

**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>**



htr

10. Juni 2010

Nr. 23 Fr. 4.30 / € 2.90

AZA/JAA - 3001 Bern / Berne

www.htr.ch



## Hotelwelten

Thermen werden zur «Wellness-Mall», in die Sauna ziehen Däfte 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.

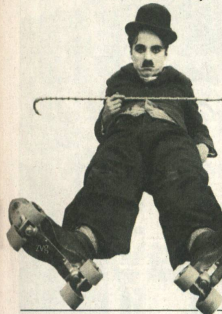
Seite 4

## Musée Chaplin

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

Seite 19

Eugène Chaplin, Sohn von Charlie Chaplin



## 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 Ober-

hasli AG.

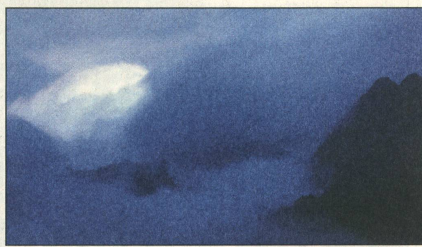
Seite 3

## Klimawandel

Die Branche ist sensibilisiert. Die Saaser sorgen vor.

Die Klimaveränderung trifft den Tourismus in den Alpen besonders hart. Das Saatal 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



Sorge tragen zur faszinierenden Landschaft. Hier die Engelhörner.

# Südafrika ist bereit



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

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

DANIEL STAMPF

Zum ersten Mal überhaupt findet eine Fussball-WM auf dem afrikanischen Kontinent statt. Für das Austragsland Südafrika bietet dies die einmalige Gelegenheit, auch seine touristischen und kulinarischen Vorzüge 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 Hotellerie profitiert weniger als ursprünglich erwartet. Die Hotels des Schweizer Hans Enderle, die sich an Austragsorten befinden, sind jedoch um die Spiel-tage ausgebucht. Enderles City-Lodge-Gruppe umfasst in Südafrika insgesamt 50 Betriebe mit total 6442 Zimmern.

Seiten 5, 16 und 17

## 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. Zwar setzten die USA mit der Teilnahme von Barack Obama ein grosses Zeichen. Wohin der Weg aber führt, ist offen. Niemand ist bis jetzt konkrete Verpflichtungen eingegangen – es handelt sich lediglich um freiwillige Einschränkungen zur Kürzung der CO<sub>2</sub>-, 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

www.htr.ch

Adresse: Monbijoustrasse 130

Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16

Fax: 031 370 42 24

E-Mail: redaktion@htr.ch

Verlag: Tel. 031 370 42 22

Fax: 031 370 42 23

E-Mail: verlag@htr.ch

Aboservice: Tel. 031 740 97 93

E-Mail: abo@htr.ch

9 771662 334000 23

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



## Aus der Region

## Mittelland

Kanton Bern  
spricht Geld für  
neues Schiff

Die Bielsee-Schiffahrts-Gesellschaft (BSG) erhält vom Kanton Bern 6 Mio. Franken für den Kauf eines neuen Schiffs. Unter der Bedingung, dass auch der Kanton Solothurn 2 Mio. Franken beisteuert, so der Entscheid des bernischen Grossen Rates. Das neue Schiff mit einer Kapazität von 300 Personen soll ausser aus dem Bielsee auch auf der Aare bis Solothurn zum Einsatz kommen. Die BSG steuert 100'000 Franken bei. Der solothurnische Kantonsrat stimmt voraussichtlich Ende Juni über das Geschäft ab. gsg

Elf Varianten für  
den Ausbau des  
Berner Bahnhofs

Bei der Planung des Ausbaus des zu klein gewordenen Hauptbahnhofs Bern ist die erste Beurteilung von 18 möglichen Varianten abgeschlossen. Noch 11 Varianten werden nun weiter auf ihren Nutzen und ihre Finanzierbarkeit untersucht. Planer und Behörden unterscheiden bei den 11 Varianten mehrere Ansätze. Bis in einem Jahr wollen Behörden und Planer das beste Projekt für diesen langfristigen Ausbau des Bahnhofs ermittelt haben. dst

Musical «Ewigi  
Liebi» zieht von  
Zürich nach Bern

Das Mundart-Musical «Ewigi Liebi» soll von Zürich nach Bern umziehen. Auf dem Wankdorf-City-Areal ist eine mobile Theaterhalle geplant. Beginnen mit dem Bau kann man allerdings erst, wenn die entsprechende Bewilligung vorliegt. Die neue Halle soll 2400 Quadratmeter gross werden und Platz für 930 Zuschauer bieten. Die Premiere ist für den 4. November vorgesehen. Wie lange das Musical in Bern bleibt, ist unklar. Für die Produzenten ist in Bern das Potenzial am grössten. «Ewigi Liebi» startete im September 2007 in Zürich. Seitdem sahen rund 450'000 Personen das Musical. gsg

## Wettbewerb

Zu sehen war das  
Hotel Europe  
in Engelberg

18 Personen haben vergangene Woche am Hotelarchiv-Wettbewerb teilgenommen. 15 Teilnehmende lagen mit ihrem Tipp richtig: Auf dem Bild war das Hotel Europe (Europäischer Hof) in Engelberg abgebildet. Patrick Lüthi aus Wabern wurde als Gewinner ausgelost. Er erhält eine Flasche spanischen Rotweins «Dehesa La Granja» 2002 von Alejandro Fernández. dst

**Session. Risikosport.** Der Ständerat will die Outdoor-Branche in die Pflicht nehmen. Er hat aber auch beim Zweitwohnungsbau Nägel mit Köpfen gemacht.

Regeln für  
RisikosportZehn Jahre nach dem  
Canyoning-Unglück  
im Saxetbach soll es  
nun doch ein Rah-  
mengesetz für Ri-  
sikosportarten geben.

THERES LAGLER

Nach jahrelangem Hin und Her hat der Ständerat am Dienstag als Zweitrat beschlossen, ein Rahmengesetz für Risikosportarten zu erlassen. Das Gesetz soll die Sorgfaltspflichten für Bergfüh-

rer, Schneesportlehrer und Anbieter von Risikoaktivitäten festlegen. Bevor der Rat die Details regelt, muss sich allerdings erneut die vorberatende Kommission damit befassen. Das Gesetz geht auf eine parlamentarische Initiative aus dem Jahr 2000 zurück, die der damalige CVP-Präsident und heutige Volkswirtschaftsdirektor des Kantons Wallis, Jean-Michel Cina, einreichte. Er tat dies im Nachgang zum Canyoning-Unglück im Saxetbach, bei dem 21 junge Menschen ums Leben kamen.

**Schweizer Tourismus-Verband befürwortet nationale Lösung**  
Mario Lütolf, Direktor des Schweizer Tourismus-Verbands

(STV), ist erfreut, dass sich nun endlich eine nationale Lösung abzeichnet. «Anfänglich hatten auch wir Bedenken. In der ursprünglichen Gesetzesvorlage wurde neben der Sicherheit bei kommerziell angebotenen Risikosportarten auch die Sicherheit auf den Skipisten thematisiert», führt Lütolf aus. Dieser Verantwortungsbereich liege aber klar bei den Bergbahnbetreibern und sei jetzt nicht mehr Teil des Gesetzes. Lütolf verspricht sich von den neuen Sorgfaltspflichten eine Qualitätssicherung, die auch dem Label «Safety in Adventure» zugutekommen könnte. Das Label wurde von der Branche selber initiiert, beruht aber bis heute auf Freiwilligkeit. Rund 40 Outdoor-Fir-



Riverraften gehört zu den touristischen Risikoaktivitäten.

men liessen bisher ihre Sicherheits-Standards zertifizieren.

Walliser haben erste Erfahrungen  
mit kantonalem Gesetz

Was national auf sich warten lässt, setzte Cina kantonale um. Das Wallis kennt seit zwei Jahren ein Gesetz für Risikosportarten. «Wir haben gute Erfahrungen damit gemacht», hält François Seppey, Chef der Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung des Kantons Wallis,

fest. «Es ist ein Gesetz zum Wohle der Kunden. Bei uns ist der Bereich Skipisten integriert, da wir neben der Sicherheit auch die Qualität gewährleisten wollen», erläutert Seppey. Ein Gast, der 300 Franken für den Skilehrer zahle, müsse die Gewähr haben, dass der Skilehrer entsprechend ausgebildet sei. Es gehe dabei nicht um Protektionismus. «Der Markt spielt. Alle Anbieter, die die Anforderungen erfüllen, sind zugelassen.»

## Kampf gegen «kalte» Betten

Der Ständerat geht bei  
der Zweitwohnungs-  
problematik und der  
Alpenkonvention weiter  
als der Nationalrat.

THERES LAGLER

In der Schweiz soll mit einer Reihe von Massnahmen gegen den überbordenden Zweitwohnungsbau in Tourismusgebieten vorgegangen werden. Der Ständerat hat

eine entsprechende Teilrevision des Raumplanungsgesetzes gutgeheissen. Im Gegensatz zum Nationalrat, der es eigentlich den Kantonen überlassen wollte, wie ein ausgewogenes Verhältnis von Erst- und Zweitwohnungen sicherzustellen sei, nennt der Ständerat mögliche Vorgehensweisen. Er zählt Kontingente für Erstwohnungen, die Ausscheidung spezieller Nutzungszonen und die Erhebung von Lenkungsabgaben im Gesetz auf, verzichtet aber darauf, generelle Zweitwohnungs-

kontingente zu verordnen. Die Vorlage geht nun zurück an den Nationalrat.

Das Gleiche passiert auch mit den Umsetzungsprotokollen der Alpenkonvention. Der Ständerat hält nämlich daran fest, drei der neun Protokolle zu ratifizieren. Es handelt sich um die drei Protokolle «Raumplanung und nachhaltige Entwicklung», «Verkehr» und «Bodenschutz». Touristiker sind sich derweil uneins, ob die Ratifizierung dem Tourismus eher nutzen oder schaden wird.

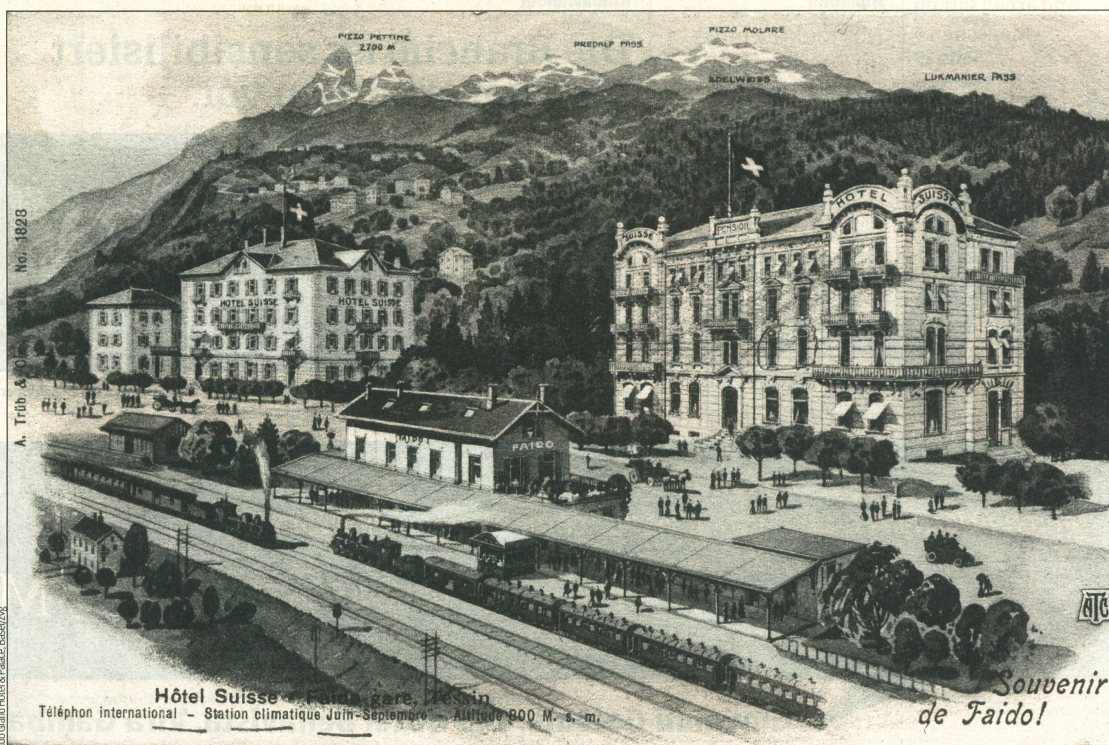
Ventilklausel bleibt  
auch künftig Sache  
des Bundesrats

Die eidgenössischen Räte sollen die im Freizügigkeitsabkommen mit der EU vorgesehene Ventilklausel nicht in Eigenregie beschliessen können. Der Ständerat hat eine Parlamentarische Initiative von Maximilian Reimann (SVP/AG) mit 27 zu 6 Stimmen abgelehnt. Die Ventilklausel ermöglicht es der Schweiz bis 2014, die Einwanderung aus den EU-Staaten zu kontingentieren. Der Bundesrat lehnte es bislang ab, diese Schutzklausel anzuwenden. tl

Hochqualifizierte  
Ausländer besser  
integrieren

Ausländer mit einem Schweizer Hochschulabschluss erhalten nun leichter Zugang zum hiesigen Arbeitsmarkt. Der Ständerat ist dem Nationalrat gefolgt und hat einer entsprechenden Gesetzesrevision zugestimmt. Mit den neuen Bestimmungen soll verhindert werden, dass der Schweiz hochqualifizierte Arbeitskräfte verloren gehen, nachdem sie in deren Ausbildung investiert hat. Profitieren vom Entscheid dürfte auch die Hotel- und Tourismusbranche. tl

**Entrée:** Hotel Suisse, Faido (TI). Mehr auf [www.htr.ch/hotelarchiv](http://www.htr.ch/hotelarchiv)

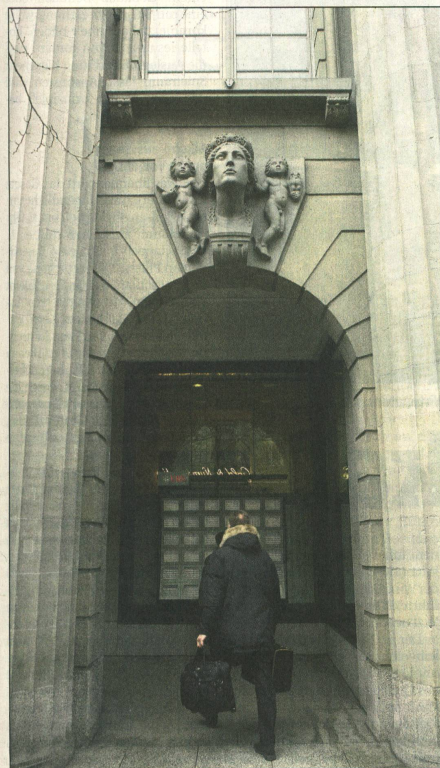


Hôtel Suisse - Faido gare, Tessin  
Téléphon international - Station climatique Juin-Septembre - Altitude 800 M. s. m.

Souvenir  
de Faido!



# Vier Wege ins Jahr 2030



Wird Zürich in Zukunft weniger Geschäftsreisende haben?

Alain D. Bollat

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

ANDREAS GÜNTERT

**Z**ürich 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 Institute (GDI) greift das Thema in der Studie «Zürcher Tourismus 2030 – Entwicklungsperspektiven» auf. In vier alternativen Extremszenarien 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. Gästemix: 60 Prozent Business, 20 Prozent Freizeit, 20 Prozent Bleisure.

Das zweite Szenario, «Premium-Boutique», geht von wirtschaftlich härteren Zeiten aus; nur noch 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 Deltasegelflug ab dem Uetliberg – bei Laune gehalten wird. Gästemix: Geschäftsanteil 75, Freizeitanteil 25 Prozent.

Variante 3, «Rückzugsort», zeichnet ein touristisches Zürich auf dem Krebsgang. Bei diesem Stress-Szenario sinkt der Anteil der Geschäftsreisenden stark, die nun überwiegenden Freizeittouristen buchen. Günstig-Unterkünfte. Kostenlose Natur-Erlebnisse zählen

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

Elmar Ledergerber  
Präsident Zürich Tourismus

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

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

Elmar Ledergerber, Präsident von Zürich 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 «Rückzug» wohl nicht denkbar und das Modell einer «Premium Boutique» so polarisierend sein.

Immerhin hat ja auch Elmar Ledergerber seine ganz persönliche Zukunftsvision: Den Kanton Zürich und die Touristik-Profitore von Detailhandel und Gastronomie stärker einzubinden in den Kreis der Zürich-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 Zürich 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 komplettiert den Vorstand für die Amtsperiode bis 2013. An der GV wurde auch die Jahresrechnung präsentiert. Beiträge und Erträge beliefen sich auf ein Gesamttotal von 12,7 Mio. Franken. Die Hoteliers steuernde dabei mit City-Tax-Abgaben von 7,4 Mio. Franken knapp 60% der Mittel bei. dst

Aus der Region

**Basel**

**Boulevard-Beizen dürfen WM ins Freie übertragen**

Fussballfans können in Basler Boulevard-Restaurants die Spiele während der morgigen 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 Exekutive 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-Innag

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 Berghotel Trübsee, das 66% mehr Umsatzerwirtschaftete als im Winter zuvor.

**Ostschweiz**

**Null-Stern-Hotel in Teufen macht dicht**

Nach einem Jahr hat das Null-Stern-Hotel der St. Galler Künstler Frank und Patrik Riklin in Teufen AR seine Bunker-Pforte geschlossen. Die Unterkunft mit ihren 14 Betten war selbsttragend, hat jedoch keinen Gewinn abgeworfen. Die Initiatoren planen jetzt die Eröffnung eines kommerziellen Null-Stern-Hotels in einer Grossstadt. Es soll ein neuer Betrieb mit 50 bis 100 Betten an einem noch nicht genannten «urbanen Ort» entstehen. Die Initiatoren haben die Marke «Null Stern» weltweit geschützt.

**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

## Das Elektroauto erobert die Alpen

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

DANIEL STAMPF

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

Gothard-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 Reservations-

system im Internet gebucht werden. Die genauen Standorte der E-Autos finden sich auf [www.alpmobil.ch](http://www.alpmobil.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.

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

«Alpazug» ab Meiringen 60 E-Autos für drei Monate an die Alpenpässe. Zur Trägerschaft des Projekts Alpmobil 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 STAMPF

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 Tourismusentwicklungsgesetzes (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 Mitteilung weiter. Das Gesetz lässt dem Kanton einen Spielraum bis Fr. 1.50. Der Kanton habe dazu Sondierungsgespräche mit Hoteliers geführt. Diese seien vom Vorschlag «unterschiedlich begeistert», so Adrian Studer, Geschäftsführungsvorsitzender des bernischen Amtes 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. Institutsleiter 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-Qualitäts-offensive**

Die gesamte Dienstleistungskette soll mit einer übergeordneten Strategie gestärkt werden.

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

ungsqualität, bei einzelnen Angeboten und Unternehmen.

Das Teilprojekt «Qualitäts-offensive Graubünden» soll in zwei Phasen durchgeführt werden. Zuerst wird ein Konzept für eine kantonale Qualitätssicherungsstrategie erarbeitet. Unter Einbezug einer Begleitgruppe 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



## 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 Schneessportgebiet, 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 füllen will.

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 Schlamm 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 nehmen. Der FIS-Kongress, an dem der WM-Ort für 2017 gewählt wird, findet 2012 in Südkorea statt.

