSPANNTE AUFATMEN
IHRER GÄSTE.

Seit über 80 Jahren verwirklicht KLAFS Spa-Träume. Mit viel Sorgfalt und Hingabe arbeiten wir dabei bis ins kleinste Detail, damit der Umsetzung Ihrer Vorstellungen nichts mehr im Wege steht. Und damit all unsere Anlagen auch nach Jahren halten, was sie versprechen. Am besten, Sie überzeugen sich selbst: Besuchen Sie unsere 700 m² grosse Ausstellung in der Bauarena Volketswil oder bestellen Sie kostenlos unseren neuen Referenzkatalog 360°. Unter Telefon 00800 66 64 55 54 oder auf www.klafs.ch.

KLAFS
MY SAUNA AND SPA

KLAFS AG | OBERNEUHOFSTR. 11 | 6342 BAAR
041 760 22 42 | WWW.KLAFS.CH

Die neuen Bäder öffnen sich zum Hotelzimmer. Sie avancieren zum «private spa», das 24 Stunden zur Verfügung steht. Das Zimmer wird zu seinem Ruheraum. Die Bad-Formen werden weicher, organischer und weniger puristisch. Die Reduktion des Bad-Stils auf die Geometrie ist vorbei.

Linie «Mimo» für kleine, aber designstarke Bäder, von Keramik Laufen mit Armaturen von Similor Kugler.

Wanne in einem Zimmer des Flügels «Ala Nova», Hotel Belvédère Scuol.



Die «Vita-Nova»-Suite des Hotels Belvédère ist für Wellness-Anwendungen zu zweit vorbereitet.



Wenn Hotelzimmer und Bad zusammenwachsen entsteht für den Gast ein neues Wohngefühl.

Das Bad rückt ins Zentrum

Es gibt bei den Architekten ein Umdenken in Richtung grösserer, sich öffnender Räume für das Hotelzimmer», sagt Christian Schlatter, Product Manager bei Richner, einem Schweizer Grosshandelsunternehmen für Bäder und keramische Wand- und Bodenplatten, mit 20 Ausstellungen in der deutsch-sprachigen

zimmer ist zum Beispiel eine freistehende Badewanne platziert. Auch das eigentliche Spa «Vita Nova» im untersten Geschoss des neuen Flügels geht auf das Bedürfnis nach Privatheit des Spa-Genusses ein: Die Erholungs- und Entspannungsprogramme für Gesicht und Körper werden in sieben Wellness-Kabinen angeboten. Die grosse «Vita-Nova»-Suite bietet Paaren die Möglichkeit einer Wellness-Anwendung zu zweit als Teil des gemeinsamen Genusses der Ferienzeit.

Spa-Elemente ergänzen das Bad

«Die Nachfrage nach Wellness-Elementen im Bad des Hotelzimmers ist steigend», stellt Christian Schlatter fest, «je länger je mehr auch in Mittelklasse-Hotels. Früher gab es nur den Whirlpool – dessen Verkaufszahlen sind fallend; jetzt ist es das Dampfbad, mit gleichbleibend guten Zahlen, und die Sauna – deren Nachfrage nimmt noch zu.»

Und wohin geht der Stil-Trend im Hotel-Bad? Rolf Schmidt, Marketing & Sales Manager bei Keramik Laufen meint: «Die Formen werden wieder etwas weicher, organischer und weniger puristisch, wie wir dies mit unseren Serien «Palomba»-«Mimo» und «Lb3» zeigen.»

Auch Holz sei heute in Hotel-Bädern gern gesessen: «Ein Badezimmer, auch im Hotel, dient heute nicht mehr nur der körperlichen Reinigung, sondern ebenso zum Wohlfühlen und Entspannen», sagt Schmidt. «Geraumy» bringt viel Wärme, Gemütlichkeit und Wohlichkeit in die Räume – so auch in einem Badezimmer. Weshalb sollte man in einem Hotel darauf verzichten?» Zur Laufen-Linie Lb3 gehört deshalb unter anderm

eine Badewanne mit Verkleidung aus Echtholzfurnier.

Kleine Badezimmer für grosse Leute

Keramik Laufen gibt im «Laufen-Forum» einen Überblick seiner Optionen für die Badezimmersanierungsgestaltung, nach Voranmeldung mit persönlicher Beratung. In der Ausstellung finden sich auch passende Armaturen der Marke Arwa, Similor und Sanimatic der Schweizergesellschaft Similor Kugler AG, die ebenfalls in Laufen zu Hause ist. Gemeinsam haben Keramik Laufen und Similor Kugler die neue Bäder-Linie «Mimo» entwickelt. Ihren Grund nennt der Team-Leader Strategic Marketing der Similor AG, Jerome Jaunin: «In vielen Hotels gibt es sehr kleine Badezimmer, und so mit muss man platzsparend denken und einrichten. Alle «Mimo»-Produkte sind auf das Wichtigste beschränkt, aber es steckt enorm viel Design dahinter. Hinzu kommt, dass alle Armaturen mit «Ecototal»-Steuerpatronen für die Mengen- und Heisswassersbremse ausgestattet sind und somit Wasser und Energie sparen.» Die nur 140 auf 80 Zentimeter grosse Sanitärcracyl-Badewanne ist mit 58 Zentimetern ungewöhnlich tief, und bietet folglich auch grösseren Menschen Raum zum vollständigen Eintauchen. Die Mimo-typischen Armaturen haben chromglänzende, surfbrettartige Ausläufe und konische Körper. In ein paar Monaten werden Similor Kugler und Arwa eine neuartige Kollektion von berührungsarmen und berührungslosen Armaturen anbieten. Sie werden «LumiTouch» und «LumiTouch-free» heißen; erstere Variante hat drei voreingestellte Temperaturstufen.

KARL JOSEF VERDING

Schweiz: «Als Raumtrenner können zum Beispiel die Kabine einer Multifunktionsdusche und eine Sauna genutzt werden.» Richner hat mit dem «Belvédère» in Scuol ein Hotel ausgerichtet, das mit dem Konzept seines neuen Flügels, «Ala Nova», diesem Trend zum «private spa» bereits Rechnung trägt. In die besonders grosszügigen Doppel-

Website für den Gast

Eine Buchungsmaschine auf der eigenen Website sollte heute Standard sein, meint

Roland Schegg vom Institut für Tourismus an der HES-SO ValaisWallis.

INTERVIEW: SIMONE LEITNER

Was muss eine zeitgemäße Website für einen Hotelier heute bieten?

Eine Website muss professionell aufgemacht sein, aktuelle und gut strukturierte Informationen bieten, das touristische Produkt multimedial präsentieren – und damit erlebbar machen. Es müssen also alle Informationsbedürfnisse in optimaler Form abgedeckt sein.

Sind Buchungsmaschinen auf der eigenen Internetseite für jedes Hotel ein Muss?

Ich denke schon, und unsere Studien zeigen, dass auch eine Mehrheit der Schweizer Hoteliers davon überzeugt ist. Die Website muss als zusätzliche Arbeitskraft betrachtet werden, die rund ums Jahr mit dem Kupden kommunizieren und eben auch Buchungsprozesse abwickeln kann.

Ist durch die technische Entwicklung die Bedeutung der Website überhaupt noch so zentral?

Die eigene Website wird auch in Zukunft als zentrale Anlaufstelle eine wichtige Bedeutung haben. Aber es ist schon so, dass mit dem Aufkommen des Web 2.0, andere Formen der Online-Präsenz, wie einer Page auf Facebook, dazugekommen sind.

Wenn der potentielle Kunde hält täglich Stunden auf spezifischen Online-Medien verbringt, muss der Tourist eine adäquate Antwort finden, um die Kommunikation zielgruppenspezifisch zu gestalten.

Kann eine professionelle Site heute in-house gemacht werden?

Das ist heute, vor allem für einfachere Sites völlig problemlos und

braucht auch oft kaum mehr die Hilfe einer Agentur. Kostenlos verfügbare Content-Management-Systeme (CMS) wie Joomla oder Drupal erlauben, professionelle Websites in Eigenregie zu gestalten.

Wenn jemand Bewertungsplattformen auf der eigenen Website aufschalten möchte, ist das aber nicht ein grosser technischer Aufwand und mit hohen Kosten verbunden?

Das läuft heute meist über so genannte Widgets (kleine Web-Applikationen).

Die meisten Evaluationsplattformen stellen diese ihren Partnern kostenlos zur Verfügung. Die paar Zeilen HTML-Code müssen dann nur noch kopiert und auf die eigene Site integriert werden.

Lohnt sich die damit geschaffene Transparenz?



«Die Website ist wie eine zusätzliche Arbeitskraft.»

ROLAND SCHEGG
INSTITUT FÜR TOURISMUS DER HES-SO
VALAIS WALLIS

Wenn der Gast möchte, findet er die Meinungen anderer Gäste sowieso. Eine proaktive Transparenz kann daher auch einen Vertrauensbonus schaffen. Damit dem Kunden aber zahlreiche Bewertungen zur Verfügung stehen, sollten die Gäste zur Veröffentlichung ihrer Meinung motiviert werden. Natürlich sollte den Kritiken auf solchen Plattformen Rechnung getragen werden, indem die Produkte ständig verbessert werden.

Und auf was fokussiert eine Destinations-Website?

Die Website einer Destination muss nicht nur umfassend und überblickartig informieren und den Gast bei der Reiseplanung optimal unterstützen, sondern hält auch noch Lust machen, in der Region Ferien zu machen. Die Vermittlung von Emotionen und Erlebnissen ist daher auch ein wichtiges Element der

Eine Website übernimmt heute viel Buchungsarbeit, das entlastet die Reception.

Website. Welche Rolle Destinationsorganisationen im Buchungsprozess haben sollen, ist heute wieder eine heiss diskutiertes Thema. Die Zahlen aus unseren eigenen Studien zeigen, dass die Buchungsvolumen über die Tourismusorganisationen eher stagnieren und die Online-Reiseplattformen im Markt entscheidend Anteile gewonnen haben.

Wie wichtig ist das Suchmaschinen-Ranking?

Die Mehrheit der Touristen startet die Planung auf einer Suchmaschine. Damit wird deutlich, dass die Suchmaschinen bedeutende Zubringer von Besuchern für touristische Websites sind. Deshalb ist die Optimierung der Website für Google und Co sehr wichtig.

