

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2010)
Heft: 24

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 21.06.2025

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

htr avec cahier français hotel revue

17. Juni 2010

Nr. 24 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA - 3001 Bern / Berne
www.htr.ch



Café-Kette

Das Franchising-Unternehmen «Le Pain quotidien» will bis 2014 zehn Betriebe in der Schweiz.

Seite 14

Bündner Wahl

Leo Jeker erzielte in seinem Kreis das beste Resultat. Es zogen aber auch neue Touristiker ins Kantonsparlament ein.

Seite 2

Montreux

Claude Nobs will seine «Montreux Jazz Cafés» an internationalen Flughäfen multiplizieren.

Seite 24

Eigeninitiative

«Wer Visionen hat, sollte zum Arzt gehen, sagen die rückwärts Blickenden.»

Seite 5

Peter Kühler,
Initiant Tourismuspreis
«Milestone»



Non D. Bollat

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 190 Stellenangeboten

Lage um jeden Preis?



Regula Wolf

Der Kampf um den besten Standort treibt die Preise an Top-Lagen in die Höhe.

«Lage» gilt als wichtigster Erfolgsfaktor. Aber nicht immer ist sie bezahlbar. Genauso entscheidend: Das richtige Konzept.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Lage ist für den Erfolg eines Betriebs entscheidend. Aber gute Lagen sind teuer. Und begehrte. Bei der Immobilienfirma Engel & Völkers in Zürich registriert man mehr Anfragen, als Flächen zur Verfügung stehen. 2010 habe sich die Nachfrage aus der Gastronomie verdoppelt. Das treibt die Preise weiter in die Höhe. Die bisherige Schallgrenze bei

Gewerbemieten an der Zürcher Bahnhofstrasse von jährlich Fr. 8000.-/m² soll schon überschritten sein. Das teuerste Pflaster ist St. Moritz: Bis zu 50 000 Franken kostet hier der Quadratmeter. In anderen Schweizer Top-Destinationen ist es günstiger, aber fürs Gastgewerbe immer noch teuer. «Bei sehr hohen Preisen lohnt es sich fast nicht, ein Hotel hinzustellen», so Roman Mooser von MSL-

Architekten in Zermatt. Erfolg kann man aber auch an so genannten B-Lagen haben, wenn der Service stimmt, die Vielfalt lockt und die Anbindung gut ist.

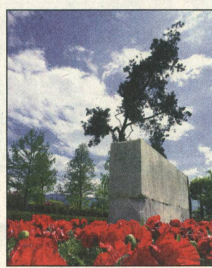
Eine Renaissance zeichnet sich für die Bahnhofslage ab: «25-Hours» plant beim Bahnhof Zürich den zweiten Schweizer Betrieb. Wetterabhängig, aber immer noch ein Klassiker: die Seelage.

Seite 7 bis 11

Baumuseum

Enzo Enea sammelt Bäume – und stellt sie in einem Park aus

Gartenarchitekt Enzo Enea gestaltete auf 10 Hektar Land beim Kloster Wurmbsbach in Rapperswil-Jona am Zürichsee ein spektakuläres Baumuseum. Seit letztem Montag inspiriert der Park die Besucher: Hier stehen wie zufällig tonnenschwere Steinblöcke aus Muschelkalk, dort bilden alte Säulen, deren Muster an die Herkunft aus einem Kloster erinnern, einen Kreis. Dazwischen, davor oder daneben wächst ein Baum. Wenn er immer schon da gestanden hätte. «Wer ein Haus baut, kann so die Grösse eines Gartenraums oder einer Anlage besser abschätzen», sagt Enzo Enea. 50 ausgewählte



Das Baumuseum inspiriert: Waldkiefer mit Mohnblumen.

Bäume stehen im Park am Zürichsee. Wie hoch die Investition für diese aussergewöhnliche Anlage und das von Chad Oppenheim erbaute Empfangs- und Werkgebäude war, dazu mag sich Enzo Enea nicht äussern. Eines ist jedoch sicher: Die teils sehr alten, sorgfältig ausgewählten und zum Teil der Motorsäge geweihten Bäume wurden hierher verpflanzt – für ein Heilend. Denn Wurzelbehandlung und Transport können für einen Baum bis zu 20 000 Franken kosten. Diese Bäume wurden von Enea über Jahre hinweg gesammelt.

Seite 13

Weggis

Erweiterungsbau soll Hotel Albana wieder beleben

Gemäss dem gestern präsentierten Projekt will die Aurora Albana GmbH in die Renovation des seit drei Jahren geschlossenen Hotels Albana und den daneben geplanten Erweiterungsbau gut 40 Mio. Franken investieren. Mit dem Neubau ist auf fünf Geschossen ein Economy-Kongresshotel mit rund 140 Zimmern geplant. Betrieben werden soll es durch eine internationale Hotelkette. Widerstand erwacht dem Projekt von den Liegenschaftsnachbarn. Sie wollen eine Initiative lancieren, um die Bestimmungen im Kur- und Hotelgesetz zu verschärfen.

Seite 4

Kommentar

Die Schweiz wird zum touristischen Teuroland



ANDREAS GÜNSTERT

Schweizer Hoteliers werden von einem Währungs-Uebel geplagt. Der schwache Euro verteuert Ferien in der Schweiz – ohne dass hiesige Gastgeber die Preise hochgeschraubt hätten. Dass die Schweiz so zum touristischen Teuro-Land wird, ist ein Problem. Wenn nun endlich die ersten Schweizer Euro-Fixpreis-Angebote lanciert werden, ist das ein guter und innovativer Schritt. Dass das Switzerland Travel Centre dabei das Währungsrisiko übernimmt, hilft den Hoteliers. Mit Kommissionen, die pro Buchung

«Die Lancierung der Euro-Fixpreis-Angebote ist ein guter und innovativer Schritt.»

bis zu 15 Prozent reichen, zahlen sie aber auch einen anständigen Preis dafür. Anzupeilen wäre, dass die Euro-Fixpreis-Offensive nicht nur in Hauptmärkten wie Deutschland, Frankreich oder Italien, sondern auch in den weiteren 19 Euro-Ländern Buchungen generiert. Dafür braucht es eine gute Kommunikation.

Diese wäre auch im Inland vonnöten. Ursprünglich war der Euro-Fixpreis-Aktionsstart per 20. April angekündigt – doch dann folgte ein fast zweimonatiges Info-Blackout. Von ST und STC ist zu erwarten, dass sie bald darüber informieren, wie diese Aktion läuft und ob man so wirklich zusätzliche Kundschaft aus dem Euro-Raum gewinnt. So würden Mut und Kommissions-Gebühren der Hoteliers belohnt.

Seite 3

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 24

ANZEIGE

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.



rebagdata
hotel management solutions

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



Polster-Möbel-Klinik

Schoffengasse 3, 8001 Zürich
079 403 39 93

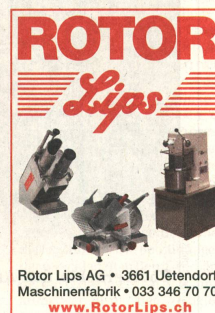
«De Stör-Polsterer chunt»

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

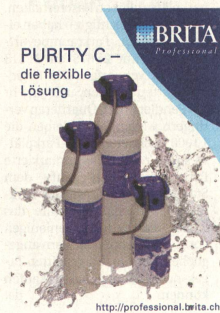
- Gratisberatung, Offerte und
- Sofort-Ausführung in Ihrem Betrieb
- mind. 10% auf Konkurrenzofferte
- 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
- Rufen Sie uns unverbindlich an: 079 403 39 93



für Ihren Macchiato!
www.illycafe.ch



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



PURITY C –
die flexible
Lösung

http://professional.brita.ch

Abstimmungen

Solothen

Raucher-Beizen
bleiben im Kanton
verboten

Der Souverän hat eine Volksinitiative mit einer Nein-Mehrheit von 66,07% abgelehnt, die Raucher-Beizen wieder zulassen wollte. Das seit 2009 geltende Verbot im Gesundheitsgesetz bleibt in Kraft. Die Initiative wollte erreichen, dass im Kanton Solothurn nur noch das Bundesgesetz zum Nichtraucherschutz gilt, das seit Mai in Kraft ist. Damit hätten sich kleine Beizen mit einer Gesamtfläche von bis zu 80 Quadratmetern zu Raucherlokalen erklären können.

Zürich

Ja zur
Erweiterung des
Landesmuseums

Der geplante Erweiterungsbau des Landesmuseums in Zürich ist einen wichtigen Schritt weiter: Die Stadtzürcher Stimmberechtigten sagten am Sonntag mit 54,2% Ja zum städtischen Beitrag von 10 Mio. Franken. Der geplante Bau kostet insgesamt 111 Mio. Franken. 76 Mio. Franken steuert der Bund bei, der auch Bauherr ist. Über den kantonalen Beitrag von 20 Mio. Franken muss voraussichtlich auch das Volk abstimmen.

Graubünden

Davos zügelt
den Bau von
Zweitwohnungen

In Davos dürfen jährlich nur noch 6500 Quadratmeter Zweitwohnungen gebaut werden. Das ist noch etwas halb so viel wie vor einer ersten provisorischen Beschränkung im Jahr 2007. Die Stimmberechtigten haben die Kontingentierung mit 1594 zu 426 Stimmen genehmigt. Neue Zweitwohnungen werden zudem mit einer einmaligen Lenkungsabgabe von 500 Franken pro Quadratmeter belastet. Noch tiefer in die Tasche greifen müssen Bauherren, die nicht im ökologischen Minergiestandard bauen. Sie müssen 550 Franken für den Quadratmeter bezahlen.

Basel

Dauerparkieren
bleibt weiter
gratis möglich

Die öffentlichen Dauer-Gratisparkplätze bleiben Basel erhalten. Die Stimmberechtigten haben eine Vorlage zur Parkraumbewirtschaftung mit 21675 zu 21313 Stimmen verworfen. Die Regierung hatte damit den Suchverkehr der Pendler in den Quartieren verringern wollen. Nun bleiben die 10000 «weissen» Dauer-Parkplätze sowie rund 2000 unmarkierte Parkmöglichkeiten auf dem Stadtgebiet gratis. Mit der Parkraumbewirtschaftung wäre das Basler Parksyste denjenigen von Zürich, Genf oder Bern angeglichen worden. Gäste hätten Tages- oder Halbtageskarten kaufen können.

Touristiker im Bündner Rat

Kontinuität war bei den Registrations- und Grossratswahlen im Kanton Graubünden gross geschrieben. Die Tourismusbranche ist im Parlament weiter gut vertreten.

THERES LAGLER

Die Ausgangslage bei den Wahlen im Kanton Graubünden war spannend wie schon lange nicht mehr: Zum einen waren zwei Sitze in der Regierung neu zu vergeben, weil ein CVP- und ein SP-Regierungsrat wegen Amtszeitbeschränkung nicht mehr antreten durften. Zum anderen machte die SVP der BDP die Sitze streitig. Sie scheiterte damit aber klar. Die Bündner Regierung setzt sich parteipolitisch gleich zusammen wie vor den Wahlen. Gewählt wurden: Martin Schmid (FDP, bisher), Barbara Janom Steiner (BDP, bisher),

Hansjörg Trachsel (BDP, bisher), Mario Cavigelli (CVP, neu) und Martin Jäger (SP, neu). «Ich hätte lieber fünf bürgerliche Regierungsräte gehabt», hält Jürg Domenig, Geschäftsführer von hotellerie-suisse Graubünden, dazu fest. Hauptsache sei aber, dass die drei Bisherigen – allen voran Hansjörg

Trachsel – wiedergewählt worden seien. Den Umstand, dass Volkswirtschaftsminister Trachsel weniger Stimmen als die beiden andern erzielte, erklärt sich Domenig damit, dass Trachsel unbequeme Dossiers angepackt habe. «Die kantonale Tourismusabgabe und der Richtplan für einen kontrollierten Zweitwohnungsbau haben ihn sicher Stimmen gekostet.» Bei Gastro Graubünden gab gar ein Ereignis, das drei Jahre zurückliegt, den Aus-

schlag, dass der Verband in einem Kreisschreiben an die Mitglieder quasi zur Nichtwahl von Hansjörg Trachsel aufrief. Der Wirtverband verzichtete ihm bis heute nicht, dass er bei der Beratung des Gastwirtschaftsgesetzes 2007 nichts von einer Hygiene-Prüfung für angehende Wirte wissen wollte.



«In allen wichtigen Talschaften sind tourismusbewusste Grossräte gewählt worden.»

Leo Jeker
Verwaltungsrat Savognin Bergbahnen

Kein Hotelier, aber Touristiker
Im neu gewählten, 120-köpfigen Grossen Rat sitzt kein Hotelier mehr. Heinz Kessler vom Hotel Kessler's Kulm in Davos stellte sich nicht mehr zur Wiederwahl. Trotzdem zieht hotellerie-suisse Geschäftsführer Domenig ein positives Fazit: «55 Grossrats-Kandidaten haben das 9-Punkte-Programm der Wirtschaftsverbände unterschrieben, 45 davon schafften die Wahl. Das ist eine gute Grundlage.» Auch Leo

Jeker, Verwaltungsrat der Savognin Bergbahnen AG, Milestone-Preisträger und seit 1994 Kantonsparlamentarier, ist zufrieden mit den Wahlen. «In allen wichtigen Talschaften sind die tourismusbewussten Parlamentarier wiedergewählt worden», hält er fest. Zudem seien interessante Neue dazugekommen. Philipp Gunzinger beispielsweise: Er ist Direktor des Bogn Engiadina Scuol, designierter Verwaltungsrat der Destinationsmanagement-Organisation (DMO) Engadin Scuol Samnaun und Vorsitzender der Geschäftsleitung des Gesundheitszentrums Unterengadin. «Meine Schwerpunkte im Parlament werden der Tourismus und das Gesundheitswesen sein. Von beiden Themen ist das Unterengadin in hohem Masse abhängig», betont

Gunzinger. «Mir persönlich ist wichtig, dass in der Nationalparkregion ein Tourismus gefördert wird, der Rücksicht nimmt auf die Kulturlandschaft.» Ein zweiter Neuer im Parlament ist Peter Engler, Leiter Logistik der Davos Klosters Bergbahnen und Vorstandsmitglied der Bergbahnen Graubünden.



«Mir persönlich ist eine nachhaltige Tourismusentwicklung sehr wichtig.»

Philipp Gunzinger
Direktor Bogn Engiadina Scuol

Marcus Hasler. Der Direktor der Bergbahnen Brigels-Waltensburg-Andiast zog überraschend seine Grossrats-Kandidatur zurück und begründete dies mit einem beruflichen Wechsel, der in einen anderen Kanton führe. Mittlerweile ist klar, wohin: Hasler wird neuer CEO der Zermatt Bergbahnen AG und tritt diese Stelle im Sommer 2011 an.

Euroairport soll ans Netz

Nach dem Ständerat hat sich am Dienstag auch der Nationalrat für den Anschluss des Euroairports in Basel ans Bahnnetz ausgesprochen.

MELANIE ROTH

Zürich hat ihn seit 1980, Genf seit 1987: den direkten Bahnanschluss an den Flughafen. Seit langem diskutieren die Schweiz, Frankreich und Deutschland darüber, auch den Euroairport Basel-

Mühlhausen-Freiburg an die Schiene zu bringen. Seit der ersten und bisher einzigen Sitzung eines trinationalen Lenkungs-ausschusses vor fünf Jahren hat sich in der Sache aber nichts mehr getan.

Dass das Schweizer Parlament der Motion von Ständerat Claude Janiak nun Folge leistet, dürfte dem 180-Millionen-Projekt wieder neuen Aufschwung geben, verlangt sie doch, dass die Frist zum Bau des Bahnanschlusses um fünf Jahre verlängert wird. Die von Bern bewilligten 25 Millionen Franken stehen nun bis 2015 zur

Verfügung. Wäre die Motion von National- und Ständerat nicht genehmigt worden, hätte noch in diesem Jahr mit dem Verlegen der Schienen begonnen werden müssen.

Bedenkt man, dass die Verkehrskommission des Nationalrats der Motion mit 13 zu 10 Stimmen bei einer Enthaltung nur knapp zustimmte, fiel das Resultat im Nationalrat mit 116 zu 40 Stimmen überraschend klar aus. Der Ständerat hatte seine Zustimmung zur Verlängerung der Frist bereits im März und ohne Gegenstimme gegeben.

Naturnahe Kulturlandschaften werden weiterhin finanziell unterstützt

Stände- und Nationalrat haben die Laufzeit des Fonds Landschaft Schweiz bis 2021 verlängert.

Der Fonds Landschaft Schweiz (FLS) wird auch in den nächsten zehn Jahren für die Erhaltung von naturnahen Kulturlandschaften Geld haben. Nationalrat und Ständerat haben die Laufzeit des FLS bis 2021 verlängert. Er ist mit 50 Millionen Franken dotiert.

Ins Leben gerufen wurde der Fonds für Landschaftsschutz 1991 anlässlich der 700-Jahr-Feier der Eidgenossenschaft. Das Parlament wollte damit «etwas von bleibendem Wert, namentlich für die kom-

menden Generationen» schaffen, wie Kommissionspräsident Ruedi Lustenberger (CVP/UD) erläuterte. Schon damals war der FLS auf zehn Jahre ausgerichtet und mit 50 Millionen Franken bestückt. Um die Jahrtausendwende wurde er dann um zehn Jahre verlängert und mit weiteren 50 Millionen gespiegelt. Da 2011 die Rechtsgrundlage erneut ausläuft, arbeitete die ständische Umweltkommission eine Vorlage zur Weiterführung des Fonds aus.

Entrée: Gimel (VD), Grand Hôtel des Bains. Mehr auf www.htr.ch/hotelarchiv



Photographie des Arts Lausanne

3022 Gimel, Grand Hôtel des Bains

Mit Fixpreisen Euro-Gäste gewinnen

Lange schon war es angekündigt, jetzt soll es konkret werden: Nächste Woche will ST eine erste Welle mit Angeboten zu garantierten Euro-Fixpreisen lancieren.

ANDREAS GÜNTERT

Schon Ende März schwante Schweizer Touristikern Böses. Der Euro war seit Jahresbeginn von über Fr. 1.50 auf Fr. 1.43 hinuntergesegelt. «Der Euro wird zum Problem», titelte die htr hotelrevue am 1. April – und Schweiz-Tourismus-Vizedirektor Urs Eberhard stellte ein Gegengift in Aussicht: Mit dem Start der Sommer-Kampagne per Ende April werde man 250 Fixpreis-Angebote in Euro lancieren und damit den wichtigen Euro-Gästen die Angst vor dem Kurs-Schwund nehmen. Seither fiel der Euro unter die 1.40-Franken-Grenze – und die Schweiz wurde so wieder ein Stück teurer. Von der angekündigten Euro-Fixpreis-Aktion aber war nichts zu sehen.

Gegen Rechnung oder per Kreditkarte bezahlen

Das soll sich jetzt ändern. Nächste Woche sollen die ersten Angebote auf den Markt kommen.

Eberhard erklärt die Verspätung so: «Aus der Impuls-Aktion vom letzten Jahr lernten wir, dass früh lancierte Angebote schwach gebucht wurden. Arrangements aber, die erst ab Juni in den Markt kamen, liefen viel besser.» Zweitens wollte man erreichen, dass die Angebote gegen Rechnung oder per Kreditkarte in Euro bezahlt werden könnten, was technischen Mehraufwand gebracht habe. Nun aber sei man bereit.

Konkret wird die Sache über Switzerland Travel Centre (STC) abgewickelt. Die ST- und SBB-Tochter übernimmt das Kursrisiko für die Hoteliers: «Wir sind die Wechselstube bei dieser Fixpreis-Aktion und passen alle Prozesse auf die Entwicklung in Euro an – inklusive neuer Kreditkartenanbindungen», sagt Marcel Meek, Leiter Produkt Management STC. Die Angebote sind buchbar auf den jeweiligen ST-Länderseiten unter myswitzerland.com/top; STC sorgt für die Kreditkartenbelastung oder Rechnungsstellung in Euro. Die Hoteliers werden für die Aktionen von STC zu einem festen Preis in Schweizer Franken bezahlt. Für

Vermittlungs- und Kursrisiko-Dienste muss der Hotelier STC eine Kommission von 10 bis 15 Prozent abliefern.

Entgegen erster Annahmen werden nicht 250 Angebote auf Mal lanciert. Man wolle, sagt Meek, die Gäste nicht mit einer zu grossen Auswahl überfordern, sondern in Wellen von maximal 40 Angeboten arbeiten. Gestaffelt kämen so über den ganzen Sommer rund 250 Angebote zustande. Derzeit sei man in der finalen Phase, sagt Meek, «in Kalenderwoche 25 gehen wir live».

Die Botschaft: «Wir zeigen den Gästen, dass ihr Geld immer noch etwas wert ist, wir wollen quasi den Euro ehren. Dieses Angebot sollte ins Schwarze treffen.»

Auch medienwirksam

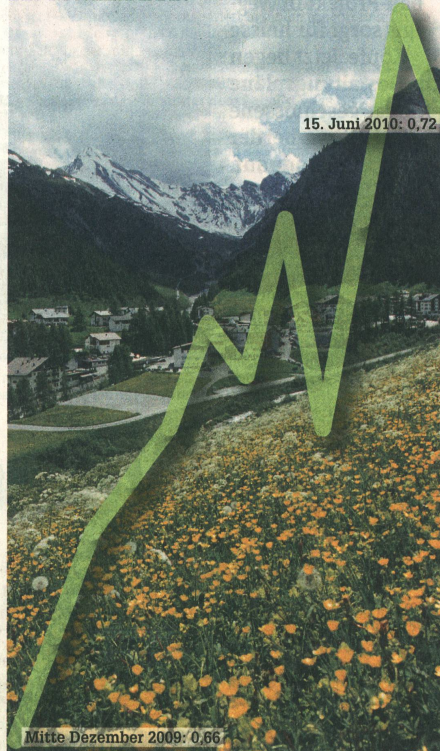
Einer der Hoteliers, der bei der ersten Euro-Fixpreis-Welle dabei sein wird, ist Jürg Mettler vom «Misan» in Celina. Mettler geht einig mit der Verspätung-Argumentation von ST: «Viele Urlauber wollen den Sommer zuerst einmal zu Hause im eigenen Garten spüren, bevor sie sich dann für einen Kurzurlaub entscheiden. Da ist es tatsächlich besser, solche Impuls-Aktionen



«Wir sind die Wechselstube bei dieser Fixpreis-Aktion.»

Marcel Meek
Product Management STC

Der Franken wird immer teurer Kurs des Franken in Euro



erst ab Mitte Juni zu schalten.» Konkret wird Mettler ein «Drei-für-zwei»-Angebot, das er bereits in Schweizer Franken auflieg, nun auch für die Euro-Fixpreis-Aktion umrechnen lassen. Der genaue Euro-Preis sei noch in Evaluation bei STC. Mettler billigt der Aktion «einen gewissen Medienwert» zu: ihm gefällt zudem, dass er das Währungsrisiko nicht selber tragen muss.

Das ist auch deshalb gut, weil die Europäische Leitwährung weiter-

hin auf Zitterkurs ist. Zwar hat sich der Euro von seinem schlimmsten Sturmtief, das ihn unter die Marke von Fr. 1.38 gedrückt hatte, wieder etwas erholt.

Mitschneller Genesung ist indes nicht zu rechnen. Die 20 Experten des KOF Consensus Forecast jedenfalls prognostizieren zu Monatsbeginn, dass der Euro auch in drei Monaten weiterhin Fr. 1.40 kosten und sich auch in zwölf Monaten nur leicht auf Fr. 1.41 erholen werde.

Aus der Region

Wallis

Bergbahnen wollen einen Einheitstarif



Die Walliser Bergbahnen wollen ab 2011 ein für alle Bergbahnen einheitliches Tarifsystem. Ab zwei Tagen sollen die in die Kategorien Bronze, Silber, Gold und Platin eingeteilten Einheitsabos erhältlich sein. Ein Kunde mit Bronze-Abonnement kann die Walliser Skigebiete nutzen, die zur Bronze-Tarifstufe gehören. Für einen Aufpreis kann er für die Silbergebiete «nachrüsten». Mit Platin-Abonnements haben Zugang zu allen Skigebieten.

Basel

Casino-Projekt droht zu scheitern

Statt den geforderten 35 Mio. Fr. will die Basler Regierung an das 71-Mio.-Projekt des Stadt-Casinos Basel nur einen «Minimalbeitrag» leisten. Unterstützen wolle sie lediglich die Sanierung des Musiksaals sowie die dringenden haustechnischen Massnahmen. Sie kritisiert die Sanierung und den Teilumbau des Casinos. So sei das Vorhaben ähnlich teuer wie das vom Volk abgelehnte Neubauprojekt von Zaha Hadid, ohne jedoch dessen Vorteile und Mehrwert. Die Casino-Gesellschaft will die Situation analysieren.

Berner Oberland

«Das schönste Berggasthaus der Alpen»



Die Berner Oberland-Bahnen investieren 7,5 Mio. Franken in die Erweiterung und Modernisierung des Berghotels Schynigge Platte. Die Umbauarbeiten dauern bis Mai 2011. Ziel der Berner Oberland-Bahnen ist es, das Hotel Schynigge Platte zum «schönsten Berggasthaus der Alpen» umzuwandeln. Durch die Erweiterung erhöht sich die Anzahl Sitzplätze von 450 auf 650.

13 Mio. ins Berner Bellevue

Erneut wird in Berns Bellevue Palace gebaut. Das 5-Sterne-Haus bleibt im Sommer geschlossen.

SAMIRA ZINGARO

Dem Bellevue Palace in der Hauptstadt steht eine intensive Bauphase bevor. Ab dem 27. Juni wird im Luxushaus für 13 Millionen Franken saniert. Offen bleibt nur die Bar

und die Aussenterrasse, wie Direktor Urs Bühler auf Anfrage sagt. In dieser Zeit sei der Food-Bereich limitiert, man wolle hauptsächlich Barbecue anbieten. Denn: Die Hauptküche wird komplett saniert. Ab 25. Juli ist der Betrieb wieder geöffnet, dennoch bleiben die Service-Leistungen laut Bühler bis Ende August eingeschränkt, bis der Umbau endgültig abgeschlossen ist. Das Haus werde an den «Eingeweiden» erneuert, so der Direktor.