Val Müstair und  
Nationalpark als  
Unesco-Reservat

Das Val Müstair und der Schweizerische Nationalpark bilden nun 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 mehr als verdoppelt. Die Unesco hat der Erweiterung zugestimmt, da die seit 1995 gültigen Vorgaben teilweise erfüllt sind. dst



Swiss-Image

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

## Pro Wirt ein Lokal

Im Tessin gibt es ein neues Gaststättengesetz. Das Wirtepatent 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 juristisch nur noch einen Verantwortlichen, nämlich den Wirt. Es handelt sich um die Person, welche die Gaststätte leitet und im Besitz eines Wirtepatents sein muss, das neu im Rang eines Kantondiploms steht.

Schluss mit dem «Verleih»  
des Wirtepatents

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 Wirtepatents wird damit unmöglich. Das Wirtepatent wird aus Qualitätsgründen auch in Zukunft verlangt. Wer aus anderen Kantonen ins Tessin kommt, wird vom kantonalen Wirtepatent befreit, wenn die Person nachweisen

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. hotelesuisse 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 Wirte 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 Gastronomen verworfen. «Wir bleiben die einzige Kategorie von Unternehmen, die gezwungen werden, einen Dienst gratis zu leisten», hiess es in einer Medienmitteilung von Gastronomen.

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 Geschäftshotel Krone Unterstrass an den Tag: Könnten die Kunden mitreden, 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, Geschäftsleute, die berufshalber länger in der Stadt weilen. Die gediegen eingerichteten Zimmer – raumhohe Fenster, viel Stauraum, grosszügige Nasszellen – sollen es zulassen, dass die Langzeitgäste 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 anzuziehen, 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 Stern 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 fasst 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 STAMPFU

Ab 2011 umfasst die Destination Bern neben der Stadt Bern auch die Regionen Emmentaler, Oberrauter, Gantersch und Laupen. Mit den strukturellen Neuerungen geht auch ein neues Erscheinungsbild einher. Der neue Auftritt soll vor allem mit einer ausgeprägten 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 Vermarktungsorganisationen angewendet werden kann. Das Erscheinungsbild wurde 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 Grafenried. Neu in den Vorstand gewählt wurden Daniel Busser, Beat Glauque und Kurt 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 arbeite 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 Grossevents. Verbesserungspotenzial sehen die Forscher bei der Nachhaltigkeit des Unternehmens, den mangelnden finanziellen Ressourcen, der Erfassung der Wahrnehmung der Gäste und Partners 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 Eidgenössische Verwaltung mitteilte. Wegen der Finanzkrise seien vor allem Absinthbestellungen aus den USA fast vollständig ausgeblieben.

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 Alpen  
mit der Nachfrage im  
Winter zufrieden

Nach dem Rekordergebnis im Sommer 2009 mit 23 000 transportierten Fahrgästen in sieben Regionen konnte die IG Bus Alpen auch im Winter 2009/10 ein sehr gutes Resultat verzeichnen. In den Regionen Gantersch und Chasseral nutzten knapp 4000 Fahrgäste das ÖV-Angebot der IG Bus Alpen. 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 Ihren 50 Betrieben?**

Hoffentlich volle Häuser! Überall dort, wo wir mit Hotels in Austragungsstädten präsent sind, sind wir um die Spielorte ausgebucht. Zwischen- 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 verliefen schleppend. 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

schliessendlich 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 Weltmeister-

schaft 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?**

**«Die grossen Schritte passierten immer an einem 1. August.»**

Hans Enderle  
Hotel-Unternehmer in Südafrika

## 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



Bild zvg

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

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 Cocktail-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.

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

Südafrika-Schweiz als Final – das wäre ein Traumli. 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 Ferientzielen 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 grosserange 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. Und apropos Kultur: eine alte Mühle, ein Winzerkeller oder der Bäcker im Dorf sind für Slow Food genauso Kulturstätten 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.



GUÐRÚN  
SCHLENICZEK  
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 fürs 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

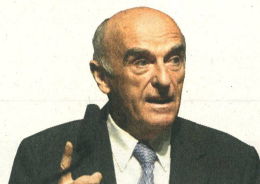
**«Das Sommergeschäft ist keine Erfindung des Menschen. Auch in der Natur steigt der Umsatz.»**

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 kriecht überall, dort wo im Winter Ruhe herrscht. Da wird der Boden von unzähligen Mikro- und Makroorganismen bearbeitet, es werden Vorräte für den Winter angelegt und Nachkommen erzeugt. Und wie in jeder echten Wirtschaft kann es auch hier zu Nachfrageüberhang, Angebotsverknappung oder einem Marktkollaps 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 ausgehöhlt 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 gegessen.





«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 Hiltl und den Anlass.

Vegetarisch schlemmen, Champagner trinken und in schönster Kulisse netzwerken: So feierte **Zürich Tourismus** seinen 125. Geburtstag.

SIMONE LEITNER

Nur das Wetter war qualitativ nicht hochstehend. Alles andere, das vegetarische Buffet, der Champagner und das Ambiente – all das war stillvoll und versetzte die geladenen Gäste in Party-Laune.

Wenn Zürich Tourismus feiert, dann richtig: Zum 125-jährigen Jubiläum lud die Tourismusorganisation in den Hof des Schweizerischen Landesmuseums ein. Einen gelungenen Deal handelte sie mit Hiltl aus: Das kultige Vegi-Unternehmen hat sein exklusives, weisses Zelt für die Fussball-WM bereits eine Woche früher aufgerichtet und auch gleich das Catering für das Event von Zürich Tourismus übernommen. Ganz vegetarisch war der Anlass in Zürich dann doch nicht: Nach den Vorspeisen kam das Fleisch auf den Grill und waren erstaunt's – heiss begehrt.

## Sesselrücken

### Sales & Marketing im Steigenberger Hotel Gstaad-Saanen

**Kristiane Jeltsch**, der Branche noch bekannt von der Seiler Hotels Zermatt AG, hat nach Zwischenstopp im Relais & Châteaux Hotel



Victoria in Gilon ob Montreux seit dem 1. Juni im Steigenberger Hotel Gstaad-Saanen die Position des Directors of Sales & Marketing eingenommen.

### Gulf Air holt einen Schweizer Hotelprofi nach Bahrain

Anfang 2010 hatte die Steigenberger Hotel Group **Marcus Bernhardt** zum Chief Commercial Officer ernannt. Nun wechselt der



Schweizer in die Airline-Branche, zur Gulf Air nach Bahrain. Hier wird er als Mitglied der Konzernleitung den Bereich Services – Cabine Services, Inflight Services, Ground Services, Customer Services – übernehmen und diesen weiter entwickeln.

# 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**, Hotellerie (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

Der golferische Fortschritt sei frap- pant, frotzte 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 Hotelgutscheinen, Magnumflaschen



Die Organisatoren: **Urs Heller**, **Patricia Häusler** und **Ludy Turkavka** von Gault Millau mit **Geny Hess** (2.v.l.).

und Lachsseiten zu kommen. Allen voran schafften es Jacky Vuillet (Brutto-Sieger), Franco Bianchi, Jörn Engelhard, Walter Klose, Peter Wiesner, Christian Leschhorn,



Barbara Nöckl, Eliane Hess-Schuler, Geny Hess jun. und Bettina Bolliger, die sich auf die vorderen Plätze spielten. Der Imbiss im Clubhaus, das opulente Mahl im



Spitzenköche und -golfer: **Walter Klose**, Rehetobel, **Jörn Engelhard**, Eschikofen, **Christian Leschhorn**, Dürnten.

## 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 Wein- händler wurde von der Expertenjury des in Interlaken veranstalteten Swiss Economic Forums als bester Schweizer Jungunternehmer in der Kategorie Dienstleistung aus-ge- koren. Der Gewinner will das Preisgeld von 25 000 Franken wieder in Jung- unternehmen investieren. «Ich will neue Geschäftsideen und innovati- ve Jungunternehmer unterstüt- zen.» ARVI selbst hat 22 Mitarbeiter und soll wachsen. Wegbereiter ist der Award. Cattaneo: «Er ermög- licht uns, weitere Entwick- lungschancen 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](http://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](http://www.htr.ch)



**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 geprobt: 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 mitmachen zu dürfen.» Zu dem unterstütze diese Untersuchung die touristische Positionierung Saas-Fees in Richtung Nachhaltigkeit. Alle vier Gemeinden haben ihr Einverständnis zu dieser Fallstudie gegeben und finanzieren sie mit, so Anthamatten. Die Schulkinder sollen miteinbezogen werden. Einerseits 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/Ökosystemleistungen sowie Tourismus. Hinter dem wohl einmaligen Projekt, das wissenschaftliche mit anwendungsorientierten Ergebnissen verbindet, stehen Partner wie der Schwei-

**«Für das Saastal ist es eine Chance, bei einer solchen Studie mitmachen zu dürfen.»**

Beat Anthamatten  
Hotelier

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

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 Projektbeschrieb 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

beziehungsweise gestrichen 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 Hotelier, wie er sich klimaschonend positionieren kann.

Der Klimawandel wird den Wasserkreislauf beeinflussen. «Die Wasserverfügbarkeit für die verschiedenen 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 Bereiche sein wie künstliche Beschneidung, Trinkwasser und touristisch attraktive Gewässer.

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



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

Swiss Image

## Saas-Fee will's wissen

### 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 zeigt eine Klimastudie, die das Forschungsinstitut für Tourismus der Uni Bern (FIT) vor drei Jahren präsentiert hat. Werden keine effizienten Anpassungen an die Klimaveränderung vorgenommen, muss der Tourismus im Winter laut FIT-Studie mit einer jährlichen Umsatzsenkung von 200 Mio. Franken oder -30% rechnen, der Sommer indes soll ein Plus von 80 Mio. Fran-



Die Engelhörner im Mondlicht – Blick aus dem Reichenbachthal.

ken oder +7% bringen. «Gemessen am touristischen Gesamtumsatz von Gstaad Saanenland beträgt das

Minus für unsere Region 7%», rechnet Roger Seifritz, Projektkoordinator der Studie und Tourismusdirektor von Gstaad Saanenland. Diese Zahl basiert 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 worden sind oder werden, ist Sache der Destinationen und Leistungsträger, so Seifritz. Gstaad Saanenland Tourismus habe die Berner Oberländer Studie und die Klimastudie 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 Vorhaben, die den Energieverbrauch einschränken, werden unterstützt. Ein öffentliches Verkehrssystem soll den Privatverkehr einschränken. Gstaad Saanenland Tourismus selber setzt auf energieschonende Abläufe und konsumiert Öko-Strom. Zudem verbessert die Tourismusorganisation die Kommunikation des nachhaltigen Umgangs mit Ressourcen. «Wir versuchen auch, möglichst klimaunabhängige Angebote zu fördern, wie das Kulturzentrum Les Arcades.»

ANZEIGE

**HÄFELE**  
FINDING BETTER WAYS

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

**dia lock**

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

Gemeinsam  
**ÜBER FÜHRUNG**  
diskutieren

**Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement**

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

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

**REPA AG**  
COFFEE SYSTEMS

Repa AG  
Talstrasse 29  
5703 Seon

Telefon 062 775 07 07  
www.repa.ch

**DOUWE EGBERTS**

**HOSPITALITY LINE**

**Solis**  
BY SCHNEIDER

www.solis.com/hospitality

Hauptsponsor  
**FORUM**  
DEN KÜCHE • DES COCHONS • DES COUCHES  
16. Juni 2010 - Casino Interlaken

**pistor**



**Klima. Kompensation.** Die Sunstar Hotels kompensieren mit MyClimate den ganzen CO<sub>2</sub>-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 Betriebs-emissionen an CO<sub>2</sub>, 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 CO<sub>2</sub>-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 Buchungsoftware 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 CO<sub>2</sub>-Bilanz werden Massnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz ermittelt und nicht vermeidbare Emissionen von MyClimate unterstützten Klimaschutzprojekten kompensiert. Ferner kann das Hotel dank der Auszeichnung mit dem Label klimaneutrales Hotel sein aktives Engagement im Umweltschutz faktbasiert 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-Ferienpaulschale in der Saison 2009/10 ein Bruttoertrag von knapp 300 000 Franken auf Basis von 2500 Logiernächten erzielt.

**«Unser Ziel ist ganz klar, den klimaneutralen Aufenthalt zu kommunizieren.»**

Stefan Hantke  
Sunstar Hotels

Zürichs Tourismusdirektor Frank Bumann will, dass die grösste Stadt-Destination der Schweiz für ihren Geschäfts- und Freizeit-Tourismus klimaneutrale 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 zurich.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 Medienverantwortliche sagt. 12 Hotels bieten nun ab einer Übernachtung freie Fahrt mit der Rhätischen Bahn und 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 Klimahörpfad geschaffen, der Aussagen zu den Klimathemen macht.

hotelleriesuisse organisiert morgen Freitag, von 9 bis 14 Uhr, im Hotel Sedartis in Thalwil ein Seminar zum Thema «Energie- und Ressourcenmanagement – Lösungsansätze auf Betriebsebene». Auskunft unter Tel. 031 3704314, 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-

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 verschaffen 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 bemängelten, die Klimaver-schmutzung werde so ins Ausland abgeschoben. «Diese 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 schwerpunktmässig 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 Nachhaltigkeits-Programm 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 mehrstufigen Prüfung unterziehen. Das «The Hay-Adams» in Washington erfüllt laut Pressesprecher «als erstes 5-Sterne-Hotel der Welt die hohen 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 Aldemar 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 Solarpanels, 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 vielerorts fündig werden: auf nationaler, kantonalen, Gemeinde- und auch privater Ebene. Profitieren kann er aber nur solange noch finanzielle Mittel verfügbar sind. Der Förderpotenzial 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 Fotovoltaik, können jedoch bereits im kommenden Jahr aufgelöst werden, da zwischen Projektzusage 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 Fotovoltaik aus.**

GUÐRÚN SCHLENCZEK

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

**Auf nationaler Ebene zurzeit keine Fördergelder für Fotovoltaik**

Interessant wäre die KEV nämlich gerade für Hoteliers, die von einer Fotovoltaik-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 kantonale Programme sind, zeigt sich im Kanton Zürich: Die Zürcher Elektrizitätswerke (ZEW) nahmen letztes Jahr 100 Anlagen in ihre Solarstrombörse auf – die KEV nur sieben – und beschafften den Solarstrom darüber

hinaus noch um 20 Prozent günstiger als die KEV. Der KEV wird deshalb auch vorgeworfen, dass sie grünen Strom verteuert 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 Kantonalen Energiedirektoren, freiwillig den Beitrag auf 80 bis 100 Mio. Franken anheben. Dabei unterstützt das Gebäudeprogramm nicht nur Verbesserungen der Gebäudehülle, ein Drittel der über die CO<sub>2</sub>-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, müsse man mit Werbung noch nachhelfen, schätzt Büttner. Das Gebäudeprogramm lässt auch eine Etablierung einer energetischen Sanierung zu. So kann man in einem Jahr beispielsweise die Fenster erneuern, jedoch mindestens 15 m<sup>2</sup> Fensterfläche, im anderen Jahr die Fassade.

Überblick über Fördermöglichkeiten unter [www.hotelpower.ch](http://www.hotelpower.ch)

# Erwärmung sorgt für heisse Diskussionen

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

GUÐRÚN 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 beratenden Organs für Fragen der Klimaänderung (OCC) 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 OCC-Studie warnen, dass ein Durchschnittsom-

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 Schneebedeckung 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 natürlichen 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 CO<sub>2</sub>-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 Hotelbranche nur Einzelbetriebe, keine Ketten», betont der Geschäftsführer, Vincent Eckert.

ANZEIGE

**Valentine**  
Fritusen Tellervärmer Teigwarenkoher  
Was hält länger?  
[www.berthsch-valetine.ch](http://www.berthsch-valetine.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 Projektskizzen» 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 gehört eine internetbasierte Toolbox. Sie soll den Touristiken mit direkt zugänglichen unkomplizierten Informationen und Werkzeugen helfen, nachhaltig zu handeln. Angedacht sind auch Fort- und Weiterbildungsangebote, um Lernprozesse anzustossen und den Leistungsträgern zu helfen, die negativen Auswirkungen ihrer eigen-



Die Churfürsten 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 Bestimmung der Nachhaltigkeitsleistung touristischer Regionen. Es beinhaltet zudem ein Benchmarktool für touristische Kleinbetriebe. Die

Entwicklung einer effektiven CO<sub>2</sub>-Emissionsstrategie und ein Kriterienkatalog für nachhaltige Angebote sind weitere Projekte. Alle Projekte sind auf [www.swisstourfed.ch](http://www.swisstourfed.ch) beschrieben.

Die sechs Projektideen sind mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft

Seco diskutiert 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 Innoutour-

Gesuch sei deshalb bis jetzt noch nicht eingereicht worden. Als mögliche Geldgeber sind im Projektpapier 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](http://www.hotel-power.ch) von hotelleriesuisse ist neu überarbeitet. Die interaktive Plattform informiert den Hotelier über effiziente Energiesparmassnahmen.

CHRISTINE KÜNZLER

Hotelliers, die sich über neue Technologien im Bereich Energie informieren wollen, werden bei [hotel-power.ch](http://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 Hotelliers 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 CO<sub>2</sub>-Abgabe befreien lassen. Zudem leistet er mit der Senkung des schädlichen Treibhausgases CO<sub>2</sub> einen wirksamen Beitrag zum Klimaschutz.



Fotolia

Heizen mit Holzpellets ist umweltfreundlich.



## 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](mailto:weiterbildung@hotelleriesuisse.ch)  
[www.hotelleriesuisse.ch/nds](http://www.hotelleriesuisse.ch/nds)

hotelfachschule thun  
and passion & system



Swiss School  
of Tourism and Hospitality



Luxemburg University of Applied Sciences  
**HOCHSCHULE  
LUZERN**  
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät für Tourismus HT



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.



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

Swiss-Image

# 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 ungefrorenen Boden, Bäume verblöhen 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 abgesprochen. 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 Wassereintrüben im Jungfrau-Tunnel sowie beiden Stollen auf dem Jungfraujoch, erklärt Jürg Lauper, Leiter Infrastruktur. Auch seien Felsablosungen 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 Aletschgang auf der Spix 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 intensiv 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 m<sup>3</sup>) 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 Bahnlinien mit einem systematischen Naturrisikenmanagement. 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 Zugangsweegen noch nicht dramatisch geworden, erklärt Bruno Lüthi, Leiter

Hüttenmarketing. Aber die Investitionsgesuche 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 ein Grund, warum der SAC sich im Rahmen seines Hüttenmarketings auf die Suche nach neuen Zielgruppen machte.

Deutlich weniger betroffen von der Klimaerwärmung sind bis jetzt die Schweizer Wanderwege. «Sie verlaufen selten in gefährdeten Gebieten», erklärt Pietro Cattaneo, Leiter Infrastruktur «Schweizer Wanderwege». 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 entsprechende

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

Peider Härtli  
Rhätische Bahnen RhB

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 Zugangsweegen gemacht wird.

# 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 Haeblerli, Professor für Geographie und Glaziologie an der Universität Zürich: «Bereits seit 1900 haben die Treibhausgase wie CO<sub>2</sub> immer mehr zugenommen.