ANZEIGE



modernaplus mit arwa class M – zeitlos, für heute und morgen

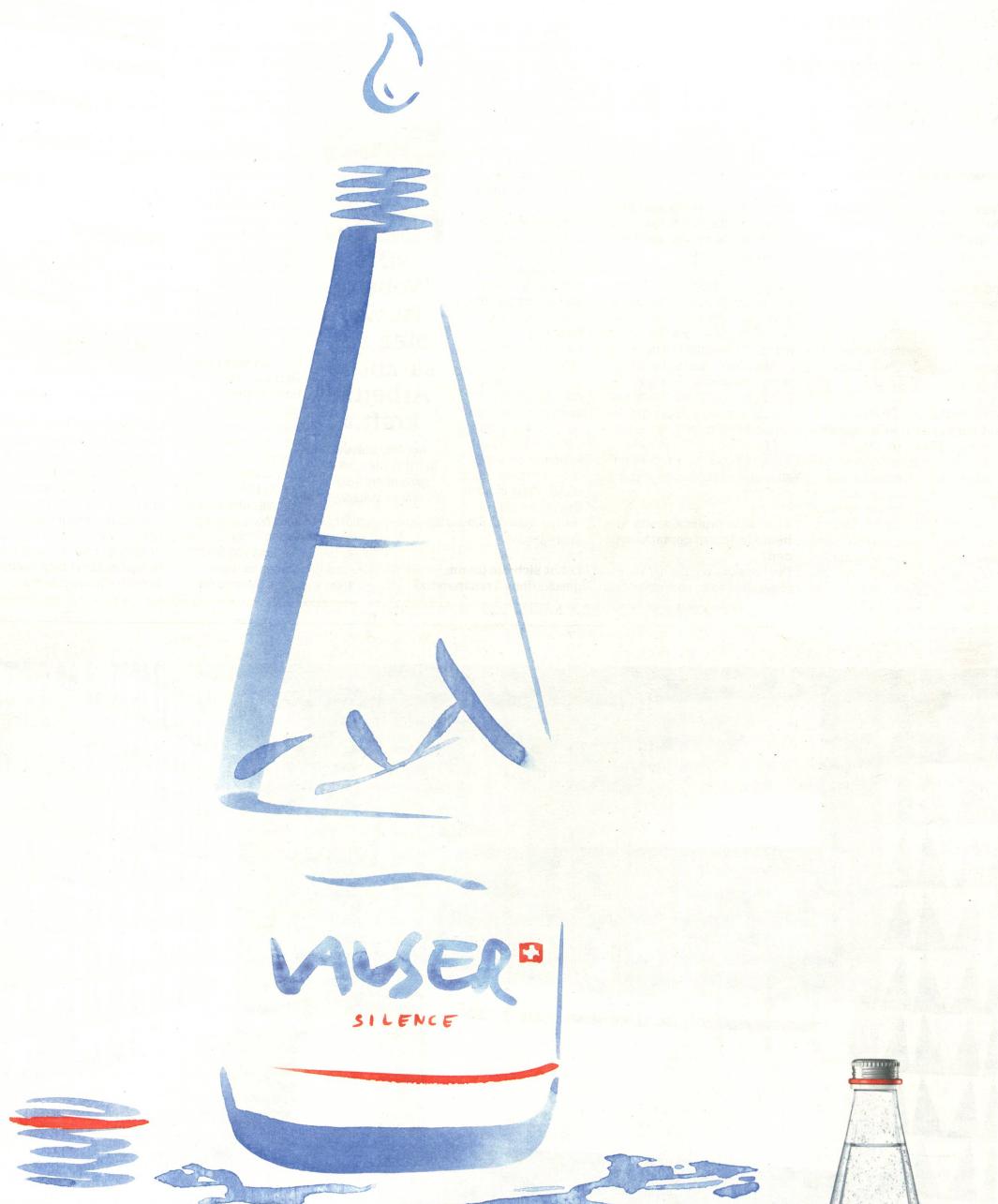
Jetzt haben Einrichtungsprofis Waschtisch, Armatur und Möbel als Einheit konzipiert

arwa
of Switzerland
www.arwa.ch

LAUFEN

Bathroom Culture since 1892  www.laufen.ch

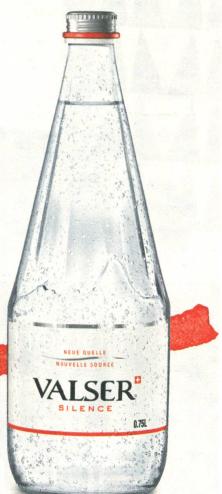
Das neue stille Valser Silence. Aus der neuen milden Quelle.



VALSER[®]
SILENCE

www.valser.ch

Das milde Stille.



stellenrevue htr marché d'emploi

htr hotel revue Nr. 23 / 10. Juni 2010

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



Veränderungen beginnen hier htr stellenrevue

www.hoteljob.ch htr hotel revue

www.gastrojob.ch

Topjobs und Gastroprosfs – ganze Schweiz

GastroJob

Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung	2
Dirktion/Kaderstellen	3-4
Deutsche Schweiz	3-8
Suisse romande	-
Svizzera italiana	8
International/Marché international	-
Stellengesuche/Demandes d'emploi	8
Immobilien	9

Lebensqualität

Work-Life-Balance

– nur für flexible
Menschen.

Doch wer will schon
nicht flexibel sein?



Work-Life-Balance



FRANZISKA BISCHOF-JÄGGL
GESCHÄFTSFÜHRERIN
FAMILIENMANAGEMENT GMBH

Gelebte Work-Life-Balance bedeutet, sein Berufs- und Privatleben so zu vereinbaren, dass sowohl soziale Kontakte als auch die Gesundheit auf geistiger, emotionaler und körperlicher Ebene nicht auf der Strecke bleiben. Das tönt nachvollziehbar, einleuchtend und attraktiv.

Menschen ohne Work-Life-Balance hingegen funktionieren wie steuerbare Marionetten durch den Tag, durch die Woche, durch das Leben und entschuldigen sich damit, dass sie gefangen seien in Strukturen und Verantwortlichkeiten und gar nichts anders könnten – eben unflexibel sind. Die Folge ist, dass sie sich eingeengt und permanent fremdgesteuert fühlen und längerfristig auf einen gesundheitlichen oder beziehungsmaßen Absturz hinziehen. Das tönt genauso nachvollziehbar

und einleuchtend, doch ganz ehrlich wenig attraktiv.

Kritisches Hinterfragen

Im Allgemeinen tendieren wir Menschen dazu, den Weg des geringsten Widerstandes zu beschreiten. Weil es bequem ist, weil es sich bewährt hat, weil es auch viel zu anstrengend wäre, Gewohntes immer wieder zu hinterfragen. Wer aber nicht hinterfragt, verpasst enorm viel Innovation und Kreativität! Denn nur, wer sich an Grenzen wagt und Höchstleistungen anstrebt, sein Ganzes geben will – beruflich und privat – muss immer wieder nach neuen Lösungen suchen, kommt letztlich aber weiter! Menschen mit Work-Life-Balance haben eine hohe Selbstdisziplin und -diszipliniertheit, weil sie die Erfahrung gemacht haben, dass

sie – trotz allen Anforderungen im Leben – Herr und Frau ihrer selbst sind. Sie setzen sich Ziele – beruflich und privat: Was möchte ich in der Beziehung dieses Jahres noch erleben? Entspricht die Aufgabenteilung im Beruf und im Privatleben mit der aktuellen Lebensphase überein? Wie ernst setze ich mich im Alltag für meine Gesundheit ein?

Wie wichtig ist mir die Beziehung zu Menschen über alle Generationen hinweg? Wie zufrieden bin ich mit meinem Leben?

Veränderung durch Krise

Solche Fragen können «gefährlich» sein, indem sie Zweifel und Lust auf Veränderung auslösen können. Entwicklungen aber – das ist bekannt aus der Entwicklungspychologie – entstehen oft erst bedingt durch eine Krise. Sie lassen den Leidensdruck gross genug werden, damit die Motivation und die Bereitschaft überhandnehmen, die Komfortzone zu verlassen und Veränderungen zuzulassen und anzupacken, Widerstände im Kopf zu durchbrechen, gegen sie und die Gewohnheiten anzukämpfen und ganz bewusst neue Wege einzuschlagen.

Dabei gehören anfängliche Widerstände bei sich und im Umfeld zur «Krise», die überwunden werden muss. Der Weg raus aus den Gewohnheiten, raus aus den Ängsten, raus aus festgefahrenen Schnellspurstrassen ist riskant. Ohne Risiko aber kein Gewinn! Es lohnt sich, flexibel zu sein, und die Komfortzone ab und an zu verlassen! Sie werden belohnt durch einen grösseren Handlungsspielraum und durch mehr Lebensqualität!

Travel Industry Club Schweiz

der Wirtschaftsclub für Entscheidungsträger der Reiseindustrie

Nächster Anlass: 23. Juni 2010 „Business Travel“

www.travelindustryclub.ch

ERSTE BAUSTEINE FÜR DEN START AM «FRONT-OFFICE»

DAS INTENSIV-SEMINAR
DER REZEPTIONSKURS

von GastroSuisse

4 mal 3 Seminartage

FRÜHLING: Start: 05.05.2010
HERBST: Start: 20.10.2010

PREIS: 1.200.- CHF
Mitarbeiter von Mitglied GastroSuisse bzw. Mitglied GastroSuisse bzw. CHF 2.000.- inkl. Diplom

GASTRO-SUISSE 077-5186

Sprachaufenthalte

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



Die branchenspezifische Ausbildung an der Hotel und Tourismus-Handelsschule hotelleriesuisse ist eine praxisnahe Alternative zur KV-Lehre. Bereits nach zwei Jahren (inkl. Praktikum) kann die Ausbildung mit dem Diplom für kaufmännische Mitarbeitende in Hotellerie und Tourismus von hotelleriesuisse abgeschlossen werden, nach drei Jahren folgt der Eidg. KV-Abschluss B-/E-/M-Profil der Branche Hotel-Gastro-Tourismus (HGT). Die Ausbildung kann auch zweisprachig (Englisch/Deutsch) absolviert werden.

www.minervaschulen.ch

Arara Baden Bern Luzern Zürich

Jetzt
Info-Anlässe!

Vorteil
MINERVA®

Eine Schule der Kalexio Bildungsgruppe Schweiz

7206-4166

hoteljob.ch

La piattaforma per l'impiego leader
nei campi dell'industria alberghiera, della
gastronomia e del turismo.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Un servizio di hotelleriesuisse

Weiterbildung aktuell.

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

Erstes eidgenössisch anerkanntes Nachdiplomstudium auf der Stufe HF zugeschnitten auf Unternehmer/innen und Kader aus Hotellerie und Gastronomie. Modularer Weiterbildung in vier Teilen mit den zentralen Themen aktueller Unternehmensführung inkl. BW und Real Project Management. Nachhaltiger Erfahrungsaustausch und permanente Betreuung. General Management Review auf strategischer Ebene mit direktem Bezug zur Praxis.