«Wir entkernen einen Bereich komplett» dort, wo der Gast es nicht sehe. So werden neben der Küche etwa technische und klimatische Anlagen angepasst und ein neuer Lift ins 2. Untergeschoss gebaut. Saniert wird auch das historische Glasdach.

«Wir finanzieren den Umbau nicht mit Steuergeldern», stellt Bühler klar. Das Hotel gehört zu 99,7 Prozent dem Bund und ist eine der ersten Adressen in der Haupt-

stadt, wo jeweils Regierungsvertreter nächtigen. Man habe den Umbau auf den Sommer terminiert, weil dann nur wenige politische Anlässe stattfänden. Für zwei Ereignisse habe man die Gäste ausquartieren müssen, sagt Bühler – ohne zu verraten, wohin.

Das «Bellevue» wurde 2002/03 für 40 Millionen Franken saniert. In den letzten Jahren kamen eine neue Lobby, ein Fitnessraum und ganz neu ein Fumoir hinzu.

Die Romantik Hotels sind auf Kurs. Zwei neue Mitglieder sind beigetreten.

Eine Umfrage bei den Romantik Hotels zeigt: Die meisten rechnen mit mehr Buchungen.

Vor allem die Hotels in den Ferienregionen zeigen sich optimistisch: Sie gehen davon aus, in der zweiten Jahreshälfte 20 Prozent mehr Buchungen zu generieren als im Vorjahr. Dies zeigt eine Umfrage bei den Mitgliedern. Gedämpfter aber durchaus positiv sehen die Stadthotels den Sommer, heisst es in einer Pressemitteilung. «Einer der Gründe für die positive Entwicklung ist die gute Marktpositionierung», sagt Präsident Andreas Ludwig. «Wir verfügen über sehr gute und innovative Angebote in der Kategorie der Drei- und Vier-Sterne-Hotels.»

«Grossen Wert» legen die Romantik Hotels auch auf Investitionen. «Allein die zehn befragten Mitglieder investierten letztes Jahr über 3 Millionen Franken in Aus- und Neubauten.» Auch in diesem Jahr werde weiter investiert, so Ludwig. Dabei werde besonders Rücksicht auf die Gästebedürfnisse genommen.

Die internationale Hotelkooperation hat zwei neue Schweizer Mitglieder aufgenommen: Das Hotel GuardiaVal in Scuol und das Hotel Bären in Dürrenroth. Damit erhöht sich die Zahl der Schweizer Romantik Hotels auf 26. ck

Gute Noten für Auszubildner

Die Lehrlinge in der Gastronomie sind mit ihren Auszubildnerinnen und Auszubildnern zufrieden. Das zeigt eine Umfrage.

Die Lernenden in der Gastronomie geben, ihren Arbeitgeberinnen und Auszubildnern gute Noten bezüglich Lohn und Fachkompetenz, wie eine repräsentative Umfrage der Berufsverbände der Hotel & Gastro Union unter 5000 Auszubildenden zeigt. Die diesjährige Umfrage brachte so gute Resultate wie noch nie: Vier von fünf Befragten finden, dass ihre Auszubildnerinnen und Auszubildner



Die Auszubildenden zeigen sich zufrieden mit dem Lehrbetrieb.

fachlich gut sind. Lediglich 12 Prozent der Lernenden bezeichnen das Klima und ihre Ausbildung im Betrieb als ungenügend. Sehr zufrieden sind die jungen Berufslernenden mit dem Mindestlohn von 4100 Franken nach der Lehre: 91 Prozent haben ihn als gut oder sehr

gut taxiert. Dass diese Aussagen nicht nur leere Worte sind, beweisen die Lernenden bei der Frage, ob sie nach der Lehre noch im Gastgewerbe weiterarbeiten werden. 60 Prozent wollen sicher oder wahrscheinlich der Branche treu bleiben, 25 Prozent wissen es noch nicht, und nur 15 Prozent planen den Abgang. Noch vor einigen Jahren lagen die Werte der Branchentreuen nur bei etwa 50 Prozent.

Bei der Hotel & Gastro Union zeigt man sich sehr erfreut über die Ergebnisse. Die Bemühungen der verschiedenen Berufsverbände, die Lehre in der Gastronomie attraktiver zu machen, zeitigten Erfolge. ck

Aus der Region

Graubünden

Wintersaison
besser als
erwartet

Für die Bündner Bergbahnen war der letzte Winter besser als erwartet. Der Umsatz sank gegenüber dem Vorjahr um 3% und lag über dem Fünfjahreschnitt. Die Transport-Einnahmen waren um 3,8% höher als in den letzten fünf Jahren. Der Umsatz der bahneigenen Gastronomiebetriebe übertraf den Fünfjahreschnitt um 5,9%. Etwas schlechter schlugen sich die 46 Unternehmen des Verbandes bei den Ersteintritten. Diese gingen um 5,2% zurück.

Zürich

Hygiene: Weniger
Beanstandungen
in Restaurants

Das Kantonale Labor kontrollierte 12000 Restaurants und andere Betriebe und stellte nur bei 7% grössere Mängel fest. Im Vorjahr waren es noch 14%. Nur bei drei von 1000 Betrieben war die Lebensmittelsicherheit nicht mehr gewährleistet. Diese Betriebe wurden geschlossen oder zu Sofortmassnahmen gezwungen. Verbesserungspotenzial ortet das Kantonale Labor beim Frittieröl, Hühnerfleisch und bei der Glace.

Über die Zukunft
des Business
Travel

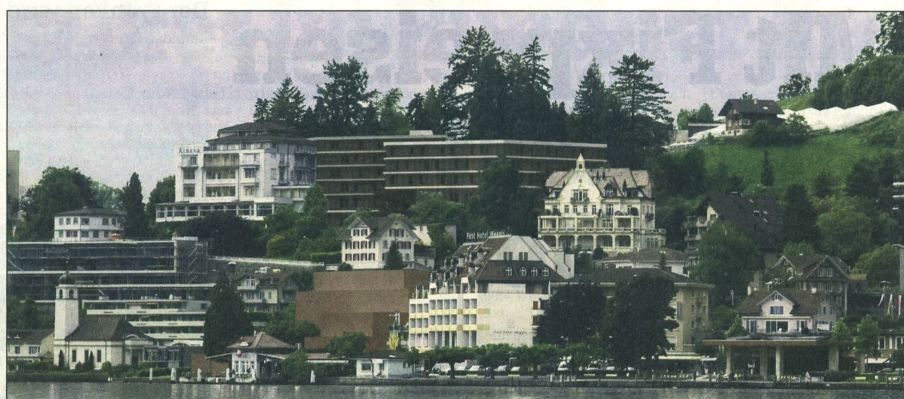
Wie in Zukunft das Business-Traveling gestaltet wird und welchen Stellenwert der Bereich für die Unternehmen hat, ist Thema des nächsten Anlasses des Travel Industry Club der Schweiz. Eric Walter, General Manager Cisco Systems GmbH und Bernd M. Droste, HotelWeb Service GmbH, halten Kurzreferate zum Thema und diskutieren anschliessend mit verschiedenen Fachleuten. Das Networking-Event findet am 23. Juni um 18 Uhr im «Four Points by Sheraton Sihlcity» in Zürich statt. Anmeldungen unter www.travelindustryclub.ch. ck

Ein Ausbau- und Um-
bau-Projekt in Weg-
gis sorgt für heisse
Köpfe. Jetzt liegen
die Gestaltungspläne
für das geschlossene
Hotel Albana bei der
Gemeinde auf.

DANIEL STAMPFU

Weggis soll in Zukunft nicht nur Erholung Suchende anziehen, sondern vermehrt auch Kongress- und Seminare. Möglich werden soll das durch den Ausbau des Hotels Albana, das seit drei Jahren geschlossen ist. Das Richtprojekt, das gestern mit der Auflage des Gestaltungsplanes präsentiert wurde, sieht die sanfte Renovation der Villa Köhler, des Hauptgebäudes des bisherigen Hotels Albana, vor. Die denkmalgeschützten Räumlichkeiten im Erdgeschoss sollen auch in Zukunft öffentlich oder halböffentlich zugänglich sein und als Restaurant oder für spezielle Anlässe, wie etwa Bankette oder Hochzeiten genutzt werden können. In den oberen Stockwerken sollen Hotelzimmern untergebracht werden.

Der Hotelneubau mit rund 140 Zimmern wurde als Economy-Kongresshotel konzipiert und weist seeseitig fünf Geschosse auf. Es bietet neben einem Restaurant und einem kleinen Fitnessbereich modular aufgebaute Kongressräume für bis zu 400 Personen. In der geplanten Tiefgarage wird es Platz für rund 80 Autos haben. Das geplante Economy-Kongresshotel soll als Ganzjahres-



Neben der Villa Köhler, dem alten Hotel Albana (oben links), soll gemäss Gestaltungsplan ein Erweiterungsbau mit rund 140 Zimmern entstehen. Beim Kubus an der Seestrasse handelt es sich um die Volumetrie des erstangierten Projektes im Rahmen des Projektwettbewerbs Paradies.

Wellen in Weggis

«Das neue Projekt
ist ein weiterer
Baustein zur Ganz-
jahres-Destination
Weggis.»Peter Kämpfer
Weggis Vitznau Rigi Tourismus

betrieb im 3- bis 4-Sterne-Bereich betrieben werden, und zwar durch eine internationale Hotelkette, die bereits bestimmt ist. Der Vertrag wird erst bei Baugenehmigung gültig.

Da die Nebenbauten des alten Hotels Albana ersatzlos abgebrochen werden und der Neubau hinter das alte Hotel Albana zu stehen kommt, soll der Park seeseitig an

Fläche gewinnen. Grundeigentümerin und Investorin ist die Zürcher Avorra – Albana GmbH.

Projektleiter Marco Bosshardt geht von einem frühestmöglich-

chen Baubeginn im Herbst 2011 aus. Die Investitionen werden auf gut 40 Mio. Franken beziffert.

Peter Kämpfer, Präsident von Weggis Vitznau Rigi Tourismus, begrüsst den geplanten Ausbau.

Das Projekt verleihe Weggis neue Impulse. «Wir sind bestrebt, eine Ganzjahres-Destination zu werden. Dies ist ein weiterer Baustein dazu», so Kämpfer. Weggis benötige mehr Hotelzimmer im nicht allzu teuren Bereich, damit grössere Events durchgeführt werden könnten. «Hinzu kommt, dass Weggis mit einem optimalen Resort-Charakter über eine attraktive Lage und verkehrsmässige Anbindung verfügt.» Und das «Albana» biete eine tolle Sicht auf den See. «Zum Glück hat Weggis eine Kur- und Hotelzone, sonst gäbe es hier

sehr viele Hotels nicht mehr.» Widerstand erwächst dem Projekt aus der Nachbarschaft. Die Gegner erachten das Projekt als überdimensioniert und Verschandelung des Ortsbildes. Wie aus deren Kreisen zu erfahren war, wollen einzelne Vertreter aus der «Albana»-Nachbarschaft eine Volksinitiative lancieren, um eine «massive Verschärfung» der Bestimmungen der Kur- und Hotelzone für Hertenstein Weggis Rigi-Kaltbad zu erwirken. Nach Gemeindereglement müssten innerhalb sechs Monate 500 Unterschriften zusammenkommen.

Emmi und Fromalp
werden definitiv
ein Paar

Die Wettbewerbskommission hat dem Zusammenschluss von Emmi und Fromalp ohne Vorbe-



halt zugestimmt. Die Übernahme erfolge per 1. Juli. Die Leitung übernimmt François Huguenin, bisheriger Leiter Marketing und Verkauf bei Fromalp. Mit dem

Kauf will Emmi ihr Exportgeschäft weiter ausbauen.

iPhone-Apps für
die grossen
Schweizer Städte

Städtebummler erfahren mit den neuen iPhone-Apps «City Guide» innert Sekunden, wo die Trouvaillen liegen und finden rasch zu nützlichen Adressen. Die neuesten iPhone-Apps sind in Zusammenarbeit von Schweiz Tourismus und den sieben Schweizer Grossstädten entstanden. Zum Beispiel führen interaktive Sightseeing-Touren etappenweise von einer Station zur nächsten, immer mit der vorgezeichneten Route und den passenden Bildern der jeweiligen Umgebung auf dem Bildschirm. ck

Reges Geschäft bei der SGH

Die Schweizerische Gesell-
schaft für Hotelkredit
(SGH) beurteilt die Ent-
wicklung des Darlehens-
geschäfts im Jahr 2009
als «sehr erfreulich».

DANIEL STAMPFU

Im Geschäftsjahr 2009 lagen neben dem hohen Bewilligungsvolumen auch die Darlehensauszahlungen auf einem hohen Niveau. Zudem befand sich der Bestand an Zinsen per Ende 2009 nur leicht unter dem Anfangsbestand per 1. Januar 2009, wie dem SGH-Geschäftsbericht zu entnehmen ist.

Durch die laufenden Amortisationsverpflichtungen auf den Darlehen haben sich vor allem die Engagements im Bereich bis 250'000 Franken reduziert. Der Anteil dieser Gruppe am Darlehensbestand ist jedoch weiterhin bedeutend und beträgt in Bezug auf die Anzahl 54,8 Prozent bzw. 14,8 Prozent im Verhältnis zum Volumen.

In Bezug auf das Bundesgesetz über die Förderung der Beherbergungswirtschaft vom 20. Juni 2003 wurden schon ab 2001 keine neuen Bürgschaftsverpflichtungen eingegangen, so der Jahresbericht weiter. Als Folge davon reduzierte sich der Bürgschaftsbestand auch im 2009 und beträgt noch 2,9 Mio. Franken oder 49 Prozent des Vor-

jahres. Die SGH erwartet, dass sich im 2010 das Verpflichtungsvolumen aufgrund der bestehenden Amortisationen auf den von den Bankpartnern verbürgten Darlehen gegen Null bewegen wird.

Eine Betrachtung des Kreditportefolios in Bezug auf Betriebsgrösse und Kategorisierung zeigt, dass der Hauptanteil der Ausleihungen klar im Bereich der KM-Hotellerie liegt und hier die Förderung am meisten eingesetzt wird.

Das bereits im 2008 erfreuliche Bewilligungsvolumen der SGH konnte im Geschäftsjahr 2009 nochmals erhöht werden und liegt damit auf dem Höchststand seit mehr als zehn Jahren.

Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

Unternehmerseminar hotellerieuisse

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 Jungferhof, Zürich
31. August 2010 Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa, Interlaken

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

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

hotelfachschule thun
sozial, passion & system

Swiss School
of Tourism and Hospitality

SSHT
Scuola Svizzera
di Turismo e del Turismo

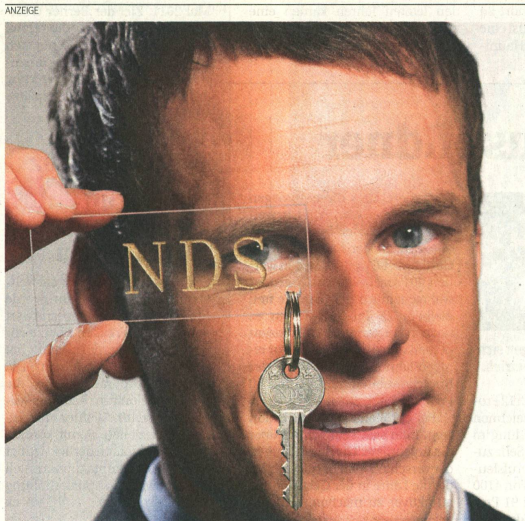
Licence University of
Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE
LUZERN

Wirtschaft
Höhere Fachschule für Tourismus HFT

Quality
Our Passion.

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association



«Die Branche braucht Visionäre»

Peter Kühler, Initiant vieler Projekte und Marketingkooperationen im Tourismus, blickt auf sein Wirken zurück.

DANIEL STAMPF

Peter Kühler, Sie haben im Dienste der Schweizer Hotellerie immer wieder Kooperationen und Neues ins Leben gerufen. Woher kommt dieser innere Antrieb?

Tourismus ist ein fantastisches Tumfeld für junge Leute. Anfangserfolge haben mich beflügelt, neue Wege auszuprobieren. Das Berufsleben war sehr belebend – so wagte ich 1973 den Sprung in die Selbstständigkeit als Berater. Wichtigste «Antriebe» waren für mich Neugierde, Freiraum und Eigenverantwortlichkeit.

Welches war im Rückblick Ihr grösster «Wurf»?

Eigentlich in jeder Lebensphase, bei jedem Projekt, glaube ich an den grossen Wurf. Etwa das «Handbuch der Kooperation in der Hotellerie» 1973; der erste Entwurf für die SHV-Sterne-Klassifikation 1973/74; das Konzept für die Seniorenresidenz Egghölzli Bern, später gefolgt vom Aufbau der Organisation «Tertianum». Oder als VR-Präsident die Begleitung von Hans und Annelise Leu beim Neubau des Arosa Kulm Hotels in den 80er-Jahren. Und 1990 bis 1994 «Bedürfnisanalyse, Marketingkonzepte und Betreiberevaluation» für das KKL Luzern.

In den 80er- und 90er-Jahren waren Sie bei der Lancierung von Marketing-Fachbüchern für die Hotellerie engagiert. Vermarktet sich die Schweizer Hotellerie heute gut, oder würden Sie ihr bessere Wege empfehlen?

Natürlich vermarktet sich die Hotellerie heute besser als damals. Warum? Weil Marketing kein Fremdwort mehr ist und als Metier besser gelehrt und praktiziert wird. Schweiz Tourismus wirbt nicht nur hochprofessionell, sondern vertreibt auch – anders als damals – das Angebot über alle Kanäle. Die Kooperation aller Organisationen untereinander ist auf hohem Niveau. Die Schweiz tritt im globalen Markt als Einheit auf. Meine Empfehlung: Aktualisierung des Marketing-Handbuchs.

Ein Meilenstein in Ihrer beruflichen Karriere war im Jahr 1999 die Lancierung des Tourismuspreises «Milestone». Braucht der Tourismus nicht nur Innovationen, sondern auch Visionäre wie Sie?

Wer Visionen hat, sollte zum Arzt gehen – sagen die rückwärts Blickenden. Die vorwärts Blickenden hören das Gras wachsen, spüren, was in der Luft liegt, was Gäste in naher Zukunft erwarten, welche technologischen Änderungen

«Die vorwärts Blickenden spüren, was Gäste in naher Zukunft erwarten.»

Peter Kühler
Initiant Tourismuspreis «Milestone»

redaktor der htr ab 1998, spürte ich, dass der Tourismus

Zur Person Ein Leben für den Tourismus

Peter Kühler (71), promovierter Nationalökonom, war von 1963 bis 1966 Assistent am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern, dann Mitarbeiter von Steigenberger Consulting Frankfurt und ab 1968 bis 1972 beim Schweizer Hoteller-Verein. Während seiner beruflichen Karriere war er unter anderem Geschäftsführer der Ambassador Swiss Hotels, gründete und betrieb die Tertianum AG und die Kooperationsgruppe Swiss Golf Hotels. Im Jahr 2000 rief er den «Milestone» ins Leben und war bis 2004 dessen Projektleiter. Von 2003 bis 2006 baute Kühler die Marketingorganisation Swiss Historic Hotels auf und war bis April deren Vorstandsmitglied. Während mehrerer Jahre war er auch Chefredaktor der htr hotelrevue. Kühler ist verheiratet, Vater zweier erwachsener Töchter und wohnt in Herrenschwanden bei Bern. d.st

mus seinen «Oscar» brauchte. Die Branche sollte in einem Wettbewerb um wertvolle Preise zu mutigen, überraschenden und kreativen Innovationen angeregt werden. Das ist ja in den 11 Jahren auch passiert.

Sie waren auch Gründer der Swiss Golf Hotels. Was hatte Sie damals dazu bewogen?

Österreich hatte schon seit einiger Zeit mit Erfolg seine «Neigungsgruppen» wie etwa Golf, Tennis, Kinder lanciert. Diese Spezialisierung wurde vom Markt stark wahrgenommen. Ich wollte das einfach kopieren. Ziele waren: Leistungsverbesserung für Golfer, Saisonverlängerung, Gewinnung neuer Gäste-

segmente. Die Idee wurde von der Hotellerie mit offenen Armen aufgenommen. Wir starteten 1995 mit 34 Hotels, präsentiert in einem grasgrünen Guide mit durchgestanztem Hole.

Der nächste Schritt war die Gründung der Vereinigung historischer Hotels unter dem Label «Swiss Historic Hotels». Wie viel Potenzial bezüglich Aufnahme weiterer Mitglieder sehen Sie? Heute sind 44 Betriebe angeschlossen, vom Gasthof bis zum 5-Sterne-Hotel. Es fehlen noch einige wichtige Perlen in der Nordwestschweiz, in der Romandie und im Tessin. Wegen der hohen Anforderungen an die historische Substanz und die Qualität dürften es nicht viel mehr als 50 Betriebe werden.

Sie sind nun aus dem Vorstand des Vereins Swiss Historic Hotels zurückgetreten. Welcher Coup ist als nächster von Ihnen zu erwarten? Zurzeit bin ich engagiert als Mitherausgeber eines Architekturbuchs über die Siedlung Halen in Herrenschwanden, ein Meilenstein moderner Siedlungsarchitektur.

In welcher Form bleiben Sie dem Tourismus und der Hotellerie erhalten? Als Freund und Gesprächspartner vieler Personen, die mich beruflich begleitet haben.

Standpunkt

Wo bleiben sie? Die Gäste – und die Nachhaltigkeit



FREDI GMÜR

Reisen bietet einzigartige Erfahrungen, überwindet Grenzen und führt Nationen und Kulturen zusammen. Reisen ist aber auch verbunden mit Verkehr, Flächennutzungen, Ressourcenverbrauch und Einflüssen auf die Lebensräume von Menschen, Tieren und Pflanzen. Belastung der Umwelt durch die Mobilität und damit verbundene weltweite Klimaveränderungen sowie Verlust von Landschaften durch eine überbordende Baukultur sind nur einige der negativen Konsequenzen des touristischen Wachstums.

«Die ganze Branche muss die Nachhaltigkeits-Charta mit Überzeugung leben.»

Der Klimawandel wird nicht nur negative Auswirkungen haben, in der Schweiz dürfen wir mehr positive Effekte erwarten – wärmere Sommer mit mediterranem Klima sollen die verschwindenden Gletscher und den ausbleibenden Schnee aufwiegen –, also liegen wir mit «Inventing Swiss Summer» goldrichtig... könnte man meinen. Doch wie erreichen wir die ökonomischen und sozialen Ziele in den kostenintensiven Wintermonaten? Massnahmen zur Reduktion der CO₂-Emissionen sind unumgänglich.

Gross angekündigt, gut inszeniert und viel zitiert, die vor Jahresfrist am Ferientag unterzeichnete Nachhaltigkeits-Charta; ein positiver Ansatz für die künftige Marschrichtung. Und wo stehen wir heute? Ernüchternd der Ferientag 2010: Massnahmen mit einer ersten Bilanz sowie eine Roadmap fehlten!

Auch wenn verantwortungsvolle Touristiker die Zeichen der Zeit erkannt haben und einzelne effiziente Massnahmen umsetzen, genügt dies nicht. Die ganze Branche muss die Nachhaltigkeits-Charta mit Überzeugung leben und mit einer transparenten jährlichen Auswertung den Tatsachen in die Augen sehen. Die wohl wichtigste Frage eines jeden Touristiklers, «Wo bleiben sie?», darf also nicht nur auf die Gäste zielen, sondern auf griffige Massnahmen für einen nachhaltigen Tourismus in der Schweiz.

Fredi Gmür ist CEO Schweizer Jugendherbergen

Quand le Colisée se mue en mauvais Disneyland



EUGENIO D'ALESSIO
REDATTORE

Thème
Patrimoine

Mis à mal par la pollution et le tourisme de masse – ils sont quatre millions à s'exalter chaque année devant ses beautés –, le Colisée de Rome tremble sur ses fragiles bases. Au-delà de l'outrage du temps et de l'invasion des visiteurs, un danger plus sournois guette l'amphithéâtre de Vespasien: le mauvais goût et les clowneries pour touristes, qui sont autant d'insultes à une histoire vieille de près de 2000 ans. Je ne fais de loin pas partie de ceux qui cultivent

l'esprit chagrin comme une seconde nature, mais les saynètes antiques improvisées à l'extérieur du Colisée, avec légionnaires d'opérette et César de carnaval mobilisés pour la photo souvenir avec le visiteur de passage, atteignent des sommets de ridicule et blessent le regard. Elles donnent du tourisme romain une image peu reluisante, au carrefour de la culture à la sauce McDonald's et de l'histoire dans sa version Disneyland. Mon premier face-à-face avec l'amphithéâtre, c'était il y a

«Le mauvais goût est une insulte à une histoire vieille de près de 2000 ans.»

une trentaine d'années, m'avait d'ailleurs procuré des sentiments contradictoires. Impressionné par la majesté de l'ouvrage, le passionné de la Rome antique et l'amateur d'histoire avait goûté au plaisir de l'esthète. Hélas, la vue de ces scènes carnavalesques

de studios photographiques de rue avait quelque peu gâché l'enthousiasme de la découverte. Rien de bien grave, il est vrai. Mais le Colisée, qui soit dit en passant est le monument le plus visité du monde, mérite autre chose que cette sorte d'irrespect culturel à la limite de la vulgarité. Ou est-ce le prix à payer à la mondialisation? Quant à l'Etat italien, il ne brille pas par son sens des priorités. C'est une tare qui relève d'un indécorable activisme politique, qu'il soit de gauche ou de droite, la Rome

centrale manifeste une indifférence coupable au sort de son patrimoine artistique: pingre comme jamais, sans vergogne, elle alloue 500 000 euros annuels pour soigner le prestigieux grabataire de l'antiquité romaine, une misère face à l'ampleur des travaux d'entretien qu'exigerait le monument. Comme souvent dans la Péninsule, il faudra donc compter sur la générosité de sponsors privés pour sauver le Colisée de la décrépitude, indiquait récemment une enquête du «Monde».



«Als Staatsbürger stört mich unser Hang zum Mittelmass. Etwas mehr Selbstbewusstsein würde uns gut anstehen.»

Urs Zenhäusern Direktor Wallis Tourismus



Mister Schweiz Jan Bühlmann (mit Kappe) und Miss Südschweiz 2009, Carole Jäggi (mit Hut) auf dem Laufsteg mit Profi-Models.