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

## Halbte der Gletscher verschwindet bis Mitte dieses Jahrhunderts

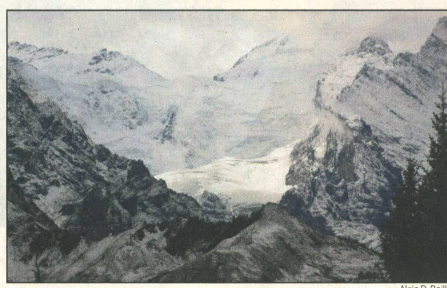
Es ist der Vorgang, zu dessen Konsequenzen der Rückgang der Gletscher gehört, und den Haeblerli so beschreibt: «Die Wärme-Ausstrahlung der Erde wird durch den Treibhaus-Effekt zurückgeworfen. Auch im Winter kann die Erde ihre Wärme nicht so effizient wie früher abgeben. Gleichzeitig wird die Sonneneinstrahlung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

Seit dem historischen Maximalstand um 1850 haben die Alpengletscher 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 Extremsommer 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 Hälfte 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-



Alain D. Bollat

## Gletscher schmelzen. Auf dem Bild der Rosenlaugletscher.

kung des Menschen für die Entwicklung verantwortlich ist. Aber es gilt die Erkenntnis, dass die Wärme der Erde mit ihrer langwelligen

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

kurzwellig und durchdringend ist, und deshalb ihre Wärme ungehemmt in das von innen her verursachte Treibhaus strahlt.

«Die Konzentrationen der Treibhausgase steigen immer noch», stellt der Zürcher Glaziologe Haeblerli fest, «und die Gase bleiben sehr lang». Konsequenz müsse 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 Haeblerli 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.<sup>1</sup>

**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](http://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.

<sup>1</sup> 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/learnaboutesupplies](http://hp.com/go/learnaboutesupplies). Energieverbrauch basiert auf HP Tests unter Verwendung der TEC-Testmethoden des ENERGY STAR®-Programms; mehr unter [hp.com/eur/mybusiness](http://hp.com/eur/mybusiness)

**Fust**  
MULTI MEDIA

**Inter**  
Discount

**MediaMarkt**

**SATURN**

**STEG**  
computer & electronics





Dieses Haus schrieb Schweizer Hotelgeschichte. Jetzt öffnet es rundum erneuert seine Türen wieder – mit 28 Zimmern und zwei legendären Festsälen. 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

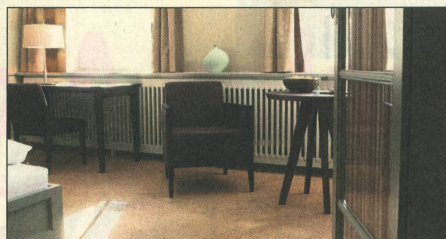
## Grosse Bühne für «Grande Dame»



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.

### 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 Aaretsaal mit 100 und den Turmsaal mit 150 Plätzen. Das Restaurant pflegt eine saisonale Küche mit regionalen Produkten.



Klassisch, schlicht, edle Materialien im Badezimmer.



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



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

Wie waren wohl die Säumer und Pilger früherer 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 Passstrasse bezwingen hat – als Biker auf einer schnellen Maschine, als Ausflügler im Cabrio oder im Oldtimer, als Wanderer 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 Haus eine neue Epoche ein. Als Historisches Alpinhotel Grimsel Hospiz wurde es rundum erneuert und mit einer Investition von 11,9 Millionen Franken auf den neuesten Stand gebracht. Dabei legte die KWO Kraftwerke Oberhasli AG als Bauherrin sehr grossen Wert auf die Erhaltung der historischen

Substanz. In enger Zusammenarbeit mit der Denkmalpflege wurden der legendäre Aaretsaal und der wertvolle Turmsaal stilgerecht renoviert. Und der Architekt Andrin 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 Massenhäuser waren, sind heute helle, gemütliche, detailgetreu möblierte Zimmer mit faszinierendem Ausblick in die Bergwelt entstanden. Viel Geld investiert wurde in die Heizanlage, welche ökologisch mit Abwärme aus den unterirdischen Kraftwerken arbeitet.

### «Wir pflegen eine feine, aber nicht verspielte Küche. Mit Produkten aus der Region.»

Thomas Bucher  
«Spittelwirt» und Gastgeber

Tagsüber ein reges Kommen und Gehen von hungrigen und durstigen Gästen in der 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 Schaarschmidt bewusst Rechnung: Serviert werden Produkte aus der Region, «eine feine Küche, aber nicht verspielt», sagt Bucher. Dass im legendären Felsen-

keller zahlreiche Weintrauben zu wahren Schnäppchenpreisen lagern, 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.

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». eh

**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 bedingt gute Planung und Logistik. Und die zweite grosse Frage lautete: Woher holen wir die Heizwärme?

**2. Machte die Denkmalpflege 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: Tagsüber 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. eh



Heute Abend:  
Deutscher  
Riesling in Bern

Im Berner Botanischen Garten zeigt heute Donnerstag Abend Karl 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 ausserst langlebige Rieslinge hervor. Die geführte Verkostung um 18 Uhr ist ausgebaut, der Eintritt an die Rieslingbar (ab 21 Uhr) mit passenden Häppchen und Livemusik des Jazzers und Weinfreaks Rainer Trübli ist jedoch frei. Organisiert wird der Anlass von Severin Aegerter, Cultivo der Berner Weingalerie Cultivo. Weitere Informationen auf [www.cultivo.ch](http://www.cultivo.ch) und [www.vonschubert.com](http://www.vonschubert.com) eho

# Traditions-Café Spörri ist bald Geschichte

Das Haus des Café Spörrl in Teufen soll verkauft werden. Das Wiener-Café, das heute den Konditoren Bräunler Alfred und Markus Sturzer (Böhli-AG) gehört, steht seit 80 Jahren im AusserRhoder Dorf. Nun geben Sturzer die Neubaupläne auf – sie wollten statt der rund 200-jährigen Liegenschaft ein Geschäftshaus errichten. Die Teufener Behörden ablehnten ab. Die Böhli-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.

**B**ulgari, 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 viel mehr ist. Ein Hotel ist vor allem Gefühl. Sie können jetzt entgegensenken, dass ein Hilton, Sheraton oder Marriott und wie diese Standard-Kettenhotels alle heißen, nicht sehr viel mit Gefühlen zu tun haben. Einverstanden. 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 zurückkommend: es ist wie bei Menschen. Gut gekleidete fallen auf, werden bestaunt, vor allem wenn sich dahinter ein unfehlbares Geschmacksempfinden verbirgt. Lernt man aber sie dann auch persönlich kennen, kann sich der erste Eindruck schnell verfälscht-  
gen; 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 Mailand.**

freundschaft glaubwürdig zu vermitteln, so scheitert 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 Schwärmereien überfloßen. Schaute man aber etwas genauer hinter die Fassaden, verkam das unbestritten gute Design zur schlechten Kulisse. Mitarbeiter an der Front wurden nicht mehr entsprechend ihrer Fähigkeiten, sondern hauptsächlich aufgrund ihres Aussehens eingestellt. 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 widerspiegeln das gesellschaftliche Verhalten eines oft sehr beeinflussbaren Teils der Gesellschaft; Trends sind deshalb veränderlich, und so waren es auch diese Hotels. Viele von ihnen existieren zwar heute immer noch, doch laufen sie heute unter „ferner Leitung“.

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.

**www.sinalco.ch**

# Sinalco® Aktion

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



**100% Cola**

**-10  
Rabatt**

**5.10**  
**Rabatt**

**-.15**  
Rabatt

**-.20**  
Rabatt

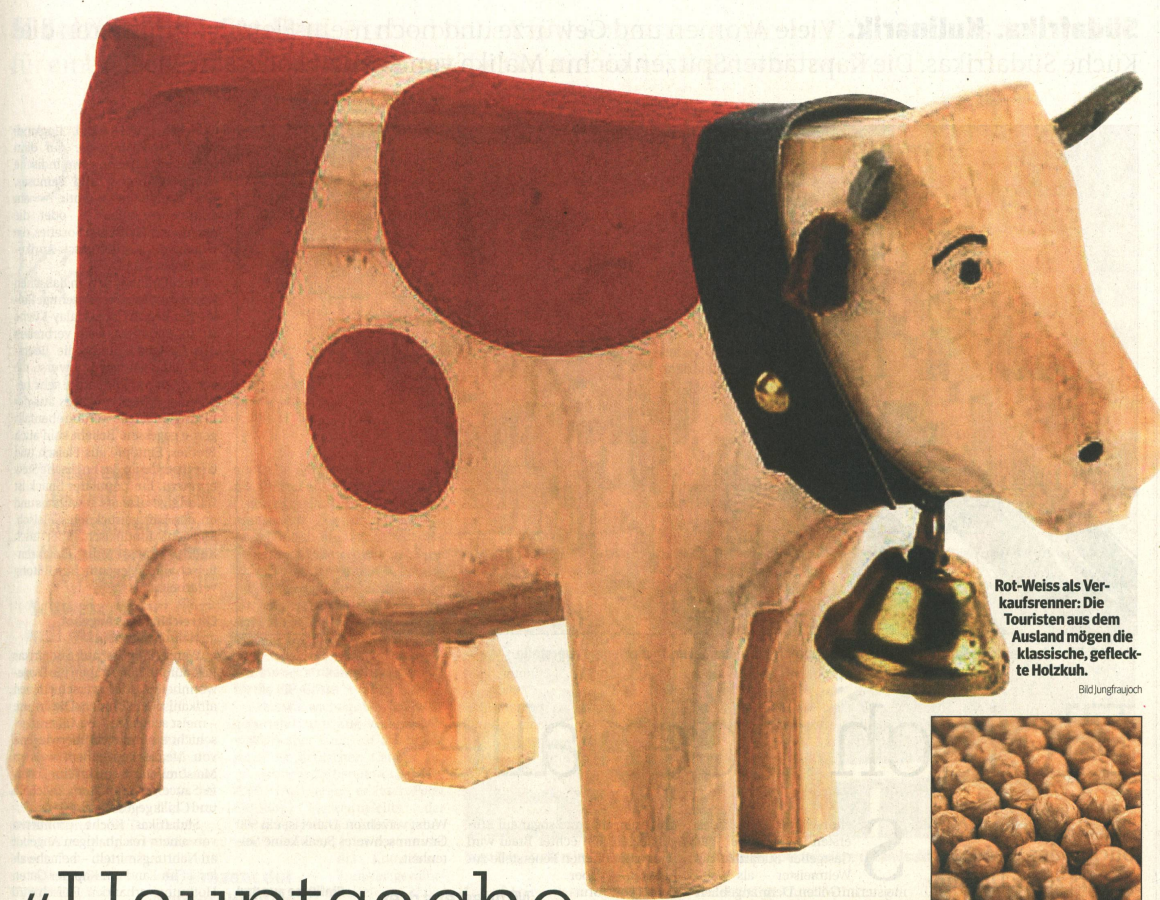
**-.20**  
Rabatt

**-.10**  
**Rabat**

**-.10**  
Rabatt

**ZERO**





## «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 gemäss Geschäftsführer Kaspar Fuchs entweder an seiner Handlichkeit oder an seinem Preis von drei Franken. Fuchs ist auch Inhaber eines klassischen Souvenirgeschäfts in Interlaken, wo im Sommer 80 Prozent der Gäste

Filialen in Bern, Würenlos, 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 Souvenirteller oder Tischglocken mit Edelweiss und Schweizerbildern 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 Souvenir-läden. «Wir können mit unserem Shop dem Gast einen Mehrwert bieten. Wenn er abends müde von einem Kongress 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 typischerweise eher Taschenmesser, Schokolade oder aber Trinkflaschen und Portemonnaies mit Schweizerwappen bevorzugen. Die Gäste aus der Schweiz entscheiden sich hingegen eher für kulinarische Mitbringsel, die Kuhglocke.

**Beliebtes Souvenir ist die Kuhglocke.**

Bild: glocken.ch



**Regionale Spezialitäten kaufen eher Einheimische, während ...**



**... ausländische Gäste es traditioneller und ...**



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

wie Kräutermischungen oder spezielle Speiseöle.

Ähnlich klingt es beim Hotel Schweizerhaus in Maloja. Die im Hotelshop angebotenen regionalen Spezialitäten, wie Nusstorten oder Pflegeprodukte aus dem Bergell, 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,

Hauptsache, es steht Heidi drauf oder die Kuh jodelt», so der Hotelier Jürg Wintisch.

### Qualität ist wichtiger als das Logo des Hotels

Auf klassischen «Alpenchic» setzt der Shop des Viersterne Superior Hotels Schweizerhof Lenzheide. 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 Hirschkopfserviettenringe verkaufen wir sehr gut», sagt Claudia Züllig-Landolt, Gastgeberin im «Schweizerhof». Wichtiger als das Logo des Hotels sei jedoch, dass die Gegenstände qualitativ hochwertig sind. «Es geht darum, mit dem erworbenen Stück auch ein Stück Ferien-erinnerung und Emotion mit nach Hause zu nehmen.»

## Souvenirs Altes Handwerk

Es sind die Gefährten der Heimkehrer, sie werden liebevoll ausgestellt, stolz präsentiert oder verstaubt irgendwo 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 Erinnerungsgüter 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 Brienzner Holzschnitzer mit dem Anfertigen von hölzernen Reiseandenken. Um die Jahrhundertwende erlebte die Brienzner Schnitzkunst ihre Blütezeit.

650 Holzschnitzer waren damals in der Region um den Brienzersee tätig. Besonders gefragt waren kunstvoll geschnitzte Bären und Alphornbläser. In der 1884 gegründeten Brienzner Schule 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

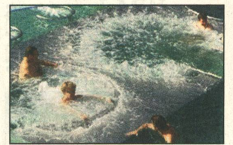
### Tourismus

#### Kulturpicknick im Park der Badener Villa Langmatt

Die Badener Hotellerie lanciert ein Kulturpicknick im Museumspark 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](http://www.baden.ch/picknick)

#### Sommeraktion im Thermalbad Zurzach



Vom 1. Juni bis zum 31. August 2010 bietet das Thermalbad Zurzach eine Sommeraktion an. Am Dienstag und Donnerstag heisst es 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](http://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 Indianerfest für Gross und Klein eröffnet. Ausserdem werden auch Elektrobikes vermietet. Die Feringäste können neu aus 41 verschiedenen Aktivitäten auswählen: Unter anderem stehen Indianerspiele und ein 24-Stunden-Indianertrag 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 «stärneföfn» und «Sam Gruber». Es finden auch Zauber-, Jonglier- und Tanz-Workshops statt.

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

#### Kulinarisches Moorerlebnis in Krumbach



Landwirte in der Bregenzerwälder Gemeinde Krumbach bieten diesen Sommer geführte Moorerwanderungen mit anschliessendem Moormenü. 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 finden bei jeder Witterung statt. Der Anlass kostet 25 Euro. esp

[www.moorroom.at](http://www.moorroom.at)



## Fussball-WM

### Nun doch: Public Viewing mit Ton in Zürich

In der Stadt Zürich ist das Public Viewing von Fussballspielen nun mit Ton erlaubt. Bisher war die öffentliche Ausstrahlung von diesen Grossevents nur ohne Ton möglich. Seit Mittwoch letzter Woche ist die Handhabung gelockert. Der Zürcher Stadtrat hat in seiner wöchentlichen Sitzung auf die teils heftige Kritik an der Regelung «ohne Ton» reagiert. Ganz ohne Auflagen geht es aber nicht: 15 Minuten nach Spielende muss das TV-Gerät ausgeschaltet sein. Zudem darf die Bildschirmdiagonale nicht mehr als drei Meter messen. Die Regelung gilt vorerst nur für die Fussball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika. Die Erfahrung mit der neuen Regelung wird danach erfasst, ausgewertet und für künftige Fussball-Events als Grundlage verwendet.

### WM-Lounges für Zürcher Fussballfans



Die Tristar Premium Lounge 2010 hat neben Berlin und Frankfurt auch in Zürich eine Location: Im The Dolder Grand wird die Fussball-WM übertragen. Analysen und Gespräche mit Persönlichkeiten wie Karl-Heinz Riedle, Ciriaco Sforza, Stéphane Chapuisat, Murat Yakin, Sepp Maier oder Kobi Kuhn geben den Fussballfans einen vertieften Einblick ins Geschehen. Etwas Besonderes in Sachen Public Viewing hat sich auch hier Hiltl einfallen lassen: Das Vegi-Unternehmen verwandelt den Innenhof des Schweizer Landesmuseums in die Hiltl WM-Lounge. Die Gäste erwartet auch ein kulinarisches Angebot.

### Package von Basel Tourismus für Fussballfans



Ab den Viertelfinals bietet Basel Tourismus Fussballbegeisterten ein Package: eine Übernachtung in einer frei wählbaren Hotelkategorie, ein Frühstück und ein Mobility-Ticket sowie einen Stehplatzzeitritt zum Public Viewing. Zur Auswahl stehen verschiedene Basler Hotels – vom 2-Sterne bis zum 5-Sterne-Haus. Doch bisher ist das Angebot noch nicht auf grosses Interesse gestossen: Basel Tourismus kann noch keine Buchungen verzeichnen. Christoph Bosshardt, Vizelektor von Basel Tourismus, rechnet mit kurzfristigen Buchungen – «dieses Indizierbild hängt von den involvierten Mannschaften ab».

www.public-viewing-basel.ch

## Südafrika. Kulinarik. Viele Aromen und Gewürze und noch mehr Fleisch dominieren die Küche Südafrikas. Die Kapstädter Spitzenköchin Malika van Reenen kochte in Basel.



Ein südafrikanischer Volkssport: Braai, das Grillen unter freiem Himmel und auf offener Feuerstelle.

Gerichte aus Holland, England, Indien und Malaysia. Auf dem Speisezetteln stehen etwa indische Currys, Chutneys und Samosas, der malaisische Bobotie – ein Lammcurry-Auflauf – oder die ebenfalls malaisischen Sosaties, die würzigen Lammfleisch-Aprikosen-Spiessen.

Der Einfluss der malaisischen Kochkunst spielt eine wichtige Rolle – der Begriff Cape-Malay-Küche ist in Südafrika weit verbreitet. Aus Holland kommt die Boerewors, eine würzige Bratwurst, die vor allem an Grillpartys sehr beliebt ist. Scones und Pies aus der britischen Küche werden ebenfalls gerne gegessen. Beliebt sind auch Bredies, Eintöpfe aus Fleisch und Gemüse, die an das englische Stew erinnern. Ein populärer Snack ist Biltong, gesalzene, gewürzte und an der Luft getrocknete Fleisch. Meistens Rindfleisch, aber auch Kudu-, Strauss- oder Elefantfleisch wird gelegentlich zu Biltong verarbeitet.

### Ein reichhaltiges Angebot an Nahrungsmitteln

Wenig Einfluss auf Südafrikas Restaurantküche haben die Essgewohnheiten der verschiedenen afrikanischen Ethnien. Die ärmste – meist schwarze – Bevölkerungsschicht ernährt sich überwiegend von Mealie Pap, einem weissen Maisbrei. Dazu wird oft eine scharfe Sauce aus Tomaten, Zwiebeln und Chiligeschossen.

Südafrikas Köche profitieren von einem reichhaltigen Angebot an Nahrungsmitteln – beinahe alles ist im Land am Kap der Guten Hoffnung vorhanden. Fleisch wird – wie angedeutet – im ganzen Land ausgiebig verzehrt. In den Küstenregionen und grossen Städten kommen auch Fische und Meeresfrüchte auf die Teller. Das weitausläufige Land bietet eine immense Auswahl an frischen Gemüsen und Früchten. Bekannt ist Südafrika ausserdem für seine hochstehenden Weine.

Siehe Interview auf Seite 5

## Fleisch über alles

Ein Blick in die Kochbücher des WM-Gastgebers zeigt: Die südafrikanische Küche ist äusserst vielseitig – und inspiriert von Ingredienzen aus drei Kontinenten.