Kursbeginn Zyklus 37: 20. Oktober 2010

Informationsveranstaltungen:

- 14. Juni 2010, Hotel Schweizerhof, Luzern
- 09. August 2010, Hotel Schweizerhof, Zürich
- 31. August 2010, Victoria-Jungfrau Grand Hotel + Spa, Interlaken

Mit diesen Ausweisen und mindestens 1 Jahr Führungserfahrung sind Sie zur Berufsprüfung Führungsfachfrau/-mann mit eidg. Fachausweis zugelassen.

Diese Weiterbildung wird mit L-GAV-Bildungsbeiträgen unterstützt.

Die Ausbildung erfolgt in Kooperation mit www.akad.ch/business

Alle Infos unter www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung

Führungsfachfrau/-mann FA

Lehrgang Leadership, 5 Module: Selbstkenntnis, Selbstmanagement, Teamführung, Kommunikation, Informantion Konfliktmanagement.

Lehrgang MANAGEMENT, 6 Module: Betriebswirtschaft, Rechnungswesen, Personalwesen, Teamorganisation, Projektmanagement, Recht.

Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus

Stufe I:

- | | |
|------------------------------|----------------------------|
| 24./25.06.2010, Muri b. Bern | 21./22.09.2010, Winterthur |
| 10./11.08.2010, Pfäffikon | 10./11.11.2010, Lenzburg |
| 14./15.09.2010, Basel | 15./16.11.2010, Chur |

- Stufe II:
- 30./31.08.2010, Gwatt
 - 25./26.11.2010, Bern
 - 13./14.12.2010, Lenzerheide
- Weitere Kursdaten finden Sie unter: www.quality-our-passion.ch

KOPAS-Ausbildung:

- 25.08.2010, Luzern
- 17.12.2010, Bern

reception@hotelleriesuisse, Zyklus 5

- Modul 1 Persönlichkeit: 04.-09.10.2010
- Modul 2 Front Desk Skills: E-Learning, Self Learning
- Modul 3 Kommunikation: 29.11.-04.12.2010
- Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

We Are In Search Of Excellence. What About You?

Manchmal ist weniger mehr: Das trifft sowohl auf das kleine eingespielte Team von 5-6 Mitarbeitenden zu als auch auf die sich im Aufschwung befindliche Privatklinik mit überschaubarer Größe – übrigens an optimaler Citylage eines zweisprachigen Kantons Hauptorts. Das Gebäude wird zur Zeit aktiv um- und ausgebaut, spannende Zukunftsvorprojekte werden umgesetzt und in Sachen Kulinarik geht alles in Richtung frisch, speziell und innovativ, dem Zeitgeist entsprechend.

Genau hier wollen wir mit Ihnen in Zukunft Akzente setzen: Traumjob für experimentierfreudige Kochkünieler mit dem Auge für Detail, die gerne selber Hand mit anlegen wollen; ja sogar müssen! Die noch selbst auf den Markt gehen und Ideen umsetzen können. Dafür werden Sie entschäftig mit Foodies, die Ihnen praktisch keine Grenzen setzen. Sie haben freie Lieferantenwahl und dürfen Ansprechpartner auf Augenhöhe erwarten: Ein Profi-Management aus der Luxushotellerie stammend, das darauf wartet mit Ihnen zusammen das Unternehmen weiterzubringen.

Chef de cuisine – Küchenchef/in

einer exklusiven Privatklinik auf Stufe Deluxe-Hotellerie

Uns schwebt vor, dass Sie neuen Wind hineinbringen, dass man von «Ihrer Küche» spricht und die anspruchsvollen Privatpatienten das Gefühl bekommen in einem First-Class-Restaurant verwöhnt zu werden. Ohne Berührungsängste besuchen die Patienten regelmässig persönlich. Ihnen Wünsche und Anregungen entgegen und führen eine pepptige, trendige Küche mit mediterranen Einschlägen ergänzt durch saisonale und regionale Spezialitäten. Das Ganze leicht, knackig, marktfrisch bei top Qualität und optisch ansprechend serviert. Vorteile dieser spannenden unternehmerisch geprägten Pionieraufgabe: Abends und bei entsprechender Organisation jedes zweite Wochenende frei sowie eine solide absolute Entlöhnung. Idealerweise können Sie sich auf Französisch verständigen oder bringen ausdauhafte Französischkenntnisse mit. Diätköch-Erfahrung ist nicht nötig. – Are You In Search Of Excellence? Dann bitte Lebenslauf mit Foto per E-Mail einsenden oder anrufen. Unter +41 79 402 53 00 – auch ausserhalb von Büroöffnungszeiten. Ich freue mich auf den Kontakt und das Gespräch mit Ihnen.

Ralf-Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. 044 802 12 00 · Fax 044 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

One of the most beautiful towns in the world.

Gastfreundschaft auf hohem Level zelebrieren. Die Wettbewerbsvorteile des lokal besten und zugleich grössten First-Class-Hotels mit über 100 Komfortzimmern und Deluxe-Suiten an allerbester Lage optimal nutzen. Verantwortung für mehrere Restaurants und für die Abteilung Rooms Division übernehmen. Die gesamten Operations leiten. Im Team hochgesteckte Ziele erreichen. Nach einem Jahr die geplante Nachfolge als Direktorin antreten. – Sind das Herausforderungen für Sie? Dann heissen wir Sie bei unserem Auftraggeber – einem Blue Chip der Branche – herzlich willkommen.

Das infrastrukturell einzigartige Hotel mit architektonisch herausragend gestaltetem Wellness-Bereich inkl. Indoor-Pool, Sauna und Erlebnisbädern sowie Conference-Center und Kids-Club gehört zu einer der exklusivsten CH-Hotelgruppen im Premium-Segment! Auch der attraktive Standort, ein weltbekannter CH-Ferienort, ist Teil des Erfolgsrezepts: Im entsprechenden europäischen Destinationsvergleich nimmt er regelmäßig im Ranking eine Spitzenplatz ein und erreicht als eine der wenigen Destinationen in den Bereichen Nachfrageentwicklung, Auslastung und Ertragskraft hohe Indexwerte.

Resident Manager

als zukünftige Direktorin, zukünftiger Direktor 4**** Superior Hotel

Für diese spannende Executive Position mit geplanter Nachfolgerregelung benötigen Sie einige Jahre Erfahrung auf Kaderebene, z.B. als Director of F & B, RDM oder Vize, sind ab ca. 30plus und verstehen sich als kommunikativer Gastgeber mit Flair für Erlebnisgastronomie. Sie entlasten den Direktor in allen wichtigen Bereichen, verfügen über den Abschluss einer der etablierten, vorzugsweise schweizerischen Hotelfachschulen und haben Erfahrung in Sachen Führung mehrerer Teams bzw. starker Department Heads. Rhetorisch sind Sie fit; sprachlich auch. D/F/E sind ein Must.

Sie sind selbstbewusst, abgelenkt, kommunizieren und stimmen sich eng ab mit den Entscheidungsträgern innerhalb der Hotelgruppe und sehen eine an Sie gestellte hohe Erwartungshaltung als Steigbügel zum Erfolg. Auf den Punkt gebracht: Sie sind der Junghoteller, die Junghoteliere mit Potential! Wenn Sie die ultimative Herausforderung suchen und einen gehörigen Touch «Swissness» mitbringen, sollten wir uns bestimmt kennen lernen. Für den Erstkontakt reicht uns Ihr Lebenslauf mit Foto via Mail oder Ihr Anruf. Ausserhalb der Bürozeiten erreichen Sie Ihren Berater auf Mobile +41 79 402 53 00.

Ralf-Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. 044 802 12 00 · Fax 044 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

Hotel Restaurant AESCH Walchwil, am Zugersee

per sofort oder nach Vereinbarung

versierter Küchenchef

Betriebsassistentin 60- bis 100%-Pensum

(idealerweise als Paar)

In lebhaften und aufstrebenden 3-Sterne-Hotelbetrieb in 4. Generation von der Familie Hürlimann geführt, sympathisches à la carte-Restaurant, ausgezeichnete Fischküche, Seminarien und Bankette, 40 Gästezimmer, an wunderschöner Lage in Walchwil vor den Toren von Zug.

kleines, motiviertes Team, sucht neuen Chef, der unsere gepflegte Küche leitet und organisiert, Freude an der Ausbildung junger Leute mitbringt und grossen Wert auf konstante Qualität legt.

Betriebsassistentin

zur tatkraftigen Unterstützung des Geschäftsführers in diversen Bereichen vor und hinter den Kulissen eines Hotelbetriebes.

Sie möchten neue Ideen einbringen und erfolgreiche Angebote weiterführen?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

Beat Hürlimann erteilen Ihnen gerne nähere Auskünfte.

Hotel Aesch
z. H. Beat Hürlimann
Hinterbergstrasse 31
6318 Walchwil

7282-4025

Die Gastronomiegruppe



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

Für das von uns im Auftrag geführte

Restaurant Technorama

Technoramastrasse 1, 8404 Winterthur

suchen wir per sofort einen

Küchenchef (m/w)

Ihr Aufgabe: Ihr Aufgabengebiet umfasst das Führen der Küchenbrigade (ca. 4 Mitarbeiter) sowie die aktive Mitarbeit bei der Menüproduktion. Zudem sind Sie für eine innovative Angebotsplanung, den gesamten Einkauf, die Schulung der Mitarbeitenden sowie die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien verantwortlich.

Ihr Profil: Sie sind eine selbständige, flexible und belastbare Person, welche über eine abgeschlossene Berufsausbildung und Erfahrung in ähnlicher Position verfügt. Zudem besitzen Sie hohes Qualitätsbewusstsein, unternehmerisches Denken und Handeln sowie ein grosses Mass an Kreativität. Sie arbeiten ziel- und erfolgsorientiert, sind offen für Neues und können Verantwortung übernehmen. In der Regel arbeiten Sie an 5 Tagen zwischen Dienstag und Sonntag von 8.00 bis 17.00 Uhr, sind jedoch auch bei Spezialanlässen flexibel einsatzbereit. In Ausnahmefällen bleibt das Restaurant auch am Montag und an Feiertagen geöffnet.