Lara Gut, an der Hand ein Profi-Model, zeigt Freizeit-Mode.



Ein Interview: Mister Schweiz Jan Bühlmann wird befragt.

Sesselrücken

Neuer Gastgeber im Sunstar Parkhotel Arosa

Christof A. Willi (46, Bild) ist der neue Gastgeber des Sunstar Parkhotels Arosa. Seit dem 11. Juni, dem Startdatum in die Sommersaison,



ist er in dieser Funktion Nachfolger von **Jacoline und Matthias Lutz-von Reeken**. In den letzten zehn Jahren führte Willi ein Traditionshaus im Berner Oberland, mit dem er acht Jahre hintereinander einen internationalen Award für hohe Gästezufriedenheit gewann.

Änderungen in der Leitung der Accor-Hotellerie Schweiz

In der Schweiz soll der Accor-Hotelpark von derzeit 42 bis Ende 2012 auf über 50 Häuser ausgebaut wer-



den. Namentlich das Franchise-geschäft wird entwickelt. **Walter Züeck** (links), bisher Direktor Verkauf und Marketing der Accor Hotellerie Schweiz, ist zum Direktor Franchiseentwicklung Schweiz ernannt worden. Als Nachfolger von Walter Züeck wird **David Mylius** (rechts) Direktor Verkauf und Marketing. Er war seit 2004 Direktor des Ibis Zürich Messe Airport, mit 252 Zimmern eines der grössten Economy-Hotels der Schweiz.

Marcus Hasler neuer CEO der Zermatt Bergbahnen AG

Der Verwaltungsrat der Zermatt Bergbahnen hat **Marcus Hasler** (Bild) als Nachfolger von **Christen**



Baumann gewählt. Der Bergbahn- und Tourismusdirektor von Brigels-Waltensburg-Andiast tritt die Stelle im Frühsommer 2011 an. kjj

Gefeierte Therme

Mit einer **Pool-Party** mit Modeschauen und Artistik feierte die Tamina Therme in Bad Ragaz ihren ersten Geburtstag.

KARL JOSEF VERDING

Mit dabei an der Geburtstags-Party waren Jung-Skistar Lara Gut, der frisch-gebackene Mister Schweiz Jan Bühlmann, und Miss Südschweiz 2009, Carole Jäggi. In luftigen Höhen zeigte das grosse Talent Natalia Macaulay atemberaubende Luftakrobatik, die sie schon bei der RTL-Castingshow «Das Supertalent» unter Beweis gestellt hatte. Am letzten Samstag feierten die Tamina Therme und das Grand Resort Bad Ragaz an einer Pool-Party mit Showacts und Stars ihren ers-

ten Geburtstag. Mit heissen Rhythmen und Salsatänzen sowie Modeschauen aus der Boutique «La Butia» der Therme bot die Tamina Therme ein volles Programm bis Mitternacht. Essen und Trinken waren angerichtet, es gab ein spezielles sommerliches Food-Angebot im Restaurant der Therme, «La Merenda».

Am Vortag der Geburtstagsparty gab es als Einstimmung für die Badegäste kostenloses Kaffee und Kuchen sowie Wassergymnastik zu jeder vollen Stunde und ab 17 Uhr klassische Musik ab Band.



Natalia Macaulay zeigt raffiniert ausgestaltete Artistik in luftigen Höhen.

Promis für Kinder ins Wasser

Drei Teams von Prominenten und ein gemeinsames Ziel: Schwimmen um die Wette im Lago di Lugano, zugunsten der Stiftung «RTL – Wir helfen Kindern».

KARL JOSEF VERDING

Der erste Promi-Schwimmwettbewerb im Lago di Lugano am Strand des Hotels Parco San Marco hat seinen Zweck erfüllt. Der Spendenaufruf des Hotels erbrachte 20.000 Euro für die RTL-Stiftung «Wir helfen Kindern». Sechs Promis in drei Teams sind bei 19 Grad Wassertemperatur gegeneinander

der geschwommen: Top-Model Marcus Schenkenberg und Europameisterin in der Professional Standard-Kür Isabel Edvardsson,

Mister Schweiz Jan Bühlmann und Model Annica Hansen, Schauspieler Kai Noll und Olympiadailen-Gewinner Christian Tröger.



Scheck-Übergabe am Strand des «Parco San Marco», v.l.: Kai Noll, Isabel Edvardsson, Miriam Lange, Marcus Schenkenberg, Raimondo Sartorio (General Manager Parco San Marco), Annica Hansen, Christian Tröger.

48 Diplomierte an der Swiss School of Tourism and Hospitality SSTH Chur

Studierende der deutschsprachigen Abteilung feierten ihren erfolgreichen Abschluss.

Die Diplomierten sind: Becker David, Laufen; Bisson Felix, D-Rheinfelden; Blaser Christine, Wetzikon ZH; Burch Luzia, Giswil; Collenberg Madeline, Ilanz; Coray Selina, Laax; Dahmen Andrea, La Punt Chamues-ch; Defalchi Kevin, Davos Dorf; Erbacher Thomas, Arlesheim; Fässler Leila, Kägiswil; Feller Swantje, St. Gallen; Finneiser Julia, Lörach; Frustaci Fabio, Geroldswil; Gassner Eliane, Flums; Griffiths Claire, Erlenbach (aus Grossbritannien); Günter Joël, Thät; Hani Sonja, Berneck; Hasse Alexander, Chur; Herzog Christine, Hedingen; Höne Michael, D-Gärtringen; Jelaca Valentina, Möhlin; Karlen Martina, Chur; Keller Johanna, Winterthur; Kerner Alexander, D-Jena; Krüsi Karin, Reute; Leyendecker Lars, Uerikon; Lys Sarah, Landquart; Raisin Michelle, Steffisburg;

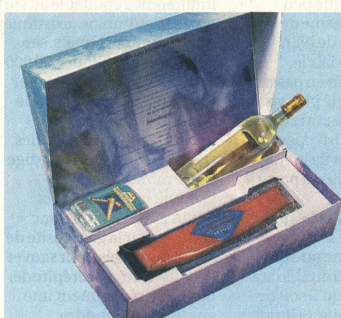
Reimann Kathrin, Gipf-Oberfrick, Rupan Navina, Egg b. Zürich; Ryschkov Maksim, D-Berlin; Sager Julia, Cham; Salvadori Karin, Glarus; Schaer Quirin, Burgdorf; Schell Stefanie, Bischofszell; Schippers Alexander, Villigen (aus den Niederlanden); Schmid Claudine, Altdorf; Schuppli Melanie, Wädenswil; Seger Simon, Vaduz FL; Seiwald Mathias, Pany; Siegwart Sandra, Möriken; Thomann Kathrin, Herisau; Ullmann Claudia, Eschenz; Vekape-ri Anna Karolina, Salo, Finnland; Wicki Adrian, Maienfeld; Widmer Fiona, Wald ZH; Wreesmann Hendrikje, D-Recke; Zraggen Eliane, Maladers.

Beste Diplomarbeit: Christine Herzog, Claudia Ullman. **Bester Notendurchschnitt:** Eliane Gassner.

htrnews – jetzt registrieren und gewinnen

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

htr hotel revue www.htr.ch



Ohne Sicherheit geht gar nichts!



www.loomis.ch
info@loomis.com
Telefon +41 79 210 45 72

Lassen Sie ihr Geld sicher abholen, zählen und auf ihr Konto einzahlen.
Und dies zu einem fairen Dienstleistungspreis!

**LOOMIS – Ihre professionelle
Cash-Logistik-Unternehmung**

Lage. Wie attraktiv ist die Bahnhofsnähe? Seite 8; **Wie lässt sich eine gute touristische Lage finden?** Seite 9; **Weshalb haben auch abseits gelegene Hotels Erfolg?** Seite 10; **Was bringt die Seelage?** Seite 11



St. Moritz – der Nobelort hat die höchsten Bodenpreise in der Schweiz. Regelungen zum Zweitwohnungsbau könnten den Preisanstieg stoppen.

denn bebaubares Land gibt es keines. Nur wenn alte Häuser abgerissen werden, kann Neues entstehen.

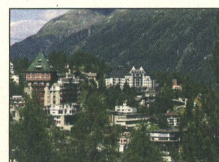
Deutlich günstiger, aber für ein Hotel noch immer zu teuer, präsentieren sich die Bodenpreise in Zermatt. Bis 5000 Franken pro Quadratmeter muss ein Investor für eine Zentrums- und Zentrumslage hinblättern. An manchen Standorten hätten sich die Grundstückspreise in den letzten 10 bis 15 Jahren im Extremfall verdoppelt, weiss der Geschäftsführer der MLS-Architekten in Zermatt, Roman Mooser. «Für diese Preise lohnt es sich fast nicht, ein Hotel hinzustellen», erklärt Roman Mooser. Oder es muss so ein spezielles Konzept sein wie das neue Boutiquehotel «Cervo». Oder ein 5-Sterne-Hotel mit einer gewissen Grösse. «Bei einem Luxus-Hotel fällt der Bodenpreis innerhalb der Gesamtinvestition weniger ins Gewicht», sagt der Architekt.

Vermieter haben lieber Mode-Shops als Gastrobetriebe

Grosse Unterschiede bestehen bei den Bodenpreisen auch innerhalb einer Makro-Lage. Im Kanton Zürich ist gemäss dem Statistischen Amt der Quadratmeter in Meilen mit gut 4000 Franken am teuersten, in Zürich selbst kostet dieser im Durchschnitt nur die Hälfte und im Kantonsdurchschnitt ist der Quadratmeter in der Mischzone für 550 Franken zu haben. Das gleiche Bild präsentiert sich bei den Mieten. «Die Bandbreite der Gewerbetrieben an einer gegebenen Makrolage ist oft höher als im Segment der Mietwohnungen», erklärt Patrick Schnorf von der Wüest & Partner AG in Zürich. Beispiel: An der Bahnhofstrasse in Zürich muss ein Mieter mit 8000 Franken pro Quadratmeter und Jahr rechnen, Tendenz steigend. Ein paar Meter weiter ganz anders: An der Urnistrasse gibt es den Quadratmeter bereits für 1200 Franken, weiss Immobilienberater Bernd Schmitz von Engel & Völkers in Zürich. Aber auch wenn Gastgewerbetreiber den Preis zahlen würden, Vermieter geben häufig Retailern den Vorrang. Bernd Schmitz: «Vermieter haben lieber Textil als Gastronomie.» Lärm- und Geruchsemissionen sind nur zwei der Gründe.

Dank Krise fallen die Mieten

Als zu hoch beurteilt Schmitz die Mieten an den Zürcher Seelagen mit ihrer Wetterabhängigkeit: «Da passt der Mietpreis nicht zur Frequenz.» Es gibt erste Lichtblicke für Standort-Suchende:



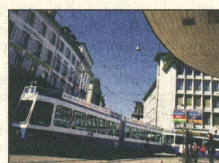
Die teuerste Lage: Boden kostet in St. Moritz bis Fr. 50 000.-/m².



Im Zentrum von Gstaad kostet der Quadratmeter bis Fr. 6000.-.



Auch Zermatt ist für Hotelprojekte noch zu teuer: bis Fr. 5000.-/m².



Gewerbetrieben an Zürchs Top-Lagen: Fr. 8000.-/m² und Jahr.

Schnorf habe sich die Finanzkrise deutlich stärker auf die Mieten der gewerblichen Immobilien ausgewirkt als auf die Mietwohnungen:

«Die Gewerbetrieben sind in den letzten 12 Monaten um 5 bis 10 Prozent gesunken.»

Und in Tourismusregionen lassen neue Zweitwohnungsregelungen die Preise zumindest nicht noch weiter steigen: Erst letztes Wochenende haben die Stimmbürger in St. Moritz eine Teilrevision des Baugesetzes betreffend des Zweitwohnungsbaus angenommen.

Einschränkung des Zweitwohnungsbaus angenommen.
Mehr Infos: www.htr.ch/preise

Die Top-Lage ist selten bezahlbar

Ob kaufen oder mieten: Die Preise unterscheiden sich je nach Lage um ein Vielfaches. Auch innerhalb einer Makrolage.

GUORUN SCHLENCZEK

Nicht jede Lage ist für einen Hotelier oder Gastronomen überhaupt bezahlbar. Das teuerste Pflaster der Schweiz ist bei den Bodenpreisen St. Moritz. Bis 50 000 Franken kostet am Suvretta-Hang der Quadratmeter. Im Ort selbst muss mit 15 000 bis 25 000 Franken gerechnet werden. «Wenn ein Hotelinvestor das bezahlen müsste, würde es mit der Rentabili-

tät sehr schwierig», ist für Urs Höhener, Präsident des Hoteliersvereins St. Moritz klar. Aber das Problem stellt sich eigentlich nicht, der Kuchen ist bereits verteilt, Flächen innerhalb der touristischen Top-Destination kaum mehr zu erwerben. Nur dann, wenn ein Hotel verkauft wird, aber dann passiert schnell das Umgekehrte: Wohnungen verdrängen die bisherigen Hotelzimmer, denn für Wohnraum kann man gut

und gerne den doppelten Preis verlangen. Zu den teuersten Lagen innerhalb der Schweiz zählt ebenfalls Gstaad im Berner Oberland. Im Umfeld des 5-Sterne-Superior-Hotels Palace soll der Quadratmeter bis 11 000 Franken wert sein. Etwas günstiger ist die Dorf-Lage mit 3000 bis 6000 Franken pro Quadratmeter, ist beim örtlichen Immobilienbüro Gerax zu erfahren. Auch das ist eigentlich ein theoretischer Wert,



«Wenn ein Hotelinvestor so viel bezahlt, wird es mit der Rentabilität sehr schwierig.»

Urs Höhener
Präsident Hoteliersverein St. Moritz

HAFELE
FINDING BETTER WAYS

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

die lock

SWISS
SVG-TROPHY

Der Wettbewerb für die Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie

Co-Sponsoren: HACO, HUG, PISTOR, express, die 1. Pilsner

Weitere Informationen unter: www.svg-trophy.ch

Energieeffizient & Umweltfreundlich
Neu auch 20L

www.minibar.ch

Octoplus – die neue 8 kg-Klasse

Mehr Wert, weniger Kosten.

8 kg Waschmaschine und Trockner mit professionellem Trommelvolumen, Wasch- und Trocknungszeiten.

Infos unter
Telefon 056 417 27 51
www.miele-professional.ch

Miele
PROFESSIONAL

Lage. Bahnhof. Früher standen die Hotels möglichst nahe am Bahnhof. Dann kam die Zeit, als eine solche Lage weniger gefragt war. Heute spricht wieder einiges für das Hotel in Bahnhofnähe.

Als sie Verlobte wurden, waren Hotel und Bahnhof das glücklichste Paar der Welt. Und es war das einzige vor der Stadt. Das änderte sich, aber die Liaison bleibt aktuell.

KARL JOSEF VERDING

Fassbind Hotel City am Bahnhof, so heisst der Dreisternebetrieb mit 58 Zimmern am Berner Bubenbergrplatz. Nur eine Traminsel und eine Strasse trennt das Hotel vom Hauptbahnhof. «Directly across the street from the station» – dieser Punkt findet sich in fast allen der 63 Gäste-Bewertungen des Berner Hotels auf Tripadvisor.com. Etwas ausführlicher (und hier übersetzt) lautet es zum Beispiel so: «Die Location ist grossartig, nur drei Minuten vom Bahnhof. Das Hotel war nicht schwer zu finden, und die Einkaufsstrassen und Attraktionen liegen in kurzer Fussweg-Distanz.» Vom Berner Fünfternehotel Schweizerhof am eigentlichen Bahnhofplatz aus sind die Distanzen zu den Ticket-Schaltern und den Laubengängen sogar noch ein wenig kürzer: es öffnet auf einen Laubengang. Das Hotel ist seit Jahren stillgelegt und wird jetzt umgebaut. Quer über den Platz und dann am Hotelportal vorbei führt eine innerstädtische Auto-Verkehrsachse. Die heutige Klientel von Fünfternehotels honoriert diese kombinierte, aber etwas aufdringliche Verkehrs-Anbindung, so wie sie sich entwickelt hat, nicht.

«Wir wollen wieder Hotels neben dem Verkehrsmittel»

Eigentlich sind Bahnhöfe und hochklassige Hotels eine historisch fundierte Verbindung. Und könnten als erfolgreiche Liaison auch bald wieder zurückkehren. «Es ist komplex», sagt Evelyn Lüthi-Graf, Geschäftsführerin des Hotelarchivs Schweiz in Lausanne: «Wir sind im Wandel der Gesellschaft. Das Bewusstsein hat sich verändert. Jetzt wollen wir ökologisch sein, im Zug



Zürich: Das Bahnhofquartier wird aufgewertet. Geplant sind auch Hotels.

Luftbild Schweiz Dubendorf

Neue Zugkraft für Standort Bahnhof

arbeiten und reisen, wollen Hotels neben dem Verkehrsmittel. Es ist wiederum eine Zeit, in der man zu Fuss geht. Und wenn man zu Fuss geht, dann will man nicht lange gehen müssen. Also ist die Übernachtung

möglichst nahe am Bahnhof gefragt.

Dieses Motiv ist wirksam, wie sich am Zürcher Hauptbahnhof zeigt. Im September 2006 bewilligten die Stadtzürcher Stimmbürger

den Gestaltungsplan «Stadttraum HB» zur Überbauung des Sihlpostareals. Das Projekt ist Nachfolger des nicht realisierten Projekts HB Südwest. Das Quartier soll bis 2018 fertiggestellt werden, Baubeginn

war im Juni 2009. Für das Baufeld H wird bereits ein Hotel geplant – weitere könnten hinzukommen. Obwohl der Architekturwettbewerb noch nicht abgeschlossen ist, konnten die SBB schon einen Hotel-

betreiber gewinnen. 2016 wird hier das zweite «25hours Hotel» in der Schweiz eröffnet. Ein erstes ist in Zürich-West für 2012 geplant. Für Christoph Hoffmann, CEO der 25hours Hotel Company, ist der Standort ein Volltreffer: «Auf dem Wunschzettel von 25hours stehen Lifestyle-affine, europäische Balungscentren. Jedes Hotel hat seinen individuellen Stil, der den Standort und den Zeitgeist widerspiegelt. So werden wir auch in Zürich unsere Gäste überraschen.» Historisch gesehen, galt die Lage neben dem Bahnhof als die beste Lage für ein Hotel. Die Bahnhöfe

«Das Bewusstsein ändert sich. Die Übernachtung nahe dem Bahnhof ist wieder gefragt.»

Evelyn Lüthi-Graf
Hotelarchiv Schweiz

wurden auf freiem Gelände vor den von alters her gewachsenen Städten angelegt. Sie konnten hier gross sein wie Paläste. Das Gleiche galt für die Hotels. Evelyn Lüthi-Graf vom Hotelarchiv Schweiz stellt fest: «Da wo die Leute reisen, schlafen und essen, wollten sie keine Zeit verlieren. Und das Gepäck war voluminös, mühsam zu tragen. Das Hotel sollte so nah wie möglich am Bahnhof sein. In jeder Stadt waren mehrere Hotels neben dem Bahnhof.»

Dichtes Bauen um den Bahnhof kann heikel für die Sicherheit sein

Die Städte wuchsen und umschlossen die Eisenbahn-Paläste. Die Nähe zum Bahnhof wurde günstig für die Mobilität der arbeitenden und geschäftlichen Bewohner der Städte. Also wurde das Bauen rund um die Bahnhöfe verdichtet und teils gar eng und gassenmässig. Auch Gewerbe, die im Zwielicht stehen und Kunden oder Opfer suchen, wurden hier heimisch. «Vols, alerte rouge» überschrieb das Cahier français der «hotel revue» im April 2010 einen Artikel aus Genf. Die Hoteliers des Quartiers am Bahnhof Cornavin läuten die Alarmglocke, weil Diebe die Hotelgäste erschrecken. Der Schutz des Quartiers durch die Polizei soll verstärkt werden.

Hotelketten überlegen ihre Wahl gründlich

Der Standort Schweiz ist gefragt. Welche Ansprüche ausländische Gruppen an neue Hotel-Standorte stellen.

ANDREAS GÜNTERT

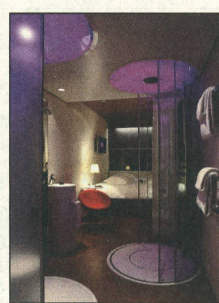
Zentral liegt der Zürcher Hardturm-park nicht. Derzeit regieren die Presslufthämmer, die Tramlinie kommt erst Ende 2011. Viele Hotelprofis hegen Bedenken bei diesem Standort im aufstrebenden Zürich-West. Nicht so Arabella-Hospitality-Chef Wolfgang Neumann: «Die Attraktivität der Lage ist absolut gegeben.» 2013 soll im Hardturm-park

ein neues Sheraton eröffnen. Wenn der Chef eine Lage-Beurteilung vornimmt, interessiert ihn auch, was die Konkurrenz plant und wie sich die Kennzahlen generell präsentieren in der City. «Für uns ist die generelle Entwicklung der Logiernächte wichtig, wie viele neue Zimmer in der Stadt hinzukommen und wie sich der RevPAR gezeigt hat in der Vergangenheit.»

RevPAR und Grundstückpreise sind für den Standort entscheidend

Etwas zahlenlastiger wird das Thema Expansion bei der holländischen Budget-Design-Hotelgruppe Citizen M (zwei Häuser in Amsterdam, ein drittes in Glasgow öffnet demnächst) angegangen. Eine

Stadt ist attraktiv, wenn ihr Flughafen mehr als jährlich 15 Millionen Passagiere hergibt. Was Zürich erfüllt. Für Jasper Muller, der das Citizen-M-Akquisitions-Team führt, ist die grösste Schweizer Stadt gesetzt: «Neben Paris und Mailand steht Zürich zuoberst auf unserer Europa-Wunschliste.» Der Suchvorgang sei «eine Art Filter-Prozess». «Es ist eine Kombination aus RevPAR und Grundstückpreisen einerseits, die über die Rentabilität entscheidet. Dazu muss der Zielfort über genügend Aufkommen im Geschäftsbereich verfügen.» Die Vorgabe an den Mikro-Standort: «Der Weg zur nächsten ÖV-Station darf nicht länger als 500 Meter sein.» Statt heute einen mit-



Die holländische Citizen-M-Hotel-Gruppe will nach Zürich.

telprächtigen wähle man lieber morgen einen optimalen Standort: «Wir besetzen eine Lage nicht einfach deshalb, weil sie frei ist. Sondern, weil wir und unsere Gäste genau dort sein wollen.» Deshalb warte man lieber «eines oder zwei Jahre länger», bis man den optimalen Standort finde.

10 bis 11 Euro Nettokaltmiete pro Quadratmeter

So sieht man es auch bei der Gruppe Motel One, wo eine Standortsuche für Zürich läuft: «Die Rahmendaten müssen stimmen. Es wird sicherlich eher ein Standort abgelehnt, der die Anforderungen nicht erfüllt und damit ein etwas langsames Wachstum in Kauf ge-

nommen», sagt Sprecherin Ursula Schelle-Müller.

Sehr zahlenorientiert geht die deutsche Kette A&O aus Werk: «10 bis 11 Euro Netto-Kaltmiete pro Quadratmeter» ist gemäss General Manager Oliver Winter die Vorgabe für ein neues Objekt. Die Hotel- und Hostel-Gruppe, die mit 14 Betrieben in zwölf deutschen Städten, in Prag und Wien aktiv ist, bevorzugt Bahnhöfen. Davon gäbe es genug hierzulande. Doch die Schweiz, klagt Winter, «ist leider zu teuer». Zürich und Basel hätte man gerne mit im Netzwerk und streckt immer wieder die Fühler aus: «Wenn es etwas gibt, das auch finanziell zu uns passt, dann würden wir das gleich prüfen.»

Lage. Optimaler Standort. Je nach Hotelkonzept ist eine andere Location Erfolg versprechend. Deshalb ist es unerlässlich, erst einmal die Positionierung zu definieren. Für ein Tagungshotel ist die Lage ausschlaggebend.

Der richtige Standort bestimmt massgeblich, ob Hotels und Resorts erfolgreich sind. Was eine gute Location auszeichnet. Und worauf Profis achten, wenn sie Gebiete evaluieren.

ANDREAS GÜNTERT

Irgendwann wird jeder Touristik-Novize diesem Satz begegnen. Jenem Ausspruch, mit dem die Hotel-Legende Conrad Hilton (1887–1979) die drei wichtigsten Erfolgsfaktoren eines Hotels zusammenfasste: «Lage, Lage und nochmals Lage». Ein Klassiker, der auch heute noch gilt, einfach mit der Einschränkung, dass es das richtige Konzept an der richtigen Lage braucht, um wirtschaftlich Erfolg zu haben. Wer etwa ein Budget-Konzept an zentralster City-Lage aufbaut, mit seinen Tiefpreisen aber die hohen Mietkosten nicht decken kann, dem nützt auch die vermeintlich «optimale Lage» nichts. Welches Konzept an welche Lage – das ist wohl einer derjenigen Entscheide im Tourismus, die sich am weitesten in die Zukunft hinaus auswirken. Deshalb gebührt dem Thema grosse Aufmerksamkeit.

«Optimale Lage» bedeutet in der Regel Erreichbarkeit. Was je nach Hotel-Gattung etwas anderes heissen kann: Für das Ferienhotel ist es die Nähe zu touristischen Attraktionen, für das City-Kongresshotel ist es Zentralität bezüglich Verkehrsanbindung und grossen Arbeitsgebieten.

Erst die Vogelperspektive, dann die Sicht des Frosches

Für die Standort-Suche werden oft Profis herbeigezogen. Diese gehen in der Regel gestaffelt vor, prüfen ein definiertes Gebiet zuerst aus der Vogel- und danach aus der Froschperspektive. Man spricht dabei vom Makro- und vom Mikrostandort. Patrick Schnorf von der Schweizer Immobilienberatungsfirma Wüest & Partner erklärt es am



Ascona – Hotels ohne Seelage müssen mit andere Attraktionen punkten.