EVELINE SPAHR

Schon vor dem Anpfiff des ersten WM-Spiels gilt Gastgeber Südafrika als Weltmeister – als Weltmeister im Grillen. Denn angeblich wird nirgendwo auf der Welt mehr Fleisch und Fisch gebrutzelt als hier. Das Zubereiten des Braai, die südafrikanische Variante des Barbecues, gehört im Land am Kap zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. Insbesondere an den Wochenenden treffen sich die Südafrikaner zu geselligen Grillpartys unter freiem Himmel. Gefeierte wird praktisch überall: Zu Hause im Garten, in öffentlichen Parks

und Anlagen – und sogar auf Bürgersteigen. Ein echter Braai wird über einer offenen Feuerstelle zubereitet. Über dem Feuer brutzeln neben Rind-, Schweine- und Lammfleisch auch Fische und exotische Fleischsorten wie Kudu, Antilope, Straussensteaks oder Krokodilrippchen. Will man sich nichts als Ausländerouten, sollte man an einem Braai mindestens drei Steaks und zudem eine Menge

Wurst verzehren. Dabei ist ein 500 Gramm schweres Steak keine Seltenheit.

Mindestens drei Steaks und eine Menge Wurst sollten an einem Braai verzehrt werden.

### Einfluss aus drei Kontinenten

Ein Blick in die Kochbücher zeigt: In Südafrika dominiert eine «Fusion»-Küche. Sie vereint Ingredienzen aus den drei Kontinenten Afrika, Europa und Asien – und widerspiegelt die bewegte Geschichte dieses multikulturellen Landes. Prägend sind

## Aromen der Welt – vereint in Kapstadt

Die Fussball-WM in Südafrika inspiriert auch kulinarisch: Malika van Reenen aus Kapstadt war Gastköchin im Basler Grand Hotel Les Trois Rois.

FRANZISKA EGLI

Malika van Reenen, wo sehen Sie die markantesten Unterschiede zwischen der südafrikanischen und der Schweizer Küche? Die beiden Küchen unterscheiden sich weniger in der Art, als in der Qualität der Produkte. Egal ob Rahm, Butter oder Eier

– die Qualität in der Schweiz ist absolut beeindruckend und um einiges besser als bei uns in Südafrika.

Sie sind Küchenchefin im «Signal Restaurant» des Kapstädter Luxushotels Cape Grace. Was ist typisch für die südafrikanische Küche? Wir verwenden viele Gewürze, wie Curry, Kümmel, Chili, Zimt, Kardamom und Ingwer. Alles ist gut gewürzt und aromatisch. Nicht scharf, aber würzig – von der Vorspeise bis zum Dessert. Bei den Hauptspeisen kombinieren wir süsse Komponenten mit salzigen. Dabei sind Chutneys sehr beliebt. Und da Kapstadt am Meer liegt, stehen Meeresfrüchte und Fische auf dem Speiseplan.

Sie sind bekannt für Ihre innovative, internationale Küche,

gepaart mit traditionellen Gerichten. Woher kommt das? Meine Mutter wie auch meine Grossmutter waren leidenschaftliche Köchinnen, und so war ich von früher Kindheit an umgeben von bester Hausmannskost und köstlichen Düften. In Südafrika vereinen sich so viele unterschiedliche kulturelle Einflüsse, diese schlagen sich kulinarisch nieder. Die Vielfalt ist enorm und sehr inspirierend. Ich mag vor allem die traditionellen

Cape-Malay-Küche mit ihren orientalischen Gewürzen. Aber auch die Fusion Cuisine, welche europäische und asiatische Gerichte kombiniert.

Während der WM blickt die ganze Welt gen Südafrika. Was bringt das den Restaurants in Ihrem Land? Bei uns gibt es bei weitem nicht so viele Restaurants mit so einem breiten Angebot wie hier in der Schweiz oder in anderen europäischen Ländern. Wir haben

zwar viele Touristen, aber die meisten Einheimischen können es sich nicht oder nur selten leisten, in einem Restaurant zu essen. Aber dank der Fussball-Weltmeisterschaft können wir anderen Ländern zeigen, was wir kulinarisch alles zu bieten haben und wie reich unsere Küche ist.

Und was hat Ihnen der Aufenthalt in der Schweiz gebracht? Wir haben einige Michelin-Restaurants besucht und im «Stucki Bruderholz» bei Tanja Grandits wie auch im Restaurant Cheval Blanc des «Trois Rois» fantastisch gegessen. Den Michelin-Stern haben wir in Südafrika nicht.

In der Brasserie des Hotels Les Trois Rois werden noch bis 13. Juni die in Zusammenarbeit mit Malika van Reenen entwickelten, südafrikanischen Spezialitäten angeboten.



Küchenchefin in Kapstadt: Malika van Reenen.

## Impressum

### htr hotelrevue

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

### Herausgeber/Editeur

htr Medien AG  
Mönchstrasse 130, Postfach, 3001 Bern

### Redaktion

Chefredaktion: Elisabeth Hübner/leho

Stellvertreterin: Simone Leitner/Fischer/bis

Redaktion: Daniel Stampfli/ht (Resortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Resortleitung fokus); Simone Leitner/Fischer/s (Resortleitung dolce vita); Eugenio D'Alessio/eda (Resortleitung cahier français); Alexandre

Calderara/ica; Franziska Egli/fee; Miroslav Halabala/mh; Theres Lager/Berger/t; Gudrun Schlenker/jsg; Karl Josef Vending/kjv; Samira Zingaro/sz; Bildredaktion/Fotografie: Alan D. Boillat/adb; Layout: Roland Gerber/jg; Regula Wolf/rwo (CD); Korrektur: Paul Le Grand

Volontärin: Eveline Spähle

Online Redaktion: Melanie Roth/rm

Sekretariat: Sabina Jörg Patokai (Leitung), Natalie Alesch, Beatrice Gertschen

### Verlag

Leitung: Barbara König  
Assistentin: Monika Hausmann

Stellensinsete: Angela Di Renzo, Patricia Nobs

Geschäftsleiter: Michael Müller, Bärbel Urs Schönenberger

Druck: Blicher Grafico AG, Druckzentrum Bern

Auflage: WEMF beauftragt 2008/09  
verkaufte Auflage: 10.732; Gratisauflage: 769

### Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer

Fr. 4.30; Jahresabonnement Fr. 152.–  
ISSN: 1424-0440

### Kontakte

Adresse: Mönchstrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16

Abonnemente: Telefon 031 740 97 93

Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch  
Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch

### Inserate: Tel. 031 370 42 42

Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch

### Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable



**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

Alle 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 Caterer Headline Leisure Management erhalten. Das Unternehmen bietet seit mehreren Jahren Food&Beverage-Dienstleistungen an und zählt bis-

deutsche Firma Kofler & Kompanie, die mit dem südafrikanischen Caterer Green Hospitality zusammenpasst. 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.

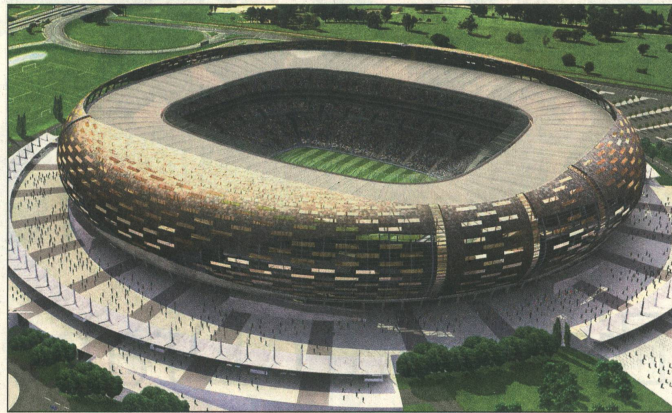
### Buffets mit afrikanischer Note für die VIP-Gäste

«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 Vergabelpolitik. «Mit den Joint Ventures ist

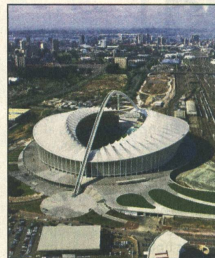
### «95 Prozent der Angestellten im VIP-Catering in den Stadien sind Südafrikaner.»

Peter Csanadi  
Marketingleiter Match Hospitality AG

der Know-how-Transfer gewährleistet», 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-Package zeigt, dass die Gäste kulinarisch etwas von Afrika mitbekommen sollen. So wird als Snack unter anderem südafrikanischer Biltong gereicht. Und bei den Hauptmenüs finden sich Angebote wie «Karoo



«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 hängen dominieren die internationalen Sponsoren das Angebot. Auf den offiziellen Preislisten der Fifa gibt es 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 Gerichte anzubieten. Es scheint aber, dass die Fifa nicht mehr ganz so strikt ist wie vor vier Jahren in Deutschland, wo weder Münchner



... mit einer spektakulären Standseilbahn der Garaventa AG.

Biernoch Frankfurter Würste zugelassen waren. Die Fifa schreibt in ihrem Reglement, dass traditionelle afrikanische Gerichte, die nicht in Konkurrenz zu den Sponsoren stehen, auf dem Gelände verkauft werden dürfen. So serviert beispielsweise Kapstadt an seinem Fan-Fest auch Cape Malay Chicken Curry und Boerewors Rolls.

### Schweizer Bahn nur für die Gäste vor und nach der WM

Der Schweizer Beitrag in Südafrika geht nicht durch den Magen – ausser man verträgt die Höhe nicht. Die Garaventa AG hat den Stahlbogen des neuen Stadions in

Durban mit einer Standseilbahn versehen. Sie führt auf eine Aussichtsplattform auf 110 Meter Höhe mit Blick über die Stadt und den indischen Ozean. «Die Bahn hat eingeschlagen wie eine Bombe», erzählt Projektleiter Beat Musfeld. «Die Leute sind Schlange gestanden, um hochzufahren.» Vor 14 Tagen jedoch hat die Fifa das Stadion übernommen und die Bahn aus Sicherheitsgründen eingestellt. Ein Wermutstropfen für Beat Musfeld. Was bleibt ist: «Ein 2,5-Millionen-Auftrag und die Möglichkeit, sich mit einer seilgezogenen Bahn mitten in der Stadt statt wie üblich im Gebirge zu präsentieren.»

## 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 Luxushauses Louis Vuitton. Im Mai besiegelten 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



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 Zugang zu den öffentlichen Verkehrsmitteln – der Bahnhof Gautrain ist nur wenige Schritte entfernt. Von hier gelangen die Gäste mit der Untergrundbahn schnell zu touristischen Attraktionen wie dem Apartheidmuseum oder dem historischen Zoo, nach Pretoria und an den 30 Kilometer entfernten internationalen Flughafen Tambo. Sehr nah vom neuen Radisson Blu Hotel sind die Shoppingmeilen am Nelson Mandela Square und das Sandton City Shopping Centre. Auch diverse Topgolfplätze befinden sich in der Nähe.

## Italia come prima!

Italienischer Dessert-Zauber für Geniesser.

Torta Frutti di Bosco

Torta Mandorle

Torta della Nonna



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 Gastroszene 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.

## 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 nervös, 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-Concieres 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.

**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 Konzerttickets 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 Bestreben und sicher auch der Ehrgeiz unseres Berufes. Schön ist, dass die Gäste diese Tradition immer noch sehr schätzen.

**Also befürchten Sie nicht, dass ein Teil Ihrer Tätigkeit als Chef-Receptionistin vom mobilen**

**Internet künftig übernommen wird?**

Es kann durchaus sein, dass die einen 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.



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

Nina Schröder  
Front Office Manager, Hotel National

**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.

## 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-System auch mit der bewährten ACS-Technologie (Advanced Control System) an. Mit der bewährten Purity Technologie ausgestattet, aber auf kleinere 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 verlassen. 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 der kleineren Profiküche und können für Backöfen und Kombidämpfer mit geringem Wasserbedarf eingesetzt werden.

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



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

### Herb würziger Genuss für die eiskalte Kaffeepause

Caffè Latte Intenso ist ein neues, aufregendes Kaffeeerlebnis für den Sommer. Emmi zelebriert mit dem erfrischenden Kaffeeerlebnis den extra starken Espresso auf ganz neue Weise: würzig herb mit unverwechselbar intensivem Charakter. Ausdruckstark entfaltet der gehaltvolle und säurearme Arabica-Spitzenkaffee aus Java hier alle Facetten seiner Aromenvielfalt, 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 gebott.

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 natürlichen herben Geschmack von erlesenem Kaffee lieben. Exklusiv erhältlich im neuen, handlichen 150ml Format ist der Emmi Caffè



150 ml aufregendes Kaffeeerlebnis steckt dank extra starkem Espresso im Trinkbecher Caffè Latte Intenso.

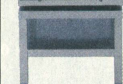
Latte Intenso ideal, um überall und zwischendurch eine kleine eiskalte Kaffeepause zu geniessen. Erfriessend anregend und unwiderstehlich intensiv.

Caffè Latte Intenso mit Trinkdeckel ist bei Coop und in allen Detailhandels- und Lebensmittelgeschäften erhältlich.

[www.emmi-caffelatte.ch](http://www.emmi-caffelatte.ch)

### Greifbare Innovation auch für Mini-Combi-Dämpfer

Ab April 2010 stattet Convotherm 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 einzigartige 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 Handles» – Türgriffe mit antibakterieller 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 Garraumtür besonders hygienisch. Der «Hygienic Handle» ist zudem ein weiterer Beitrag zum Umweltschutz, weil auf den Einsatz aggressiver Chemikalien zur Reinigung verzichtet werden kann. Convotherm entwickelt seit der Firmengründung im Jahr 1976 im oberbayerischen Egfling Heissluftdämpfer mit Spitzentechnik und ist technischer Marktführer.

[www.convotherm.com](http://www.convotherm.com)

### Schlanke Silhouette und hoher Sitzkomfort



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

«Leo» heisst der neue zeitgemässe Stuhl aus Rundrohr aus dem Haus Girsberger. «Leo» besticht durch schlichte Schönheit und höchsten Sitzkomfort. Er lässt sich dank dem zurückhaltenden Design bestens 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 Rohrgerüst ist mit einer Netzhülle bespannt. Diese Konstruktion aus Netz und Schaumstofflagen führt zu hohem Komfort und erzeugt die schlanke Silhouette des Stuhls.

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

– 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: 1899 in Zürich gegründet wird das Familienunternehmen heute von Michael Girsberger in der vierten Generation geleitet.

[www.girsberger.com](http://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 internationalen 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 eine Terrasse. Die Lautstärke lässt sich der Raumakustik anpassen und erlaubt die angenehme Gästeunterhaltung 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 instrumentellen Möglichkeiten. Fünf Jahre Vollgarantie bringt jedes Piano mit und wird mit einer schönen Sitzbank von spezialisierten Transporteuren an jeden gewünschten Ort geliefert.

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



# cahier français

htr 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 encombrait 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 pharaonique. «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 requête de subsides cantonaux et fédéraux est en gestation, avouent les concepteurs.

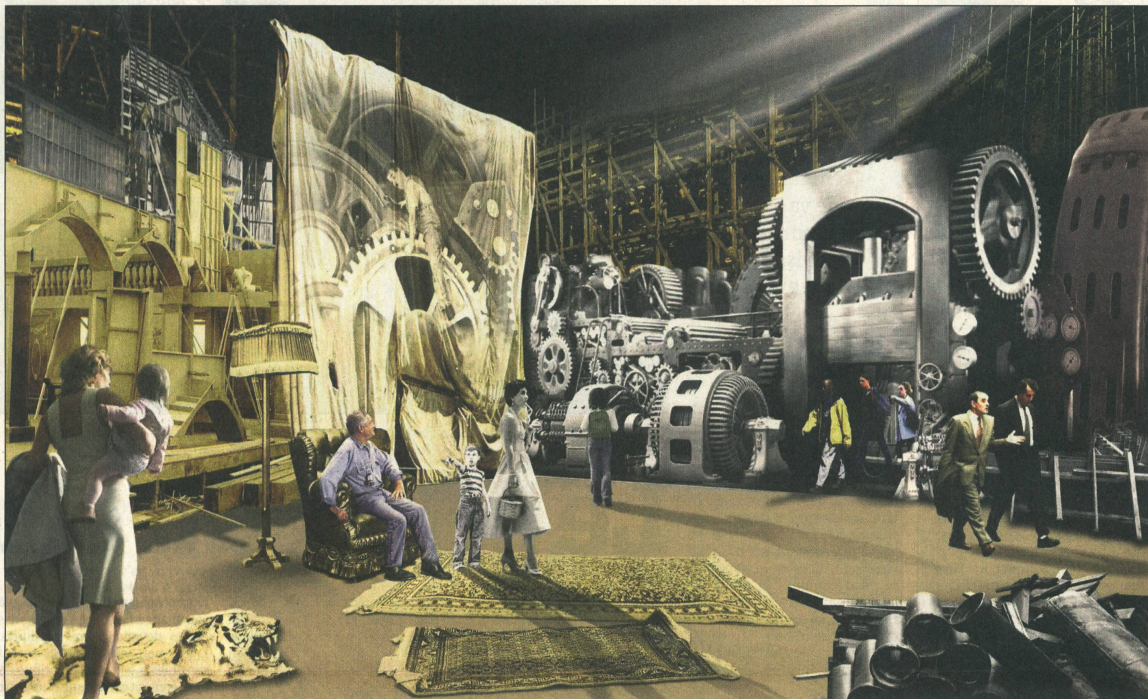
Aux yeux d'Yves Durand, les atouts touristiques du projet sont foisonnants: «Il s'agit d'un site unique qui permettra notamment aux visiteurs de découvrir les lieux intimes de la vie quotidienne de Chaplin, tels que la salle à manger, la chambre à coucher ou la bibliothèque.»

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 fera appel à une armada de technologies multimédia et qui abritera

## 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 Charlie et des scènes de films. eda

www.vevey.ch



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

Photos Ltd

# 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

**Un personnage connu de tous.**

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 démarrage 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».

**Montreux-Vevey Tourisme jubile**

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

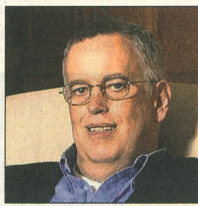
notamment sur le front des marchés asiatiques.» Et le directeur de Montreux-Vevey Tourisme de révéler:

**«La clientèle devrait, en grande partie, être composée de familles.»**

Yves Durand  
Muséographe

institution dans notre stratégie de communication.»

www.chaplinmuseum.com



Gamma presse image Ltd

**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.



Le Manoir de Ban, à Corsier-sur-Vevey, où ont vécu Chaplin et sa famille.

**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 20<sup>e</sup> 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.

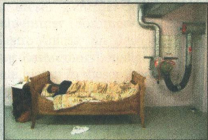
**4. Votre père évoquait-il son parcours cinématographique, son œuvre en général?**

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. eda



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

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 au comité directeur. Benoît Samson (SEG), André Oppenheim (Suisse-Majestic), Pierre-Alexandre Schlaeppli (Lutry) et Nicole Rimella (syndicat 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, 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-



Les changements climatiques à Saas Fee seront observés de près.

Swiss-Image

## Le souci du climat

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

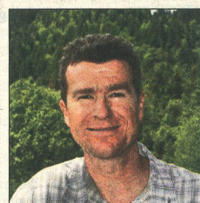
leur accord aussi bien à l'étude qu'à son financement. Et les enfants des écoles devraient être impliqués. D'une part, en classe, ils seront sensibilisés à la problématique du changement climatique et, d'autre part, ils interrogeront la population du village.

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 hotelleriesuisse. 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.

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  
LiechtiDirecteur de Diablerets  
Tourisme depuis 19981. Diablerets Tourisme  
mène-t-il une réflexion  
sur les conséquences des  
changements climatiques?

La demande touristique est toujours davantage dictée par les conditions météorologiques. Il faut notamment tenir compte d'hivers et d'étés de plus en plus aléatoires. Pour une station comme Les Diablerets, il s'agit, dès lors, de pérenniser l'offre en ski et en randonnée, tout en prévoyant des alternatives. Bref, il faut désormais éviter de miser sur les seules offres de plein air.