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

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

ZFV-Unternehmungen

Flüelastrasse 51, Postfach, 8047 Zürich

T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36

info@zfv.ch, www.zfv.ch

Wir suchen ab August 2010 oder nach Vereinbarung

Fachfrau für
Réception und Administration

Ihr Aufgabenbereich umfasst:

Führen der Réception mit der dazugehörenden Administration Entgegennahme von Reservationen für Hotel und Restaurant Mithilfe bei Personaladministration und Buchhaltung Beantwortung von Telefonanrufern Mithilfe am Buffet von 12.00 bis 13.00 Uhr

Wir bieten uns:

Kaufmännische Ausbildung Hotelréception-Erfahrung mit Geschäftskundschafft Sehr gute Sprachkenntnisse in Wort und Schrift (D/E, F von Vorteil) Alter ca. 25-35 Jahre oft

Wir bieten Ihnen:

Hohe Eigenverantwortung und abwechslungsreiche Tätigkeit Samstag und Sonntag frei, Abend frei Famililiäres Arbeitsklima

Wir sind ein Familienbetrieb von der 5. Generation geführt und haben 35 Hotelzimmer, einen Restaurationsbetrieb mit 120 Plätzen und eine trendige Bar.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung an folgende Adresse:

Landgasthof Linde
Sarah Schibli
Niederrohrdorferstrasse 1
5442 Fislisbach
Telefon 056 493 12 80
www.linde-fislisbach.ch



7293-4025

One of the most beautiful towns in the world.

Gastfreundschaft auf hohem Level zelebrieren. Die Wettbewerbsvorteile des lokal besten und zugleich grössten First-Class-Hotels mit über 100 Komfortzimmern und Deluxe-Suiten an allerbeste Lage optimal nutzen. Verantwortung für mehrere Restaurants und für die Abteilung Rooms Division übernehmen. Die gesamten Operations leiten. Im Team hochgesteckte Ziele erreichen. Nach einem Jahr die geplante Nachfolge als Direktorin antreten. – Sind das Herausforderungen für Sie? Dann heissen wir Sie bei unserem Auftraggeber – einem Blue Chip der Branche – herzlich willkommen.

Das infrastrukturell einzigartige Hotel mit architektonisch herausragend gestaltetem Wellness-Bereich inkl. Indoor-Pool, Sauna und Erlebnisbädern sowie Conference-Center und Kids-Club gehört zu einer der exklusivsten CH-Hotelgruppen im Premium-Segment! Auch der attraktive Standort, ein weltbekannter CH-Ferienort, ist Teil des Erfolgsrezepts: Im entsprechenden europäischen Destinationsvergleich nimmt er regelmäßig im Ranking einen Spitzenplatz ein und erreicht als eine der wenigen Destinationen in den Bereichen Nachfrageentwicklung, Auslastung und Ertragskraft hohe Indexwerte.

Resident Manager

als zukünftige Direktorin, zukünftiger Direktor 4**** Superior Hotel

Für diese spannende Executive Position mit geplanter Nachfolgerregelung benötigen Sie einige Jahre Erfahrung auf Kaderebene, z.B. als Director of F & B, RDM oder Vize, sind ab ca. 30plus und verstehen sich als kommunikativer Gastgeber mit Flair für Erlebnisgastronomie. Sie entlasten den Direktor in allen wichtigen Bereichen, verfügen über den Abschluss einer der etablierten, vorzugsweise schweizerischen Hotelfachschulen und haben Erfahrung in Sachen Führung mehrerer Teams bzw. starker Department Heads. Rhetorisch sind Sie fit; sprachlich auch. D/F/E sind ein Must.

Sie sind selbstbewusst, abgelenkt, kommunizieren und stimmen sich eng ab mit den Entscheidungsträgern innerhalb der Hotelgruppe und sehen eine an Sie gestellte hohe Erwartungshaltung als Steigbügel zum Erfolg. Auf den Punkt gebracht: Sie sind der Junghoteller, die Junghoteliere mit Potential! Wenn Sie die ultimative Herausforderung suchen und einen gehörigen Touch «Swissness» mitbringen, sollten wir uns bestimmt kennen lernen. Für den Erstkontakt reicht uns Ihr Lebenslauf mit Foto via Mail oder Ihr Anruf. Ausserhalb der Bürozeiten erreichen Sie Ihren Berater auf Mobile +41 79 402 53 00.

Ralf-Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. 044 802 12 00 · Fax 044 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

Hotel Taverne zur Linde
9220 Bischofszell

Wir sind ein lebhafter Betrieb im Herzen des Rosenstöckchens, und suchen per sofort oder nach Übereinkunft aufgestellte, flinke

Serviceangestellte

Muttersprache Deutsch, Englisch- oder Französischkenntnisse von Vorteil.

Schichtbetrieb.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Familie Aeberhard Annelies

Gruebplatz

Tel. 071 422 16 10, info@hotel-linde.cc

www.hotel-linde.cc

SV

catering & services

SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie. Als professionelle Gastgeberin bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Für das Geschäftsfeld **Business** suchen wir per 1. August 2010 oder nach Vereinbarung eine/n

Stv. Leiter/in Küche 100 %

Das ISO 9001:2000 wie auch OHSAS 18001 und ISO 14001 zertifizierte **Zurich Development Center** in Zürich ist ein Lern-, Arbeits-, Präsentations- und Konferenzzentrum der Zürich Versicherungs-Gesellschaft. Der Betrieb umfasst 83 komfortable Hotelzimmer, 15 verschiedene grosse Labräume eingerichtet mit der modernsten technischen Infrastruktur, 2 Restaurants, 2 Lounges und diverse Outlets. Den Gästen steht ein Dienstleistungsangebot auf hohem Niveau zur Verfügung. In dieser spannenden Kadefunktion sind Sie für die operative Produktion und Fertigung des Speisenangebots zuständig sowie miterantwortlich bei der Führung des Küchenteams (8 Mitarbeitende, 1 Lernender). In Zusammenarbeit mit dem Küchenchef erarbeiten Sie die Angebotsplanung der Semi-à la carte Verpflegung und führen sämtliche anfallenden Administrationsaufgaben aus. Zudem sind Sie miterantwortlich für den Einkauf von Lebensmitteln und Betriebsmaterial sowie für die Kontrolle der Bestellungen. Die Übernahme von Duty Management Diensten für das Center runden Ihre Tätigkeit ab.

Ihr Profil

- Abgeschlossene Berufslehre als Koch und einige Jahre Berufserfahrung
- Abgeschlossene Weiterbildung als Gastronomiekoch
- Kreative, dynamische und kommunikationsfähige Fachpersönlichkeit
- Flexibilität sowie Teamfähigkeit
- Gepflegte Erscheinung
- ISO Kenntnisse und PC-Anwenderkenntnisse
- Englischkenntnisse von Vorteil

Robert Suter, Hotel Manager, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte, Telefon +41 44 625 75 75, www.sv-group.ch. Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto an:

SV (Schweiz) AG
Zurich Development Center
Kelterstrasse 48
CH-8044 Zürich



7293-4025

Die Gastronomiegruppe



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

Für das von uns im Auftrag geführte

Personalrestaurant Allegria

der Helsana AG beim Bahnhof Zürich-Stettbach

suchen wir per August 2010 einen

Küchenchef

Ihre Aufgabe: Sie führen die Küchenbrigade mit ca. 8 Mitarbeitern und arbeiten aktiv bei der Menüproduktion mit. Zudem übernehmen Sie die Angebots-, Aktions- und Aktivitätenplanung, den Einkauf sowie die Lagerhaltung. Die Einsatzplanung der Mitarbeitenden, das Schulen und Weiterbilden der Küchenmannschaft sowie alle anfallenden administrativen Arbeiten gehören ebenfalls zu Ihrem Verantwortungsbereich. Sie kontrollieren die Einhaltung und Durchsetzung der Hygiene- und EKAS-Richtlinien und führen regelmässige Teamgesetzungen durch.

Ihr Profil: Sie über Ihren Beruf mit Freude aus, bringen Erfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie sowie als Küchenchef mit und sind sich eine selbständige Arbeitsweise gewohnt. Sie sind kreativ, innovativ, engagiert und auch bei Anlässen ausserhalb der üblichen Arbeitszeiten (zwischen Montag und Freitag im Tagesdienst) einsatzbereit. Zudem verfügen Sie über ein hohes Qualitätsbewusstsein, unternehmerisches Denken und Handeln sowie PC-Kenntnisse. Sie setzen sich selber anspruchsvolle Ziele, vertreten eine eigenständige Meinung und sind bereit Neues zu entwickeln. Ihre Mitarbeitenden fördern und fordern Sie und können Aufgaben delegieren.

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

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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

Best Western

Trend HotelFreie Stellen in Zürich
für begeisterte Berufsleute:**Tournante Chef de rang/
Servicemitarbeiter (w/m)****Réceptionistin/Empfangs-
mitarbeiter (w/m)**

Eichwatt, Dorfstrasse 20
CH-8105 Zürich-Regensdorf/Watt
Tel. +41 44 870 88 88
Fax: +41 44 870 88 99
rg@trend-hotel.ch www.trend-hotel.ch

7342-4200

*** HOTEL
RESTAURANT
BAR

Gasthof Hirschen

CH-8105 REGENSDORF

Persönliches 3-Sterne-Hotel mit attraktivem Restaurationsangebot sucht

den initiativen Küchenchef**Aufgaben**

- Personelle und betriebswirtschaftliche Führung der Küche mit max. 10 Mitarbeitern
- Planung und Umsetzung des gesamten Food-Angebotes
- Ausbildung der Lehrlinge

Anforderungen

- Führungspersönlichkeit mit Erfahrung
- Fachlich ausgewiesen
- Offener Teamplayer mit viel Freude am Beruf
- Idealalter zwischen 28-40 Jahre
- Zeitgemäss EDV-Kenntnisse

Angebot

- Interessante selbstständige Kaderstelle

Entsprechen Sie dem Stellenprofil, so freue ich mich auf Ihre vollständige Bewerbung an:
Gasthof Hirschen AG, Frau E. Bader Keller
Watterstrasse 9, 8105 Regensdorf
e.bader@hirschen-regensdorf.ch



38 Betten
www.hotelcalifornia.ch

Hotel California
Marco Callaro
Schiffliände 18
8001 Zürich
m.callaro@gastrag.ch

Im Herzen von Zürichs Altstadt am Hechtplatz im ***Hotel California suchen wir zur Unterstützung unseres Teams per sofort oder nach Vereinbarung eine

Réceptionistin

Sie sind zwischen 20 bis 30 Jahre alt und fühlen sich wohl in einem lebhaften Betrieb. Sie beherrschen die Sprachen Deutsch und Englisch in Wort und Schrift und haben gute EDV-Kenntnisse. Sie führen unsere Réception mit viel Flair und Kompetenz und haben Freude am Umgang mit unseren Gästen.