Luftbild Schweiz, Dubendorf

Makro, Mikro und Bauchgefühl

Beispiel Schweiz so: «Unter Makro-lage versteht man die Lage innerhalb der Schweiz, also beispielsweise, ob man sich in der Ferienhotellerie für einen Ort im Wallis oder in

Graubünden interessiert.» Was auch früh schon Fragen der örtlichen Positionierung aufwirft: «Will man mit einem Konzept in einer etablierten Destination starten, die

durch ihren touristischen Marktwert hohe Grundstückpreise hat? Oder eher vom Glamourfaktor des Ortes zehren und sich in der Nähe aufbauen, dafür von günstigeren

Bodenpreisen profitieren?» Wenn das geklärt und ein genauer definiertes Zielgebiet fokussiert ist, beginnt die kleinteilige Arbeit: «Die Abklärung des Mikrostandorts be-

fasst sich konkret mit der Situation innerhalb einer Stadt oder eines Ortes. Wichtige Merkmale sind die Erreichbarkeit der touristischen Infrastruktur, ÖV-Anbindung, Parkplatz-Verfügbarkeit, Konkurrenzverhältnisse, touristisches Aufkommen, Laufkundschaft für die Gastronomie – nur schon ein paar Meter können über Erfolg oder Misserfolg entscheiden», hält Patrick Schnorf fest.

In der Stadt sind Zentralität und Erreichbarkeit besonders gefragt

Wagemutige versuchen, neue Lagen zu besetzen, wo die Preise noch günstig sind und man ein künftiges Aufkommen früh abschöpfen kann. Olaf Steinhage, Geschäftsführer von Hospitality Concepts, rät mindestens in der Stadt zur Vorsicht: «In der City spielen Zentralität und Erreichbarkeit meist die entscheidende Rolle. Gerade für den Business-Gast stehen seine Termine, das Leben ausser Haus im Mittelpunkt; deshalb wird er oft nach exzellenter Erreichbarkeit suchen.» Steinhages Unternehmen Hospitality Concepts mit Sitz in Berlin, Bozen und seit November 2009 auch in Zürich, ist auf Beratung, Entwicklung und Realisierung von Hotel- und Resort-Projekten spezialisiert. Für die Ferienhotellerie sieht Steinhage grösseres Potenzial als für die Business-Hotellerie: «Weil dem Gast dort das Hotelerlebnis per se wichtiger ist, weil er mehr Zeit im und ums Haus verbringt, kann man ihn mit gutem Service binden. Hotels mit herausragenden Merkmalen können quasi eine eigene Lage definieren – so wie etwa die Therme in Vals den Ort erst richtig auf die touristische Landkarte gebracht hat.»

Eine ähnlich wichtige Rolle wie im Tourismus spielen Standort-Entscheide im Detailhandel. Patrick Schnorf kennt die zwei Felder: «Die Lage ist in beiden Branchen essenziell. Ganz generell aber kann man im Detailhandel mit mehr Kennzahlen wie Passantenströme, Frequenzen, Umsatz pro Quadratmeter arbeiten.» Der Faktor Mensch ist im Tourismus wichtiger. Immobilien-Profi Schnorf sagt es bezüglich der Lageso: «In der Hotel- und Gastronomie-Welt spielen Erfahrung und Bauchgefühl eine grössere Rolle.»

Lage entscheidet über die Tagungshotels

Die Lage der Hotels ist für 60 Prozent der Veranstalter von Tagungen entscheidend für die Buchung und ist damit noch wichtiger als der Preis. Das ergab eine Umfrage von HRS. Tourismus-Wissenschaftler stimmen damit überein.

KARL JOSEF VERDING

Mehr als 20 000 Unternehmen buchen ihre Zimmer für Geschäftsreisen, Tagungen und Gruppenreisen regelmässig online über das Hotelportal HRS. Zu den Firmen, die ihre

Buchungen über HRS abwickeln, gehören Global Players wie IKEA, die Deutsche Telekom, die Deutsche Post und DHL – aber auch zahlreiche mittelständische und kleine Unternehmen. Im 2009 wurde HRS mit dem Business Travel World Award in der Kategorie «Hotel Booking Agents» ausgezeichnet.

Lage und Anbindung sind der entscheidende Faktor

Was entscheidet bei diesen Kunden über die Wahl des Hotels? HRS hat eine Umfrage bei den Veranstal-

tern von Tagungen durchgeführt. Laut HRS sind «die Lage und die Anbindung von Hotels» der wichtigste Entscheidungsfaktor für die Auswahl. Es kommt vor allem auf eine gute Verkehrsanbindung an, denn lange Anreisezeiten verursachen unnötige Kosten. Für 60 Prozent der Befragten sind Lage und Anbindung das wichtigste Auswahlkriterium und sogar wichtiger als die Übernachtungspreise. HRS geht davon aus, dass bei Geschäftsreisen generell dieses Kriterium eine grosse Rolle

bei der Hotelauswahl spielt. Abgefragt worden sei in der Umfrage allerdings nur das Thema Tagungen.

Eine repräsentative Studie «Geschäftsreisen 2009 – Strukturen, Einstellungen, Verhalten» der Internationalen Fachhochschule Bad Honnef-Bonn hat am Beispiel des deutschen Marktes die Bedeutung des Kriteriums Lage für Geschäftsreisen allgemein untersucht. Befragt wurden Business-Traveler, die pro Jahr mindestens eine Geschäftsreise von länger als einem Tag Dauer unternommen und Einfluss auf die Hotelauswahl haben. Abgefragt wurde die Bedeutung der drei Kriterien Lage, Preis und Hotelmarke.

Das Ergebnis zeigt, dass die Lage das wesentliche Kriterium bei der Hotelauswahl ist. 74 Prozent nennen sie sehr wichtig oder wichtig. Mit deutlichem Abstand folgt der Preis. Er wird von 56 Prozent der Befragten als wichtig oder sehr wichtig eingestuft. Unwichtig für die Hotelauswahl ist gemäss der Studie die Hotelmarke. Nur 8 Prozent der Geschäftsreisenden geben sie als wichtig oder sehr wichtig für die Auswahlentscheidung an.

Wenn Lage und Preis nicht stimmen, nützt die Marke nichts

Fazit der Studie: «Die Interpretation dieses Ergebnisses für das Hotelmanagement ist ermutigend, bedeutet es doch, dass jedes Invest-

ment in die Hotelmarke eigentlich überflüssig ist, solange nicht die Lage und der Preis den Erwartungen der Geschäftsreisenden gerecht werden.» Die Information dieser Reisenden, speziell über Online-Kanäle, habe grosse Bedeutung. Es gebe hier für die Hoteliers «grosse Potenziale zu erschliessen, die nur über die geeigneten Vertriebskanäle zugänglich sind».

ANZEIG

Valentine%
Frischen Tellerwämer Teigwarenkocher
Was hält länger?
www.berthsch-valentine.ch

Lage. Abseits. Auch weniger optimale Standorte, abseits der Hauptzentren, können Erfolg bringen. Das zeigen einige Beispiele. Doch der Hotelier muss den Gästen vieles an Mehrwert bieten.

Wer abseits urbaner Zentren Erfolg haben will, braucht ein breites Angebot, gute Mitarbeiter und viele Parkplätze. Dann nimmt der Gast den Weg auf sich.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Lage ist wichtig, aber nicht alles. Wie man mit einer Randlage Erfolg haben kann, macht das Hotel Hof Weissbad im Appenzellerland vor. «Wir haben vermutlich sogar eine Z-Lage. Schlimmer geht's fast nicht», kommentiert Hotelier Christian Lienhard den Standort. Hinter dem Hotel höre die Strasse auf. Im Alpstein bleibe fast jede Schlechtwetterfront hängen, im Winter lasse der Föhn den Schnee schmelzen. Trotzdem kommt das 4-Sterne-Superior-Hotel während 365 Tagen auf 98 Prozent Zimmerauslastung und erzielt mit 87 Zimmern 20 Mio. Franken Umsatz im Jahr. Die Erfolgsfaktoren: breites Geschäftsfeld von Individualgeschäft über Business bis hin zur Privatklinik, hoher Eigenfinanzierungsgrad und ein Fokus auf die Mitarbeiter. Diese werden gefördert (Weiterbildung), gefordert (Prämien) und kommen vor allem mehrheitlich aus der Region.

Mitarbeitende spielen eine viel grössere Rolle als in der Stadt

Eine Formel für eine ländliche Lage lautet: Je weiter von urbanen Zentren entfernt, desto schweizerischer sollte das Personal sein. «Der Mitarbeiter spielt eine viel grössere Rolle als in der Stadt», betont Roland Tischhauser vom Hotel Bad Bubendorf. Der Business-Gast schätze ausserhalb der City, wenn der Kontakt ein persönlicher ist, ergänzt Daniel Siegenthaler, Direktor des Ramada-Hotels in Solothurn. «Wir haben im Business-Bereich viele Stammgäste und gehen auf deren Vorlieben ein.»

Roland Tischhauser setzt weiter auf den Überraschungseffekt: Sein 3-Sterne-Hotel biete 4-Sterne-Ser-



Luftbild Schweiz Dubendorf

Appenzel – fernab urbaner Zentren lässt sich durchaus gut geschäftig, wenn Service und Angebot stimmen.

B-Lage braucht Top-Service

vice mit Nespresso-Maschine und Flachbildschirm auf dem Zimmer. Entscheidend ist aufgrund mangelnder Alternativen in der Umgebung eine breite Auswahl in der Gastronomie – das Hotel Bad Bu-

bendorf führt drei völlig unterschiedliche Restaurants – sowie mehr als ein Zimmertypus in der Hotellerie. Der Gast hat die Wahl zwischen historischen und Designzimmern. Da weder ein See, noch

ein Golfplatz oder ein Wellnessbereich am Wochenende nach Bad Bubendorf locken, kann Tischhauser eigentlich nur mit dem Food & Beverage-Angebot beim Individualgast Zusatzpunkte holen. Für Un-

ternehmer Felix Suhner, dem neben dem Hotel Bad Bubendorf unter anderem das Hotel Seerose am Hallwilersee gehört, ist die Vielfalt vor allem wichtig, um den Gast mehrmals begeistern zu können. In

der «Seerose» geschieht das mit zwei verschiedenen 13-Gault-Millau-Punkte-Restaurants, Bar und Weinkeller, dem Feng-Shui-Hotel «Elements» und der Lage mitten in einem Naturschutzgebiet. «Bei uns kann man tagen mit Ferienstimmung», so Felix Suhner.

Zentrenferne Lage kann auch für die Gastronomie interessant sein

Keiner der befragten Hoteliers möchte mit einer Top-A-Lage tauschen. Im Gegenteil: Gerade für das Business-Geschäft sei eine Lage ausserhalb sogar förderlich. «Wer nach Bad Bubendorf mit dem Auto anreist, muss sicher nicht im Stau stehen», erklärt Suhner. Bei einem Kongresshotel in der Stadt müsse man oft mit dem Zug anreisen. Unabhängig seien allerdings genügend Gratis-Parkplätze. Genauso wichtig sei die Vorabklärung, wie gut ein B-Standort tatsächlich erreichbar ist. Solothurn habe hier gute Karten, ist Daniel Siegenthaler überzeugt. Zentral in der Deutschschweiz gelegen, sei selbst für ein Tagesseminar die Anreise kein Problem. Und wenn in den grossen Städten schon jeder Quadratmeter besetzt ist, kann ein Hotel ausserhalb sogar Lücken füllen. Wie Ramada in Solothurn: Die umliegenden Unternehmen hätten auf das neue Business-Hotel regelrecht gewartet. Siegenthaler: «Die Firmen mussten Mitarbeiter und Kunden früher sogar in Bern unterbringen.»

Zentrenferne Lagen ohne Ausflugswert können aber auch für die Gastronomie interessant sein – mit dem richtigen Konzept. Seine 240 Sitzplätze kann der Red Ochre Grill der Outback-Company in Uster nur dank australischem Erlebnis-Konzept und ausreichend Parkplätzen in der Umgebung füllen. Das gilt auch in unserem Nachbarland: Gut befahrene Strassen und manchmal mitten im Industriegebiet, das ist der bevorzugte Standort des deutschen Gastro-Konzepts Cafe del Sol. «Täglich Urlaub», verspricht die übergrosse Villa im Kolonialstil mit Karibik-Flair. Die Mitarbeiter sorgen für die nötige unkomplizierte Stimmung, so Geschäftsführer Delf Neuman. Mit 22 Standorten und über 51 Mio. Euro Umsatz zählt der Systemer zu den deutschen Top-Gastronomen. Wenn das Konzept stimmt, fährt der Gast meilenweit.

Wer abseits liegt, muss gut organisieren

Sieben Kilometer von Pontresina, liegt das Hotel Roseg Gletscher. Sein Konzept ist auf die Ruhe des Naturreservats abgestimmt – die Abgelegenheit verlangt nach Organisation.

KARL JOSEF VERDING

«Ein abgelegener Betrieb von unserer Grösse funktioniert nur, wenn man sich gut organisiert», sagt Lucrezia Pollak-Thom: «Man muss weit fahren, wenn etwas fehlt. Deshalb legen wir Wert auf eine sorgfältige Planung.» Die präzise Vorausplanung der Anlieferung trägt auch

der Lage im Naturreservat Rechnung. Wolfgang und Lucrezia Pollak-Thom sind seit fünf Jahren die Pächter des Hotels und Restaurants Roseg Gletscher. Besitzer ist die Familie Testa, welche das Haus selber über 30 Jahre führte. 25 Mitarbeiter hat der Betrieb, davon sieben in der Küche, und einen Hausmeister, der auch für die Anlieferung zuständig ist und sie, wenn nötig, selber ausführt. Koordiniert wird der Bedarf beim Pächter-Ehepaar, unter anderem durch die Vorausplanung für die Küche mit deren Chef.

«Ein Ort der Ruhe, der je länger je mehr gesucht wird»

Dort wo sich die Bewaldung des Val Roseg öffnet und das ganze

Panorama freigibt, steht das Hotel und Restaurant. Bis hierher kann man sich von Pontresina aus auch mit der Kutsche fahren lassen. «Für das Konzept unseres Hotels ist es wichtig, dass dies ein Naturreservat ist, ein Ort der Ruhe, der je länger je mehr gesucht wird», sagt Lucrezia Pollak-Thom. «Unser Hauptgeschäft ist die Restauration», räumt die Pächterin ein, «jedoch können wir uns zunehmend über Gäste freuen, die bei uns übernachten. Viele Gäste erfahren erst durch einen Restaurant-Besuch bei uns, dass es möglich ist, bei uns zu schlafen. Sie buchen dann oft ein bis zwei Nächte, um die Abgeschiedenheit, abseits vom Lärm und der Hektik des Alltags, zu geniessen.»



Das Hotel Roseg Gletscher liegt schön, aber abseits.

Das Hotel verfügt über zehn einfache Doppelzimmer sowie einige Familienzimmer, mit insgesamt 38 Betten. Zudem bietet es eine Gruppenunterkunft mit bis zu 100 Betten. Die Restauration besteht aus dem Selbstbedienungs-Restaurant Misaun und dem A-la-carte-Restaurant Colani, die zusammen fast 300 Plätze bieten.

«Gute Zusammenarbeit mit den Hotels im Oberengadin»

Zu Belegung und Umsatz werden keine Angaben gemacht. Grundsätzlich sei die Belegung im Sommer besser als im Winter, «da der Ausgangspunkt zum Skifahren oder für Ausflüge nach St. Moritz im Winter eher schwierig ist, und da

wir im Winter unsere Gäste nur in der Früh nach Pontresina bringen und erst ab 17 Uhr wieder in Pontresina abholen können».

Weihnachts- und Firmen- oder Familienfeste sind «ein sehr wichtiger Bestandteil unseres Geschäfts», so Wolfgang Pollak-Thom; «besonders Gruppen, die im Engadin einen Anlass durchführen, suchen diesen speziellen Rahmen. Familienfeste und Hochzeiten finden oft bei uns statt, da wir die Möglichkeit der Übernachtung bieten.»

Der Gastgeber würdigt «die gute Zusammenarbeit mit den Hotels im Oberengadin, die uns weiterempfehlen und Gäste zu uns senden, die uns noch nicht kennen». Inzwischen habe man viele Stammgäste.

Lage. Wasser. Hotels und Restaurants, die am Wasser stehen, haben eine privilegierte Lage. Im Winter müssen sich die Verantwortlichen jedoch etwas einfallen lassen, um Gäste zu generieren.

**Seelage bringt Gäste.
Aber auch Nachteile.
Aufgezeigt am
Beispiel von den
beiden Betrieben
Marina Lachen und
Schloss Laufen.**

CHRISTINE KÜNZLER

Die Lage am See hat Vor- und Nachteile», sagt Bettina Römer, Geschäftsführerin Hotel & Administration der «Marina Lachen». «Im Sommer ist der See Anziehungspunkt, im Winter geht der See vergessen oder er wird mit einer depressiven Stimmung assoziiert.» Der «Marina-Lachen»-Komplex, im Besitz des Phonak-Besitzers Andy Rihs, umfasst fünf Konzepte: das Designhotel Al Porto und vier Restaurants. Die Lokale liegen alle – eines neben dem andern – am Lachener Hafen am Zürichsee. Im Sommer hat «Marina Lachen» kein Problem, die vier Restaurants zu füllen. «Im italienischen Restaurant Osteria Vista werden die Tische an einem Abend durchschnittlich 2,5-mal besetzt», hält Bettina Römer fest. «Im Grillrestaurant hat es zwar etwas weniger Gäste, doch die Tische sind meist alle belegt.»

Ein Sommer wie er sich dieses Jahr präsentiert, ist dem Geschäft weniger zuträglich. Der letztjährige Mai habe 10 Prozent mehr Umsatz gebracht, sagt Bettina Römer. Doch ist sie auch dieses Jahr mit der Auslastung zufrieden. «Da unser Betrieb sehr wetterabhängig ist, müssen wir mit Reservierungen vorsichtig sein. Normalerweise nehmen wir nur so viele an, wie wir über Innenplätze verfügen.» Nur wenn sich der Himmel von seiner besten Seite zeige, würden mehr Reservierungen berücksichtigt. Weniger wetterabhängig ist das Hotel Al Porto. «Wir haben unter der Woche vor allem Businessgäste und an Wochenenden Hochzeitsgesellschaften.»

Gute Dienstleistungen kompensieren schlechtes Wetter

Wie füllt «Marina Lachen» die Betten und die Restaurants? «Wir wollen nicht, dass unsere Gäste nur



Rund um den Thunersee. Im Sommer bringt der See Gäste, im Winter kann er sie abschrecken.

Luftbild Schweiz, Dübendorf

Der See füllt im Sommer die Plätze

wegen unserer Lage zu uns kommen, sondern wegen unseren Dienstleistungen», stellt Bettina Römer klar. «Wenn wir eine gute Küche und eine hohe Dienstleistungsqualität bieten, funktioniert

das auch.» Das Team wartet jedoch zusätzlich mit originellen Angeboten auf. So werden die Winter-Wochenenden im Hotel mit Gästen ausgelastet, die ein Kuschel-Package buchen – Fackel-Romantik und

Glühwein inklusive. Während drei bis vier Wintermonaten ziehen sogenannte Pop-up-Restaurants, ein Restaurant im Restaurant, Gäste an. Zum Beispiel «La Famiglia», eingerichtet wie das italienische Wohn-

zimmer der 50er-Jahre. Gekocht wird so, wie das die Nonna tut, «einfach aber sehr gut.» «Mit diesen Angeboten sprechen wir auch Gruppen an. Und das funktioniert», versichert Bettina Römer. Auslas-

tungszahlen gibt der Betrieb generell keine bekannt.

Der Rheinfall fasziniert die Gäste und den Hotelier

Über dem Rheinfall thront das Schloss Laufen mit seinem Restaurant und Besucherzentrum. Nach einer Renovation ist das Haus im März wiedereröffnet worden und soll erstmals als Ganzjahresbetrieb geführt werden. Für das Wohl und das Erlebnis der Gäste sorgt SV Schweiz. «Wasser zieht Menschen an», sagt Andreas Vetsch, der interimsistische Betriebsleiter. «Besonders die asiatischen Gäste sind vom Rheinfall magisch angezogen.» 450 000 Besucher schauen sich jährlich die tosenden Fälle an. Vetsch selber spüre die Kraft und Magie des Rheinfalls jeden Tag aufs Neue. «Er begeistert mich immer wieder. Vorallem auch wegen seiner Vielseitigkeit: Er zeigt sich morgens, mittags und abends anders.»

Vetsch will seine Begeisterung für das schäumende Wasser auf seine Gäste übertragen. «Bei Banketten und Hochzeiten beziehen wir den Rheinfall mit ein: Wir fahren mit den Gästen mit unserem Glaslift direkt zum Rheinfall.» Hochzeitsgesellschaften buchen meist auch noch eine Schifffahrt. Ein erlebnisreiches Angebot ist das Dinner zu zweit in eben diesem Glaslift. «Wir lassen ihn unterwegs anhalten, so dass die Gäste eine atemberaubende Aussicht geniessen können.» Täglich macht Vetsch zudem mit Gästen Schloss- und Rheinfallführungen. Zweimal wöchentlich, am Donnerstag und Freitag, gibt es abends Tanzpartys für Erwachsene mit Schifffahrt und kleiner Wanderung zum Abkühlen.

Das Schloss Laufen umfasst zwei Gastronomiekonzepte: Das Besucherzentrum mit Selbstbedienung und das Schloss-Restaurant mit regionaler Gourmetküche – «von der Grillwurst bis zum 5-Gang-Menü». Auch Vetschs Schloss leidet manchmal unter der Wetterabhängigkeit. «Das schlechte Wetter spüren wir mittags besonders.» Weil der Winter weniger Umsatz bringen wird, hat er sich einiges ausgedacht. Mit Candlelight-Dinners und einem Kinderrestaurant mit professioneller Betreuung, will Vetsch auch bei unfreundlichem und kaltem Wetter Gäste generieren.

Ein Betrieb kann die Lage aufwerten

Warum Bindella auch an wenig frequentierte Orte zieht, erklärt Daniel Müller, Gastro-Geschäftsleiter des Unternehmens.

SAMIRA ZINGARO

«Wir machen kaum Fehler», sagt Daniel Müller, Geschäftsleiter Gastronomie von Bindella. Keinesfalls solle das überheblich klingen. Doch gerade in Zürich, wo rund die Hälfte aller Betriebe des Konzerns stehen, würden die Leute aufmerksam, wenn Bindella in einem Quartier neu eröffnet. «Sie denken sich: Wenn Bindella dort hinzieht, kann

die Lage so schlecht gar nicht sein.» In einem Interview mit der htr hotel revue sprach der Gastro-Chef im Januar von einer «Signalwirkung», wenn Bindella an einer weniger frequentierten Lage ein Lokal eröffne. Als Beispiel nennt er das Restaurant Bianchi am Limmatquai in Zürich. Die Stadt hat die heute autofreie Strasse am Fluss für 30 Millionen Franken aufgewertet. «Wenn sie hier so aufrüstet, wird das in Zukunft auch für uns interessant», habe sich das Bindella-Unternehmen gedacht. Zusammen mit der Bianchi-Familie entstand vor zwei Jahren die Idee, dort gemeinsam am Wasser ein Fischrestaurant zu eröffnen. Die Lage sei auf den ersten Blick nicht optimal, so spazierten

die Menschen vor allem durchs Niderdorf und weniger dem Limmatquai entlang. Weil aber in den Liegenschaften unten am Wasser viele alte Mietverträge auslaufen, werden sie durch neue ersetzt, was neues Leben in das Quartier bringt. «Damit kommen langfristig neue Gäste», glaubt Müller. Seit Bianchi am Limmatquai steht, habe es mehrere Mieterwechsel gegeben – «alle zugunsten von uns». Bindella sei in Zürich schon eine Art Trendsetter. «Unsere Betriebe prägen das Stadtbild mit. Sonst gäbe es nur Boutiquen.»

Aufgewertet wurde auch die Umgebung beim Bellevue, wo Bindellas «Terrasse» steht. Dass sich dieser Standort so gewandelt hat,



Nah am Wasser: Fischrestaurant Bianchi am Limmatquai.

schreibt Müller aber nicht dem Gastro-Unternehmen zu, sondern eher der am Platz ansässigen UBS. Die aufstrebenden Quartiere wie in Zürich West seien für Bindella indes weniger interessant, da man sich vor allem für alte Häuser interessiere. Gerade in solchen Gebäuden sei vor allem auch die Aufteilung der Nebenräume wie Küche und Lager ausschlaggebend.

Die Lage eines Betriebs ist laut Müller das «A und O». Ebenso wichtig sei aber die Grösse des Raumes und die Art des Konzeptes. So funktioniert ein «Schnelldreh»-Restaurant wie die Spaghetti Factory an Orten wie am Bahnhof, wo dagegen ein Genuss-Betrieb wie das «Verdi» in Bern chancenlos wäre.

DER MILESTONE 2010 WARTET AUF SIE.

**EINGABESCHLUSS:
31. AUGUST 2010**

Innovation und Qualität ziehen Gäste aus der ganzen Welt an. Deshalb werden die herausragenden Projekte in der Schweizer Tourismusbranche jedes Jahr mit dem **MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz** ausgezeichnet. Auf der Website **www.htr-milestone.ch** erfahren Sie alles über Ihre Teilnahmemöglichkeiten.

htr hotelrevue

STV FST

Schweizer Tourismus-Verband
Confédération suisse du tourisme
Federazione Svizzera del Turismo
Federaziun svizra dal turissem



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Eventpartner



Der MILESTONE wird von der htr hotel revue, mit hotelleriesuisse als Trägerin verliehen und wird im Rahmen des Innoutour-Förderprogramms vom SECO mitgetragen, unter Beteiligung des Schweizer Tourismus-Verbands und der HOTELA.





Fingerfood

Ein Wettbewerb suchte nach Lösungen, um Essen ohne Verpackung anzubieten.

Seite 18



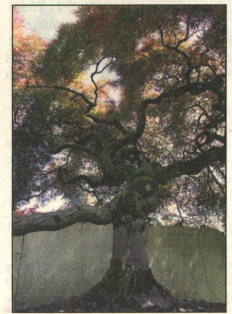
Steine, Bäume und ein Mensch: (von rechts) Waldkiefer, Fächerahorn, japanische Aprikose, europäische Eibe (vor Stein Mitte), im Vordergrund ein Rhododendron.

Fakten Das neue Baummuseum von Enzo Enea

50 auserwählte Bäume stehen im Park bei Rapperswil-Jona am Zürichsee, der vom Schweizer-Landschaftsarchitekten Enzo Enea als Baummuseum gestaltet und am Montag eröffnet worden ist. Diese Bäume sind bis zu 100 Jahre alt und wurden von Enea über Jahre hinweg gesammelt. In der angrenzenden, separaten Baumschule stehen zudem über 2000 exklusive Gehölze zum Verkauf.