2. Comment cette stratégie  
se traduit-elle?

Les Diablerets vient de 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.

3. 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 sur 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.

4. Comment le tourisme peut-il  
se prémunir 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

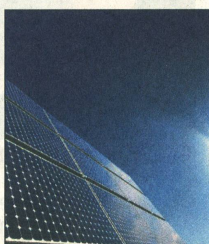
## Un fonds vert pour bâtiments

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

GUDRUN SCHLENCZEK

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 centenaire climatique. La Confédération met annuellement 200 millions de

Le recours aux énergies  
renouvelables est encouragé.

francs à disposition alors que les cantons contribuent pour 67 millions.

Un tiers des fonds, par le biais de la taxe sur le CO<sub>2</sub>, s'étend égale-

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 d'énergie 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 hotelleriesuisse l'a mis 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 hotelleriesuisse et des sponsors. Grâce à un «check-up» énergétique détaillé, «l'hôtelier peut identifier son potentiel d'économies réalisables alors que les nombreux exemples concrets 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 CO<sub>2</sub>, peut être exempté de la taxe et contribue efficacement à la protection du climat. ck

Adaptation Françoise 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.**

GENEVIÈVE ZUBER

Après Veysonnaz, la Ville de Sion quitte à son tour le bateau de Sion Région Tourisme (SRT). Et par effet domino, c'est Cœur du Valais, entité réunissant SRT et Sierre-Anniviers Tourisme (SAT), qui se dégonfle. Déjà que Nendaz n'a jamais voulu faire partie de Cœur du Valais, considérant cette destination comme artificielle et peu identifiable... De plus, côté SAT, Anniviers pourrait bien faire défection. Avec la fusion des communes de la vallée, le renforcement d'Anniviers comme marque identitaire est à l'ordre du jour.

## La destination de Conches vole en éclats

Depuis que ce type de destinations, voulues et orchestrées d'en haut, ont été privées d'ancrage, à la suite du non à la loi sur le tourisme, en novembre dernier, les forces centrifuges s'accroissent: la destination de Conches a volé en éclats, celle d'Aletsch est en sursis.

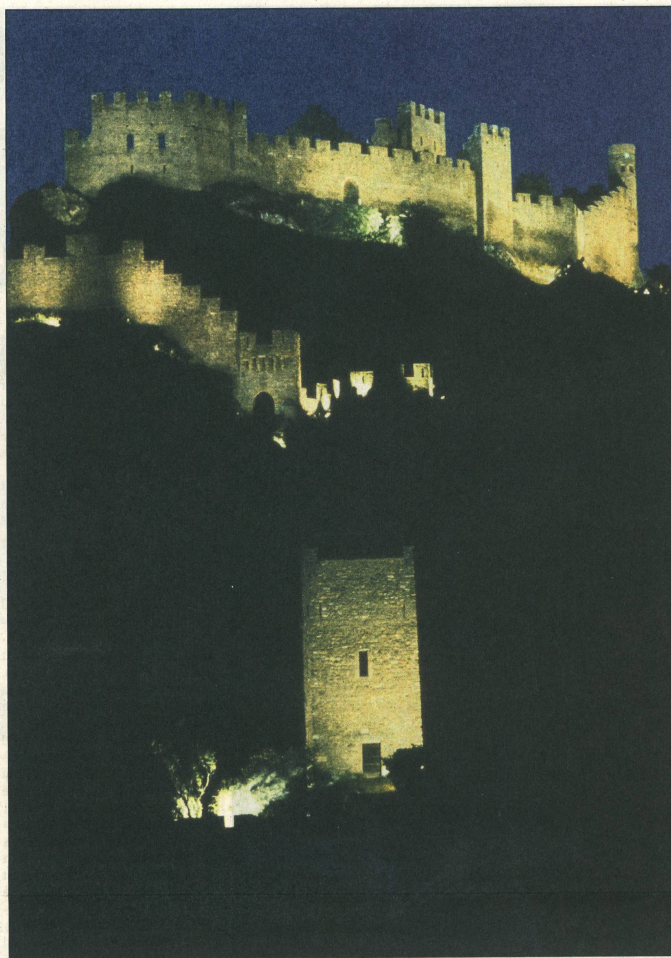
Pendant ce temps, les états généraux sur l'avenir du tourisme valaisan, prévus pour ce mois de juin, ont été reportés à l'automne.

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 Veysonnaz, «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 se battre avec leurs propres moyens.» Président de Valais Tourisme jusqu'à fin mai, Jérémie Robery, 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.

et une éventuelle taxe touristique pour tous les bénéficiaires de ce secteur, avoir recours au budget de l'Etat pour assurer la compétitivité du tourisme». Quant à Valais Tou-

risme, «à l'image de Suisse Tourisme, il pourrait devenir un centre de services à la carte avec, par exemple, des opérations marketing que les différentes destina-

tions choisiraient ou non de co-financer.» A entendre les derniers échos du débat, la sortie de crise passera peut-être par davantage de pragmatisme.

# 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

Mettre à la disposition des touristes qui visitent le canton de Fribourg un réseau de 11 stations équipées chacune de dix vélos électriques et



Le cyclotourisme, un créneau que Fribourg entend exploiter.

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 des projets porteurs pour le tourisme fribourgeois. «C'est le premier grand projet cantonal de la NPR. 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 verrait l'installation de neuf stations sur sol fribourgeois (Fribourg, Bulle, Char-

mei, Moléson/Gruyères, Châtel-St-Denis/Les Paccots, Romont, Lac-Noir, Estavayer-le-Lac et Morat) et de deux en terre vaudoise (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 serait 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 ETHENOZ

«Enfin!», diront ceux qui attendaient une manifestation visible de l'inscription de Lavaux au patrimoine de l'Unesco en 2007: des panneaux indicateurs. Et c'est vrai

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 «confédéralement» 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 indiquant 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

80% et 60 000 fr. pour la concrétisation et la mise en place. Le concept, étudié par un bureau lyonnais, 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.

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 célébrité 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 12 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](http://www.bienne-seeland.ch)

### Une année 2009 record pour le canton du Jura



Alain D. Bollat

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 «feutrés» entre Sion et Sierre. 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



ltd

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 vu offrir, 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**

Alain D. Boilat

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**

screenshot/ab

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 tiers gagnant de l'élégance en vacances, indique une étude publiée par le site spécialisé TripAdvisor 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. eda



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

# Les clients du Moyen-Orient incertains

**V** iendront-ils ? Viendront-ils ? 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'artifices 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 Libye.

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 a rassurés. 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 Saou-

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

VÉRONIQUE 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 riche 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 reçu 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 fête 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 NICOULIN

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 24/24 h 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 moteur au sein de l'exécutif cantonal durant les deux der-

nières législatures. 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.

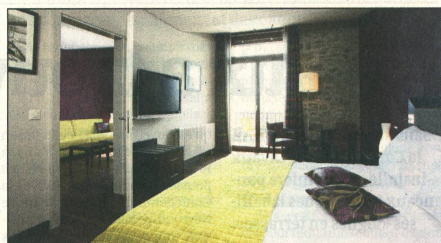
Les travaux de rénovation, qui ont coûté deux millions de francs et qui ont pris fin il y a un mois à peine, ont donné une nouvelle identité à l'établissement de la Riviera vaudoise.

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 réaménager 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 semi-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 bistrot 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 Richmond de Genève parvient à associer moderne et ancien.

# 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 en faire profiter leurs clients. Ce fut le cas du créateur du célèbre Badrutts 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 Richmond, 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 pour quoi pas la musique? L'Hôtel Richmond 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 Iseult Labote, l'hôtel confirme sa détermination de s'associer à l'art.»

Minh-Tan Bui  
Marketing Manager, Hôtel Richmond

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

Revenons à l'Hôtel Richmond, 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 Iseult 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 très nombreux hôtels de par le monde. Ainsi, Le Fairmont Monte Carlo organise, comme le souligne Claudia Bathany, 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 Morner 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 ou en organisant des concerts, l'hôtel crée des événements qui justifient la venue de visiteurs dans l'hôtel, visiteurs qui ne seraient 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 Zaehringen.

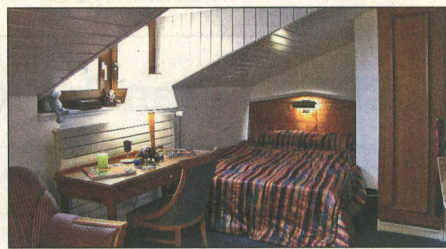
CLAUDE JENNY

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 ce ressortissant 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-

cedemment 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'Hine 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'existait 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-



Les chambres ont été conçues avec goût et sobriété.

dios ou appartements bénéficie d'une petite cuisine, d'une sonnette individuelle avec interphone à l'entrée, d'une boîte aux lettres, d'une plaquée d'identité, etc... L'hôtel n'offre pas de service de restauration. Par contre, une boulangerie-tea room va ouvrir à la fin de ce mois au rez-de-chaussée de l'une

des deux bâtisses. Devenu hôtelier après avoir œuvré dans l'immobilier, Hartmut Richter ne regrette pas sa conversion et l'investissement consenti. Il assure l'exploitation de l'hôtel avec son épouse africaine – qui continue d'exercer son métier d'hôtesse de l'air – et une employée pour l'entretien. «Cette

nouvelle activité 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 signifiant «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

## Pêle-mêle

Une carte des loisirs qui pense vélo et canoë

La nouvelle carte des loisirs Kümmerly+Freys séduira 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 et l'Ancienne gare. A 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. A 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 revaloriser l'image des vins suisses en leur donnant une meilleure notoriété dans le haut de gamme», explique au journal «Le Temps» Laurent Favre, conseiller national neuchâtelois (PLR). Le financement d'une campagne de promotion sera partagé à parts égales entre les producteurs et la Confédération.





«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

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

ALEXANDRE CALDARA

**Christophe Bonvin, racontez-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 Besnard 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 chacun.

**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 défaîtes. Après avoir encaissé quatre buts à Madrid avec Neuchâtel Xamax ou à Liverpool avec Sion après un 6 à 3. A Anfield, 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 libe-

tin de la dégustation. Il faut beaucoup d'humilité lorsqu'on goûte. Un même vin servi une heure plus tard pourra acquiescer une toute autre subtilité.

**Que pensez-vous des vins produits par le pays qui accueille la Coupe du monde, l'Afrique du sud ?**

C'est une référence dans les pays émergents. Ce sont des bons vins, mais je les trouve un peu pommadés. Ils manquent d'acidité, de personnalité, mais techniquement ils sont parfaits. On ne sent pas la transpiration des vigneron, même si je suis sûr qu'ils transpirent. Ce genre de vins s'impose comme des concurrents importants pour la viticulture suisse, ce qui nous



Olivier Maire/Id  
**Un footballeur à l'aise avec un ballon... de blanc.**

pousse à devenir meilleurs. En Valais, il est très rare de trouver un mauvais vin, alors que cela semblait fréquent il y a 20 ans.

**Un vin trop technique vous 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

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

Christophe Bonvin  
Négociant en vins

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.

### 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'terroirs, qui a été récemment inauguré



au Beau-Rivage de Neuchâtel. Avant de rejoindre cet établissement de renom, ce Breton de trente-sept ans a notamment fait ses armes auprès de Roland Pierroz à Verbier. Le chef français a rejoint le restaurant O'terroirs après avoir œuvré avec succès à l'Hôtel du Lac, à Coppet. 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. eda

## 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.

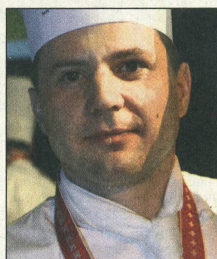
Passation de pouvoir, vendredi dernier, à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Le Vaudois Michel Rochat était l'ancien directeur gé-

néral de l'enseignement supérieur du canton de Vaud et de la jeunesse. Précédemment, il fut direc-

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.

## Franck Giovannini sur orbite



Alain D. Bollat  
**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 Crisier (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 Jaeglé.





# hotelwelten

Bäder mit viel Geschichte **4**  
Thermen der Superlative **6**  
Bad und Architektur **8**

Neues für die Sauna **9**  
Das Bad im Zimmer **10**  
Website mit Mehrwert **11**





Bild: Il Bagno Alessi One, Keramik Laufen, 4242 Laufen

**hotelwelten**

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



# Ein Thermen-Trip, das ist was Schönes

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 Füssen vom Bett ins Bad zu gelangen, hat bei mir doppelte



Gudrun Schlenzczek  
Redaktorin

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.

## inhalt

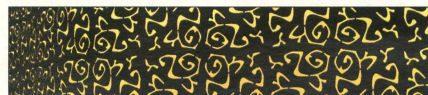
Im Jugendstil: Das Müller'sche Volksbad in München. 4



Das ausgezeichnete Kurzentrum Rheinfelden. 6



Wie baut man eine Therme? Ein Architekt erzählt. 8



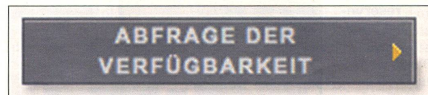
Für die Sauna: Neue Düfte, trendige Peelings. 9



Bad und Hotelzimmer kommen sich näher. 10



So trimmen Sie Ihre Website fit. 11



## impresum

**Chefredaktion:** Elisabeth Hobmeier

**Redaktion:** Gudrun Schlenzczek

**Korrektorat:** Paul le Grand

**Gestaltung:** Regula Wolf

**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

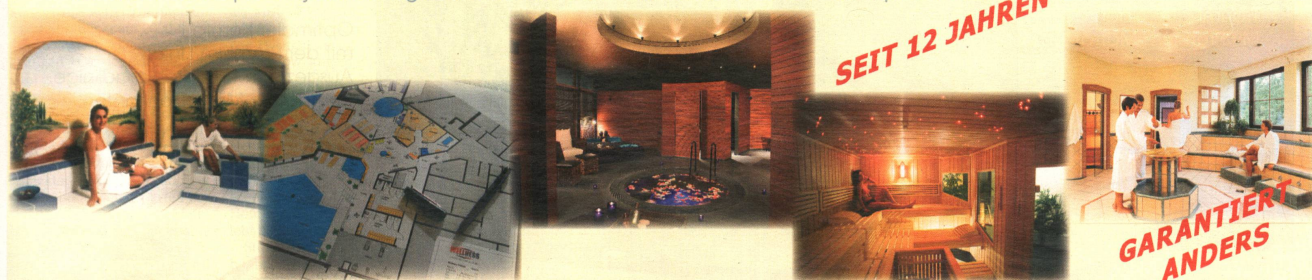
CH-3001 Bern

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

ANZEIGE

## IHR TEAM FÜR WELLNESS-PLANUNG & REALISATION VON INNOVATIVEN ERLEBNISANLAGEN

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



SEIT 12 JAHREN

GARANTIER  
ANDERS

Ausstellung / Planungsbüro: Wellness Partner GmbH - Ringstrasse 25 - 6010 Kriens / LU - Telefon 041 790 72 70

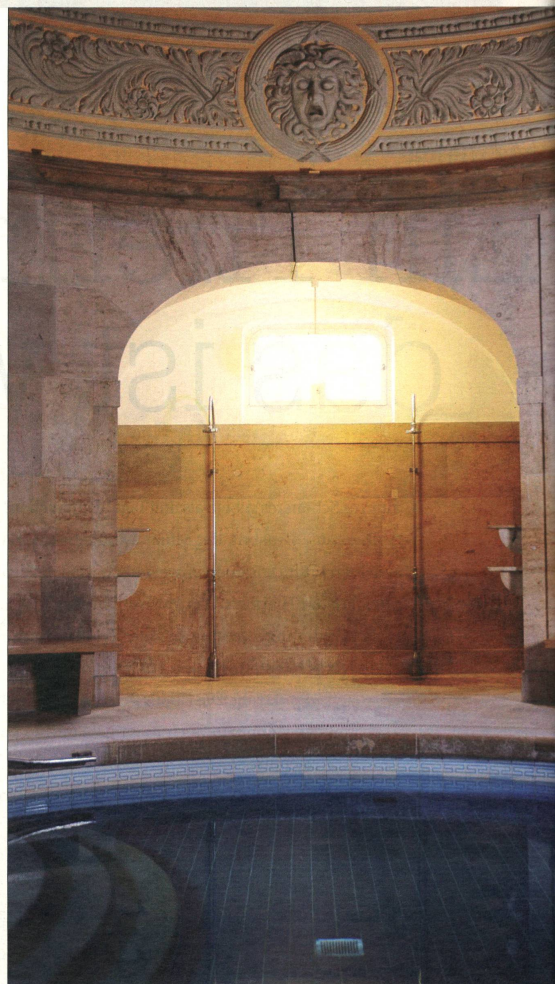
[www.wellnesspartner.ch](http://www.wellnesspartner.ch) [info@wellnesspartner.ch](mailto:info@wellnesspartner.ch)



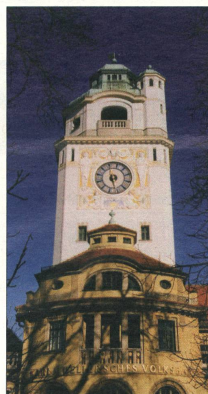
# Baden im Jugendstil

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 neubarocken Elementen wurde in aufwendiger Kleinarbeit originalgetreu erhalten.

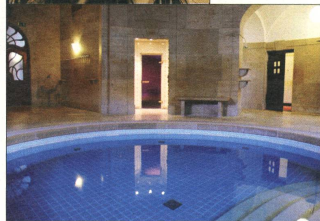
Zentrum des römisch-irischen Schwitzbades: Das Warmwasserbecken mit angenehmen 36 Grad.



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



Im Schwitzbad sind die Warmluft-räume kreisförmig um das Warmwasserbecken angeordnet.



Der Artikel ist entstanden anlässlich einer Presse-reise der Fachmesse «Interbad» der Messe Stuttgart [www.interbad.de](http://www.interbad.de)

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 fürs breite Volk zu errichten.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Badekultur war damals noch jung: Erst Mitte des 19. Jahrhunderts entstanden in deutschen Städten die ersten öffentlichen «Badeanstalten». Und zwar nicht nur zum Rundschwimmen, 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 Hillebrand 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 Saunabereich: Mit 21 Euro für vier Stunden ist dieser im Volksbad in München verglichen mit anderen Themen in Deutschland nicht gerade ein preiswertes Vergnügen. Das, obwohl das Müller'sche Volksbad nicht selbsttragend sein muss und via Energieeinnahmen 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 hatt 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 Hocheders (1854 bis 1917) könnte für moderne, energiesparende Bauten Pate 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.

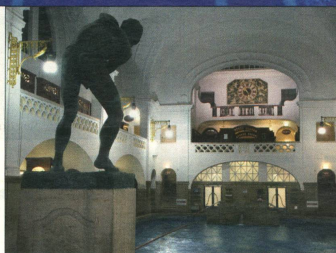
### Schwitzbad nach dem Vorbild Neros

Besonders viel Sorgfalt hat Hocheder 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

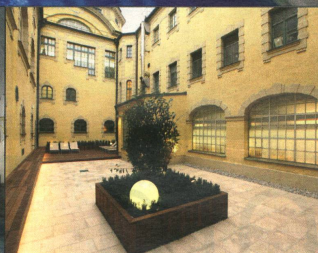
Das Müller'sche Volksbad in München wurde 1901 eröffnet. Das Bad bietet heute zwei Hallenbäder, ein römisch-irisches Schwitzbad mit Sauna, separate Wannen- und Brausebäder. Preis Hallenbad: 3,70 Euro (ohne Zeitbegrenzung). Preis Sauna und Schwimmbad: 21 Euro (4 Std.). Preis Einzel-Ruhekabinen: 4 Euro.