Sind Sie interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

7329-4237

Die Gastronomiegruppe



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

Für das von uns im Auftrag geführte

Personalrestaurant SIG Hus

Wüscherstrasse 6, 8212 Neuhausen
suchen wir per 02. August 2010 einen

Küchenchef (m/w)

Ihre Aufgaben: Sie sind für die Organisation des gesamten Küchenbereichs sowie die Führung von 3 Mitarbeitenden verantwortlich. Zudem sind Sie für die Gewährleistung einer frischen, saisonalen Küche von ca. 350 Essen sowie die Durchführung von Caterings zuständig. Ebenfalls in Ihren Aufgabenbereich gehören die Erstellung der Menüpläne, das Schulen der Mitarbeitenden, der Einkauf aller Food-Artikel, die Inventarverarbeitung, die Überprüfung der Warenkosten und die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeits sicherheitsvorschriften.

Ihr Profil: Sie sind eine selbständige, innovative und verantwortungsbewusste Person, welche über eine abgeschlossene Berufsausbildung und Erfahrung in ähnlicher Position verfügt. Zudem besitzen Sie ein hohes Qualitätsbewusstsein, unternehmerisches Denken und Handeln sowie PC-Kenntnisse. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag von 6.00 bis 15.30 Uhr, sind jedoch auch bei Spezialanlässen flexibel einsatzbereit. Zudem setzen Sie sich selber anspruchsvolle Ziele und sind offen für Neues. Ihre Mitarbeitenden fördern und fordern Sie und können selbstständig Entscheidungen treffen.

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

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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

7294-4736

Rüttihubelbad · Walkringen bei Bern

**RESTAURANT HOTEL
RÜTTIHUBELBAD**

Die Rüttihubelbad AG, mit neu umgebautem Restaurant sucht per 1. August 2010 oder nach Vereinbarung

Küchenchef / Küchenchefin**Ihre Aufgaben**

- ✓ Operative, personelle und betriebswirtschaftliche Führung der Küche
- ✓ Sicherstellung der Qualität
- ✓ Kreativ und leidenschaftlich unsere neuzeitliche Emmentaler Küche mit biologischen und regionalen Produkten erfolgreich positionieren
- ✓ Planung der à la carte-, Bankett- und Tagesmenu sowie saisonale Angebote
- ✓ Einhaltung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien

Ihr Profil

- ✓ Führungserfahrung einer Küchenbrigade und in der Lehrlingsausbildung
- ✓ Hohe Sozialkompetenz und Belastbarkeit
- ✓ Kenntnisse der vegetarischen Küche
- ✓ Offener Kommunikationsstil, team- und lösungsorientiert
- ✓ Ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein
- ✓ Vernetztes Denken und Handeln
- ✓ Gute Kenntnisse von Word, Excel

Wir bieten

- ✓ Interessante, abwechslungsreiche Kaderstelle sowie modernes Arbeitsumfeld mit Freiraum für Ideen und Entfaltung.
- ✓ Eingespieltes Team
- ✓ Neuzeitliche Anstellungsbedingungen.

Informationen zu unserer Institution finden Sie unter www.rueyttihubelbad.ch.

Nähere Auskunft erteilt Ihnen gerne Herr Max Gugelmann, Leiter Hotellerie & Gastronomie, Tel. 031 700 88 88

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis 30. Juni 2010.

Hotel Restaurant Rüttihubelbad AG
Personalwesen
Rüttihubel 29
3512 Walkringen

7321-4736

Franchisenehmer/in**Sind Sie startbereit für eine neue Herausforderung?**

Die migrolino AG, eine Tochtergesellschaft des Migros-Genossenschafts-Bundes, betreibt an ausgewählten Standorten ein erfolgreiches Franchisekonzept mit Convenience-Shops, in welchen die anspruchsvolle Kunde alles findet, was sein Herz begehrte: Ein grosses Lebensmittelmonti mit Frischprodukten, eine Cafeteria und zahlreiche Kiosk- und Presseartikel.

Wir suchen einen/eine Franchisenehmer/in für die Standorte Horgen Oberdorf, Zürich-Affoltern und Oberwinterthur.

Was Sie erwarten:

Als Vertragspartnerin mit ausgezeichneteter Marktposition in der Schweiz bieten wir Ihnen ein Shop-Konzept, das den Convenience-Trend der Kunden voll abdeckt. Sie betreiben auf eigene Rechnung ein multifunktionales Dienstleistungszentrum und tragen die volle Verantwortung für Ihr Geschäft. Unterstützt werden Sie von einem professionellen und motivierten Führungsteam. Der Einstieg als Unternehmer/in wird Ihnen durch ein klares Konzept, einen idealen Standort sowie durch eine sorgfältige Einarbeitung erleichtert. Eine permanente Aus- und Weiterbildung hinsichtlich Sortimentsplanung, Verkauf, Werbung und Finanzen ist garantiert und bildet die Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit und Partnerschaft.

**Was wir erwarten:**

Als unternehmerisch und kundenorientiert denkende Persönlichkeit mit grossem Verkaufsgeschick, betriebswirtschaftlichem Know-how, Führungserfahrung und Einsatzbereitschaft, weisen Sie eine erfolgreiche Berufslaufbahn, idealerweise mit Erfahrung im Detailhandel, auf. Ihren Kunden betreuen Sie mit hoher Dienstleistungsbereitschaft und Sie haben ein Flair für Zahlen.

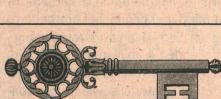
Begeistert? Dann machen Sie sich stark und bewerben sich!

Fragen beantwortet Ihnen gerne Robert Schärz.

Telefon: 031 326 57 65, hr@migrolino.ch

migrolino

7329-4248



ankommen und geniessen

- Wir suchen nach Vereinbarung

CHEF DE PARTIE

Wir sind ein beliebtes, vor zwei Jahren total saniertes Altstadtrestaurant und ***Hotel mittan in Bern.

Wenn Sie leidenschaftlich kochen, teamorientiert und kreativ sind, dann passen Sie ideal in unsere Brigade von 5 Mitarbeitenden.

Gerne stelle ich Ihnen den künftigen Arbeitsplatz vor und erwarte die Bewerbungsunterlagen unter folgender Adresse:

**HOTEL-RESTAURANT
GOLDENER SCHLÜSSEL**
Jost Troxler
Rathausgasse 72, 3011 Bern
Telefon +41 31 311 02 16
Fax +41 31 311 56 88

Internet: www.goldener-schlüssel.ch
Mail: troxler@goldener-schlüssel.ch

7342-4200

Zur Ergänzung unseres Bar-Teams suchen wir ab August 2010 einen

Barmitarbeiter (70%–100%)

mit mehrjähriger Erfahrung.

Du bist etwa 25 bis 35 Jahre alt, liebst deinen Beruf und die Menschen, schätzt einen gut organisierten Arbeitsplatz in einem jungen Team, willst dich einbringen und gerne auch noch dazulernen...

Dann freuen wir uns darauf, dich kennenzulernen und all deine Fragen zu beantworten!

Gerne erhalten wir eine schriftliche Bewerbung.

Hotel Linde
Sarah Schibli
Niederrohrdorferstrasse 1
5442 Fislisbach
Tel. 056 493 12 80
www.barlinde.ch
www.linde-fislisbach.ch



barlinde
Fislisbach
www.barlinde.ch

STERNE

Gesucht Service-Fachangestellte 100 %

Auf Ende Juli 2010

Wir bieten Ihnen:

Zeitgemäss Entlöhnung, jeden 2. Sonntag, Montag und Dienstag frei, familiäres Arbeitsklima, Jahresstelle, Schichtbetrieb.

Wir erwarten:

Selbstständiges Arbeiten, Ehrlichkeit, freundlichen Umgang mit unseren Gästen. Deutsch in Wort und Schrift.

Melden Sie sich mit den üblichen Unterlagen bei Eugen Kalberer, Gasthof Sternen, Dorfstrasse 12, 7323 Wangs, Tel. 081 723 11 81, E-Mail: info@sternen-wangs.ch, www.sternen-wangs.ch

Betriebsferien: 26. Juni bis 22. Juli 2010. Erreichbar während dieser Zeit unter Telefon 079 565 64 57.

JUNGFRAU

GRINDELWALD • WENGEN • MÜREN • LAUTERBRUNNEN

Jungfrau Region Marketing AG sucht zur Ergänzung ihres Teams

Mitarbeiterin Verkauf/Callcenter

Ihre Hauptaufgaben

- Buchungen von A (Anfrage) bis Z (Zahlung) über Reservationssystem
- Deskline vornehmen
- Offertenstellung und Follow-ups
- Durchführung von aktiven Verkaufsförderungsaktivitäten
- Akquisition, Pflege von Daten und Kontingenten im Reservationssystem
- Gestaltung von Verkaufsangeboten
- Führen von verschiedenen Statistiken

Von unserem Teammitglied erwarten wir

- Erfahrung in der Bearbeitung von Buchungen, wünschenswert auf Deskline
- Stilistische Korrespondenz in den Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch (schriftlich und mündlich, Grundkenntnisse in Italienisch und Spanisch von Vorteil)
- Freude am Verkauf
- Gästeeorientiertes Denken und Handeln
- Kontaktfreude
- Begeisterung für die Jungfrau-Region
- Bereitschaft zum unregelmässigen Arbeiten

Wir bieten Ihnen

- Abwechslungsreiche Arbeitsstelle mit vielen Kontakten, Mitgestaltungs möglichkeit und Verantwortung
- Freie Benützung der Sportanlagen in der Jungfrau-Region
- Saisonpässe der Jungfrau-Region

Stellenantritt: Herbst 2010 oder nach Vereinbarung

Arbeitsort: Grindelwald

Sind Sie interessiert?

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit CV und Foto an folgende

Adresse:

Jungfrau Region Marketing AG, Frau Ursula Mühlmann, Postfach 131,

3818 Grindelwald, ursula.muehlemann@myjungfrau.ch

Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Philippe Sroll, CEO,

Tel. 033 854 12 70, zur Verfügung. www.myjungfrau.ch



CH - 3775 Lenk im Simmental

Unser 3*-Sterne-Hotel wird zurzeit komplett erneuert und in die 4*-Sterne-Klassifizierung gebracht. Das traditionsreiche Haus verfügt über 46 Zimmer und eine grosszügige Infrastruktur mit gediegtem Restaurantsbereich und Hotelbar mit Kaminzimmer, Hallenbad mit Wellness.

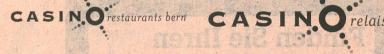
Wir suchen ab sofort

Réceptionistin w/m
Chef de Service
Servicemitarbeiter

Sie haben einige Jahre Berufserfahrung und haben gerne Gästekontakt und Freude an der Hotelerei in den Bergen, dann sind Sie bei uns im Hotel Wildstrubel am richtigen Ort.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen und auf ein persönliches Gespräch, um Ihnen unser Haus und unsere Vision von Gastfreundschaft vorstellen zu können.