Das Baummuseum an der Buechstrasse 12 in Rapperswil-Jona ist von März bis Oktober von Mo bis Fr 9 bis 18.30 Uhr, am Sa 10 bis 17 Uhr offen, im Winter jeweils eine Stunde weniger lang. Eintritt: 15 Franken. eho

www.enea.ch



Dieser Rote Schlitzahorn stammt aus Ostasien und ist 130-jährig.

Hommage an den Baum

Alte Bäume kann man nicht verpflanzen, sagt man. Enzo Enea beweist mit seinem Baummuseum das Gegenteil.

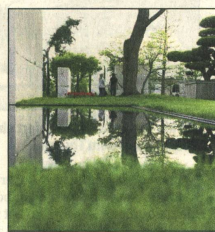
ELSBETH HOBMEIER

Vor einem Jahr waren die 10 Hektar Land beim Kloster Wurnsbach am Zürichsee noch eine ganz gewöhnliche Wiese mit moorigem Untergrund. Dann kam der Schweizer Gartenarchitekt Enzo Enea und überzeugte die Klosterfrauen mit seinem Projekt Baummuseum. So nachhaltig, dass sie ihm ihr Land gleich für die nächsten 99 Jahre im Baurecht überliessen.

Was sich wie ein Märchen anhört, sieht nach sieben Monaten Bauzeit auch märchenhaft aus: Über 50 jahrzehntealte, sorgfältig ausgewählte und zumeist der Motorsäge geweihte Bäume wurden hierher verpflanzt – für ein Heidegeld. Denn Wurzelbehandlung und Transport können für einen Baum bis zu 20 000 Franken kosten. Zusammen mit archaisch wirkenden Mauerteilen gruppiert sich die Natur zu eigenwilligen Aussenräumen. Dies ist eine der Spezialitäten von Enzo Enea: Offene Räume im Freien, wo einzelne Bäume und Pflanzen zum Individuum werden.

Die Mauern und Steine helfen, die Grösse eines Baus abzuschätzen

Die Gestaltung des Enea-Baummuseums ist einmalig und verblüffend. Hier stehen wie zufällig tonschwere Steinblöcke aus Mischelkalk, dort bilden alte Säulen, deren Muster an die Herkunft aus einem Kloster erinnern, einen Kreis. Dazwischen, davor, daneben wächst ein Baum. Wie wenn er immer schon dagestanden hätte.



Eine zugeschnittene europäische Eibe spiegelt sich im Wasser.

mer schon dagestanden hätte. Etwa eine asiatische Mädchenkiefer, 112 Jahre alt und über Jahrzehnte hinweg in Form geschnitten. Oder ein japanischer Aprikosenbaum, der im Frühling märchenhaft blüht.

Die Mauern und Steine machen – neben ihrer optischen Wirkung – durchaus Sinn. «Wer ein Haus baut, kann so die Grösse eines Gartens oder eine Anlage besser abschätzen», sagt Enea, «aber man



Blick über den Park hin zu Kloster und See. Die Sumpfpfyzypressen-Allee soll das Moor entwässern: Jeder Baum trinkt pro Tag 2000 Liter Wasser!

kann das Ganze auch einfach als Installation aufnehmen, ihre Ruhe geniessen. Und sich dabei Gedanken über sich selbst machen». Er sieht sein Baummuseum als «Hommage an den Baum». Und weil er einen Ort der Inspiration und der Kunst, aber «keinen Vergnügungszoo»

schaffen wollte, verlangt er auch Eintritt in den Museumsteil.

Die Passion eines Mannes, der statt Wein lieber Bäume sammelt

Bäume sind eine Leidenschaft des grossen Gartenarchitekten, welcher inzwischen weltweit engagiert wird und seit sechs Jahren auch eine Filiale in Miami unterhält.

«Ich sammle seit 17 Jahren Bäume. So wie andere Leute Uhren oder Wein sammeln», sagt der smarte Unternehmer, welcher seine Firma Enea Garden Design aus dem einstigen väterlichen Gartendekorationsgeschäft ausgebaut hat. Der Betrieb beschäftigt 145 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, jährlich schliessen vier Lehrlinge eine Lehre als Gartenbauer ab. Zum Unternehmen gehören eigene Bewässerungs- und Beleuchtungsfirmen, die eigene Schreinerei und Schlosserei. Stolz betont Enzo Enea, dass die Firma seit der Übernahme vom Vater 1993 profitabel arbeite und vollkommen eigenfinanziert sei. Die Zahlen zu den Kosten der Parkanlage und des von Chad Oppenheim erbauten, spektakulären Empfangs- und Werkgebäudes mag der Unternehmer jedoch nicht nennen.

1. Enzo Enea, Sie sammeln seit Jahren alte Bäume. Welcher Baum ist Ihnen der wichtigste?

Ich habe für das Baummuseum eine Anzahl Bäume auserwählt, die alle auf ihre Art speziell und wichtig sind für mich.

2. Und welches ist die schönste oder verrückteste Baumrettungs-Geschichte, an die Sie sich erinnern?

Jene um den Dorfbaum von Schänis. Diese alte Kastanie sollte gefällt werden, weil man das Trottoir ausbauen musste. Von ihrem Dasein als «Plakatsäule» zeugen immer noch die vielen Bostich-Klammern und Nagellöcher von all den Plakaten, welche an ihrem Stamm befestigt wurden.



Nachgefragt

Enzo Enea
Gartenarchitekt

Geboren: 1964

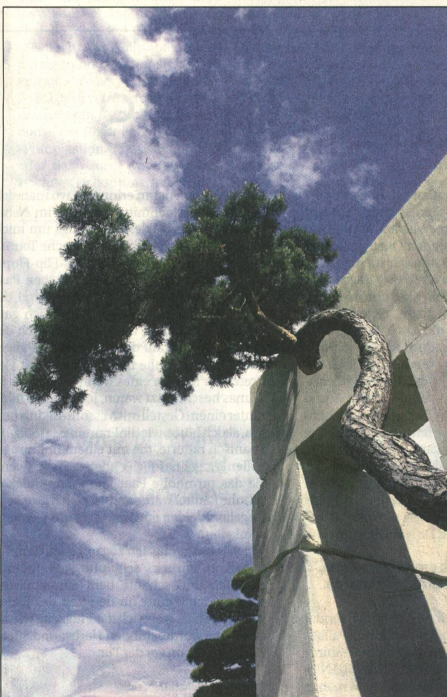
Ausbildung: zum Industriedesigner, Studium in London als Landschaftsarchitekt, erstes grosses Projekt für Sheraton Hawaii. 1998 Goldmedaille Chelsea Flower Show London. Verheiratet mit Maria Enea, eine 13-jährige Tochter.

3. Sie gestalten weltweit Parks und Anlagen. Auch für Hotels? Was wünschen Hoteliers vor allem?

Ja, wir gestalten auch Gartenanlagen für Hotels. Es sind erweiterte Räume. Es sind «offene Räume im Freien», wo man sich optimal und kaum eingeschränkt bewegen kann. Je nach Bedürfnis und Funktion werden diese Hotelanlagen individuell konzipiert.

4. Von 10 Hektaren Fläche sind erst drei Viertel gestaltet. Welches sind Ihre nächsten Pläne? Suchen Sie weitere Bäume?

Ein Garten ist nie fertig. Und ein Park schon gar nicht.



Die Waldkiefer stützt sich am Stein, die Mädchenkiefer lugt hervor.

Gastronomie

Zürcher
Stadtküche darf
verkauft werden

Das Zürcher Stimmvolk hat am letzten Sonntag dem Verkauf der Stadtküche an die DSR Participations SA zugestimmt. Die DSR-Gruppe ist eine Stiftung privaten Rechts. Sie hat neun Tochterfirmen und erzielt einen Umsatz von 231 Millionen Franken. Mit diesem Volksentscheid darf die Stadtküche ab Anfang 2011 in die Menu und More AG integriert werden. Die Menu und More AG ist die Vertriebsfirma für die Produkte der Stadtküche Zürich. Sie wurde im Jahr 2004 als Joint Venture zwischen der DSR und der Stadt Zürich gegründet.

Barista-WM mit
Schweizer
Beteiligung

Vom 23. bis 25. Juni 2010 findet in London die diesjährige Barista-Weltmeisterschaft statt. Am Start sind auch Schweizer: Anna Käppeli (World Barista Competition), Sandra Daniela Stucki (Coffee in Good Spirits), Martin Egger (Latte Art) und René Fleischer (Cup Tasting).

www.worldbaristachampionship.com

Gütesiegel für 12
Restaurants von
Dine and Drink

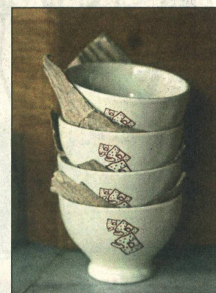
Zwölf Restaurants der Dine and Drink GmbH sind mit dem Qualitätsgütesiegel der Schweizer Tourismus-, Hotel- und Gastronomieverbände ausgezeichnet worden. Das vergebene Q1-Gütesiegel attestiert den Restaurants eine sehr gute Servicequalität. Zu den ausgezeichneten Betrieben gehören: Tres Amigos Mexican Bar und Restaurant, Stars and Stripes American Bar und Restaurant, Argentina Steakhouse & Restaurant sowie das Restaurant Schloss Wülflingen. esp



Der «Community Table», der lange Tisch in der Mitte des Raumes, gehört zum internationalen Konzept der Café-Kette.

Hilt. «Wir servieren auf Wunsch auch Cola, schreiben das aber nicht auf die Karte», sagt Jacobs.

Ähnlich einer Bäckerei warten hinter dem Bartresen tippige Brotlaibe in Regalen auf Käufer. Eine Thurgauer Bäckerei stellt sie her, verwendet wird hauptsächlich Sauerteig. «Das Brot ist haltbarer und leichter verdaulich», hält Jacobs fest. Ist es dadurch nicht auch unschweizerischer? «Ja. Aber unsere Schweizer Brotkultur ist auch deutscher geworden.» Selbst die Grösse der Brote – bis zu zwei Kilos – sind Konzept. «Sie erinnern an früher, als man ein Brot kaufte, das mehrere Tage für die ganze Familie reichte.»



Ein Logo, das heute in 17 Ländern präsent ist.

Unser täglich Brot

Das besondere Konzept Das belgische Café-Franchising-Unternehmen «Le Pain quotidien» zelebriert das Familiäre. Bis 2014 sollen zehn solche Betriebe in der Schweiz stehen.

SAMIRA ZINGARO

Die Zürcher Löwenstrasse erwacht geschäftig. Aus Lastwagen wird Ware gelieft, ein Tross Männer in schwarzen Anzügen schreitet schnellen Schrittes über das Trottoir, ein Touristenpaar hat sich bereits zu dieser frühen Stunde verirrt. Wie eine stille Oase wirkt hier das «Le Pain quotidien». Das Lokal ist halb leer, eine Handvoll Gäste sitzt draussen in der Morgensonne, im Innern füllt klassische Musik den Raum. Ab und zu eilen Geschäftsleute hinein und

schnappen sich einen Becher Kaffee zum Mitnehmen. Bereits in 17 Ländern ist die belgische Café-Kette vertreten – von Australien bis nach Katar. Hierzulande wurde die erste Filiale vor 12 Jahren in Genf eröffnet, heute gibt es dort drei Filialen. In Zürich wurden in den letzten zwei Jahren zwei Lokale eröffnet. Bis 2014 sollen es in der Schweiz zehn Standorte sein, die nächste Eröffnung soll Ende Jahr im Zürcher Kreis 5 erfolgen, in der Umgebung des neu gestalteten Viadukts.



Bio als Trend: Das Brot liefert eine Bäckerei aus dem Thurgau.

Entwickelt wurde das Bakery-Konzept vom belgischen Koch Alain Coumont. Das System hat in



Das Familiäre ist ihm wichtig: Frederik Jacobs.

Belgien seinen Hauptsitz, operativ geleitet wird es aus New York. Der Haupt-Franchise-Nehmer in der Schweiz heisst Frederik Jacobs und ist 30 Jahre jung. Er zeigt auf den «Community Table», der in allen Lokalen gemäss Konzept mindestens einmal stehen muss. «Der lange Tisch widerspiegelt unsere familiäre Atmosphäre», sagt Jacobs, der selbst mit fünf Geschwistern auf-

wuchs. Klar, es gäbe klare Richtlinien, wie ein «Pain quotidien» aussehens müsse, das sei halt Franchising. Vorgeschrieben seien etwa die warmen Farbtöne, die hölzernen Möbel oder die Deko, wie die Wandteppiche aus der Türkei. Auch die Retail-Produkte, etwa Honig, Konfitüre oder Olivenöl, fehlen in keiner Filiale. «Das Restaurant muss bei seiner Eröffnung so heimelig wirken, als gäbe es den Betrieb seit Jahren», erklärt Jacobs. Doch man passe sich auch den lokalen Bedürfnissen an. So mögen beispielsweise die Romands ganz besonders Brot mit Käse. Auch die Weinkultur, etwa zum Mittagessen oder zum Apéro, werde in der Westschweiz anders gelebt als in der Deutschschweiz, dementsprechend versucht der Gastronom darauf einzugehen.

Die Karte der «Le Pain quotidien» preist Bio- und Regionalprodukte an. Auf dem Menü stehen etwa Tartines, Mezze, Antipasti oder Salate. Letztere will Jacobs künftig in grossen Schüsseln anbieten, aus denen die Gäste selbst schöpfen. «Das haben wir daheim auch so gemacht.» Die Getränke erinnern an das Angebot im Vegi-Restaurant

Zur Person Ein
Spross der
Jacobs-Dynastie

«Ich bin mit Genüssen aufgewachsen», sagt Frederik Jacobs, stammt sein Grossvater doch von der Jacobs-Kaffee-Dynastie ab. Der 30-Jährige wuchs als zweites von sechs Kindern in Zumikon auf und ist heute Haupt-Franchise-Nehmer von «Le Pain quotidien» in der Schweiz. Nach einer Kochlehre und verschiedenen anderen Tätigkeiten im Gastgewerbe verschlug es Jacobs in die USA, von wo er einen Bachelor in Wirtschaft nach Hause nahm. Er arbeitete in London, gab dort die Pläne für ein eigenes Restaurant auf und entschied sich für die belgische Kette. Das Konzept Franchising sei für ihn ideal, um die Führungsaufgaben zu lernen. saz

Der ewige Sommerschuh-Blues



Sarah's

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

Ich möchte ja nicht oberflächlich klingen, aber während der letzten paar Wochen habe ich mich in zunehmendem Masse mit Schuhen beschäftigt. Ich habe mich darüber geärgert, davon geträumt und mit Freundinnen darüber diskutiert. Sommerschuhe sind zum Fluch meines Lebens geworden.

Jetzt, wo der Winter nur noch eine Erinnerung ist, haben wir all die schrecklichen Tatsachen wie Schneestiefel und Handwärmer hinter uns gelassen – zusammen mit jeglichem Sinn für Stil. Machen wir uns nichts vor, die Sommerzeit führt ein paar schlimme Fashion-Irrtümer mit sich. Baumwollene Röcke in A-Linie, die so zerknittert aussehen, als ob sie aus einem Müllcontainer gezogen worden wären. Neonfarbene Netzstrümpfen über schwarzen BHs getragen, wie einmal in «Sex and the City» gesehen, aber niemals für das wirkliche Leben gedacht. Das absolut schlimmste all dieser Probleme aber ist das Schuhproblem.

Männer haben es einfacher als Frauen, wenn die Temperaturen steigen. Wie qualvoll es auch sein mag, in einer 30-Grad-Hitze einen Anzug tragen zu müssen, wenigstens verbergen Hosen eine Vielzahl von Schuhsünden. Frauenfüsse hingegen haben keine Möglichkeit zum Verstecken. Als ich kürzlich durch die Läden wanderte, fielen mir mit Schrecken die vielfältigen Sommertrends

auf, die sich wie die Schweinegrippe ausbreiten. Diese Krankheit infiziert nicht das Immunsystem sondern die Füsse.

In Gladiatoren-Sandalen sieht man aus, als ob man gleich auf die Bühne stehen und den Julius Cäsar geben würde. Es gibt Crocs in grellen Pink- und Blautönen, die besser zu Glace passen würden und niemandem passen, der älter als fünfjährig ist. Mit Ballerinaschuh sieht kaum jemand gut aus, ausser man heisst Sofia Coppola. Schnürschuhe, machen garantiert die Knöchel augenblicklich fett, so dass man wie eine unterdrückte Bibliothekarin aussieht. Zahlreiche Auswahlmöglichkeiten, zahlreiche Alternativen, damit man sich als unbequemes und verlegenes Fashion-Opfer fühlt.

Bis zum Zeitpunkt, als ich meinen Koffer für Griechenlandferien packte, hatte ich gehofft, ein paar Allzweck-Schuhe gefunden zu haben. Ein Paar, das die Berge zu den antiken

Ruinen erklimmen, entlang staubiger Eselspfade latschen, über Sandstrände rutschen und in schattige Tavernen gleiten könnte, wo man einen entspannenden Ouzo geniessen würde. Von wegen! Damit ich meinen Flug nach Santorini nicht verpasste, musste ich abreißen, bevor ich mein Schuhproblem gelöst hatte. Sicher haben die auch Schuhläden dort, dachte ich mir. Erst als ich über die gepflasterten Strassen trabte und ängstlich die Schau-fenster betrachtete, kam mir in den Sinn, was jeder Dummkopf weiss: Bekleidung in den Ferien kaufen ist die schlechteste Idee überhaupt. Da stand ich nun und



Crocs in grellen Farbtönen, die besser zu Glace passen.

ging fast in einem Meer fließender weisser Kleider und mit silbernen Pailletten besetzten Tunikas unter. Und in T-Shirts, die mit dem Aufdruck «GRIECHENLAND» geschmückt waren. Für den Fall, dass man in einem plötzlichen Anfall von Gedächtnisverlust darauf angewiesen wäre, dass seine eige-

ne Brust einen daran erinnerte, wo man sich befand. Der Nachmittag verging im Nebel schlechter Fussbekleidung. Rings um mich herum rutschten krebserregende Touristen in ihren neu gekauften Plastik-Flip-Flops.

Ich lief einem schicken spanischen Paar hinterher, das die einzige Boutique betrat, die nicht nur Strandartikel verkaufte – ich ging geräuschlos, um zu verbergen, dass ich der einzige Mensch auf der Insel war, der abge-latschte Laufschuhe trug, die noch mit Flecken vom Matsch eines weniger idyllischen Klimas beschmutzt waren. Ich drückte mich hinter einem Gestell mit Missoni-Bikinis herum, als ich hörte, wie die Frau ein paar Sätze in Spanisch ratterte, die mit einem hoffnungsvollen «Angelina Jolie!» endeten. Sicher, wenn sie das turnhohe Paar Louboutin-Stöckelschuhe kaufte, wäre sie etwa gleich gross wie Angelina, leider endeten hier die Gemeinsamkeiten.

Ich hatte genug. Ich zog mich auf den Hotelbalkon zurück, schlüpfte aus meinen Schuhen und schaute dem Sonnenuntergang zu. Ich könnte für den Rest der Ferien barfuß gehen, wenn ich das Flugzeug wieder besteigen würde, stünden Herbst und Stiefel praktisch schon vor der Tür.

Deutsch von Renate Dubach
Das englische Original:
www.htr.ch/sarah



Nächtlicher Treffpunkt zwischen Pool und See: Die Badi «Eng» lockt abends mit kulturellen und kulinarischen Angeboten.

Die Badi wird zur Bar

In Städten wie Zürich oder Basel stürmen Gäste Freibäder nicht länger nur um zu schwimmen, sondern um abends auszugehen. Dabei lockt auch das Gastro-Angebot.

SAMIRA ZINGARO

Baden – ein Freizeitvergnügen, das den Körper kult zelebriert. Nimmt man das Gastro-Angebot der meisten Schweizer Freibäder unter die Lupe, würde man das allerdings nicht vermuten. Pommes frites, Chicken Nuggets oder Glacen sind nach wie vor die Verkaufshits. Doch nicht alles steht still an der Schweizer Gewässer-Front. Gerade in den Städten ziehen innovative Badekonzepte Massen an – indes weniger Familien. Dabei ist Schwimmen nur ein Teil des brei-

«Wir haben keine Friteuse, sondern bieten gesunde Küche an – das ist unser Anspruch.»

Isa Hackl
Seebad Eng in Zürich

ten Angebots, das frühmorgens mit Yoga beginnt und kurz vor Mitternacht mit dem Sundowner am Beckenrand aufhört. Offiziell endet das Baden in diesen Freibädern um 20 Uhr. Danach verwandeln sie

sich zu Bars, Restaurants, Bühnen oder auch Tanzflächen. An der Limmat, beim dicht bevölkerten Oberen Letten in Zürich, etwa wirtschaftet im Sommer die Gasomer AG im «Primitivo». Das Unternehmen führt unter anderem auch die Restaurants Italia, Lily's oder das Josef. Ein Teil besteht aus einem



Sehen und gesehen werden im «Primitivo» beim Zürcher Letten.

Kiosk mit Selbstbedienung. Ein Restaurant mit Bedienung hat man laut Geschäftsführer Olivier Woischnig versucht, doch ohne Erfolg. Auf der Karte des «Primitivo» stehen neben – den obligaten Pommes frites und Grilladen – etwa Pouletburger, Riesencrevetten oder Auberginen-Piccata. Auf dem Dach des Kiosks finden abends regelmässig Bankette statt – gemäss Betreiber bis zu 30 Anlässe pro Saison.

Rappellvoll ist bei Sonnenschein auch das Freibad Eng, flussaufwärts am See. Die Badi schliesst um 24 Uhr, Schwimmen ist bis 20 Uhr



Umgebaut und vergrössert: Das Seebad in Luzern.

erlaubt. Danach wird das Floss zum Szenetreffpunkt, oft mit kulturellem Programm, wie Konzerte, Lesungen oder Partys. Immer offen ist der Selbstbedienungs-Kiosk, dessen Angebot sich von der herkömmlichen Freibad-Gastronomie unterscheidet: «Wir haben keine Friteuse, sondern bieten gesunde, mediterrane Küche an – das ist unser Anspruch», sagt Isa Hackl, verantwortlich für das Gastro-Angebot. Dafür seien Köche mit gastronomischen Erfahrungen aus Betrieben wie dem Hyatt oder dem Greulich zuständig. Das Seebad bietet auch Mittagmenüs an, abends kann à la carte bestellt werden, Crevetten auf frischem Salat oder Thunfisch-Carpaccio zum Beispiel.

Das Basler «Rhybadhysli» mit dem bedienten Restaurant Veronica verfolgt ein ähnliches Konzept. Die Küche ist frisch und saisonal mit Tagesmenüs am Mittag und abends mit mediterranen Speisen.

Auch im Seebad Luzern am Nationalquai kommen die Gäste längst nicht nur des Badens wegen. Seit dieser Saison steht eine neue Bar, das Gastroangebot wurde ausgeweitet. Wenn das Bad um 20 Uhr schliesst, füllt sich der Ort mit Feierabendgästen. «Wir sind keine Kinderbadi», heisst es hier, und auch die Website macht klar, dass so ein Konzept andere Gäste anzieht als in herkömmliche Freibäder: «Es handelt sich tendenziell um ein Publikum von Personen ab mittlerem Alter – Familien, Kinder und Jugendliche besuchen das Seebad weniger, weil es kaum Vergnügungseinrichtungen aufweist», steht über das Seebad geschrieben.

In den klassischen Freibädern haben die urbanen Gastro-Konzepte noch nicht Fuss gefasst. So sagt Heinz Rub, Pächter der Marzili-Bad-Restaurations in Bern: «Al-



Feierabend-Trunk im Seebad Eng in Zürich.

les was frittiert ist, verkaufen wir stark.» Mit der Stiftung «Berner Gesundheit» habe man im 2009 versucht, gesunde Kost zu fördern; Rub hat etwa Panini mit Tomaten und Mozzarella angeboten – ohne Erfolg. Auch Mittagmenüs seien Ladenhüter. «Die Gäste wollen eine schnelle Verpflegung», weiss der Pächter. Salate und Bircher muesli gehören indes auch dazu. Gleich klingt es auch von den Basel Gardenbädern oder aus dem Familienbad Dreilinden in St. Gallen.

Tourismus

Trottiland mit Weltrekord eröffnet

In Adelboden wurde offiziell das erweiterte Trottiland eröffnet, und das gleich mit einem Weltrekord: 340 Trottinett-Fans fuhrten nicht nur die fünf Kilometer von Sillerenbühl nach Bergläger, sie erfuhren sich damit auch den Eintrag ins Guinness-Buch der Rekorde. Das Trottiland im Berner Oberland wurde für diese Saison ausgebaut und wartet mit neuen Strecken auf, zwei davon bis ins Dorf. Insgesamt 45 Kilometer markierte Abfahrten mit verschiedenen Schwierigkeitsgraden stehen den Gästen nun zur Verfügung.

www.adelboden-silleren.ch

Melchsee-Frutt mit zweitem «Fruttli-Zug»



Zwischen Melchsee-Frutt und Tannalp verkehren diesen Sommer neu zwei «Fruttli-Züge». Damit reagieren die Sportbahnen Melchsee-Frutt auf den grossen Andrang vom letzten Sommer. Der zweite Zug wird auf derselben Strecke verkehren wie der erste. Erwachsene und Kinder können den Erlebniszug, der auf auf 2000 Meter über Meer verkehrt, mit ihrem Ticket den ganzen Tag über benutzen. fee

www.melchsee-frutt.ch

Genuss

Neu erhältlich: Pasteurisierte Schäleneier

Pistor lanciert eine Marktnovität – das pasteurisierte Schälenei von Cocovite. Der Clou an der Sache: Erstmals in Europa werden mit Hilfe einer speziellen Dampftechnik frische Eier in der Schale pasteurisiert und auf diese Weise von schädlichen Salmonellen befreit. Damit können auch Risikogruppen wie Kinder, Senioren, Schwangere oder Menschen mit einem geschwächten Immunsystem Eierspeisen ohne Bedenken geniessen. Das pasteurisierte Schälenei von Cocovite ist ab sofort exklusiv bei Pistor erhältlich.