[www.svm.de](http://www.svm.de)



Die grosse Schwimhalle mit der Bronzeplastik «Der Schlangenkönig» im Vordergrund.

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



Ein Freiluft-hof ergänzt neu das Saunangebot des Müller'schen Volksbades.

liegt das Zentrum des heute um eine finnische Sauna ergänzten Schwitzbades: das runde und angenehm temperierte Warmwasserbecken (34 Grad). Kreisrund darum platziert die verschieden temperierten Warm- und Heissluft Räume 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.

# Thermen wie bei den Römern

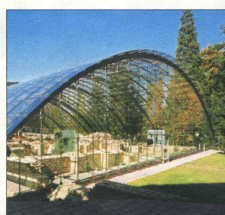
Das Baden in Badenweiler hat Geschichte: Die Römer haben als Erste die Quellen mit Heilkraft entdeckt.

GUDRUN SCHLENCEK

Wer in Badenweiler vor dem Kurpark mit seiner Thermenanlage steht, blickt auf 2000 Jahre Geschichte: Direkt unterhalb der 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 daherkommt: 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.

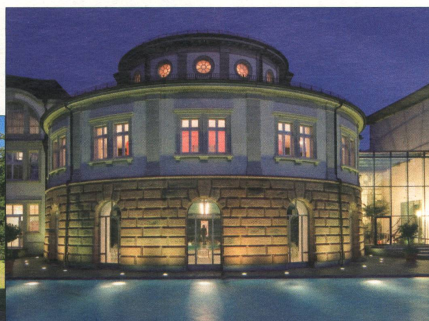
Die Blütezeit von Badenweiler als Kurbad begann etwa Mitte des 19. Jahrhunderts. Literaten wie Herman Hesse und Anton Tschechow kurten hier. Noch immer prägen prächtige Jugendstilbauten und das um die Jahrhundertwende gebaute Markgrafenbad das Ortsbild. Heute ist es in diesem Weiler am Rande des Schwarzwaldes 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 im den römischen Becken nachempfundenen und mit klassischen Säulen umrandeten Mar-



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

morb (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 Römisch-irisches Bad und durch eine Saunalandschaft, deren Zentrum, ein eigenes Bad mit 155 m² Wasserfläche, architektonisch einem

ganz anderen Zeitgeist entspringt: Das ehemalige Linde-Bad, 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 Marmorb (34 Grad), das Kuppelbad (32 Grad) und das Aussenbecken (zweigeteilt: 28 und 30 Grad). Saunalandschaft: fünf Saunen, ein Dampfbad sowie Nachtschwimmbecken, regelmässig Aufgüsse, Peelings, ganzer Mittwoch «Damensaua». Ausserdem: Römisch-irisches Bad, Wellness-Oase.

[www.badenweiler.de](http://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 textiltfrei in Thermalwasser erholen.

Bilder: Badenweiler Thermen und Touristik / zvg

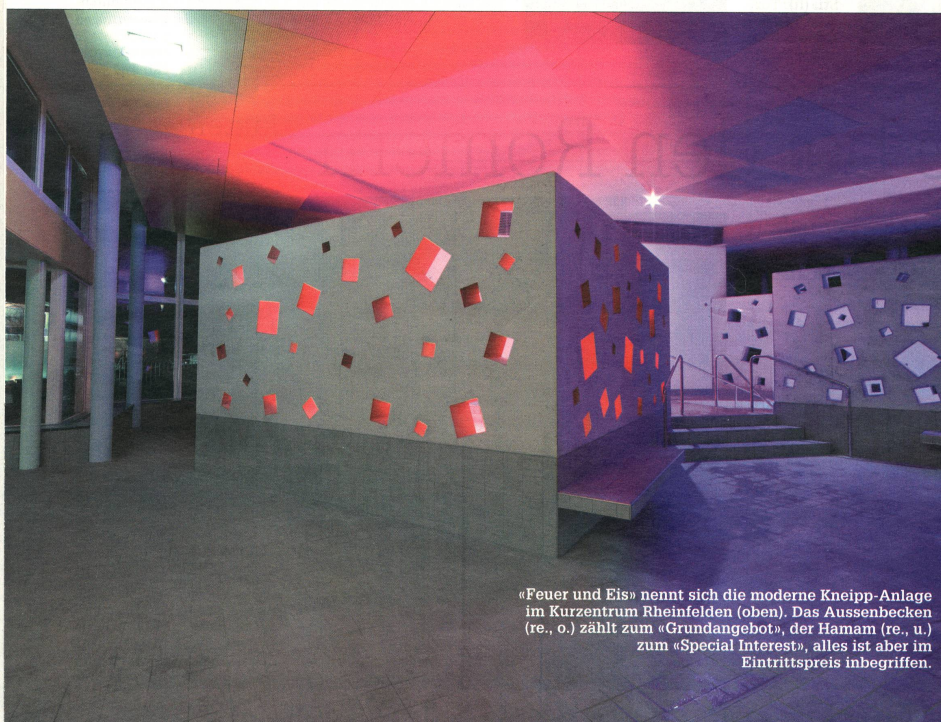




Baden wie im  
Toten Meer:  
Eine «Boutique»  
der «Wellness-  
Mall» im  
«Sole uno» in  
Rheinfelden.

Bilder zvg

# Vom Heilbad zur «Wellness-Mall»

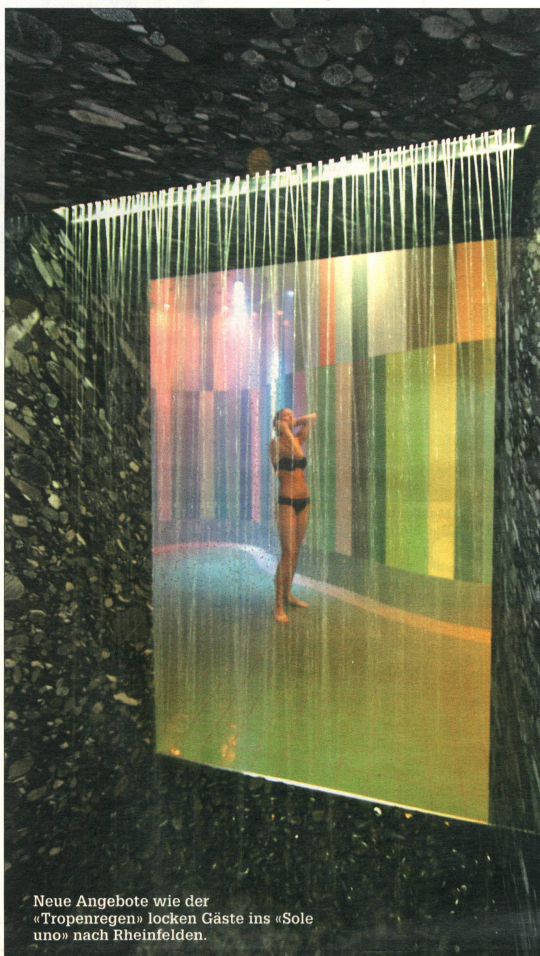


«Feuer und Eis» nennt sich die moderne Kneipp-Anlage  
im Kurzentrum Rheinfelden (oben). Das Aussenbecken  
(re., o.) zählt zum «Grundangebot», der Hamam (re., u.)  
zum «Special Interest», alles ist aber im  
Eintrittspreis inbegriffen.





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 SCHLENCZEK

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 genießen. 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, dieser 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 kaufkräftige Klientel zwischen 40 und 50 Jahren unterbricht gerne kurz und intensiv den Alltag, schätzt Luxus und gibt entsprechend Geld aus.

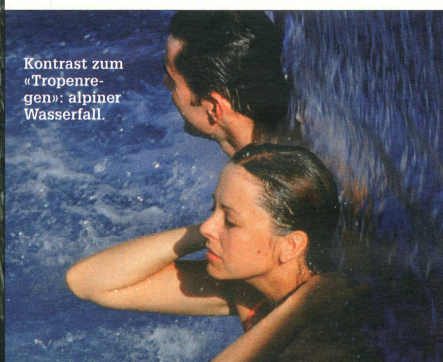
Profitable Nischen tun in der Thermenlandschaft Not, denn die Fixkosten sind hoch. «Die Bäder haben wirtschaftlich zu kämpfen», meint die Geschäftsführerin des Heilbäderverbandes. Immer wieder müsse ein Bad mit neuen und investitionsintensiven Angeboten die Kunden bei Laune halten, die Tech-

## 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](http://www.swissthermalspa.ch)

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 erntet 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



Kontrast zum «Tropenregen»: alpiner Wasserfall.

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 Aargauer Unternehmerpreis 2010 für das beste Dienstleistungs- und Handelsunternehmen ausgezeichnet. Der Preis gelte nicht nur dem Bäderbereich, sondern der ganzen rein privatwirtschaftlich geführten Unternehmung betont Thomas Kirchhofer, CEO der Kurzentrum Rheinfelden Holding AG. Diese besteht am Standort Rheinfelden aus drei Tochtergesellschaften: Die Wellness-Welt «Sole uno», das medizinische

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 gesellen 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, Erlebnisduchen, Feuer- und Eis-Bad und neuen Dampfbädern überraschen. Das liess die Gästezahl im 2009 um 22 Prozent auf 540 000 ansteigen. Das Konzept «Wellness-Mall» geht für Rheinfelden auf jeden Fall auf.

# Erding statt Mittelmeer

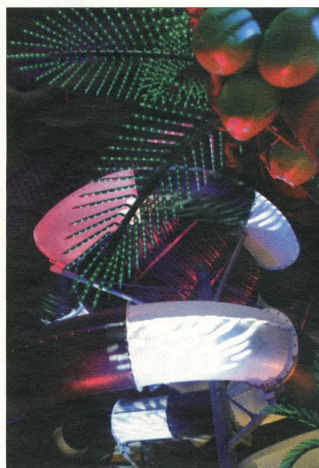
Sie ist die grösste unter Europas Thermen: Jene in Erding. Und sie bietet massenhaft Attraktionen. Jetzt will man noch ein Hotel.

GUDRUN SCHLENCZEK

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 Superlativen, welche die Therme im Süden Münchens bietet: Die weltgrösste Saunalandschaft mit 26 Saunavarianten steht auf einer Fläche von 13 000 m<sup>2</sup>, täglich

werden 90 Aufguss- und Wellnessangebote zelebriert. Die Thermenlandschaft bietet über 2600 m<sup>2</sup> Wasserfläche und ist mit der grössten zu öffnenden Glaskuppel Europas überspannt. Die tropische Pflanzenlandschaft lässt beim Baden Südseestimmung aufkommen, an warmen Sommertagen unter freiem Himmel. Aber nicht nur der

Das Rutschenangebot der Therme Erding ist das grösste in Europa. Und wohl auch das abwechslungsreichste.



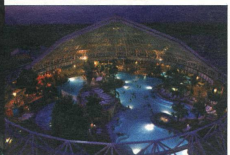
Blick zug

Wellnessgast findet in der Therme Erding, was er sucht. Mit Europas grösster Rutschenwelt (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

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 ausgabefreudigere Zielgruppe ins Haus hole.



Ein Tropenparadies im Süden Münchens – unter der grössten zu öffnenden Glaskuppel 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 fehle, so Barth, sei ein 4- oder 4-Sterne-Superior-Hotel:

## fakten

Die Therme in der bayerischen Stadt Erding misst 14 500 m<sup>2</sup> 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.

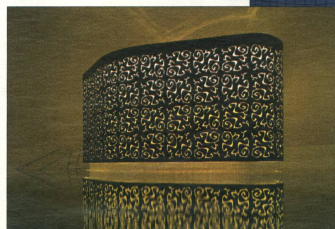
[www.therme-erding.de](http://www.therme-erding.de)

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



# 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.



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

Bilder: Mark Eskerod / David Mathiesen / Zyg



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

## fakten

Im September 2007 wurde die neue Therme Bad Aibling eingeweiht. Inklusiv Freibad auf dem Dach bietet diese 1431 m<sup>2</sup> 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.

Die feuchte Luft bleibt in den Kuppeln. Die Ruhezeiten sind ausserhalb der Kuppeln und bieten deutlich trockenere Luft. Deshalb reichen dort 28 Grad Lufttemperatur aus. Wenn Wasserflächen und Ruhezeiten 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 man 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 im Sommer die Sonne an den seitlichen Fensterfronten nicht herein. Im Winter, wenn die Sonne flacher steht, jedoch schon und kann so mitheizen.

**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, ja hier auch Betreiber, mitmachen.



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

ROBERT HÖSLE  
BEHNISCH  
ARCHITEKTEN

**Wie sieht für Sie ein Bad der Zukunft aus?**

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

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

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 Wandeln 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 einhalten zu können. 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 Komplettunterkellerung verzichtet. Im Keller der Schwimmbäder 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 m<sup>2</sup> messen, 15 m<sup>2</sup> 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-

## 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

Basel • Bern • Chur • Luzern • St. Gallen • Zürich • Lausanne • Lugano

www.therme-bad-aibling.de



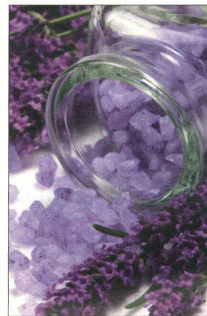


Im Walliser Sauna-Dorf der Lindner Alpentherme in Leukerbad setzt man auf heimische Düfte, wie Bergkräuter.

Besonders am Abend für den Aufguss beliebt: beruhigender Lavendel.

Bilder zvg

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



Fotolia

noten wie «eisiger Rotapfel» gehen. Dagegen mischt man in der «Alpentherme» des Lindner Hotels in Leukerbad lieber Heimisches 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 Wüest, Geschäftsführerin von «Well-swiss», aufstellt: an erster Stelle stehe 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 Renner seien 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 Wüest. In der «Alpentherme» darf der Gast deshalb die Peelings nur in der Dampfsauna auf die Haut auftragen.

# Traumaufguss

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

GUDRUN SCHLENCZEK

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



ANZEIGE



DIE BESTE REFERENZ  
FÜR EIN SPA VON KLAFS  
IST IMMER NOCH DAS  
ENTSPANNTAUFATMEN  
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 m<sup>2</sup> 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](http://www.klafs.ch).

**KLAFS**  
MY SAUNA AND SPA

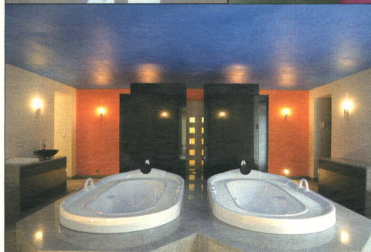
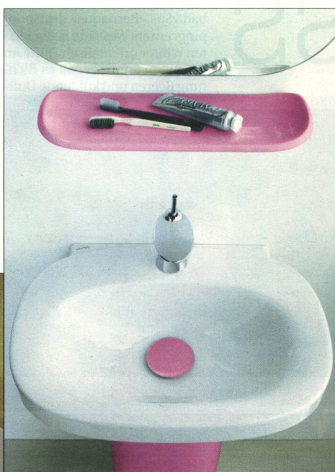
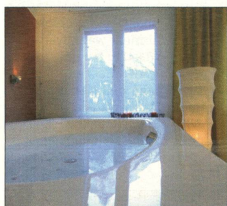
KLAFS AG | OBERNEUHOFSTR. 11 | 6342 BAAR  
041 760 22 42 | [WWW.KLAFS.CH](http://WWW.KLAFS.CH)



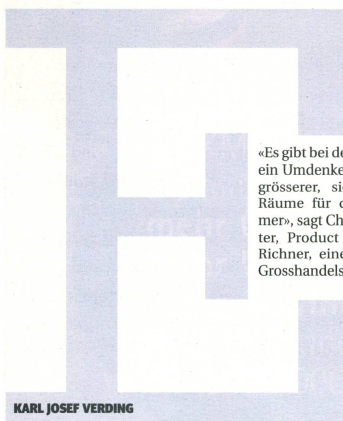
Die neuen Bäder öffnen sich zum Hotelzimmer. Sie avancieren zum «private spa», das 24 Stunden zur Verfügung steht. Das Zimmer wird zu seinem Ruheraum. Die Bad-Formen werden weicher, organischer und weniger puristisch. Die Reduktion des Bad-Stils auf die Geometrie ist vorbei.

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.



KARL JOSEF VERDING

«Es gibt bei den Architekten ein Umdenken in Richtung grösserer, sich öffnender Räume für die Hotelzimmer», sagt Christian Schlatter, Product Manager bei Richner, einem Schweizer Grosshandelsunternehmen

für Bäder und keramische Wand- und Bodenplatten, mit 20 Ausstellungen in der deutschsprachigen

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

zimmer ist zum Beispiel eine freistehende Badewanne platziert. Auch das eigentliche Spa «Vita Nova: bellezza alpina» 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 gesehen: «Ein Badezimmer, auch im Hotel, dient heute nicht mehr nur der körperlichen Reinigung, sondern ebenso zum Wohlfühlen und Entspannen», sagt Schmidt: «Gerade Holz bringt viel Wärme, Gemütlichkeit und Wohnlichkeit in die Räume – so auch in ein Badezimmer. Weshalb sollte man in einem Hotel darauf verzichten?» Zur Laufen-Linie Lb3 gehört deshalb unter anderem

eine Badewanne mit Verkleidung aus Echtholzurnier.

## Kleine Badezimmer für grosse Leute

Keramik Laufen gibt im «Laufen-Forum» einen Überblick seiner Optionen für die Badezim-

**«Ein Badezimmer dient nicht mehr nur der körperlichen Reinigung.»**

ROLF SCHMIDT  
MARKETING & SALES,  
KERAMIK LAUFEN

mergestaltung, nach Voranmeldung mit persönlicher Beratung. In der Ausstellung finden sich auch passende Armaturen der Marken Arwa, Similor und Sanimatic der Schwestergesellschaft 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

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



# Das Bad rückt ins Zentrum

Jaunin: «In vielen Hotels gibt es sehr kleine Badezimmer, und somit 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 «Ecotal»-Steuerpatronen für die Mengen- und Heisswasserbremse ausgestattet sind und somit Wasser und Energie sparen.» Die nur 140 auf 80 Zentimeter grosse Sanitäracryl-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.



# 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 Kunden 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 potenzielle Kunde halt täglich Stunden auf spezifischen Online-Medien verbringt, muss der Touristiker 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?

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 Kritikern 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 halt 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 Réception.



«Die Website ist wie eine zusätzliche Arbeitskraft.»

ROLAND SCHEGG  
INSTITUT FÜR TOURIS-  
MUS DER HES-SO  
VALAIS WALLIS

The screenshot shows a user interface for a hotel booking system. At the top, there are navigation links like 'Home', 'Anmelden', 'buchen', 'Alle Unterkünfte', and 'Prospekte'. Below this, there's a section for 'Ferienwohnung' with a search bar and filters. A sidebar on the right shows 'Ergebnisliste' and 'Auswahl Waren'. The main area has a section for 'Anmeldungsform' with fields for 'Anreisedatum' (19 Mai), 'Abreisedatum' (20 Mai), and 'Aufenthalt' (1 Nacht/N). Below that, there's a 'Belegung' section with 'Anzahl Zimmer' (1) and 'Erwachsene'. At the bottom, there's a 'Kriterien' section with a search bar for 'Ort'.