Hotel Wildstrubel, Direktion, Lenkstrasse 8, 3775 Lenk im Simmental



Commis oder Demi Chef de Pâtisserie (m/w)

100%, per sofort

Als unser zukünftiger Mitarbeiter bringen Sie eine abgeschlossene Berufsausbildung als Konditor mit Erfahrung in der Pâtisserie mit. Sie sind eine organisierte und engagierte Persönlichkeit und haben Freude, mit frischen Produkten zu arbeiten. Ihrer Kreativität können Sie bei uns freien Lauf lassen! Team- und Gästeeorientierung, Qualitätsbewusstsein sowie Flexibilität und Belastbarkeit gehören zu Ihren Stärken. Sie haben immer ein Lächeln für unsere Gäste und Ihre Teamkollegen. Deutsch ist Ihre Muttersprache, weitere Sprachkenntnisse sind selbstverständlich willkommen!

Es erwartet Sie:

Eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit mit Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten. Ein multikulturelles Team, welches Freude daran hat, unsere Gäste zu verwöhnen. Unsere Anstellungsbedingungen sind gemäss L-GAV.

Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, in einem jungen, innovativen Team mitzuwirken!

Das sind wir:
Die Casino Restaurants Bern AG ist eine junge und dynamische Firma in einem klassischen, geschichtsträchtigen Haus mit viel Kultur. Freundlich – flexibel – frisch ist unser Credo. Ein aufgestelltes, fröhliches Team freut sich auf eine selbstständige, sozialkompetente Persönlichkeit. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wenn ja, senden Sie Ihre Unterlagen an untenstehende Adresse, oder rufen Sie uns an, wenn Sie weitere Fragen haben.

Casino Restaurants Bern AG
Kontaktperson Frau Laila Zoller
Herrengasse 25, 3011 Bern
laila.zoller@casinobern.ch
www.casinobern.ch

KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Akutspital für Innere Medizin
mit integrierter Rehabilitation

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

Zur Verstärkung unserer Diätküche suchen wir per sofort einen oder eine

Diätkoch/-köchin
100 % Pensum



berndorf

LUZERN

Siamo leader di mercato e innovazioni nel settore della tavola gastronomica e specialisti nel sistema distribuzione alimentari (ospedali, case di cura e banchetti).

Il nostro rappresentante per il Ticino, e per i cantoni Uri, Ob- e Nidwalden adotta una nuova sfida. Siamo dunque alla ricerca di una vivace e socievole personalità nel settore

rapresentante vendita esterna

I suoi compiti

- Consulenza e vendita per la nostra gamma di prodotti, con una grande base di clienti esistenti
- Acquisire nuovi clienti da convincente presentazione del nostro servizio-pacchetto
- Garantire il flusso d'informazioni e esigenze di mercato ai servizi interni

I suoi requisiti

- Formazione di base nel settore di gastronomia e dimostrabile successo di vendita
- Pronto a viaggiare durante tutta la settimana
- Ottima conoscenza dell'italiano e tedesco
- Efficiente, orientato verso il team, come la capacità negoziale e spessore finale

Cosa le offriamo

- Un'attenta induzione e integrazione in un team motivato
- Auto-responsabilità in un ambiente sempre più vasto
- Una collaborazione interna che svolge tutto il Backoffice per lei
- Prospettiva a lungo termine in una ben nota azienda tradizionale con chiare strutture di conduzione e processi organizzativi gestibili

Siete interessati a cogliere quest'importante sfida e disposti a fornire il Vostro personale contributo al successo della nostra azienda? Naturalmente le garantiamo la massima discrezione. In tal caso inoltrate la Vostra condotta pubblicamente in tedesco completa di certificati a:

Berndorf Luzern AG

Industriestrasse 15

6203 Sempach-Station

www.berndorf.ch

rebekka.beerli@kreativa.ch

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG

Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin

CH-8265 Mammern (Bodensee) TG

Tel. 044 52 742 11 11

www.klinik-schloss-mammern.ch

THE SWISS LEADING HOSPITALS

7304-424

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

Pächter / Pächter-Paar

Geschäftsführer (w/m)

Resident Manager

Hoteldirektor

Geschäftsführer/in

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber

Assistant Convention Manager

Personalvermittlungsprofi (w)

Marketing and Controlling Koordinator

Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber

Leiterin Administration

Personalverantwortliche/r

Sachbearbeiter/in Rechnungswesen 60-70%

Reception / Front Office

Position, Arbeitgeber

Chef de Réception

Réceptionist/-in

Front Office Agent

Réceptionist/in

Front Office Manager/in

Guest Relation Mitarbeiter/in

Réceptionist (in)

Réceptionist (in)

Junior Réceptionist/in (Spanien - Costa Brava)

Réceptionist/Night Auditor (m)

Réceptionistin

Réceptionistin (w/m)

Réceptionist (n)

Sous-chef (England - Kent)

Chef de Réception

Night assistant / Nachtreception & controlling

Réceptionistin

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber

Chef de Service

Küche

Position, Arbeitgeber

Chef de Partie

Commis de cuisine

Sous-chef (m/w)

Chef de Partie (m/w)

Pâtissier (m/w)

Koch (m/w)

Demi-chef de partie (England - London)

Küchenchef/in

Chef pâtissier

Chef de partie (England - Evershot)

Commis de cuisine (Ireland - Cork)

Chef de partie (Ireland - Cork)

Sous-chef

Küchenchef

Chef de Partie

Chef de partie

Chef de partie (Ireland - Galway)

Chef de partie (England - Aviemore)

Chef de partie

Pâtissier (w/m)

Chef de cuisine - Küchenchef/in

Hilfskoch (m)

Sous Chef (m/w)

Commis de Cuisine

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber

Sommelier/Sommelière (England - London)

Aide du Patron

Commis de rang

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber

Commis de rang conference and banqueting (England - London)

Commis de rang

Servicecaushilfe

Serviceangestellte/r

Servicecaushilfen

Servicemitarbeiter Catering 50%

Serviceangestellte/r

Servicemitarbeiter

Servicemitarbeiterin

Commis de rang

Demi-chef de rang (Ireland - Carlow)

Commis de rang oder Servicepraktikant/-in

Chef de rang

Demi-chef de rang (England - Wiltshire)

Chef de service (England - Wiltshire)

Stv. Geschäftsführerin (w)

Ort

Job-Code

International

J14627

Region Zentralschweiz

J14629

Region Zentralschweiz

J14631

Region Zürich

J14633

Region Basel

J14639

Region Basel

J14641

Region Zürich

J14687

Region Bern

J14689

Region Bern

J14687

Region Mittelland (SO,AG)

J14678

Region Zürich

J14676

Region Neuchâtel/ Jura

J14727

International

J14728

Tessin

J14734

Tessin

J14733

Region Bern

J14690

International

J14696

Region Zürich

J14700

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber

Chef de bar

Operations manager private dining & events (England - London)

Barmaid/ Barman (Spanien - Costa Brava)

Commis de bar

Barmitarbeiter für den Sommer

Barmaid/ Barman (England - London)

Ort

Job-Code

Region Oberwallis

J14606

International

J14621

International

J14619

Region Oberwallis

J14607

Region Zürich

J14634

International

J14729

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber

1. Gouvernante

Alleingouvernante

2. Gouvernante

Head Housekeeper (Paris - Frankreich)

Zimmerfrau

Gouvernante

Ort

Job-Code

Region Oberwallis

J14613

Region Zürich

J14698

Region Bern

J14614

International

J14620

Region Zürich

J14723

Region Zürich

J14716

Diverses

Position, Arbeitgeber

Charcuterieverkäuferin

Ort

Job-Code

Region Zürich

J14695

Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber

Receptionspraktikant/in

Hotelfachmann/-frau

Koch/Köchin

Cuisinier/Cuisinière

Employé/e de commerce HGT

Kaufmann/-frau HGT

Spécialiste en hôtellerie

Restaurantsfachmann/-frau

Spécialiste en restauration

Receptionspraktikant/in

Ort

Job-Code

Region Zürich

J14642

Ganze Schweiz

J5419

Ganze Schweiz

J5422

Toute la suisse

J5551

Toute la suisse

J5427

Ganze Schweiz

J5423

Toute la suisse

J5426

Ganze Schweiz

J5421

Toute la suisse

J5424

Region Zürich/ Schaffhausen

J5337

Express Stellengesuche

1

2

3

4

5

6

Chef de partie/Souchef

Director of Sales & Marketing / Vizedirektor / Direktor

Event/Bankett/Administration

Küchenchef

Personal/ Geschäftsleitung/Verwaltung

Restaurantassi/Empfangsassi/Serviceangestellte/Barmitarbeiterin

Service

Spiralhotellerie/ Gesundheitswesen/ Konzeption/ Consulting

Team- oder Gruppenleiterin

Zimmermädchen/ Küchenhilfe/ Kellnerin

Referenznummer - Numéro des candidats

Beruf (gewünschte Position) - Profession (Position souhaitée)

Alter - Age

Eintrittsdatum - Date d'entrée

Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques

Stand per 7.6.2010. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

www.hoteljob.ch



Kategorie: Unikat

Kloster Kappel

Seminarhotel und Bildungshaus

Das erfolgreiche Seminarhotel ist ein Ort der Begegnung und des Austauschs, des Lernens und der Inspiration. Es wird von der evangelisch-reformierten Landeskirche des Kantons Zürich getragen.

Im ehemaligen Zisterzienserkloster im Dreieck Zürich – Luzern – Zug gelegen, finden inmitten von Natur und Ruhe Firmenseminare und theologische Weiterbildungen statt.

Um der stetig steigenden Nachfrage gerecht zu werden, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n fachlich fundierte/n

Réceptionisten/-in (60%)

(Reservierungssektion auf Fidelio Suite V8)

Es erwarten Sie eine abwechslungsreiche, anspruchsvolle Aufgabe mit entsprechenden Kompetenzen und attraktiven Anstellungsbedingungen. Für nähere Auskünfte steht Ihnen gerne Cornelia Patzen, (Chef der Réception), Telefon 044 764 88 10, zur Verfügung – oder besuchen Sie uns unter www.klosterkappel.ch. Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbungsunterlage mit Foto.