Der beste Emmentaler Käser 2009



Die Auszeichnung für den besten Schweizer Emmentaler Käser 2009 wurde zum ersten Mal verliehen. Sie ging an Urs Fankhauser von der Käseerei Illfis bei Langnau für seinen «Emmentaler Tradition». Urs Fankhauser und sein Team erreichten 19,875 Punkte; maximal sind 20 Punkte zu holen. Die Auszeichnung wurde von der Sortenorganisation Emmentaler verliehen. Der Verein Emmentaler Tradition wurde 2009 gegründet. Der «Emmentaler Tradition» wird in erster Linie im Ausland vertrieben, ist aber auch in der Schweiz erhältlich. esp

Camping Frischer Fisch

Er schwärmt am Telefon – auch wenn der Auftakt der diesjährigen Badesaison ins Wasser fiel. Anfang Mai hat Michel Péclard den Campingplatz «Seebucht» in Wollishofen übernommen und dort auch das Restaurant «Fischers Fritz» eröffnet. Es ist der verrückteste Coup des umtriebigen Zürcher Gastro-noms, der unter anderem für die «Pumpstation», das «Balthazar» oder das «Coco» verantwortlich zeichnet. «Ich spinne, haben mei-

ne Freunde mir zu Beginn gesagt. Nie hätte ich erwartet, dass das Projekt nun auf solche Resonanz stösst», so der Unternehmer.

Trotz des katastrophalen Wetters hätten bisher Leute aus 39 Nationen bei ihm campiert, an einem Ort, der bisher ein «Mauerblümchen-Dasein» gefristet habe. Ins Fisch-Restaurant, wo Michel Péclard mit dem einzigen Berufsfischer der Stadt zusammenspannt, «kommt ganz Zürich». Der Betrieb sei das, was der

Stadt gefehlt habe: «etwas Einfaches und Normales». Den Campingplatz und das Restaurant führt Marco Però, sein Geschäftspartner. Die Küche im «Fischers Fritz» sei «günstig und simpel» mit Gerichten wie Fischknusperli, Felchen und Forellen aus dem Zürichsee. Im Winter will er die Küche umbauen, da sie noch aus Zeiten der vormaligen Betreiber stammt. Ein Bewilligungsverfahren läuft. Am Menü-Angebot hält Péclard fest. saz

«Saveurs» treffen sich wieder in Gstaad

Vom 9. bis 17. Juli 2010 findet in Gstaad die Genusswoche «Davidoff Saveurs» statt – bereits zum 14. Mal in Folge.

EVELINE SPAHR



Auch im 2010 verwöhnen Spitzenköche an der «Davidoff Saveurs».

Vom 9. bis 17. Juli 2010 ist Gstaad wieder in den Händen von nationalen und internationalen Spitzenköchen – anlässlich der diesjährigen Genusswoche «Davidoff Saveurs». Die Veranstaltung findet bereits zum 14. Mal in Folge statt.

Renommierter Chefs der nationalen und internationalen Haute Cuisine werden um das kulinarische Wohl der Gäste besorgt sein. Abgerundet wird der Gaumenschmaus mit Zigarren und Cognac des Titelsponsors Davidoff.

«Davidoff Diner» mit Spitzenköchin Tanja Grandits

Zum Auftakt verwöhnt 17-Gault-Millau-Punkte-Koch Sandro Steingruber vom Hotel Waldhaus in Flims die Gäste im Lenkerhofalpine resort. Das Motto des Essens lautet «Viva la Grischina». Der Abend wird mit den Weinen von Winzermeister Peter Wegelin aus dem Scadenagut in Malans ausklingen. Ein weiterer Höhepunkt der «Davidoff-Saveurs»-Genuss-

woche ist das «Davidoff Diner» mit Tanja Grandits vom Restaurant Stucki in Basel. Tanja Grandits ist Aufsteigerin des Jahres 2010. Sie darf sich mit 17 Gault-Millau-Punkten sowie einem Michelin-Stern schmücken. Das «Davidoff Diner» wird am Sonntag, 11. Juli im Grand Hotel Bellevue serviert.

Auch dieses Jahr: Eine exklusive Zigarre von Davidoff

Der Titelsponsor Davidoff lanciert auch dieses Jahr eine exklusive Zigarre und trotz dem Rauchverbot, das seit Juli 2009 in Restaurants und öffentlichen Räumen im Kanton Bern besteht, Teilweise wurden in den Partnerbetrieben des Veranstalters eigens Fumoirs eingerichtet, oder Terrassen werden zu Fumoirs umfunktioniert. Somit ist die Grundidee des Events, die Kombination von Genüssen aus Küche, Keller und Humidor, nicht gefährdet.

www.saveurs-gstaad.ch



Das Hotel Taj Mahal Palace & Tower in Mumbai prangt nun wieder in neuem Glanz.

Luxus-Oase in der Hektik der Stadt

Flaggschiffe Das Taj Mahal Palace & Tower in Mumbai zeigt nach den Terroranschlägen neue Grandezza. Ab Juli auch der Heritage Wing.

SIMONE LEITNER

Indien steht mit all den prachtvollen Palasthotels für eine grosse, opulente Hotellerie. Zu einem der Wahrzeichen von Mumbai gehört das Hotel Taj Mahal Palace & Tower. Wer dort wohnt, trifft in jedem Raum auf Details der über 100-jährigen Geschichte des Luxushotels. Das Gebäude wurde 1903 gebaut und beherbergte alle politischen, gesellschaftlichen und religiösen Topshots ihrer Zeit. Schon während der

englischen Kolonialzeit war das Hotel ein Eldorado vieler Künstler und Stars, war Mittelpunkt vieler grosser Anlässe.

Im November 2008 dann, wurde dem indischen Hotel exakt dieser Mythos zum Verhängnis: Es wurde zum Ziel der Terroranschläge von Mumbai. Die-

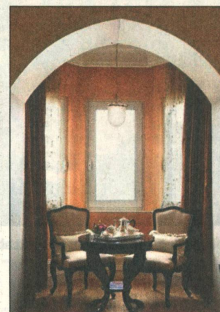
«Die schnelle Wiedereröffnung war nur durch den Einsatz aller Beteiligten möglich.»

Raymond Bickson
CEO The Indian Hotels Company

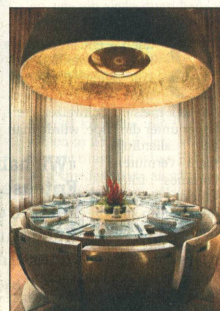
ser Schicksalsschlag hatte nicht nur das Hotel und die Stadt Mumbai schwer erschüttert, sondern die ganze Welt. Doch der Wiederaufbau des beschädigten Hotels wurde schon wenige Zeit später in Angriff genommen. Rund ein Monat nach dem Überfall konnte der moderne

Teil des Hotels, der Tower, wieder eröffnet werden.

«Die schnelle Wiedereröffnung des Hotels konnte nur dank dem unermüdlenden Einsatz aller Beteiligten möglich gemacht werden», erklärt Raymond Bickson, Managing Director und CEO The Indian Hotels Company Ltd. Es sei «ein Tribut an die Stadt Mumbai und ihre Menschen, die viel Mut, Würde und Kraft bewiesen haben.» Und dann folgten in den vergangenen Monaten die Renovation und Restaurati-



Tea-Time in einem der luxuriösen Grand Rooms des «Taj».



Das Restaurant Wasabi by Morimoto im Hotel Taj Mahal.

on aller Restaurants und Säle. Einhalb Jahre nach den Terroranschlägen hat Mumbai und das Taj Mahal Palace & Tower sein gesellschaftliches Herzstück zurück: Der legendäre Ballroom, wo schon Duke Ellington und George Harrison auftraten, erstrahlt nach aufwendiger Renovierung wieder in seinen Originalfarben. In der 107-jährigen Geschichte der indischen Hotel-Ikone war der legendäre Tanzsaal schon immer Mittelpunkt rauschender Ballnächte.

Mit Spannung wird in den kommenden Tagen die Eröffnung der neuen Zimmer und Suiten des schwer beschädigten Heritage Wing erwartet. Das «Taj» ist heute immer noch eine der wichtigsten

Hoteladressen in Mumbai. Nicht nur Reisende aus aller Welt, sondern auch die Upperclass der indischen Handels-Metropole trifft sich gerne und oft im Taj Mahal Palace & Tower. Hier vermischen sich Welten, Religionen und Kulturen, Business und Freizeit. Hier läuft die Zeit in der hektischen Stadt etwas langsamer.

Und auch kulinarisch ist das «Taj» ein Schmelztiegel der grossen Küchen: Vom indischen Gourmettempel, über das japanische Kultur-Restaurant, bis hin zur mediterranen und internationalen Spitzen-gastronomie bietet das «Taj» alles. Diese Oase des luxuriösen Lebensstils veranschaulicht die grosse Kluft zwischen Reichtum und Armut in Indien.



Eine Junior Suite im historischen Teil des indischen Luxushotels.



Historisch: Die Lobby im Palace Wing des «Taj».

Fakten Taj Hotels gehören zu Indiens Tata Group

Taj Hotels Resorts and Palaces, gegründet 1903, zählt zu Asiens grössten und renommiertesten Hotelgruppen. Gründungshaus ist das legendäre Taj Mahal Palace & Tower in Mumbai. Die Pläne stammten vom britischen Architekten W. A. Chambers basierend auf ersten Entwürfen der indischen Architekten Sitaram Khanderao Vaidya und D. N. Mirza. Das Bauwerk liegt an der östlichen Küstenlinie, genannt Apollo Bunder. Zum Portfolio der Hotelgruppe gehören heute 66 Hotels an 45 Standorten in Indien sowie 15 weitere Häuser auf den Malediven und Sri Lanka, in Bhutan, Malaysia, Australien, Grossbritannien, USA, Afrika und dem Nahen Osten. Die Hotelgruppe Taj Hotels Resorts and Palaces gehört zur Tata Group, Indiens grösster Unternehmensgruppe. **sls**

www.tajhotels.com

Interlaken Tourismus schaut auf vergangene Zeiten

Anlässlich des 100-jährigen Jubiläums hat die Tourismus-Organisation Interlaken ihre Geschichte veröffentlicht – in Form einer Chronik.

EVELINE SPAHR

Die Tourismus-Organisation Interlaken (TOI) feiert in diesem Jahr das 100-jährige Jubiläum – und hat zu diesem Anlass ihre Geschichte veröffentlicht: in Form einer bebilderten Chronik. Der Tourismusdirektor, Stefan Otz, ist überzeugt, dass das Werk auch für die Zukunft nützlich ist. «Sich seiner Vergangenheit bewusst zu sein, ist für mich die Voraussetzung, um auch in der Zukunft erfolgreich zu agieren», so der

Tourismusdirektor. Beauftragt mit der Chronik wurde der Historiker Christoph Wyss, der dem Tourismuseum der Jungfrau Region in Unterseen vorsteht. Akribisch hat er das Archiv der TOI durchforstet – und dabei viel Vergessenes ans Tageslicht gebracht.

«Sich der Vergangenheit bewusst zu sein ist notwendig für eine erfolgreiche Zukunft.»

Stefan Otz
Tourismusdirektor Interlaken

Eine Geschichte mit vielen Höhen und Tiefen

Christoph Wyss nimmt die Leser mit zu den touristischen Anfängen

Interlakens und führt sie auf 132 Seiten durch die Geschichte einer Organisation, die von Höhen und Tiefen geprägt war.

Die Leser erfahren, dass die heutige Tourismus-Organisation Interlaken 1910 als klassischer Verkehrsverein gegründet wurde. Auch der Erste Weltkrieg und seine Folgen für den Tourismus in Interlaken werden thematisiert. 1921 wurde die Fluggesellschaft Interlaken AG gegründet – ein klägliches Misserfolg. Wyss führt weiter durch die Zwischen- und Nachkriegsjahre, über die 60er-, 70er-, 80er-, 90er-Jahre bis ins 21. Jahrhundert. Auch die Gegenwart kommt nicht zu kurz: So

Interlaken Tourismuszvg
Interlaken warb 1926 mit einem Plakat von Howard Elcock.

wird etwa der Mystery-Park erwähnt oder die Entwicklung der Gästestruktur: Die Gäste kommen heute vermehrt aus Indien, China oder Südkorea. Gemäss Christoph Wyss war Interlaken schon früh eine

beliebte Tourismusdestination. Nicht zuletzt dank der geografischen Lage – eingebettet zwischen Brienz- und Thunersee, am Fuss von Eiger, Mönch und Jungfrau.

Krisen, Verkehrsproblematik – alles wiederholt sich

Der Autor verdeutlicht zudem, dass sich vieles über die Jahre wiederholt hat: Die Krisen, die Verkehrsproblematik und auch die finanziellen Engpässe. Stefan Otz zieht ein ähnliches Fazit: «Beim Lesen hatte ich ein Aha-Erlebnis: Die Geschichte scheint sich auch in der Tourismusbranche immer von Neuem zu wiederholen.» Etwas habe ihn ganz besonders erstaunt: «Neu war für mich, dass ich innerhalb von 100 Jahren erst der siebte Tourismusdirektor Interlakens bin.»

Die Chronik «100 Jahre Tourismus-Organisation Interlaken» ist bei Schläpfer & Maurer in Interlaken sowie am Schalter von Interlaken Tourismus für 25 Franken erhältlich.

Zeitreise von Hotel zu Hotel

Gute Zusammenarbeit, gemeinsame Projekte: Diese Ziele setzt sich Claude Buchs als neuer Historic-Präsident. Vier Bündner Häuser zeigten, wie dies aussehen könnte.

ELSBETH HOBMAYER

Im April hat Claude Buchs das Ruder der Vereinigung Swiss Historic Hotels (SHH) übernommen. «Ich engagiere mich aus Freude an der Sache», betont der Präsident, der zusammen mit seiner Frau Anne-Françoise das Grand Hotel Bella Tola im Val d'Anniviers führt. Ein historisches Haus, das mit seinem gepflegten Interieur gut und gerne als eines der Aushängeschilder der mittlerweile 46 Mitgliedshäuser der histo-

rischen Kooperation gelten darf. Claude Buchs möchte – zusammen mit der Geschäftsführerin Barbara Zaugg – künftig noch vermehrt auf gemeinsame Aktionen und Ideenaustausch innerhalb der Gruppe setzen. An der nächsten Mitgliederversammlung will er die Idee einer «Routenplanung» vorbringen: Zum Beispiel alle Berghotels, oder die Häuser aus dem 19. Jahrhundert, oder die Stadthotels der SHH bieten sich dem Gast in einem Package an und schlagen ihm unter einem Motto die Reise von Hotel zu Hotel auf historischen Verkehrswegen vor. Dies könnte vor allem auch für Schweizer Gäste interessant werden. «Diese suchen immer öfter Kurzreisen, wo sie in schöner Umgebung gut wohnen, gut essen und trinken können», sagt er.

«Die SHH bringen uns sehr angenehme Gäste, die historische Häuser bewusst suchen.»

Dario Bernasocchi
Schloss Sins, Paspels

Anlässlich der Lancierung der SHH-Spezialwoche 2010 (siehe unten) zeigten vier Bündner Mitgliedshotels, wie ein solcher gemeinsamer Auftritt aussehen könnte. Für eine Gruppe von Journalisten organisierten sie eine «Oldtimer-Zeitreise»: Vom Hotel Stern in Chur mit einem Original-Saurer-Bus Baujahr 1957 nach Flims zum Konzert im prachtvollen Belle-Epoque-Pavillon des Waldhaus Mountain Resort & Spa und anschliessend dem Barock- und Rokoko-Diner im Belle-Epoque-Saal des Hotels Schweizerhof. Am nächsten Morgen dann geht's an Bord von Oldtimer-Autos durch die Rheinschlucht nach Paspels im Domesch, wo nach einem Besuch im Atelier des Künstlers Robert Indermaur und einer Wanderung zur Kapelle des Hl. Lorenz das Schloss Sins als feudaler Schlusspunkt wartete.

Dieses mittelalterliche Anwesen wurde 1892 von der damaligen Besitzerin Meta von Tschamer umgebaut und diente dann lange als Familiensitz. Erst seit dem Jahr 2000 wurde es, von der Architektin



Sie lancierten die «Historische Woche»: (vorn) Adrian Müller, Hotel Stern in Chur; Corina Barblan, Schloss Sins Paspels; Sandra und Christoph Schmidt, Schweizerhof Flims; (hinten) Claude Buchs, Bella Tola St-Luc; Barbara Zaugg; Yasmin Cachemaille Grimm, Waldhaus Flims; Dario Bernasocchi, Schloss Sins Paspels.

Pia Schmid sanft renoviert, zum Hotel. Zwölf Zimmer, ein prachtvoller Garten, grosszügige Räume, ein historischer Essraum sind die Trümpfe. Geführt wird das Haus von der Besitzerfamilie, Mutter Corina Barblan und Sohn Dario Bernasocchi umsorgen die Gäste, für die biologisch-saisonal geprägte Küche zeichnet Gabriella Ceccherello (ex Äbte Stube Bad Ragaz) verantwortlich. Seit fünf Jahren ist Schloss Sins SHH-Mitglied. Dario Bernasocchi schätzt diese Zusammenarbeit: «Der historische Gast ist ein angenehmer Gast, er sucht diese unsere Art von Häusern, er stört sich nicht an knarrenden Böden, sondern freut sich am besonderen Ambiente», sagt er.



Eingangsbereich im Schloss Sins, erst seit dem Jahr 2000 ein Hotel.

Historische Erlebniswoche

Die Kooperation der Swiss Historic Hotels ist eine Erfolgsgeschichte: Sie besteht erst seit sechs Jahren, kann aber bereits 46 historische Hotels und Gasthäuser aller Grössen und Stile und in allen Regionen der Schweiz zu ihren Mitgliedern zählen. Weitere Hotels stehen noch in der «Warteschlange». Die Geschäftsstelle hat ihren Sitz in Muri bei Bern und wird von der Geschäftsführerin Barbara Zaugg betreut.

Zum zweiten Mal bieten ausgewählte Mitgliedshotels auch

2010 wieder eine spezielle «Woche der Swiss Historic Hotels» an: Vom 19. bis 27. Juni steht das Thema Wandern und Kultur im Mittelpunkt. Zahlreiche historische Gebäude an alten Verkehrswegen haben preislich und kulturell interessante Spezial-Packages zusammengestellt. Einige Beispiele aus dem reichhaltigen Prospekt (Programm auf www.swiss-historic-hotels.com):

Das Hotel Bella Tola in St-Luc/Val d'Anniviers lädt zur geologischen und botanischen Erkundungstour. Das Hotel Monte

Rosa in Zermatt begleitet Wanderer zur Hörnlihütte, wo einst Edward Whymper zur Matterhorn-Erstbesteigung startete. Das Waldhaus in Sils-Maria bietet eine Exkursion ins Bergell, die Chasa da Capol in Sta. Maria ein klösterliches Festgelage, das Hotel Kraft eine Veloutour durch Basel, der Hirschen in Eggenwil ein Rendez-vous mit Bibern. Eine eintägige Panoramawanderung verbindet das Hotel Schweizerhof in Flims mit dem Schloss Sins in Paspels – samt Diner und Übernachtung in beiden Häusern. eho



Claude Buchs, Präsident der SHH, im Atelier von Robert Indermaur.



Der «stapelbare» Thonet-Stuhl, Hotelmuseum Waldhaus Flims.



Das Hotel Schweizerhof Flims mit Belle-Epoque-Veranda und -Saal.

Hotellerie

80 Jahre Hotel Ambassador à l'Opéra Zürich

Das Boutiquehotel Ambassador à l'Opéra in Zürich feiert sein 80-jähriges Jubiläum und lädt zum Geburtstagsfest ein: Die Feierlichkeiten finden am 18. Juni ab 17 Uhr auf der «A-l'Opéra»-Bühne statt. Die Gäste werden bei Live-Jazzmusik mit Köstlichkeiten aus der Küche des Restaurants à l'Opéra verwöhnt. Ausserdem dürfen sie einen exklusiven Blick hinter die Hotelkulissen werfen. Eine Gesangsübertragung aus dem benachbarten Opernhaus Zürich bildet den Höhepunkt der Geburtstagsfeier.

Le Vieux Manoir bietet den Gästen ein Baumhaus



Leica Camera AG

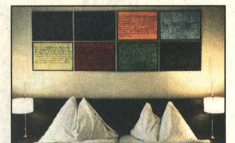
Das Hotel Le Vieux Manoir in Murten präsentiert neue Wohnformen: Das Highlight ist ein verglastes Baumhaus, das mit seiner 360°-Rundumsicht ein spektakuläres Übernachtungserlebnis direkt am Ufer des Murtensees bietet. Eine Übernachtung im «Glasdiorama» kostet für zwei Personen 1100 Franken. Zudem wurden ein Cabochon (Badhüsi), ein privates Seehaus und ein Floss als Ruheinsel gebaut.

Sommerkino rund um die Themen Hotels und Reisen

In Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Alpen Museum zeigt das Kino Lichtspiel in Bern Filme rund um die Themen Hotels, Reisen und Tourismus. Auf dem Programm stehen Filme aus unterschiedlichen Genres – vom hochkarätigen Drama, über den Krimi bis hin zu Archivaufnahmen. Das Motto des Sommerkinos: Hotelträume und Reiseerinnerungen. Das Programm ist auf den Homepages der Veranstalter zu finden.

www.alpinemuseum.ch

Hotel Altstadt in Zürich erstrahlt in neuem Glanz



Das Hotel Altstadt in Zürich verbindet neu Kunst und Literatur. Bekannte Autorinnen und Autoren haben dem Künstler H.C. Jensen Texte zur Verfügung gestellt, die dieser bildlich umgesetzt hat. Die Hotelzimmer tragen keine blossen Nummern mehr – sie sind alle einer Autorin oder einem Autor gewidmet und mit entsprechenden Bildern und Werken ausgestattet. esp

impressum

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

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion
Chefredaktion: Elisabeth Hübner/eho
Stellvertreterin: Simone Leitner/Fischerjels

Redaktion: Daniel Stamm/dst (Resortleitung alpe), Christine Künzler/kk (Resortleitung flims), Simone Leitner/Fischerjels (Resortleitung dolcevita), Eugenio D'Alessio/eda (Resortleitung cahier français), Alexandre

Calderola/jca, Franziska Egli/fee, Mirosław Halabala/mh
Theres Lagler/Berger/tb, Gudrun Schlenker/sgs, Karl Josef Verding/kjv, Samira Zingaro/sz

Bildredaktion/Fotografen: Alan D. Bollat/adb

Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/rwo (CD)

Korrektur: Paul Le Grand

Volantärin: Eveline Späth/esp

Online Redaktionen: Melanie Roth/vom

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku, (Leitung), Natalie Alesch, Beatrix Gertschen

Verlag

Leitung: Barbara König

Assistentin: Monika Hausmann/mh

Stelleninserate: Angela Di Rienzo, Patricia Nobis

Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Bärbel Urs Schönenberger

Druck: Buchhof Grafino AG, Druckzentrum Bern

Auflage: WEMF-Jubiläum 2008/09

verkaufte Auflage: 10.732; Gratisauflage: 769

Verkaufspreise (inkl. MwSt.) Einzelnummer

Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 152.–

ISSN 1424-0440

Kontakte

Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16

Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnemente: Telefon 031 740 97 93

Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch

Inserate: Tel. 031 370 42 42

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

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les documents

envoyés sans concertation préalable

Fingerfood ohne Abfall

Fingerfood: 90 Prozent des Abfalls bei Veranstaltungen stammt vom Catering. Ein Wettbewerb suchte nach Lösungen, um Essen ohne Verpackungszorgie anzubieten.

PIETER POLDERVAART

Spaghetti mögen alle. Doch im Outdoorbereich sind die Teigwaren nur umständlich mit Plastikeller und Besteck zu essen. Warum also nicht «Spaghetti am Stiel» anbieten, die um einen Holzspieß gewickelt ohne weiteres Zubehör genossen werden können? Priska Wahrenberger reichte die Idee beim Wettbewerb «Fingerfood 2010» ein – doch ganz so einfach ist die

Umsetzung nicht. Denn Spaghettiwickeln ist mühsam, zudem tropft die Sauce vom Spieß herunter – und wie, bittesehr, kommt der Reibkäse auf den Snack?

Priska Wahrenberger war eine von rund 70 Auszubildenden, die den an der Igeho 2009 lancierten Wettbewerb «Fingerfood 2010» zum Anlass nahmen, Take-away-Lösungen mit minimaler Verpackung zu entwickeln. Ein Dutzend der Teilnehmer wurde im März zu einem Innovationstag eingeladen, um die Idee mit Experten aus Gastronomie, Event-Management und Ökologie weiterzuentwickeln. Im Fall der «Spaghetti am Stiel» kam man auf ein Lasagneblatt, das mit Sauce

bestrichen und mit Käse bestreut eingerollt und dann geknickt wird. Und schon sind die «Pastelat» fertig, die genauso gut wie Spaghetti schmecken, aber statt mit Teller und Besteck bloss mit Wachspapier und Serviette genossen werden können. Noch werden «Pastelat» nicht industriell gefertigt, auch die anderen kulinarischen Geistesblitz-

Abfall Getränke stellen weniger Probleme

Beim Getränkeverkauf an öffentlichen Veranstaltungen ist Abfallvermeidung deutlich einfacher zu bewerkstelligen als bei der Abgabe von Essen. Vor sieben Jahren lancierte Basel-Stadt das Projekt «Mehrweg ist Mehrwert», das insbesondere den Mehrwegbecher verbreiten will. Heute geben unter anderem die grössten Open-Airs wie das Paléo, das Gurtenfestival, Greenfield und das Openair St. Gallen Getränke in Pfandbechern ab. Etwas harziger verläuft die Umsetzung im Sportbereich, hier setzen das Zürcher Letzigrund und die Postfinance-Arena in Bern auf Mehrweg. pld



«Filleddog» gefiel der Jury.



Glückliche Gewinnerinnen und Gewinner. Ob ihr Projekt je einmal umgesetzt wird, ist offen.

Bilder zvg

ze von «Fingerfood 2010» warten auf ihre kommerzielle Entdeckung.