Website. Welche Rolle Destinationsorganisationen im Buchungsprozess haben sollen, ist heute wieder eine heiss diskutierte 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



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

Jetzt haben Einrichtungsprofis Waschtisch, Armaturnprogramm 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**<sup>+</sup>  
SILENCE

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

**Das milde Stille.**



# stellenrevue htr marché d'emploi

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

htr hotel revue Nr. 23 / 10. Juni 2010

reception@hotelleriesuisse  
Schlüsselkompetenzen für  
den Hotelführungserwerb  
www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung  
Telefon 021 370 43 01  
hotelleriesuisse  
Schlüsselkompetenzen für  
den Hotelführungserwerb

Veränderungen  
beginnen hier  
htr stellenrevue

www.hoteljob.ch

htr hotel revue

www.gastrojob.ch  
Topjobs und Gastroprofis – ganze Schweiz

GastroJob  
Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

## Inhalt / Sommaire

|  |     |
|--|-----|
| Aus- und Weiterbildung .....             | 2   |
| Direktion/Kaderstellen .....             | 3-4 |
| 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?



SBB/Alain D. Bollat zvg

# Work-Life-Balance



FRANZISKA BISCHOF-JÄGGI  
GESCHAFTSFÜHRERIN  
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 rönt 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 nicht anders könnten – eben unflexibel sind. Die Folge ist, dass sie sich eingeengt und permanent fremdgesteuert fühlen und längerfristig auf einen gesundheitlichen oder beziehungsmässigen Absturz hin zielen. Das rönt 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 Selbstwirksamkeitsüberzeugung, 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 Jahr 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 Entwicklungspsychologie – entstehen oft erst bedingt durch eine Krise. Sie lassen den Lei-

densdruck gross genug werden, damit die Motivation und die Bereitschaft überhand nehmen, 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 mit zur «Krise», die überwunden werden muss. Der Weg raus aus den Gewohnheiten, raus aus den Ängsten, raus aus festgefahrenen Schnellschüssen 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 AN «FRONT-OFFICE»

### DER REZEPTIONSKURS

**DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTRO SUISSE**

TERMIN: 4 mal 3 Seminare  
FRÜHLING: Start: 06.05.2010  
HERBST: Start: 26.10.2010

PREIS: Mitglied GastroSuisse bzw. Mitarbeiter von Mitglied GastroSuisse CHF 2'800,- inkl. Diplom

WEITERE INFORMATIONEN?  
GastroSuisse  
8046 Zürich  
Tel. 0049 977 111  
weiterbildung@gastrouisse.ch  
www.gastrouisse.ch

GASTRO SUISSE  
07/93 31 01

### Sprachaufenthalte

Top Angebote von  
Annemarie + Rolf Frischknecht  
Tel 044 926 39 58

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

5100-2846



Die branchenspezifische Ausbildung an der Hotel und Tourismus-Handelsschule hotellerieuisse 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 hotellerieuisse 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](http://www.minervaschulen.ch)

Aarau Baden Bern Luzern Zürich

Jetzt  
Info-Anlässe!

Hotel- und Tourismus-Handelsschule hotellerieuisse

Vorteil  
**MINERVA**  
Eine Schule der Katalana Bildungsgruppe Schweiz

## hoteljob.ch

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

**hotellerieuisse**  
Swiss Hotel Association  
Un servizio di hotellerieuisse

# Weiterbildung aktuell.

### Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

Erstes eidgenössisch anerkanntes Nachdiplomstudium auf der Stufe HF zugeschnitten auf UnternehmerInnen und Kader aus Hotellerie und Gastronomie. Modulare 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.

### Führungsfachfrau/-mann FA

Lehrgang Leadership, 5 Module: Selbstkenntnis, Selbstmanagement, Teamführung, Kommunikation, Informationsmanagement.

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

### Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus

#### Stufe I:

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

### KOPAS-Ausbildung:

25.08.2010, Luzern  
17.12.2010, Bern

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](http://www.akad.ch/business)

Alle Infos unter [www.hotellerieuisse.ch/weiterbildung](http://www.hotellerieuisse.ch/weiterbildung)

#### 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](http://www.quality-our-passion.ch)

### reception@hotellerieuisse, 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

Infos und Unterlagen  
hotellerieuisse Weiterbildung, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 43 01,  
Telefax 031 370 42 62, [www.hotellerieuisse.ch/weiterbildung](http://www.hotellerieuisse.ch/weiterbildung) – [weiterbildung@hotellerieuisse.ch](mailto:weiterbildung@hotellerieuisse.ch)

**hotellerieuisse**  
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 zentralen Kantonshauptorts. Das Gebäude wird zur Zeit aktiv um- und ausgebaut, spannende Zukunftsprojekte 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 Kochkünstler mit dem Auge fürs 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 entschädigt mit Foodcosts, die Ihnen praktisch keine Grenzen setzen. Sie haben freie Lieferantenwahl und dürfen Ansprechpartner auf Augenhöhe erwarten: Ein Profil-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 Berührungängste besuchen Sie die Patienten regelmässig persönlich! Nehmen Wünsche und Anregungen entgegen und führen eine peppy, trendige Küche mit mediterranem Einschlag ergänzt durch saisonale und regionale Spezialitäten. Das Ganze leicht, knackig, marktfähig bei top Qualität und optisch ansprechend serviert.

Vorteile dieser spannenden unternehmerisch geprägten Pionieraufgabe: Abends und bei entsprechender Organisation jedes zweite Wochenende frei sowie eine absolut attraktive Entlohnung. Idealerweise können Sie sich auf Französisch verständigen oder bringen ausbaufähige Französischkenntnisse mit. Diätkoch-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 der Büroöffnungszeiten. Ich freue mich auf den Kontakt und das Gespräch mit Ihnen.

Ralf-Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER  
Human Resources ConsultantsÜberlandstr. 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 lokalen Besten und zugleich grössten First-Class-Hotels mit über 100 Komfortzimmern und Deluxe-Suiten an allerbesten 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, Saunen und Erlebnisduschen 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 Nachfolgeplanung 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 entsenden 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/E/F sind ein Must.

Sie sind selbstbewusst, abgeklärt, 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 Junghoteliere, die Junghoteliere mit Potential! Wenn Sie die ultimative Herausforderung suchen und einen gehörigen Touch «Swissness» mitbringen, sollten wir uns unbedingt 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 ConsultantsÜberlandstr. 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, Seminare 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 tatkräftigen 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  
Tel. 041 758 11 26  
www.hotelaesch.ch  
info@hotelaesch.ch

## Die Gastronomiegruppe (zfv)

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

Für das von uns im Auftrag geführte

## Restaurant Technorama

Technoramassstrasse 1, 8404 Winterthur

suchen wir per sofort einen

## Küchenchef (m/w)

**Ihre Aufgabe:** Ihr Aufgabengebiet umfasst das Führen der Küchenbrigade (ca. 4 Mitarbeitende) 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 ergebnisorientiert, 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 Tauro, Leiterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://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](http://www.zfv.ch)

lenkerhof  
alpine resort

Möchten Sie Ihren Beitrag zur weiteren Erfolgsgeschichte des Lenkerhofs leisten und mit uns zu weiteren Höhenflügen durchstarten?

Wir suchen in Jahresstelle

RéceptionistIn (D/E/F) mit Aufstiegsmöglichkeiten zum  
Stellvertretenden Front Office Manager

## Chef de rang (D/E/F)

Bringen Sie Leidenschaft für den Beruf mit? Sind Sie ehrgeizig und motiviert, Neues zu bewegen und verfügen über mehrjährige Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie?

Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Lenkerhof alpine resort  
Daniela Borter  
3775 Lenk im Simmental  
Tel. 0041 (0)33 736 36 36  
E-Mail: [bewerbung@lenkerhof.ch](mailto:bewerbung@lenkerhof.ch)

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

Wir suchen ab August 2010 oder nach Vereinbarung

Fachfrau für  
Réception und Administration

**Ihr Aufgabenbereich umfasst:**

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

Sie bieten uns:

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

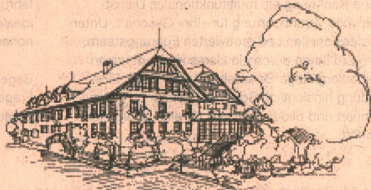
Wir bieten Ihnen:

Hohe Eigenverantwortung und abwechslungsreiche Tätigkeit  
Samstag und Sonntag frei, Abend frei  
Familiales 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](http://www.linde-fislisbach.ch)

Hotel Taverne zur Linde  
9220 Bischofzell

Wir sind ein lebhafter Betrieb im Herzen des Rosenstädtchens, und suchen per sofort oder nach Übernachtsaufstellung, 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.ch](mailto:info@hotel-linde.ch)  
[www.hotel-linde.ch](http://www.hotel-linde.ch)

## SV

catering &amp; 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 Zurich Versicherungs-Gesellschaft. Der Betrieb umfasst 83 komfortable Hotelzimmer, 15 verschiedenen grosse Laborräume 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 Kaderfunktion sind Sie für die operative Produktion und Fertigung des Speisenangebots zuständig sowie mitverantwortlich bei der Führung des Küchenteams (8 Mitarbeitende, 1 Lernerder). In Zusammenarbeit mit dem Küchenchef erarbeiten Sie die Angebotsplanung der Semi-à la carte Verpflegung und führen sämtliche anfallenden Administrationsaufgaben aus. Zudem sind Sie mitverantwortlich für den Einkauf von Lebensmitteln und Betriebsmaterial sowie für die Kontrolle der Bestellungen. Die Übernahme von Duty Management Diensten für das Center rundet Ihre Tätigkeit ab.

## Ihr Profil

- Abgeschlossene Berufslehre als Koch und einige Jahre Berufserfahrung
- Abgeschlossene Weiterbildung als Gastronomiekoch
- Kreative, dynamische und kommunikationsfähige Fachpersonlichkeit
- 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](http://www.sv-group.ch). Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Foto an:

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



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, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für das von uns im Auftrag geführte

### Personalrestaurant Allegra

der Helsana AG beim Bahnhof Zürich-Stettbach

suchen wir per August 2010 einen

### Küchenchef

**Ihre Aufgabe:** Sie führen die Küchenbrigade mit ca. 8 Mitarbeitenden 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 Teamsitzungen durch.

**Ihr Profil:** Sie üben 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 Tauro, Leiterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://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](mailto:info@zfv.ch), [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

\*\*\* 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
- Idealerweise zwischen 28–40 Jahre
- Zeitgemässe 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](mailto:e.bader@hirschen-regensdorf.ch)



38 Betten  
[www.hotelcalifornia.ch](http://www.hotelcalifornia.ch)

Hotel California  
Marco Caliaro  
Schiffände 18  
8001 Zürich  
[m.caliaro@gastrag.ch](mailto:m.caliaro@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.

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, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für das von uns im Auftrag geführte

### Personalrestaurant SIG Hus

Wücherstrasse 6, 8212 Neuhausen

suchen wir per 02. August 2010 einen

### Küchenchef (m/w)

**Ihre Aufgabe:** 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 Inventarverbearbeitung, die Überprüfung der Warenkosten und die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsvorschriften.

**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 selbständig 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 Tauro, Leiterin Personaldienst, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter [www.zfv.ch](http://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](mailto:info@zfv.ch), [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

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 Tagesmenü 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.
- ✓ Eingepreistenes Team.
- ✓ Neuzzeitliche Anstellungsbedingungen.

Informationen zu unserer Institution finden Sie unter

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

Nähere Auskunft erteilt Ihnen gerne Herr Max Gugelmann,

Leiter Hotellerie&Gastronomie, Tel. 031 700 86 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

Best Western

**Trend**  
Hotel

Freie 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](mailto:rg@trend-hotel.ch) [www.trend-hotel.ch](http://www.trend-hotel.ch)



ankommen und geniessen

Wir suchen nach Vereinbarung

### CHEF DE PARTIE

Wir sind ein beliebtes, vor zwei Jahren total saniertes Altstadtrestaurant und \*\*\*Hotel mitten 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-schluesel.ch](http://www.goldener-schluesel.ch)  
Mail: [troxler@goldener-schluesel.ch](mailto:troxler@goldener-schluesel.ch)

## Franchisenehmer/in

### Sind Sie startbereit für eine neue Herausforderung?

Die migrolino AG, eine Tochtergesellschaft des Migros-Genossenschaftsbundes, betreibt an ausgewählten Standorten ein erfolgreiches Franchise-Konzept mit Convenience-Shops, in welchen der anspruchsvolle Kunde alles findet, was sein Herz begehrt: Ein grosses Lebensmittelsortiment mit Frischprodukten, eine Cafétébar und zahlreiche Kiosk- und Presseartikel.

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

### Was Sie erwartet:

Als Vertragspartnerin mit ausgezeichneter 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.

migrolino AG, Schauplatzgasse 11, Postfach 493, CH-3000 Bern 7, [www.migrolino.ch](http://www.migrolino.ch)

### 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. Ihre Kunden betreuen Sie mit hoher Dienstleistungsbereitschaft und Sie haben ein Flair für Zahlen.

Begeistert? Dann machen Sie sich startklar und bewerben sich!

Fragen beantwortet Ihnen gerne Robert Schärz.

Telefon: 031 326 57 65, [hr@migrolino.ch](mailto:hr@migrolino.ch)

**migrolino**



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 dazu lernen... 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.barlind.ch  
www.linde-fislisbach.ch



barlinde  
Fislisbach  
www.barlind.ch

## STERNEN Gesucht Service- Fachangestellte 100%

Auf Ende Juli 2010  
Wir bieten Ihnen:  
Zeitgemässe Entlohnung, jeden 2. Sonntag,  
Montag und Dienstag frei, familiäres Arbeits-  
klima, Jahresstelle, Schichtbetrieb.  
Wir erwarten:  
Selbstständiges Arbeiten, Ehrlichkeit, freund-  
lichen Umgang mit unseren Gästen, Deutsch in  
Wort und Schrift.  
Melden Sie sich mit den üblichen Unterlagen  
bei Eugen Kalberer, Gasthof Sternen, Dorf-  
strasse 12, 7323 Wangs, Tel. 081 723 11 81,  
E-Mail: info@sternen-wangs.ch, www.ster-  
nen-wangs.ch  
Betriebsferien: 26. Juni bis 22. Juli 2010. Er-  
reichbar während dieser Zeit unter Telefon  
079 565 64 57.

## JUNGFRAU

GRINDELWALD • WENGEN • MÜRREN • 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
- Stilsichere Korrespondenz in den Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch (schriftlich und mündlich, Grundkenntnisse in Italienisch und Spanisch von Vorteil)
- Freude am Verkauf
- Gästeorientiertes 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 Mühlemann, Postfach 131,  
3818 Grindelwald, ursula.muehlemann@myjungfrau.ch  
Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Philippe Sproll, CEO,  
Tel. 033 854 12 70, zur Verfügung. www.myjungfrau.ch

## Sporthotel Wildstrubel

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 gutem Restaurantbereich 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 Gäste-  
kontakt und Freude an der Hotellerie in den Bergen, dann sind Sie  
bei uns im Hotel Wildstrubel am richtigen Ort.

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

Hotel Wildstrubel, Direktion, Lenkstrasse 8, 3775 Lenk im Sim-  
mental

## Restaurant Pöstli Arosa

Unser Restaurant ist im Posthotel integriert und verfügt  
über 80 Plätze. Die Gäste geniessen eine Frischprodukte  
Küche mit klassischen und modernen Ansätzen, sowie  
Spezialitäten vom Grill. Im Sommer belebt der Biergarten  
an der Oberseepromenade das Geschäft. Angegliedert ist  
das Restaurant Peking, wo authentische, hausgemachte  
Spezialitäten serviert werden.

Auf die kommende Wintersaison suchen wir in unseren  
lebhaften, saisonal geprägten à la carte Betrieb einen

## Küchenchef (m/w) in Jahresstelle

mit Fachkompetenz, Kreativität und Belastbarkeit. Sie  
gestalten ein aktuelles, saisongerechtes Angebot und  
prägen mit Ihrer Handschrift unsere Küche.

- Sie planen selbstständig den Einkauf
  - organisieren die Küche und Führen das MA-Team
  - Ihr Ziel: Hohe und konstante Qualität aus der Küche
- Interessiert? Gerne erwarten wir Ihre vollständigen  
Bewerbungsunterlagen.

Rest. Pöstli, Agi & Hans Tobler  
Oberseepromenade, 7050 Arosa Tel 081 / 356 57 27  
agi.tobler@poestli-arosa.ch / www.poestli-arosa.ch

## berndorf LUZERN

Siamo leader di mercato e innovazioni nel settore della  
tavola gastronomica e specialisti nel sistema distribu-  
zioni 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. Quindi siamo alla  
ricerca di una vivace e socievole personalità nel settore

## rappresentante 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 collaboratrice interna che svolge tutto  
il Backoffice per lei
- Prospettiva a lungo termine in una ben nota  
azienda tradizionale con chiare strutture di conduzioni  
e processi organizzativi gestibili

Siete interessati a cogliere quest'importante sfida e dis-  
posti a fornire il Vostro personale contributo al succes-  
so della nostra azienda? Naturalmente le garantiamo la  
massima discrezione. In tal caso inoltrate la Vostra condi-  
datura possibilmente in tedesco completa di certificati a:

Berndorf Luzern AG  
Industriestrasse 15  
6203 Sempach-Station  
www.berndorf.ch  
rebecca.beerli@kreativita.ch

## CASINO restaurants bern CASINO relais

## Commis oder Demi Chef de Pâtisserie (m/w) 100%, per sofort

Als unser zukünftiger Mitarbeiter bringen Sie eine abgeschlos-  
sene Berufsausbildung als Konditor mit Erfahrung in der Pâtis-  
serie mit. Sie sind eine organisierte und engagierte Persönlich-  
keit und haben Freude, mit frischen Produkten zu arbeiten. Ihrer  
Kreativität können Sie bei uns freien Lauf lassen! Team- und  
Gästeorientierung, 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 selbstver-  
stehlich willkommen!

### Es erwartet Sie:

Eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit mit Wei-  
terbildungs- 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, innovati-  
ven 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 auf-  
gestelltes, fröhliches Team freut sich auf eine selbstständige,  
sozialkompetente Persönlichkeit. Haben wir Ihr Interesse ge-  
weckt? Wenn ja, senden Sie Ihre Unterlagen an untenstehen-  
de Adresse, oder rufen Sie uns an, wenn Sie weitere Fragen  
haben.

Casino Restaurants Bern AG  
Kontaktperson Frau Laila Zoller  
Herengasse 25, 3011 Bern  
laila.zoller@casinobern.ch oder 031 328 03 01  
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



Sie sind gelernter Koch/Köchin, im Idealfall mit einer Weiter-  
bildung zum Diätkoch, begeisterungsfähig, kreativ, genau, auf-  
gestellt, teamorientiert und selbstständiges Arbeiten gewöhnt.

Das Aufgabengebiet umfasst die Zubereitung und das Anrich-  
ten aller Diätformen, der vegetarischen Gerichte, Zwischen-  
mahlzeiten und Diätdesserts. Ebenfalls gehört die Planung der  
vegetarischen Menüs sowie die Warenbestellung für die Diät-  
küche zu Ihren Aufgaben. Die Einhaltung und Kontrolle der  
Hygienestandards sind für Sie selbstverständlich. Eine enge Zusammen-  
arbeit mit der Hauptküche, der Ernäh-  
rungsberatung und dem Service ist Teil der täglichen Arbeit.

Wir bieten Ihnen eine Ihrer Ausbildung entsprechende  
Verdienstmöglichkeit, gute Sozialleistungen sowie die Mög-  
lichkeit zur beruflichen Weiterbildung. Es erwarten Sie gere-  
gelte Arbeitszeiten von 8.30 bis 13.15 Uhr und von 16.20 bis  
20.15 Uhr. Bei Bedarf stellen wir Ihnen eine Wohnmöglichkeit  
zur Verfügung.

Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Frau Claudia Ehrlicher,  
Leiterin Ernährungsberatung zur Verfügung. Gerne erwarten  
wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen per Post mit  
Lebenslauf, Zeugnissen und Passfoto.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG  
Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin  
CH-8265 Mammern (Bodensee) TG  
Tel. 0041 52 742 11 11  
www.klinik-schloss-mammern.ch

THE SWISS  
LEADING  
HOSPITALS



## Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

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

Viel Erfolg bei der Suche!

## Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

### Direktion / Geschäftsleitung

| Position, Arbeitgeber  | Ort               | Job-Code |
|------------------------|-------------------|----------|
| Pächter / Pächter-Paar | Region Graubünden | J14622   |
| Geschäftsleiter (w/m)  | Region Zürich     | J14701   |
| Resident Manager       | ganze Schweiz     | J14703   |
| Hoteldirektor          | Region Zürich     | J14609   |
| Geschäftsführer/in     | Region Basel      | J14603   |

### Verkauf / Marketing

| Position, Arbeitgeber                 | Ort           | Job-Code |
|---------------------------------------|---------------|----------|
| Assistant Convention Manager          | Region Zürich | J14617   |
| Personalvermittlungsprofil (w)        | Region Zürich | J14730   |
| Marketing und Controlling Koordinator | Region Zürich | J14699   |

### Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

| Position, Arbeitgeber                   | Ort           | Job-Code |
|---|---------------|----------|
| Letterin Administration                 | Region Basel  | J14636   |
| Personalverantwortliche/r               | Region Zürich | J14602   |
| Sachbearbeiter/in Rechnungswesen 60-70% | Region Zürich | J14725   |

### Réception / Front Office

| Position, Arbeitgeber                          | Ort               | Job-Code |
|--|-------------------|----------|
| Chef de Réception                              | Region Zürich     | J14717   |
| Réceptionist/-in                               | Region Basel      | J14630   |
| Front Office Agent                             | Region Zürich     | J14604   |
| Réceptionist/in                                | Region Bern       | J14610   |
| Front Office Manager/in                        | Region Oberwallis | J14611   |
| Guest Relation Mitarbeiter/in                  | Region Oberwallis | J14612   |
| Réceptionist (in)                              | Region Zürich     | J14615   |
| Réceptionist (in)                              | Region Zürich     | J14616   |
| Junior Réceptionist/in (Spanien - Costa Brava) | International     | J14618   |
| Réceptionist/Night Auditor (m)                 | Region Zürich     | J14722   |
| Réceptionist                                   | Region Oberwallis | J14683   |
| Réceptionist (w/m)                             | Region Zürich     | J14675   |
| Réceptionist (in)                              | Tessin            | J14872   |
| Sous-chef (England - Kent)                     | International     | J14691   |
| Chef de Réception                              | Region Zürich     | J14697   |
| Night assistant / Nachtreception & controlling | Region Zürich     | J14705   |
| Réceptionist                                   | Region Zürich     | J14712   |

### Food & Beverage

| Position, Arbeitgeber | Ort           | Job-Code |
|-----------------------|---------------|----------|
| Chef de Service       | Region Zürich | J14681   |

### Küche

| Position, Arbeitgeber                  | Ort                       | Job-Code |
|--|---------------------------|----------|
| Chef de Partie                         | Region Bern               | J14719   |
| Commis de cuisine                      | Region Oberwallis         | J14608   |
| Sous-chef (m/w)                        | Region Freiburg           | J14605   |
| Chef de Partie (m/w)                   | Region Mittelland (SO,AG) | J14688   |
| Pâtissier (m/w)                        | Region Basel              | J14638   |
| Koch                                   | Region Zürich             | J14635   |
| Demi-chef de partie (England - London) | International             | J14628   |
| Küchenchef/in                          | International             | J14626   |
| Chef pâtissier                         | International             | J14877   |
| Chef de partie (England - Evershot)    | International             | J14880   |
| Commis de cuisine (Irland - Cork)      | International             | J14873   |
| Chef de partie (Irland - Cork)         | International             | J14874   |
| Sous-chef                              | International             | J14726   |
| Küchenchef                             | Tessin                    | J14731   |
| Chef de Partie                         | Tessin                    | J14732   |
| Chef de Partie                         | Tessin                    | J14735   |
| Chef de partie (Irland - Galway)       | International             | J14692   |
| Chef de partie (England - Aviemore)    | International             | J14693   |
| Chef de partie                         | Region Neuchâtel/ Jura    | J14694   |
| Pâtissier (w/m)                        | Region Zürich             | J14702   |
| Chef de cuisine - Küchenchef/in        | ganze Schweiz             | J14704   |
| Hilfskoch (m)                          | Region Zürich             | J14710   |
| Sous Chef (m/w)                        | Region Zürich             | J14718   |
| Commis de Cuisine                      | Region Zürich             | J14720   |

### Service / Restauration

| Position, Arbeitgeber                   | Ort           | Job-Code |
|---|---------------|----------|
| Sommelier/Sommelière (England - London) | International | J14625   |
| Aide du Patron                          | Region Bern   | J14721   |
| Commis de rang                          | Region Zürich | J14724   |

### Service / Restauration

| Position, Arbeitgeber                                       | Ort                       | Job-Code |
|---|---------------------------|----------|
| Commis de rang conference and banqueting (England - London) | International             | J14627   |
| Commis de rang  | Region Zentralschweiz     | J14629   |
| Servicecaushilfe  | Region Zentralschweiz     | J14631   |
| Serviceangestellte/r  | Region Zürich             | J14633   |
| Servicecaushilfen   | Region Zürich             | J14637   |
| Serviceangestellte/r  | Region Basel              | J14639   |
| Serviceangestellte/r  | Region Basel              | J14641   |
| Serviceangestellte/r  | Region Zürich             | J14687   |
| Serviceangestellte/r  | Region Bern               | J14689   |
| Commis de rang  | Region Bern               | J14678   |
| Demi-chef de rang   | Region Mittelland (SO,AG) | J14879   |
| Serviceangestellte/r - in A la carte                        | Region Zürich             | J14876   |
| Chef de rang  | Region Neuchâtel/ Jura    | J14727   |
| Demi-chef de rang (Irland - Carlow)                         | International             | J14728   |
| Commis de rang oder Servicepraktikant/-in                   | Tessin                    | J14734   |
| Chef de Service   | Tessin                    | J14733   |
| Praktikant/in Service                                       | Region Bern               | J14690   |
| Chef de service (England - Wiltshire)                       | International             | J14696   |
| Stv. Geschäftsführerin (w)                                  | Region Zürich             | J14700   |

### Bar / Events / Bankett

| Position, Arbeitgeber   | Ort               | Job-Code |
|---|-------------------|----------|
| Chef de bar   | Region Oberwallis | J14606   |
| Operations manager private dining & events (England - London) | International     | J14621   |
| Barmaid/ Barman (Spanien - Costa Brava)                       | International     | J14619   |
| Commis de bar   | Region Oberwallis | J14607   |
| Barmitarbeiter für den Sommer                                 | Region Zürich     | J14634   |
| Barmaid/ Barman (England - London)                            | International     | J14729   |

### Hauswirtschaft

| Position, Arbeitgeber                 | Ort               | Job-Code |
|---------------------------------------|-------------------|----------|
| 1. Gouvernante                        | Region Oberwallis | J14613   |
| Alleingouvernante                     | Region Zürich     | J14698   |
| 2. Gouvernante                        | Region Bern       | J14614   |
| Head Housekeeper (Paris - Frankreich) | International     | J14620   |
| Zimmerfrau                            | Region Zürich     | J14723   |
| Gouvernante                           | Region Zürich     | J14716   |

### Diverses

| Position, Arbeitgeber  | Ort           | Job-Code |
|------------------------|---------------|----------|
| Charcuterieverkäuferin | Region Zürich | J14695   |

### Lehrstellen/ Praktikum

| Position, Arbeitgeber       | Ort                         | Job-Code |
|-----------------------------|-----------------------------|----------|
| Réceptionspraktikant/in     | Region Zürich               | J14642   |
| Hotelfachmann/-frau         | Ganze Schweiz               | J5419    |
| Koch/Köchin                 | Ganze Schweiz               | J5422    |
| Cuisinier/Cuisinière        | Toute la suisse             | J5551    |
| Employé(e) de commerce HGT  | Toute la suisse             | J5427    |
| Kaufmann/-frau HGT          | Ganze Schweiz               | J5423    |
| Spécialiste en hôtellerie   | Toute la suisse             | J5426    |
| Restaurationsfachmann/-frau | Ganze Schweiz               | J5421    |
| Spécialiste en restauration | Toute la suisse             | J5424    |
| Réceptionspraktikant/in     | Region Zürich/ Schaffhausen | J5337    |

### Express Stellengesuche

| 1     | 2  | 3  | 4  | 5          | 6        |
|-------|--|----|----|------------|----------|
| B1188 | Chef de partie/Souchef   | 40 | DE | per sofort | D/F/E    |
| B014  | Director of Sales & Marketing / Vizedirektor / Direktor        | 39 | CH | per sofort | D/F/E    |
| B362  | Event/Bankett/Administration                                   | 50 | CH | per sofort | D/F/E/HU |
| B137  | Küchenchef   | 58 | DE | per sofort | D/F/E    |
| B763  | Küchenchef   | 56 | CH | per sofort | D/E      |
| B140  | Personal/ Geschäftsleitung/Verwaltung                          | 44 | DE | per sofort | D/E      |
| B354  | Restaurantass./Empfangass./Serviceangestellte/Barmitarbeiterin | 24 | DE | per sofort | D/F/E/TR |
| B1153 | Service  | 35 | DE | per sofort | D/E      |
| B835  | Spitalhotellerie/ Gesundheitswesen/ Konzeption/ Consulting     | 30 | DE | per sofort | D/F/E    |
| B656  | Team- oder Gruppenleiterin                                     | 38 | CH | per sofort | D/E      |
| B1170 | Zimmermädchen/ Küchenhilfe/ Kellnerin                          | 25 | HU | per sofort | D        |

1 Referenznummer - Numéro des candidats  
2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (Position souhaitée)  
3 Alter - Age  
4 Nationalität - Nationalité  
5 Eintrittsdatum - Date d'entrée  
6 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques

Stand per 7.6.2010. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.





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%) (Reservationswesen auf Fidelity Suite V8)

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, anspruchsvolle Aufgabe mit entsprechenden Kompetenzen und attraktiven Arbeitsbedingungen. Für nähere Auskünfte steht Ihnen gerne Cornelia Patzen, (Chef de Réception), Telefon 044 764 88 10, zur Verfügung – oder besuchen Sie uns unter [www.klosterkappel.ch](http://www.klosterkappel.ch). Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Diese senden Sie bitte bis 18. Juni 2010 an:  
Kloster Kappel, Jürgen Barth, Geschäftsführer, 8926 Kappel am Albis



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 Berufslehre 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 erwartet Sie ein lebhafter und interessanter Hotel- und Gastronomiebetrieb 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 81 61  
Telefax 041 754 81 71  
[www.seminarhotelaegerisee.ch](http://www.seminarhotelaegerisee.ch)

Für unser wunderschönes Weinrestaurant im Herzen von Zürich suchen wir per sofort eine/n



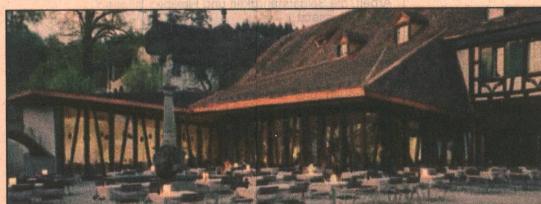
## Servicemitarbeiter/-in mit guten Weinkenntnissen

Wir suchen eine kundenorientierte, flexible und teamfähige Persönlichkeit mit ausgeprägtem Weininteresse. Lieben Sie den Umgang mit Menschen und haben Sie das Talent Kundenwünsche 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 Bündrestube  
Stefanie Rosche  
Nüschelestrasse 1  
8001 Zürich  
[stefanie.rosche@moevenpick.com](mailto:stefanie.rosche@moevenpick.com)

MARCHÉ INTERNATIONAL



### 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** Arbeitsbedingungen.

Weitere Informationen und Jobangebote finden unter [www.kartause.ch](http://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](mailto:karin.buehlmann@kartause.ch)  
Telefon +41 52 748 44 11



An bevorzugter Lage in Zürich Wallisellen bietet das Hotel Belair Geschäftsleuten 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](http://www.belair-hotel.ch)  
[joerg@belair-hotel.ch](mailto:joerg@belair-hotel.ch)



### 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 Dreierteam
- Organisation und Koordination der Konferenzzimmer
- 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 verschiedenster Nationalität. Nebst Deutsch verstehen und sprechen Sie sehr gut Englisch und verfügen über gute Französischkenntnisse. Ihr Profil wird abgerundet durch gute PC-Anwenderkenntnisse. 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 Ilaue, 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.blaettler@bakermckenzie.com](mailto:simone.blaettler@bakermckenzie.com)



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
- Kenntnis moderner Kommunikationsmittel
- Stilsicheres und zielgruppenspezifisches Schreiben
- Schweizerdeutsch als Muttersprache, Englisch und Italienisch von Vorteil
- Besitz eines PKW-Führerscheins
- Organisations- und Kommunikationstalent
- Hohe Loyalität, Diskretion und Dienstleistungsbereitschaft
- Bereitschaft für Wochenendseinsätze
- 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](mailto:michael.baumann@sesag.ch), [www.engadin.stmoritz.ch](http://www.engadin.stmoritz.ch)

Maloja  
Sils  
Silvaplana  
St. Moritz  
Celerina  
Pontresina  
Samedan  
Bever  
La Punt Chamues-ch  
Madulain  
Zuoz  
S-chanf  
Zernez



Wir suchen für unseren lebhaften Landgasthof  
per Anfangs 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  
geregelter 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 Wohlern  
www.kreuzwohlern.ch  
info@kreuzwohlern.ch

## 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 Flexibi-  
lität vorausgesetzt.

### 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 Flexibi-  
lität voraussetzt.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen  
Bewerbungsunterlagen (mit Foto) via  
E-Mail oder Post:

Hotel Sas da Grüm  
G. Mettler und S. Büschi  
6575 San Nazzaro  
Tel. 091 785 21 71  
www.sasdagruem.ch  
info@sasdagruem.ch



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

Folgende Stellen sind ab sofort bis 31. Oktober 2010  
zu besetzen:

- **Réceptionist/in** D/I/F mit Hotelserfahrung
- **Commis de rang** 50% D/I/F für HP-Saal
- **Tourneate** 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

## Stellengesuche

### Koch

22 Jahre, Schweizer, sucht eine  
Jahresstelle per sofort oder nach  
Vereinbarung (Deutschschweiz).  
Daniel Ruoss, Hotel Hiltfegg,  
9613 Mühlrüti  
Tel. 079 427 41 55

## Stellenvermittlungen

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in  
guten Hotels der ganzen Schweiz für  
qualifiziertes Hotelpersonal.  
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

**Stellenvermittlungsbüro Hotelia**  
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Bin-  
ningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09  
www.hotelia.ch



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

## 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: hotelleriesuisse, 3001 Bern

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

Chefredaktion / Rédaction en chef: Elisabeth Homberger

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 Hausammann

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

Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi: www.hoteljob.ch

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

**Stellenrevue / marché d'emploi – Aus- und Weiterbildung / formation initiale et continue**  
– Aus- und Weiterbildung / Formation initiale et continue CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10  
– Stellenangebote / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10  
– Kaderrubrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadrif CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellenangebote / seulement demande d'emploi)  
1 Woche / semaine CHF 50.–, 2 Wochen / semaines CHF 70.–, 4 Wochen / semaines CHF 100.–

**Immobilienrevue / marché immobilier – Kleinanzeigen / petite annonces**

– Immobilien / immobilier – Kleinanzeigen / petite annonces CHF 1.60 4-farbig/quadrif CHF 2.10

1 GzD bis spätestens Freitag vor Erscheinen – zusätzliche GzD werden mit je CHF 30.– verrechnet.

### Termine

| – Ausgabe / Numéro        | Nr. 24/2010 | Nr. 25/2010 | Nr. 26/2010 | Doppelnummer<br>Nr. 27/28/2010 |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------------------------|
| – Erscheint / brution     | 17. 6. 2010 | 24. 6. 2010 | 1. 7. 2010  | 8. 7. 2010                     |
| – Anzeigenschluss / Délai | 14. 6. 2010 | 21. 6. 2010 | 28. 6. 2010 | 5. 7. 2010                     |

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

| Doppelnummer<br>Numéros coulés | Nr. 27/28 / 8. 7. 2010 | Nr. 29/30 / 22. 7. 2010 | Nr. 50/51 / 16. 12. 2010 |
|--------------------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------|
|--------------------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------|

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

Auflage WEM-beglaubigt 2009 / tirage contrôlés REMP 2009: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 732 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 769 Ex.

Druckauflage tirage imprimé: 13 000 Ex.

Die in diese Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden.  
Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Dies unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht.



# htr hotel revue



# immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 23 / 10. Juni 2010

## Gelesen von Entscheidungsträgern!

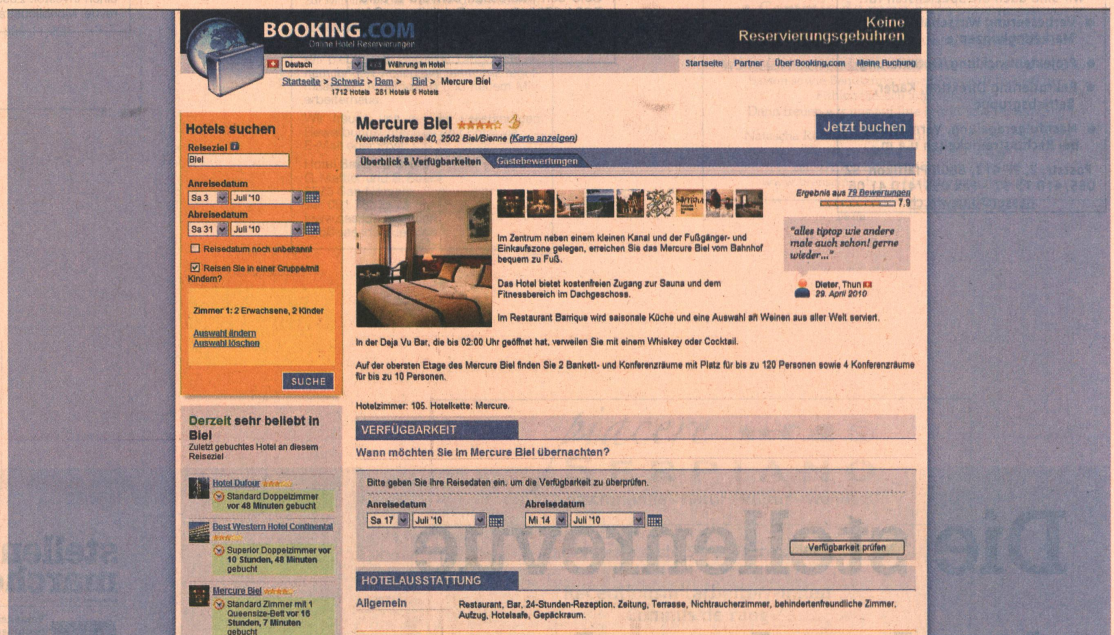
Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

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

htr hotel revue

### Marktpreise

Das Internet und neue Vergleichstools werden die Entwicklung hin zu transparenten Marktpreisen weiter vorantreiben.



Screenshot: ad

## Listenpreis ist Vergangenheit



OLIVER ZURRERRA  
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, Hotelplan 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 Sprachsysteme und sehr teure Minuten-tarife bewusst erschwert (z.B. Easyjet).

Zukünftig wird die Mehrzahl der Buchungen über die bekannten internationalen 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](http://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](http://www.htr.ch)