Diese senden Sie bitte bis 18. Juni 2010 an:
Kloster Kappel, Jürgen Barth, Geschäftsführer, 8926 Kappel am Albis

7302-4219



Zu unserem lebhaften Hotelbetrieb, nur eine halbe Stunde von Zürich und Luzern entfernt, gehören 14 modern eingerichtete Seminarräume, 69 komfortable Hotelzimmer, eine moderne Bar und zwei Restaurants.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir nach Vereinbarung eine

Leiterin Hauswirtschaft

Sie haben eine Berufsschule als Hotelfachfrau oder -assistentin abgeschlossen, sind sehr qualitäts- und pflichtbewusst und haben eine gut organisierte Arbeitsweise. Zudem schätzen Sie den Umgang mit internationaler Kundschaft und Mitarbeitern.

Es erwarten Sie ein lebhafter und interessanter Hotel- und Gastonomiebetrieb mit moderner Einrichtung.

Haben wir Interesse geweckt? Dann freut sich Tanja Fess, Leiterin Personal, auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

SeminarHotel am Ägerisee
Seestrasse 10, 6314 Unterägeri
Telefon 041 754 61 61
Telefax 041 754 61 71
www.seminarhotelaegersee.ch

7301-4219

BAKER & MCKENZIE

Wir sind eine international tätige Anwaltskanzlei und beraten und vertreten schweizerische und ausländische Unternehmen in lokalen Angelegenheiten und internationalen Transaktionen. Wir gehören zu Baker & McKenzie International, zusammen mit weltweit mehr als 3400 Anwälten/innen in 70 Büros in 38 Ländern.

Nach unserem Umzug an die Holbeinstrasse 30 im Zürcher Seefeld suchen wir zur Ergänzung unseres Teams per sofort oder nach Vereinbarung aufgrund der Teamkonstellation eine jüngere

Mitarbeiterin Rezeption/Empfang 60-70%

Idealerweise: Montag: 16.45–20.15, Dienstag: 7.30–12.00, Mittwoch: 8.30–17.45, Donnerstag: 7.30–12.00, Freitag: 8.00–14.00 Uhr.

Bereitschaft zu Ferienvertretungen

Ihr Arbeitsbereich umfasst folgende Bereiche:

- Betreuung Telefon/Empfang im Dreiteam
- Organisation und Koordination der Konferenzräume
- Betreuung von Klienten und Gästen
- Verschiedene administrative Tätigkeiten im Zusammenhang mit Telefon- und Kurierwesen
- Erfassen interner Abwesenheiten / Datenbankpflege
- Mitarbeit in Projekten

Vorzugsweise haben Sie bereits an einer Rezeption gearbeitet oder verfügen über Erfahrung im Dienstleistungsbereich. Sie zeichnen sich durch ein hohes Mass an Dienstleistungsorientierung aus und sind gerne in permanentem Kontakt mit Menschen verschiedener Nationalität. Nebst Deutsch verstehen und sprechen Sie sehr gut Englisch und verfügen über gute Französischkenntnisse. Ihr Profil wird abgerundet durch gute PC-Anwenderkennnisse. Sie sind eine selbstständige, zuverlässige sowie pflicht- und verantwortungsbewusste Persönlichkeit, die auch in hektischen Situationen einen kühlen Kopf bewahrt. Auf Ihre Flexibilität, Teamfähigkeit und Ihr freundliches und gepflegtes Wesen legen wir grossen Wert.

Für zusätzliche Informationen steht Ihnen Frau Petra Inauen, Leiterin Empfang, Tel. 044 384 14 14 (Montag, Mittwoch und Donnerstag anwesend), gerne zur Verfügung. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an folgende Adresse:

Baker & McKenzie Zurich

Frau Simone Blättler, Leiterin Human Resources, Holbeinstrasse 30, CH-8034 Zürich
Telefon: 044 384 14 14, Telefax: 044 384 12 84, E-Mail: simone.blättler@bakermckenzie.com

7309-4225

Für unser wunderschönes Wein
restaurant im Herzen von Zürich suchen
wir per sofort eine/-n



Servicemitarbeiter/-in mit guten Weinkenntnissen

Wir suchen eine kundenorientierte, flexible und teamfähige Persönlichkeit mit ausgeprägter Weininteresse. Lieben Sie den Umgang mit Menschen und haben Sie das Talent Kundewünsche zu erkennen und darauf einzugehen? Haben Sie Ihre Ausbildung im Service abgeschlossen und evtl. bereits erste Berufserfahrung gesammelt? Auch Wiedereinsteiger/-innen sind bei uns herzlich willkommen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Mövenpick Restaurant Bündnerstube

Stefanie Rosche

Nüscherstrasse 1

8001 Zürich

stefanie.rosche@moevenpick.com

MARCHÉ INTERNATIONAL

Marché

Cantina

Mövenpick

Restaurants

7318-4231



Einzigartiger Arbeitsplatz:

Die Kartause Ittingen ist ein vielseitiges, faszinierendes Unternehmen und gehört zu den führenden Seminar- und Kulturzentren der Schweiz. In dieses höchst interessante Umfeld suchen wir **per sofort oder nach Vereinbarung**:

• Restaurationsfachleute:

Neben einer einmaligen Umgebung und einem tollen Arbeitsklima bieten wir überdurchschnittliche Aistellungsbedingungen.

Weitere Informationen und Jobangebote finden unter www.kartause.ch – Über uns – Offene Stellen oder rufen Sie uns an.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Stiftung Kartause Ittingen
Karin Bühlmann, Personalassistentin
CH 8532 Warth
karin.buehlmann@kartause.ch
Telefon +41 52 748 44 11



7329-4230



An bevorzugter Lage in Zürich Wallisellen bietet das Hotel Belair Geschäftleuten und Individualgästen eine kleine Oase der Erholung. Das Hotel verfügt über 47 Zimmer, einen Seminarraum sowie das Restaurant La Cantinella mit seiner gehobenen italienischen Küche.

Zur Unterstützung der Geschäftsleitung suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine/n aufgestellte/n

Direktionsassistenten/-in

In dieser Position sind Sie für folgende Aufgaben verantwortlich:

- Gesamtverantwortung über den Réceptionsbereich
- Bearbeitung der Buchungsplattformen inkl. Preisgestaltung
- Organisation von Banketten und Seminaren
- Mithilfe in der Buchhaltung und der Personaladministration
- Hauptverantwortung über die Umsetzung der ISO-9001-Richtlinien
- Diverse administrative Aufgaben sowie Marketing- und Sales-Aktivitäten
- Stellvertretung des Direktors bei Abwesenheit

Für diese äusserst spannende und abwechslungsreiche Tätigkeit suchen wir eine motivierte Persönlichkeit, die es schätzt, selbstständig zu arbeiten und neue Ideen einzubringen. Sie verfügen über einen Abschluss einer anerkannten schweizerischen Hotelfachschule und bringen bereits Erfahrung in den oben erwähnten Aufgaben mit. Von Vorteil kennen Sie bereits das Frontoffice-System Protel, sprechen E und F und haben bereits erste Führungserfahrungen sammeln können.

Auf Sie warten ein junges, gut eingespieltes Team und eine berufliche Herausforderung mit vielen Entwicklungsmöglichkeiten. Wenn Sie an einem langfristigen Engagement interessiert sind und Sie sich beruflich weiterentwickeln möchten, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

Bitte senden Sie uns Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an folgende Adresse:

Hotel Belair
Herr Peter K. Jörg
Alte Winterthurerstrasse 16
8304 Wallisellen-Zürich

Tel. +41 44 839 55 55
www.belair-hotel.ch
joerg@belair-hotel.ch



7303-4235



ENGADIN
St. Moritz

Engadin St. Moritz, die Tourismusorganisation im Oberengadin, hat den Auftrag das touristische Angebot des Tals weltweit zu vermarkten. Unser Ziel ist es, das führende Tourismusteam zu werden und Engadin St. Moritz zur bekanntesten und insbesondere begehrtesten Feriendestination der Alpen zu machen.

Wir suchen per 1. August oder nach Vereinbarung einen

Junior Public Relations (100%, m/w)

In Ihrer Funktion organisieren und betreuen Sie Medienreisen, schreiben und distribuieren Medienmitteilungen und zeichnen für die Organisation und reibungslose Abwicklung interner Veranstaltungen verantwortlich. Zudem sind Sie die Stellvertretung des Leiters PR und beantworten Medienanfragen.

Anforderungen:

- Aus- oder Weiterbildung im Bereich PR
- Erste Berufserfahrung auf Unternehmens- oder Agenturseite
- Kenntnisse moderner Kommunikationsmittel
- Stilistisches und Zielgruppenpezifisches Schreiben
- Schweizerdeutsch als Muttersprache, Englisch und Italienisch von Vorteil
- Besitz eines PKW-Führerscheins
- Organisations- und Kommunikationstalent
- Hohe Loyalität, Diskretion und Dienstleistungsbereitschaft
- Bereitschaft für Wochenendeinsätze
- Gepflegtes sowie sicheres Auftreten

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann senden oder mailen Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Bild bis zum 18. Juni 2010 an: Engadin St. Moritz, Herr Michael Baumann, Personalleiter, Via San Gian 30, 7500 St. Moritz, Tel. +41 81 830 09 22, michael.baumann@sesag.ch, www.engadin.stmoritz.ch

7307-4233

Wir suchen für unseren lebhaften Landgasthof per Anfang August oder nach Vereinbarung eine

**Servicemitarbeiter/in (m oder w)
sowie Serviceaushilfen (w)
und einen gelernten Koch (m oder w)
sowie ein Sous-Chef de cuisine**

Wir bieten: eine abwechslungsreiche und selbstständige Tätigkeit
Mitarbeit in aufgestelltem Team
Montag und Dienstag frei
geregelte Arbeitszeiten
auf Wunsch Personalzimmer
8 km von der Stadt Bern entfernt
traditionelle, marktfrische Küche

Für einen ersten Kontakt melden Sie sich per Telefon an



Doris und Peter Tschannen (031 829 11 00)
Gasthof zum Kreuz
3033 Wohlen
www.kreuzwohnen.ch
info@kreuzwohnen.ch

7308-4230

Svizzera italiana



Wir sind ein wunderschön gelegenes Familienhotel mitte im Kastanienwald an einem «Ort der Kraft» im Tessin und suchen motivierte Mitarbeiter ab sofort:

Servicefachangestellte

selbstständiges Arbeiten, Betreuung der Hotelgäste (Vollpension) und A-la-carte-Gäste am Mittag, einsatzbereit und teamfähig;

Allrounder

Junger, motivierter Mitarbeiter für alle anfallenden Arbeiten von Poolputzen zur Mithilfe in der Küche und Abwaschen ist alles dabei. Sehr abwechslungsreiche Arbeit, die Selbstständigkeit und Flexibilität voraussetzt.