Im «Hilton Basel» wurden am Freitag die besten Ideen erstmals öffentlich vorgestellt. Den 1. Preis erhielt der «Filleddog» von Denise Langenegger, eine halbe Baguette, die am Verkaufsstand mit Pizzateig, Kräuterkäse oder Gemüse gefüllt wird. Der Jury ebenfalls angetan hatten die Curry-Taschen von Therese Tschanz: Dreiecke aus Roggenteig, in die eine Curry-Gemüse-Kichererbsen-Füllung eingebak-

ken wird. Jurymitglied und Event-Spezialist Robert Rosanis: «Die Verpflegung muss insbesondere in grosser Stückzahl herstellbar sein und an der Abgabestelle möglichst wenig Logistik benötigen.» Jacqueline

Javor Qvortrup, Dozentin am Institut für Lebensmittel- und Getränkeinnovation an der ebenfalls beteiligten Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, wies darauf hin, dass es sich vorerst um Prototypen handle. «Als Nächstes sind die Caterer und die Industrie am Zug, um die Ideen zur Marktreife weiterzuentwickeln.» Entscheidend für diesen Schritt sei, dass ein Snack marktfähig sowie massentauglich werde und nicht zuletzt auch dem Publikum schmecke.

«Wird bei Grossveranstaltungen möglichst wenig Abfall produziert, hilft das nicht nur der Umwelt, sondern unterstützt auch die Städte und Gemeinden im Kampf gegen das Littering», begründete Jürg Hofer, Leiter des baselstädtischen

Amts für Umwelt und Energie, das Engagement seiner Behörde. Denn an den inzwischen 130 Festivals und OpenAirs würden gesellschaftliche Normen vorgelebt, welche die individuellen Werthaltungen und Verhaltensregeln stärker prägten als staatliche Vorschriften oder die Abfallerziehung in den Schulen. Abfallvermeidung an Veranstaltungen sei ein wichtiger Beitrag, um die Städte sauberer zu halten.

Die Siegerprojekte: 1. «Filleddog» von Denise Langenegger; 2. «Curry Taschen» von Therese Tschanz; 3. «Snackbällchen in Käseschale» von Christine Flury; 4. «Soupe gélatineuse» von Iris Elsener und Petra Gerig; 5. «Piropen – ein Schiffchen mit feinem Schmaus» von Stephanie Schwander; 6. «Marzanala diavolo» von Johannes Meuli und Giovanni Caputo.

ANZEIGE

PUBLIREPORTAGE

EXCELLENCY – DIE MARKE FÜR KÜCHENPROFIS

Gute Artikel zu einem günstigen Preis, wer will das nicht? Denn Gutes muss nicht unbedingt teuer sein. Mit der Eigenmarke Excellency von Prodega/Growa Cash+Carry erhält der Gastronom gute Qualität zu günstigen Preisen. Das Sortiment ist vollständig auf den Gastronomie- und Küchenbereich ausgerichtet und beinhaltet weit über 400 Produkte.

Die Eigenmarke Excellency ist eine gute Alternative zu Markenprodukten. Die Qualität ist gleichwertig, der Preis hingegen bis zu 20 Prozent günstiger. Der Gastronom findet im Sortiment Leaderprodukte wie Erdnussöl, Orangensaft, Grana Padano, Mayonnaise, getrocknete Morcheln oder tiefgekühlte Steinpilze, Vollmilch UHT und Vollrahm. Aber auch innovative Gastroprodukte liegen der Prodega/Growa am Herzen. So zum Beispiel Oliven Wedges. Das sind griechische, schwarze Olivenschnitz aus Chalkidiki für mediterrane Gerichte, Pizzen oder Salate. In diesem Sommer sind zudem Blüten im Trend, um schöne Sommersalate farblich zu dekorieren und geschmacklich zu intensivieren. Diese neuen Blüten-Gewürze kommen demnächst ins Angebot. Inzwischen umfasst das Eigenmarken-Sortiment über 400 Artikel, die im Küchenalltag verwendet werden. Angefangen von diversen Ölen, Fertigungsarten, Konserven, Teigwaren, Dörrfrüchten, über Kaffee, Tee, Kaltsaucen, Rauchlachs, Crevetten, Thunfisch, Geschirrwaschmittel, Fettlöser, Desinfektionsmittel, bis hin zu Toiletten- und Küchenpapier, Servietten, Bratpfannen und vielem mehr.



Was bringt Excellency dem Gastronom?

Mit Excellency kann der Gastronom seine Marge positiv beeinflussen, ohne an Qualität einbüßen zu müssen. Er erhält Markenqualität zum Tiefpreis, verschafft sich neue Möglichkeiten in der Menükalkulation und bleibt gleichzeitig einer hochwertigen Qualität treu. Einen weiteren Vorteil bringen die Verpackungen und Losgrößen. Dank Grosspackungen können Zeit und Lagerplatz eingespart sowie voluminöser Abfall durch viel Verpackungsmaterial reduziert werden. Ausserdem ist Excellency die einzige Eigenmarke im schweizerischen Abholgrosshandel, die den kompletten Food- und Non Food-Bedarf von Profiköchen abdeckt.

Ab 14. Juni 2010: Excellency-Ausstellung in allen Prodega/Growa Märkten.



Eigenmarke Excellency – gute Alternative zu Markenprodukten

- Markenqualität bis 20% günstiger
- Exzellentes Preis-/Leistungsverhältnis
- hochwertige Produkte
- Verpackungsgrößen und Handhabung für den Profibedarf
- über 400 Artikel decken den kompletten Food- und Non Food-Bedarf von Profiköchen ab

cahier français

htr hotelrevue No 24 / 17 juin 2010



Events

Les animations liées au Moyen Âge ont le vent en poupe dans les châteaux.

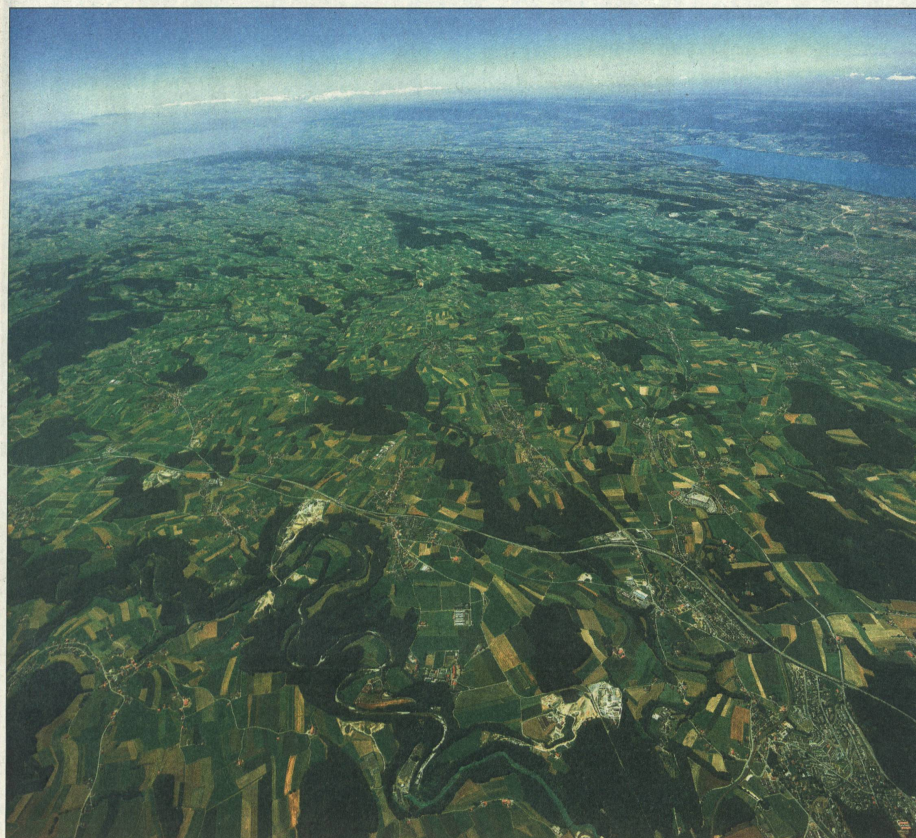
Page 21



Montreux Jazz Café

Le concept, entre concerts et volonté de divertir, continue de se développer.

Page 24



La situation intérieure d'une destination peut être capitale pour un hôtel. Ici, une vue aérienne d'Ecuivillers (FR).

Luftbild Schweiz, Dübendorf

L'enjeu stratégique de l'emplacement

Dans l'hôtellerie, tout est affaire d'accessibilité. Mais quels sont les critères retenus par les professionnels?

ANDREAS GÜNTERT

L'emplacement, l'emplacement, toujours l'emplacement», scandait le légendaire Conrad Hilton (1887-1979) quand il définissait les trois facteurs de réussite les plus importants pour un hôtel. Un classique qui a valeur d'exemple, avec une petite réserve toutefois: aujourd'hui, pour réussir en affaires, il faut «le» bon concept au bon emplacement. Une adéquation

qui aura de nombreuses répercussions à l'avenir sur le tourisme.

Macro et microenvironnement sont des critères importants

Communément, «emplacement optimal» veut dire accessibilité. Mais cela vaut-il pour tous les types d'hôtel? Ainsi, pour un hôtel de loisirs, n'est-ce pas plutôt la proximité des attractions touristiques, alors que pour un hôtel de congrès en

zone urbaine, c'est la position centrale, une bonne desserte en matière de transports et de gros employeurs.

Dans leur quête du bon emplacement, les professionnels doivent souvent prendre en compte toutes sortes de critères à la fois. Patrick Schnorf, du cabinet international de conseils immobiliers Wüest & Partner, à propos de la Suisse: «Par macroemplacement, on entend la

situation à l'intérieur de la Suisse. Par exemple, si dans l'hôtellerie de loisirs, on s'intéresse à un lieu d'implantation en Valais ou dans les Grisons.» Puis intervient le positionnement local: «Quel type d'approche est envisagée? Choisir une destination bien établie, à la valeur touristique confirmée et aux prix de terrain élevés. Ou miser sur le facteur glamour du lieu, s'implanter à proximité et bénéficier de prix du terrain plus favorables.» Le micro-emplacement, quant à lui, s'occupe concrètement de la situation dans une ville ou un village.

«Un des critères importants est lié aux transports publics.»

Patrick Schnorf
Cabinet Wüest & Partner

Les Thermes de Vals, à eux seuls, ont inscrit ce lieu touristiquement

«Les critères importants sont l'accessibilité de l'infrastructure touristique, le réseau des transports publics, le nombre de places de stationnement disponibles, les conditions de concurrence, les ressources touristiques, la clientèle de passage pour la gastronomie — quelques mètres à peine suffisent parfois à la réussite ou à l'échec d'un établissement.» En milieu urbain, Olaf Steinhage recommande la prudence. Steinhage est le directeur d'Hospitality Concepts, une entre-

prise spécialisée dans le conseil, le développement et la réalisation de projets hôteliers et de lieux de villégiature: «En ville, une position centrale et l'accessibilité jouent le plus souvent un rôle décisif. En particulier pour la clientèle d'affaires». Et voit un sérieux potentiel pour l'hôtellerie de loisirs: «Parce que pour le client, l'hôtel est une expérience en soi et parce qu'il passe le plus clair de son temps à l'intérieur et autour de l'établissement, il est donc facile de le fidéliser avec un bon service. Des hôtels aux caractéristiques exceptionnelles peuvent définir leur propre emplacement — c'est le cas des Thermes de Vals qui, à eux seuls, ont inscrit ce lieu sur la carte touristique.»

Dans le commerce de détail, le choix d'un lieu d'implantation est aussi capital que dans le tourisme. Patrick Schnorf connaît bien les deux secteurs: «Mais dans l'hôtellerie et la restauration, c'est le facteur humain qui fait la différence: l'expérience et le flair y jouent un grand rôle.»

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article de la page 9. Voir également le dossier fokus

«En ville, une position centrale joue souvent un rôle décisif.»

Olaf Steinhage
Directeur d'Hospitality Concepts

Le Palafitte ou le bonheur sur l'eau

L'Hôtel Palafitte, c'est les Maldives à Neuchâtel», s'exclame Antoine Chameron, directeur de ce cinq-étoiles Superior doté de 40 pavillons et situé à Monruz, au bord du lac de Neuchâtel.

A ses yeux, l'établissement monté sur pilotis, qui a ouvert ses portes au printemps 2002 à l'occasion de l'Expo.02, offre une synthèse des qualités et des avantages de toute localisation lacustre: «Unique en Europe, le Palafitte peut se prévaloir d'un panorama sans pareil, avec vue sur les Alpes bernoises, fribourgeoises et sur le Mont-Blanc. Il baigne dans une atmosphère de tranquillité, tout en étant situé à cinq minutes en voiture du centre-ville.»

Son emplacement, «à quelques encablures d'une petite ville comme Neuchâtel, à un jet de pierre d'une institution comme le Laténium et proche de l'auto-école», est un de ses principaux atouts et une de ses richesses majeures. Selon Antoine Chameron, pas de doute, les clients, en

majorité des couples allemands qui séjournent le week-end, apprécient du Palafitte l'architecture, l'originalité du concept, le calme et la vue.



Un hôtel qui a vu le jour au printemps 2002.

Seule ombre au tableau: la maintenance. «L'établissement, tout en bois, souffre des conditions météorologiques, du soleil, de la pluie, du gel. La peinture et les pontons en sont les principales victimes», confie le directeur.

Pour mémoire, le Palafitte est le fruit d'une collaboration entre la fondation de la famille Sandoz, l'Ecole hôtelière de Lausanne et Siemens.

ANNONCE

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

Transforme
une chambre
en une suite.

happy systems™
Ahi! Si j'avais un lit happy.

www.happy.ch

PURITY C –
la solution
flexible

BRITA
Professional

http://professional.brita.ch

reception@hotelleriesuisse

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

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

LA VOIE VERS UN
AVENIR PROMETTEUR

Découvrez sur www.htr-milestone.ch
les projets touristiques garants du
succès à long terme.

Imprimer de l'argent?

50% de coûts d'impression en moins
avec l'imprimante **HP Officejet Pro**, comparativement aux imprimantes laser.¹



**GARANTIE
3 ans**

LA SPECIALISTE POUR VOTRE BUREAU

HP Officejet Pro 8500 Wireless All-in-One
Retrouvez d'autres informations relatives à ce produit
sur: hp.com/ch/fr/mybusiness

**ACTUELLEMENT
CHF 499.-**
AU LIEU DE 599.-

TVA et TAR incl.

HIT PRINT
AFFORDABLY



© 2010 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Tous droits réservés.

¹ Valable pour la plupart des laser couleur AIOs de moins de 400 € hors TVA en mars 2010. Nombre de pages imprimables ISO de OJ Pro avec cartouches de capacité maximale en impression continue; plus d'infos sur hp.com/go/learnabouteprint. La consommation énergétique se base sur les tests HP en utilisant les méthodes TEC du programme ENERGY STAR®; plus d'infos sur hp.com/eur/mybusiness.

Fust
MULTI MEDIA

**Inter
Discount**

MediaMarkt

SATURN

STEG
computer & electronics

Moyen Âge et tourisme, un couple solide

L'époque médiévale, qui jouit d'une grande aura, abreuvent notre imaginaire contemporain. En symbiose avec cette soif de troubadours et autres preux chevaliers, le tourisme sert depuis quelque temps un chapelet d'animations sur un plateau d'argent. Fêtes et banquets médiévaux, événements culturels, ateliers pour enfants, l'offre est foisonnante, notamment dans les enceintes des châteaux romands.

À Chillon, le monument le plus visité du pays (320 000 entrées l'année dernière), le Moyen Âge est devenu un produit touristique à part entière. « Dans le cadre d'anniversaires, de soirées d'entreprises ou de congrès, nous organisons des spectacles avec troupes médiévales, musique de l'époque, troubadours. Ce type d'événements connaît un gros succès », confie Sophie Merk, responsable des banquets. Et de préciser : « Nous collaborons également avec trois traiteurs qui proposent à nos visiteurs des buffets médiévaux ou des sangliers à la broche ».

Le château de Gruyères, qui accueille chaque année quelque 180 000 visiteurs, n'est pas en reste. Sa grande fête médiévale, agendée

Les animations liées au Moyen Âge sont désormais un des piliers de l'offre d'événements dans les châteaux de Suisse romande.

EUGENIO D'ALESSIO

cette année les 19 et 20 juin, mettra en scène près de 150 participants en costumes d'époque avec, en points d'orgue, une parade militaire et un show de fauconniers. « Ce rendez-vous payant attire régulièrement près de 5 000 personnes, dont de nombreuses familles. Il s'agit d'un public de proximité, mais nous comptons également des visiteurs qui viennent de différents cantons », explique le conservateur, Raoul Blanchard.

Entre balades contées, chasses aux trésors destinées aux enfants et autres événements, le château de Gruyères met sur pied toutes les années 450 animations thématiques autour du Moyen Âge, un créneau qui se révèle porteur sans être d'une

rentabilité foudroyante. À la différence de Chillon, la forteresse fribourgeoise n'exploite toutefois pas les banquets d'inspiration médiévale. « La découverte de l'ère médiévale doit en priorité passer, à mes yeux, par la dimension culturelle, ludique, émotionnelle », justifie Raoul Blanchard.

Le château de Grandson possède, lui aussi, sa grande fête médiévale, organisée cette année les 21 et 22 août. Près de 5 000 personnes devraient y prendre part. « Mais nos produits estampillés Moyen Âge comprennent aussi des quêtes médiévales, une sorte de rallye à travers le château, des chasses au trésor et des ateliers d'écriture », énumère Sylvie Gellein, l'intendante. Et de poursuivre : « Entre mai et juin, ces animations marchent à plein régime grâce, notamment, aux écoles ».

Le château de la Bâtie, à Martigny, fait de son côté un tabac avec ses repas médiévaux : « De juillet à août, nous en organisons une dizaine avec une moyenne de 60 convives. Ces banquets connaissent un énorme succès », souligne Yves Jeanmonod, responsable de la communication pour le compte de Martigny Tourisme.



Un spectacle en costumes d'époque devant le château de Chillon.

Low cost, un bilan contrasté

Très médiatisées lors de leur lancement, les recettes anti-crise de deux restaurants romands connaissent des fortunes diverses. Tour d'horizon.

GENEVIÈVE ZUBER

Pionnier romand des repas à prix libre, Le Bled, à Neuchâtel, a mis un terme à l'expérience. L'objectif de ce restaurant marocain, qui marche très bien le soir, était d'étoffer sa clientèle sur le temps de midi.

Pendant un an, chaque client a pu fixer lui-même l'addition du menu du jour. Après des débuts sur

les chapeaux de roue, le patron, Hocine Akrid, qualifie le bilan de « correct », sans plus : la clientèle n'a augmenté que de 2 à 5 %.

Des prix qui cassent un peu la motivation

En-deçà de 12 francs le menu, ce n'était pas rentable. « Je n'ai pas perdu d'argent, car la grande majorité des clients n'a pas profité de la situation, versant de dix-huit à cinquante francs. Mais 10 à 15 % des hôtes se contentaient de sept à douze francs, et cela casse un peu la motivation ».

Un grand point positif tout de même : Le Bled s'est offert un joli coup marketing, avec de larges échos dans la presse écrite et sur les

radios et TV de tout le pays. Hocine Akrid, qui adore innover, prépare maintenant un autre « buzz », « un coup encore secret qui devrait faire du bruit ». À deux pas, l'école de commerce a fermé, tandis que Metalor licencie : autant dire que le défi de remplir son resto à midi reste d'actualité.

Le Vieux-Bourg, à Saillon (VS), continue en revanche de proposer sa formule low cost lancée en avril 2009 pour attirer les clients sensibles aux bons plans. Concrètement, les huit premiers internautes à réserver leur repas de midi ou du soir bénéficient d'un rabais de 50 % sur la nourriture. La remise est de 25 % pour les huit suivants et de 10 % pour les huit derniers.

Pour Line Dessimoz, gérante de cet établissement spécialisé dans les produits du terroir, fromages et asperges, la recette a été salvatrice : « La clientèle et le chiffre d'affaires ont augmenté de 30 à 40 %. Les touristes sont nos principaux clients mais, depuis, les Valaisans sont plus nombreux à manger chez nous ».

Le pari reste difficile dans les périodes creuses

Toutefois, la formule n'est pas sans risque : pour compenser les rabais, il faut davantage de clients, un pari guère facile à tenir dans les périodes creuses comme en juin, d'autant plus que la crise se fait toujours sentir.



Le Bled, à Neuchâtel, a renoncé à la formule du libre prix.

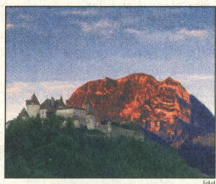
Molésion construit contre les lits froids

Pour lutter contre les lits froids, la station de Molésion-sur-Gruyères a choisi de riposter en construisant. Un complexe de location est en train d'être érigé pour dynamiser la fréquentation.

CLAUDE JENNY

Comme dans nombre de stations, le problème des lits froids préoccupe les responsables de Molésion. En dépit de leurs efforts pour inciter les propriétaires de la plupart des logements à louer leur bien, l'expansion des propriétés par étage (PPE) ne permet pas de disposer de lits en suffisance.

Réponse pragmatique et conjoncturelle : construire. En l'occurrence un bâtiment qui s'intégrera au cœur du village et qui abritera



Un projet destiné à dynamiser la fréquentation de la station.

des appartements de deux à six pièces, lesquels seront réservés à la location et gérés directement par la station.

Le moment idéal pour lancer l'opération

« Prendre conscience du problème, c'est bien. Trouver une parade, c'est mieux. Et le faire en tirant tous à la même corde, c'est encore mieux », lance Philippe Micheloud, administrateur de la station, qui est convaincu que le moment est opportun pour lancer cette opération.

Avec des taux d'intérêt actuellement favorables et l'implication directe de toutes les parties prenantes de la station (remontées mécaniques, restaurateurs, exploitants des attractions estivales et hivernales), « nous voulons montrer que nous

pouvons faire des lits chauds et que ceux-ci peuvent être rentables », affirme, confiant, Philippe Micheloud, car « nous avons déjà une bonne fréquentation pour les logements dont nous nous occupons et notre station est appréciée des tour-opérateurs avec lesquels nous travaillons en Angleterre, en Belgique et en Allemagne ».

Première partie du complexe en bonne voie

La première partie du complexe (13 appartements, 50 lits), pour un coût de construction de 3,5 millions de francs, est en bonne voie d'achèvement et devait recevoir ses premiers hôtes en août. Une seconde étape, d'un volume identique, suivra. Un projet rondement mené, qui réjouit « M. Molésion ».

En bref

Suisse

Les remontées mécaniques du Valais sourient



Réunies vendredi dernier en assemblée générale, les remontées mécaniques du Valais (RMV) ont tiré un bilan positif de la saison écoulée. « Malgré la crise et la menace de la grippe H1N1, la saison 2009-2010 a été le deuxième meilleur exercice de ces cinq dernières années », a déclaré Georg Anthamatten, président des RMV au quotidien « Le Nouvelliste ». Les RMV ont aussi présenté un projet de nouveau modèle tarifaire unique pour les séjours de plus de 24 heures. aca

La carte d'hôte ValPass reprend du service

Valleée de Joux Tourisme propose à nouveau sa carte d'hôte ValPass. Cette offre est valable jusqu'au 31 octobre. Nouveauté de cette année, la carte n'est plus proposée uniquement aux touristes qui séjournent à l'hôtel ou dans un appartement, mais aussi à ceux qui dorment dans les campings et les chambres d'hôtes. L'offre cyclotouriste de la vallée de Joux s'est en outre enrichie de vélos électriques, qui peuvent être loués à la gare du Sentier et à l'Office du tourisme de la Vallée de Joux. eda

www.mylvalléeedoux.ch

Un concours pour trouver le goût du polar romand



Les organisateurs de la Semaine du goût en Suisse proposent dans le cadre du dixième anniversaire de cette manifestation un concours de nouvelles sur le thème : « Repas d'anniversaire ». Le texte rédigé en français ne doit pas dépasser six pages. Le style polar sera demandé, il faut que l'action se passe en Suisse romande et au vingtième siècle. Le premier prix du concours est un repas au Pont de Brent offert par Gérard Rabey. Envoi jusqu'au 31 juillet par mail à concours@gout.ch.

On peut découvrir Lausanne sur son iPhone

Avec les six autres grandes villes touristiques de notre pays et en collaboration avec Suisse Tourisme, Lausanne Tourisme lance une nouvelle application iPhone placée sous le signe de la découverte urbaine. Le nouveau support, accessible en français, allemand et anglais, contient des informations pratiques sur les cinémas, théâtres, musées, hôtels et restaurants. L'application « City Guide/Lausanne » peut être obtenue gratuitement via My Switzerland.com/mobile. aca

LE MILESTONE 2010 VOUS ATTEND.

**DÉLAI D'INSCRIPTION:
31 AOÛT 2010**

L'innovation et la qualité attirent les touristes du monde entier. Les projets exceptionnels dans la branche suisse du tourisme sont donc récompensés chaque année avec la remise du **MILESTONE. Prix du tourisme suisse**. Vous trouverez toutes les informations sur les conditions de participation sur le site www.htr-milestone.ch.

htr hotelrevue

STV FST

Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione Svizzera del Turismo
Federaziun svizra dal Turissem



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Partenaire de
l'événement:



Le MILESTONE est décerné par l'htr hotel revue, avec hotelleriesuisse comme organisme responsable; il est soutenu par le SECO dans le cadre du programme Innoutour, avec la participation de la Fédération suisse du tourisme et d'HOTELA.



Les chaussons peuvent être de différents types et de différentes couleurs, telle cette paire d'inspiration asiatique.

Photos fotolia

Chaussons, le meilleur et le pire

Le chausson, symbole du home sweet home que le client doit retrouver à l'hôtel, peut être banal ou d'un grand raffinement. Enquête.

MICHEL BLOCH



Une pièce dans le puzzle du marketing.

La nuit est tombée. Vous pénétrez dans votre chambre. Une paire de chaussons a été soigneusement déposée devant votre lit par la femme de chambre. Quelle est la politique des hôtels en la matière? Le meilleur, mais aussi le moyen, voire le pire se rencontrent en matière de chaussons d'hôtels.

Certains sont vraiment beaux et aussi très confortables. On aurait presque envie de les emporter avec soi. Pratique d'ailleurs souvent adoptée par les clients, si l'on se fie à ce que nos interlocuteurs nous ont appris. Ce qui est rassurant. A priori, on ne prend que ce qui plaît.

D'ailleurs, finalement, tout est luxueux dans un grand hôtel. Pourquoi mettre des chaussons criant misère? Voilà qui est logique.