Wir bieten eine vielseitige Tätigkeit in einem jungen, kollegiale Team, mit regelmässigen Arbeitszeiten und neuem Mitarbeiterhaus.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto) via E-Mail oder Post:

Hotel Sass da Grüm
G. Metter und S. Büsci
6574 San Nazzaro
Tel. 091 7852171
www.sassdagrum.ch
info@sassdagrum.ch

7340-426



Laddove non è facile partire!
Dort wo Ihnen der Abschied nicht leicht fällt!
Lendroit qu'il n'est pas facile de quitter!

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

Folgende Stellen sind ab sofort bis 31. Oktober 2010 zu besetzen:

- **Réceptionist/in** D/I/F mit Hotel erfahrung
- **Commis de rang 50%** D/I/F für HP-Saal
- **Tournante 60%** I für Etage/Lingerie/Office

Wir bieten Ihnen geregelte Arbeitszeiten, Urlaub während der Saison sowie Benützung unserer Sport-Infrastruktur.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

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

7338-426

Stellengesuche

Koch

22 Jahre, Schweizer, sucht eine Jahresstelle per sofort oder nach Vereinbarung (Deutschschweiz).
Daniel Ruoss, Hotel Hulftegg,
9613 Mühlrüti
Tel. 079 427 41 55

7308-4230



Unser Team sucht Sie in Jahresstelle als

**Receptionsmitarbeiter/-innen
Commis de rang**

Jobdescription auf serpiano.ch
Gute Italienisch-Kenntnisse sind Bedingung
Mitarbeiter-Zimmer im Hotel verfügbar
Einfach erreichbar auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln
Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung

Wir freuen uns über Ihre Bewerbung!

Hotel Serpiano, Matthias Thomann, Direktor, 6867 Serpiano
Tel. 091 986 20 00 direzione@serpiano.ch inkl. Webcam und Fotogalerie

7327-4238

Stellenvermittlungen

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes Hotelpersonal.

Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotelia

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz), Tel./Fax 061 421 10 09
www.hotelia.ch

7327-201

IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

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

Chefredaktion / Rédaction en chef: Elsbeth Hobmeier

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

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

Anzeigen-Innendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss, Monika Hausmann

E-Mail: inserate@htr.ch **Homepage:** www.htr.ch

Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi: www.hoteljob.ch

Anzeigenkosten (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
- Kaderkredit / rubrique cadres / tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadrif CHF 2.30

Zuschlag Aufstellung 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

- Ausgabe / Numéro

17. 6. 2010

- Erscheint / Brutton

14. 6. 2010

- Anzeigenchluss / Délai

21. 6. 2010

Nr. 24/2010

24. 6. 2010

Nr. 25/2010

1. 7. 2010

Nr. 26/2010

28. 6. 2010

Doppelnummer

Nr. 27/2010

8. 7. 2010

Nr. 28/2010

5. 7. 2010

Anzeigenchluss / Délai

Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr

Doppelnummern

Numéros coulés

Nr. 27/28 8. 7. 2010

Liegenschaften- Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr

Nr. 29/30 22. 7. 2010

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

Nr. 50/51 16. 12. 2010

Auflage WEM-beglaubigt 2009 / tirage contrôlé REMP 2009: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 732 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 769 Ex.

Druckauflage / tirage imprimé: 13 000 Ex.

In diese Zeitung publizierte Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Der Verleger die Inseraten untersagt ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.

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:

- **Besserung 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

Vendesi

Hotel ristorante pizzeria

con 28 camere in centro Bellinzona.

Solo seri interessati scrivere a cifra
T024-679840 à Publicitas SA,
casella postale 48, 1752 Villars-sur-
Glâne 1.

Kreolisches Restaurant Investor gesucht

Kreolisches Restaurant Investor gesucht
Die Finesse der Kreolischen Küche habe ich von meiner Grossmutter gelernt und durch diverse internationale Stationen weiterentwickelt und verfeinert. Um meine Geschäftsidee, ein Edel-Kreolisches Restaurant in Zürich zu realisieren, suche ich einen Investor. Zuschriften unter Chiffre 7344-4252 an hr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Die stellenrevue

der htr hotel revue –

jede Woche der

grösste Stellenmarkt

der Branche

Für weitere Informationen zur stellenrevue,
Preisanfragen oder für ein Abonnement
kontaktieren Sie uns direkt: 031 370 42 42/37.

inserate@htr.ch, www.htr.ch

htr hotel revue

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 23 / 10. Juni 2010

Gelesen von Entscheidungsträgern!

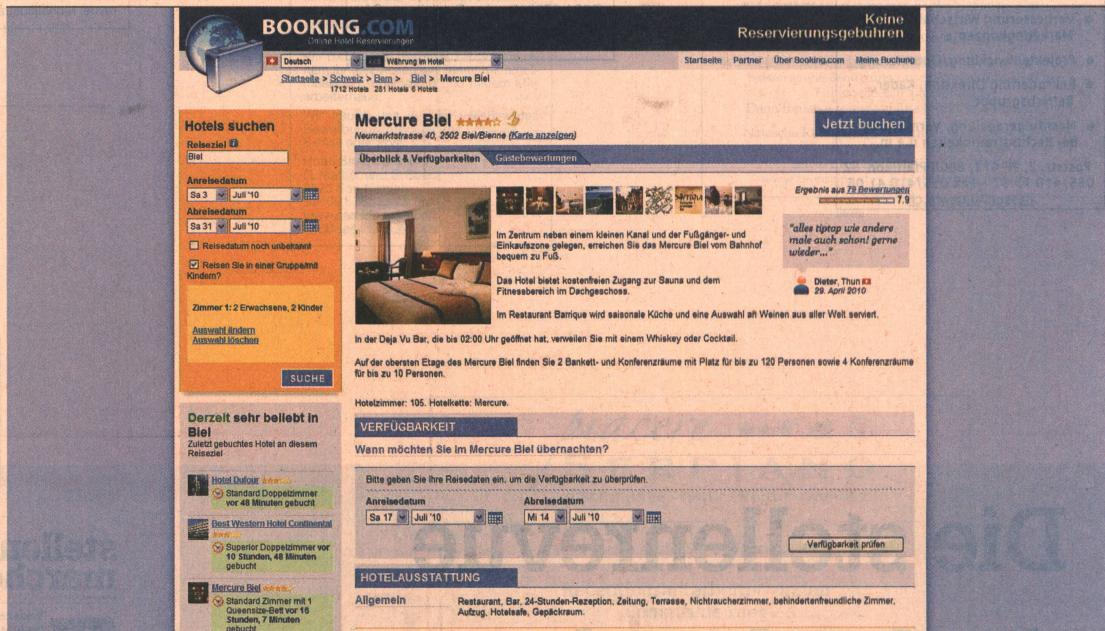
Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

Marktpreise

Das Internet und neue Vergleichstools werden die Entwicklung hin zu transparenten Marktpreisen weiter vorantreiben.

BEISPIEL: Hotel Biel



Screenshot ab

Listenpreis ist Vergangenheit



OLIVER ZURWERRA
CEO HOTELPARTNER

Seit der starken Verlagerung der Buchungsabwicklung vom traditionellen Weg des Reise- und Verkehrsbüros sowie des Telefonbuchs auf den neuen Weg des Internet ist der Hotelpreis transparent. Nicht nur der Gast (Nachfrager) sieht innerhalb von wenigen Minuten die Preise aller Hotels, sondern auch der Hotelier (Anbieter). Die komplette Transparenz zwischen der Nachfrage (Gast) und dem Angebot (Hotelier) führt nahezu zu einer Preisdynamik wie in einem theoretischen Marktmodell.

Dynamische Preise

Durch das Internet hat der Hotelier die Möglichkeit, über internationale Buchungsplattformen wie Expedia, Booking, HRS und die eigene Internetseite (Buchungsmaske), seine Zimmerpreise jeder-

zeit zu ändern und in Echtzeit zu veröffentlichen. Die Verzögerung zwischen der Entscheidung, den Zimmerpreis zu senken oder zu steigern, und dem Moment der Veröffentlichung des neuen Preises ist minimal. Aus diesem Grund publizieren Reiseveranstalter wie Kuoni, Hotelpan etc. die Preise in den Katalogen nicht mehr, sondern passen diese täglich der Nachfrage an (dynamische Preise). Je nach Entwicklung der Nachfrage und dem Angebot anderer Veranstalter sind die Preise noch während dem Drucken der Kataloge bereits veraltet. Viele Hoteliers drucken bereits keine Preislisten mehr. Der Hotelier (Anbieter) sieht jederzeit die Preisentwicklung seiner Destination und kann ohne Verzögerung darauf reagieren, indem er seine eigenen Zimmerpreise entsprechend anpasst.

Für den Gast sind Preistransparenz und Buchungsabwicklung über das Internet sehr vorteilhaft, weil er weder mit dem Hotel für eine Anfrage in Kontakt treten muss, noch ist er gezwungen sich telefonisch oder schriftlich bei anderen Hotels eine Offerte einzuholen. Da Fluggesellschaften früh erkannt haben, dass der Gast sich Informationen elektronisch beschafft sowie online buchen will, können Flugbuchungen teilweise nur noch über das Internet getätigt werden, und der Kontakt über telefonische Hotlines werden durch automatisierte Sprechsysteme und sehr teure Minutenraten bewusst erschwert (z.B. Easyjet).

Zukünftig wird die Mehrzahl der Buchungen über die bekannten internationalem Buchungsplattformen und über die Homepage der Hotels abgewickelt. Dies be-

deutet, dass alle Gäste die verschiedenen Angebote im Internet vergleichen werden und der Hotelier einem täglichen Vergleich mit anderen Hotels ausgesetzt ist.

Aktuelle Marktpreise

Der Hotelier wird zwangsläufig auf den Marktpreis reagieren müssen, wenn er nicht Buchungsvolumen verlieren will. Der Marktpreis ist der täglich aktuelle Preis und kann an einzelnen Tagen deutlich vom früheren Listenpreis abweichen. Gewinner von dieser neuen Dynamik wird der Hotelier sein, der den täglichen Marktpreis versteht und sich schnell und 365 Tage pro Jahr diesem anpassen kann. Verlierer ist der Hotelier, der dies nicht tut. Nicht mehr der Hotelier bestimmt seinen Zimmerpreis (Listenpreis), sondern der Markt (Marktpreis).



htrnews – jetzt registrieren und gewinnen

Mit der htr hotel revue und dem neuen wöchentlichen newsletter htrnews sind

Sie rundum informiert über die Branche, die Trends und die Konkurrenz.

Jetzt unter htr.ch registrieren und eine exklusive Geschenk-Packung der Selection-Dyhrberg gewinnen. Anmeldeschluss für die Verlosung ist der 31. Juli 2010.

htr hotel revue www.htr.ch