D'autres chaussons sont plus «moyens», ce qui a fait dire à l'un des directeurs marketing que nous avons interrogés: «Nos point forts sont ailleurs. Je préfère communiquer sur un autre sujet.» La tendance est là et rien ne semble venir l'inverser: le chausson «se met sur son trente et un» pour vous séduire. En fait, il est devenu une pièce du puzzle du marketing.

Le client apprécie d'être surpris en bien. Au Grand Hôtel du Lac, à Vevey, lesdits chaussons sont emballés dans un sachet hermétiquement fermé, lui-même mis dans un sac en tissu qui lui confère un côté très «tendance». Il y a trois tailles: homme, femme et enfant. C'est le cas dans de nombreux hôtels qui ont compris que les enfants constituent de merveilleux prescripteurs qu'il faut considérer comme des clients à soigner tout particulièrement au lieu de partir du point de vue, très facile, que les parents n'ont qu'à apporter les chaussons de leur progéniture.

Au Grand Hotel Park, à Gstaad, qui ouvrira ses portes au mois de décembre prochain après neuf mois de rénovation, Jean-Yves Blatt, son directeur général, précise qu'il réfléchit à adopter pour les chaussons une couleur qui sera fonction de la décoration de la chambre. C'est un fait, les chaus-

sons sont généralement blancs, certes avec plusieurs variantes dans le blanc, le logo de l'hôtel et ou son nom étant imprimé sur le dessus. La Villa Maillot, hôtel parisien situé dans le 16^e arrondissement, a opté pour des chaussons couleur beige pour les femmes et chocolat pour les hommes avec un liseré beige pour les chaussons hommes et chocolat pour les chaussons femmes.

Une inscription signalant les différents hôtels du groupe figure sur ce liseré. Chaque paire est emballée dans un sac en mousseline. Le comble du raffinement.

Quant aux chaussons du Four Seasons Hotel des Bergues (Genève), dont le modèle a été récemment changé, comme le souligne Alain Spieser, son directeur du marketing, ils sont épais et d'un confort très apprécié.

Pêle-mêle

Une balade sur le chemin des sculptures

Une nouvelle exposition de sculptures attend les randonneurs à Nendaz jusqu'en octobre. Le concept a été reconduit après le succès de 2009. Véritable musée à ciel ouvert, cette balade de 1 h 30 à travers le Vieux Village et la «Promenade des crêtes» permet de découvrir 21 œuvres de bois, de pierre ou de métal que l'on doit aux artistes Gilbert Constantin et Raphaël Pache. eda

www.nendaz.ch

Une belle fête pour marcheurs et vététistes



Au total, 632 (571 marcheurs, 61 vététistes) ont pris le départ du quatorzième **brevet des armillais** aux Pacots (FR) dimanche. Un parcours d'environ 10,4 kilomètres pour les cyclistes et de 18,5 kilomètres pour les vététistes ont été balisés à cette occasion. En collaboration avec la fondation Loisirs pour tous, les personnes à mobilité réduite avaient l'opportunité d'effectuer la randonnée en joëlette, encadrées par des sportifs. Trois personnes handicapées sont arrivées à Moléson. acc

ANNONCE

reception@hotelleriesuisse

Faites de la réception d'un hôtel votre passion

hotelleriesuisse vous familiarise avec la réception d'un hôtel et vous offre:

- un cours de formation continue sur mesure
- l'accès à votre activité future de réceptionniste d'hôtel
- la possibilité d'acquies de nouvelles connaissances en cours d'emploi
- une plate-forme e-learning

Lieu du cours: Lausanne, Ecole Jeuncomm, Rue Haldimand 18

Dates des cours: Module 1 Du 11 au 16 octobre 2010
Du lundi au vendredi de 13h00 à 17h30
Le samedi de 8h00 à 17h00
Module 2 E-Learning, études autodidactes
Module 3 Du 15 au 20 novembre 2010
Du lundi au vendredi de 13h00 à 17h30
Le samedi de 8h00 à 12h00
Total 90 périodes

Prix: CHF 2250.- membres hotelleriesuisse
CHF 2650.- non-membres hotelleriesuisse
Inclus: accès à la plate-forme e-learning, version d'entraînement
Fidélité et frais d'examen

Conditions d'admission: - Etre en possession d'un Certificat fédéral de capacité d'Employé-e de commerce, d'un métier de l'hôtellerie et de la restauration ou d'une formation équivalente
- Connaître une ou deux langues étrangères (Anglais et/ou Allemand, niveau B1)
- Disposer de bonnes connaissances d'informatique et de correspondance

Renseignements et inscription: Le nombre de participants étant limité, veuillez vous inscrire au plus vite en joignant à votre envoi votre dossier de candidature complet.

hotelleriesuisse
Formation continue
Chemin de Boston 25
1004 Lausanne
Tél. +41 (0)21 320 03 32
Fax +41 (0)21 320 02 64
info.roman@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch/reception

ECOLE JEUNCOMM

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

La jeunesse à la barre de la bucolique auberge de Sonchoux

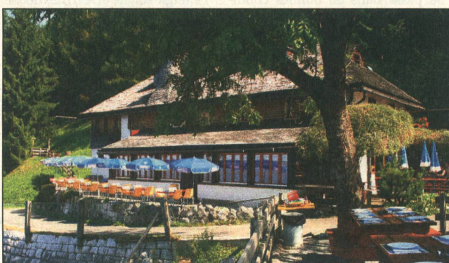
Haut lieu estival de la Riviera vaudoise, l'auberge de Sonchoux vit une nouvelle jeunesse. Un défi pour un couple de jeunes tenanciers qui a débarqué des Antilles.

CLAUDE JENNY

Passer des paysages antillais à l'alpage de Sonchoux, à 1200 mètres, au-dessus de Villeneuve, le contraste a été saisissant pour Isabelle Heyraud et Dimitri Léchaire. D'avantage pour Isabelle, originaire du Poitou-Charentes que pour Dimitri, enfant de la région. Un joli challenge pour ces deux jeunes professionnels qui ont bourlingué comme employés sous de nombreuses latitudes avant de se voir confier l'exploitation de l'auberge.

La continuité semble assurée

Durant 18 ans, elle fut le royaume de Doris Vuardoux, qui en fit un lieu réputé pour le charme de la bâtisse et sa terrasse panoramique sur le Léman, mais aussi pour son sens de l'accueil et la qualité de sa cuisine simple mais délicieuse. Avec les



Un établissement connu loin à la ronde sur la Riviera vaudoise.

nouveaux tenanciers, la continuité semble assurée. «S'agissant d'une auberge d'alpage, nous avons conservé quasiment la même carte axée sur les mets au fromage et les grillades», confie le jeune chef, qui avoue que, dans un tel cadre, il faut beaucoup composer avec la météo.

La nouvelle équipe veille au bonheur d'une clientèle d'habituels, des nombreux randonneurs qui sillonnent la région et des parapentistes qui s'élancent à proximité. Amoureuse de bons nectars, Isabelle a revisité la carte des vins. «Si la cuisine reste classique, nous proposons par contre plusieurs desserts inédits

aux saveurs exotiques et nous organiserons aussi des soirées thématiques», explique la jeune patronne, qui ajoute que la principale difficulté d'exploitation d'un tel lieu haut perché, outre la météo, est l'approvisionnement: les fournisseurs ne font pas tous les jours les huit kilomètres de lacs qui conduisent de Villeneuve à Sonchoux.

Cinq kilomètres d'une belle balade

Pour les randonneurs, par contre, cinq kilomètres d'une balade idyllique s'offrent à eux au départ de la gare de Caux.



«Le château de la Bâtiaz organise une dizaine de banquets médiévaux. Ils connaissent un énorme succès.»

Vves Jeanmonod (Page 21)

24



Le menu de base du MJC est le même à Cointin et à Sydney.

L'esprit Montreux, du tarmac à l'EPFL

Les Montreux Jazz Cafés essaient dans les aéroports. Leur esprit flotte aussi à Shanghai. Entre concerts mythiques et volonté de divertir.

ALEXANDRE CALDARA

Un cervelas à l'azote liquide qui rappelle «Smoke on the water» de Deep Purple. Telle est la madeleine de Claud Nobs que l'on peut déguster au Montreux Jazz Café (MJC). Mais ce label devient aussi une marque qui s'exporte bien. «Nous avons deux axes principaux. Les cafés permanents avec un système de franchise qui prévoit tous les détails jusqu'à la couleur des chaussettes du serveur. Et les cafés ponctuels qui doivent proposer une ambiance, transmettre des sensations», explique Mathieu Jaton, secrétaire général du Montreux Jazz Festival.

Depuis l'ouverture du MJC de Genève en juin 2008, les zones aéroportuaires deviennent une des priorités. Le 14 mai dernier, l'aéroport de Sydney a inauguré un espace de 200 mètres carrés et 60 couverts avec une carte établie par le chef Gilles Dupond, du Lion d'Orde de Cologne. «Il est venu avec nous en Australie pendant cinq jours, car le menu de base doit s'adapter aux coutumes locales.» L'aéroport australien ne fonctionne pas au même rythme que Cointin: «A Sydney, on sert 90% de petits déjeuners», pré-



Les archives musicales du Festival, un trésor à découvrir.

cise Mathieu Jaton. Prochain projet prévu à Zurich, courant 2011. Les MJC devraient poursuivre leur expansion dans les aéroports grâce à leur partenariat avec SSP, un des leaders de la restauration dans ce secteur.

Deux autres projets de MJC permanents figurent au programme. Le premier de type historique au Centre des congrès de Montreux en 2011. «L'idée est de construire un espace modulable avec une baie vitrée et une terrasse qui accueille les travailleurs pendant la semaine. Puis de pouvoir le transformer pen-

dant le festival et pousser sa capacité à 2000 personnes.» Le deuxième projet concerne l'EPFL à Lausanne. Là il s'agit de valoriser les 6000 heures de concerts du festival et la protection des archives qu'effectue déjà l'EPFL. «En 2012, en face du Learning Center, on prévoit un MJC axé technologie et technique.»

En termes de café ponctuel, on peut en ce moment fréquenter celui de l'Exposition universelle de Shanghai: «Le Département fédéral des affaires étrangères et Présence suisse nous ont demandé de nous adapter à leur concept. Nous avons une scène qui permet la rencontre de musiciens suisses et chinois de jazz et de rock.» Des collaborations de ce type perdureront pour les JO de Londres en 2012 et l'exposition universelle de Milan en 2015.

Autre défi pour le MJC, du 22 au 24 octobre pour le sommet de la francophonie, à Montreux: «Notre mandat sera de divertir 3000 délégués», observe Mathieu Jaton. Encore plus ponctuelle l'ambiance que le MJC proposera le 31 juillet pour le concert d'Eros Ramazzotti, à Vevey. Le Montreux Jazz Festival, lui, se déroulera du 2 au 17 juillet.

La course d'orientation fait saliver le tourisme neuchâtelois

Lors de son assemblée générale du 8 juin dernier, Tourisme neuchâtelois a présenté une manifestation internationale de grande envergure, les championnats du monde master de course d'orientation. Les hôtels affichent complet.

VALÉRIE MARCHAND

Après l'Australie, la Norvège, l'Italie, le Canada, l'Autriche, la Finlande et le Portugal, la Suisse a été choisie pour organiser les championnats du monde master 2010 de course d'orientation (WMOC 2010).

Cet événement aura lieu du 31 juillet au 7 août à Neuchâtel, La Chaux-de-Fonds et dans les forêts environnantes. Il a été annoncé durant l'assemblée générale de Tourisme neuchâtelois, qui s'est déroulée au début du mois.

«Quarante mille nuitées seront générées dans la région Jura & Trois Lacs sur une semaine», se réjouit

d'ores et déjà Jérôme Attinger, qui va œuvrer en qualité d'événement coordinateur. A l'Hôtel des Arts, à Neuchâtel, toutes les chambres ont été réservées depuis deux ans déjà. Quant à l'Hôtel du 1er Mars, à La Chaux-de-Fonds, l'établissement est complet depuis un an. Et c'est le cas pour la plupart des hôtels de la place.

Un budget de 1,5 million de francs a été prévu. Mais le bénéfice sera également très important. «Avec les recettes liées au tourisme, on estime les retombées indirectes pour l'Arc jurassien à quelque 23

millions de francs», déclare Jérôme Attinger.

Les coureurs sont âgés de 35 à 96 ans et proviennent de plus de 40 pays. En tout, 4600 participants sont inscrits, dont 500 font partie d'une catégorie «Open». La liste des coureurs est définitive. De nouveaux arrivants ne seront plus acceptés. «Il s'agit de raisons logistiques et de transport. Si l'on veut que l'ensemble de la semaine se passe dans de bonnes conditions, nous ne pouvons pas prévoir davantage de monde», explique l'organisateur.

En tout, 40 personnes du comité d'organisation auront dû travailler pendant 150 jours sur trois ans pour mettre sur pied ce championnat. Durant la phase opérationnelle, 300 bénévoles sont engagés chaque jour et d'autres devraient encore venir renforcer le team. Enfin, pour peaufiner les détails, la manifestation a été placée sous le signe du développement durable: le site web est notamment hébergé grâce à l'énergie solaire et le tri des déchets est prévu sur place.

www.wmoc2010.org



Près de 5000 participants sont attendus.

Des randonnées thématiques au clair de lune à Mont-Soleil

Les accompagnateurs en montagne de l'Arc jurassien et le parc régional Chasseral proposent, le 26 juin, des balades au crépuscule à Mont-Soleil (BE). Cet événement s'inscrit dans le cadre de la 5e nuit suisse de la randonnée.

EUGENIO D'ALESSIO



Le Chasseral, terre de balades.

«Découvrir le paysage jurassien à la nuit tombante, sensibiliser les gens à la richesse et à la fragilité de la nature et cultiver la convivialité: tels sont les principaux objectifs que se fixent les randonnées organisées fin juin à Mont-Soleil», explique Jean-Jacques Amstutz, accompagnateur

en montagne chargé de l'information. Qui poursuit: «Nous proposons six randonnées thématiques fondées sur l'idée d'animation, avec des explications sur la nature et la faune que produisent les accompagnateurs au gré des marches, ainsi qu'une torée au terme des balades.» La manifesta-

tion ambitionne d'attirer une centaine de participants, lesquels devraient en majorité provenir de la région, du Jura bernois, du Jura et du canton de Neuchâtel notamment. Elle vise un très large public. «de 6 à 70 ans», précise Jean-Jacques Amstutz. «Nous avons même accueilli des grands-parents avec leurs petits-enfants», confie l'accompagnateur en montagne.

A noter que le parc régional Chasseral organise, le dimanche 27 juin, une randonnée pieds nus dans les pâturages du Jura. Agrémentée d'animations et de jeux, elle permettra aux participants de découvrir la nature d'une manière originale en expérimentant de nouvelles sensations.

www.parcchasseral.ch

Une Américano-Valaisanne au sommet



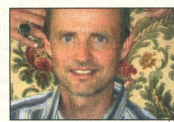
Susan Fournier, collaboratrice depuis 15 ans des Cesar Ritz Colleges (Bouveret et Brigue), vient d'être élue à la vice présidence de l'important Conseil exécutif de l'International Council on hotel, restaurant and institutional education (ICHRIE). Ce groupement à but non lucratif a été fondé en 1946 pour les écoles, collèges et universités offrant des program-

Les gens

mes d'études dans l'hôtellerie et le tourisme. L'ICHRIE compte quelque 1500 membres dans près de cinquante pays.

Le grand chef Didier de Courten honoré à Sierre

Didier de Courten a reçu récemment, au Château de Villa à Sierre, le Grand Prix du livre gastronomi-



que pour son ouvrage «Empreintes». Cette distinction lui a été re-

mise par le club Prosper Montagné, qui encourage et qui soutient la gastronomie.

Des changements à la direction d'Accor Suisse

Walter Zuëck (à gauche sur la photo), actuellement directeur



ventes et marketing d'Accor Suisse, a été nommé à la tête du secteur développement de la franchise. Son successeur se nomme David Mylius (à droite), eda

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi
de la branche

htrhotelrevue Nr. 24 / 17. Juni 2010

AG
ACTIVE GASTRO ENG
Wotsch öpis erreiche im Bruef?
Denn chum zu Eusi!
www.activegastro.ch
Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

**HOTEL
CAREER**
Aktuell über 750 Hotel- und
Gastronomiejobs in der
Schweiz.
Besuchen Sie
WWW.HOTEL-CAREER.CH

**Karriereplanung
beginnt hier
htr stellenrevue**

www.hoteljob.ch

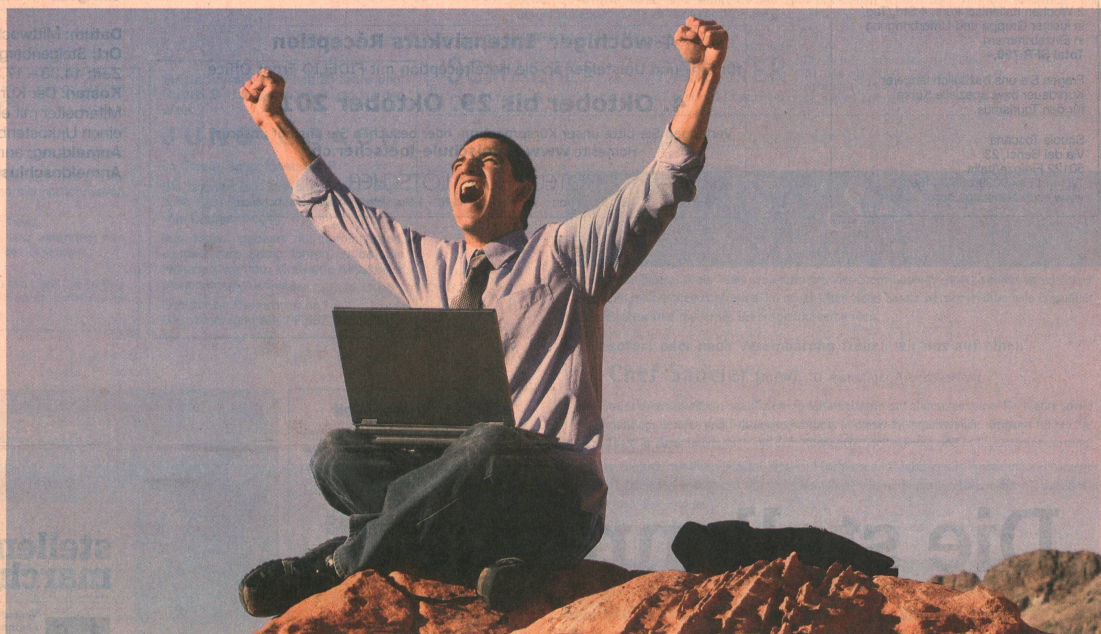
htr hotel revue

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung	2
Direktion/Kaderstellen	3-5
Deutsche Schweiz	3-7
Suisse romande	9
Svizzera italiana	9
International/Marché international	9
Stellengesuche/Demandes d'emploi	-
Immobilien	10

Gastronomie

Um wirklich
erfolgreich zu sein,
braucht es in jedem
Beruf Leidenschaft.
Ganz besonders
aber in der
Gastronomie.



Fotolia

Es braucht Leidenschaft



THOMAS BIRER
ADECCO HUMAN RESOURCES AG,
BRANCH DIRECTOR
HOTEL & CATERING LUZERN

Kochstars wie Ivo Adam zeigen uns: Gastronomiekarrieren sind auch heute noch möglich. Doch Halbherzigkeiten und Lieblosigkeit verträgt sie keine.

Der in Ascona wirkende Ivo Adam und sein britischer Kollege Jamie Oliver sind gefeierte Celebrities. Doch bei aller Show sei angemerkt: Die beiden beherrschen ihr Handwerk – und vor allem betreiben sie ihr Metier mit Leidenschaft und von ganzem Herzen. Das ist ihr Erfolgsrezept. Ein Rezept, das für alle gilt, die es in der Gastronomie schaffen wollen – nicht nur Köche, sondern auch Hoteliers, Restaurateure, Sommeliers, Kellnerinnen etc.

Traumberuf Gastronomie

Die Gastronomie ist immer noch eines der schönsten Betätigungsfelder über-

haupt. Es bleibt ein einzigartiges Erlebnis, mit einem topmotivierten Team ein perfektes und in Erinnerung bleibendes Erlebnis für die Gäste zu schaffen.

Die Vielfalt der Aufgaben, der Spielraum für die eigene Kreativität, die vielfältigen Kontakte mit verschiedensten Menschen auch aus verschiedensten Kulturkreisen, die Momente, in denen alles stimmt und der Funke zu den Gästen überspringt – all dies macht die Branche und somit die Berufe in dieser Branche einzigartig.

Qualität setzt sich immer durch

Sicher – eine Hotel- oder Restaurantkarriere ist immer auch harte Knochenarbeit und braucht einiges an Durchhaltewillen. Doch die Gastronomie bleibt einigen

Zweiflern zum Trotz eine Branche mit guten Perspektiven, sowohl für Selbstständig-erwerbende wie auch für Angestellte. Die Branche bietet neben kreativer Entwicklungs- auch vielfältige Aufstiegsmöglichkeiten.

Der Patron, der sich als moderner Gastgeber versteht, und auf die Bedürfnisse und Wünsche seiner Gäste eingehen kann und will, wird auch in Zukunft Erfolg haben. Fundiert ausgebildete Köche, die à la carte beherrschen, sind enorm gefragt.

Die Servicefachangestellte, die den Gästen die Wünsche von den Augen abliest, auch in der grössten Hektik drei Teller tragen kann und jederzeit souverän auftritt, wird immer ein entsprechendes Engagement finden. Junge Hotelfachleute, die sich ihre Sporen im Ausland abverdient haben,

sind mit ihrer kulturellen Erfahrung und ihrer Flexibilität ein Gewinn für jedes Gastronomieunternehmen. Wer Qualität bietet, kommt weiter.

Erfolgsbasis ist das Personal

Es gibt in der Schweiz mehr Ivo Adams, als man meint. Es liegt an den Patrons und Chefs, ihre Teams zu motivieren, zu honorieren und die Karrieren talentierter Mitarbeitenden zu fördern.

Das Personal und seine Leidenschaft für den Beruf ist die Erfolgsbasis jedes Betriebs. Der Return-on-Investment für den Patron sind ein Topteam, hoch zufriedene Gäste, die wiederkommen und den Betrieb positiv bewerten. Das Ergebnis ist ein ausgebuchtes Hotel oder Restaurant.

Marktplatz – immer am ersten Donnerstag im Monat

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insertate@htr.ch

htr hotel revue

**COOLE DRINKS
HEISS GELIEBT**

**DER BAR
KURS**

**DAS
INTENSIV-
SEMINAR
VON GASTROSUISSE**

**TERMINE
Blockkurs**

**WEITERE
INFORMATIONEN?**

FRÜHLING: 03.05. bis 08.05.2010
SOMMER: 20.08. bis 04.09.2010
HERBST: 15.11. bis 20.11.2010

GastroSuisse
8046 Zürich
Tel. 044 258 177 111
weiterbildung@
gastro.suisse.ch
www.gastro.suisse.ch

PREIS:
CHF 1'100.- inkl. Option

GASTRO SUISSE
570 310

Sprachaufenthalte

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

508 594

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

Scuola Toscana
Via dei Benci, 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039/055 2445583
www.scuola-toscana.com

5941 036

4-wöchiger Intensivkurs Réception

für Ein- und Umsteiger an die Hotelréception mit FIDELIO Front Office

4. Oktober bis 29. Oktober 2010

Verlangen Sie bitte unser Kursprogramm oder besuchen Sie uns auf unserer
Homepage www.hotelschule-loetscher.ch

HOTELSCHULE LÖTSCHER

Färberstrasse 18, 7270 Davos Platz - Fon 081 420 65 26 - E-Mail info@hotelschule-loetscher.ch

7360 473



Deutsche Arbeitnehmer in der Schweiz

mit dem bekannten Referenten Wolfgang Foerster!

Die kulturellen und sprachlichen Unterschiede zwischen Deutschen und Schweizern werden oft unterschätzt. Dies kann zu Missverständnissen mit Gästen führen, aber auch das Arbeitsklima belasten. Der Kurs **Deutsche Arbeitnehmer in der Schweiz** vermittelt humorvoll die Do's und Dont's, die Sie als deutsche Gastgeber in der Schweiz beachten sollten.

Datum: Mittwoch, 30. Juni 2010

Ort: Steigenberger Hotel Gstaad-Saalen

Zeit: 14.00 – 17.30 Uhr

Kosten: Der Kurs ist für deutsche Mitarbeiter **GRATIS!**
Mitarbeiter mit einer anderen Nationalität bezahlen einen Unkostenbeitrag von Fr. 50.-

Anmeldung: anna.becker@hotelgastrounion.ch

Anmeldeschluss: Dienstag, 22. Juni 2010

7279 427

Die stellenrevue der htr hotel revue – jede Woche der grösste Stellenmarkt der Branche

Für weitere Informationen zur stellenrevue,
Preisanfragen oder für ein Abonnement
kontaktieren Sie uns direkt: **031 370 42 42/37**,
inserate@htr.ch, www.htr.ch

**stellenrevue htr
marché d'emploi**

Veränderungen
beginnen hier
htr stellenrevue

E-Marketing
Wird das Potenzial
des Webs Web
wirklich ausgenutzt?

Internet ist wichtiger als Sex

Ein gemeinsames Betzernetzwerk – für Ihren unternehmen

htr hotel revue

Ein Juwel unter den Feinschmecker-Restaurants unweit von Zürich an herrlicher Lage

Ein genialer Mix aus gutbürgerlichem Landgasthof und Spitzenrestaurant erwartet Sie. Treffpunkt für Geniesser einer hochstehenden, professionellen und ehrlichen Gastronomie. Ihrer unternehmerischen Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Your Home is your Castle: Im rustikal-gemütlichen, allein stehenden Gebäude im Landhausstil wartet eine 5-Zimmerwohnung auf zwei Etagen mit grosser Terrasse darauf, von Ihnen bewohnt zu werden! Das Renommee des Hauses, der hohe Bekanntheitsgrad und die besonders schöne Lage mit fantastischer Aussicht – auf einer Anhöhe, nur wenige Autominuten vom Stadtrand Zürich entfernt – bilden ein Alleinstellungsmerkmal. Und das Wichtigste: Sie übernehmen ein hervorragend laufendes Restaurant mit grosser Stammkundschaft, die Ihnen treu erhalten bleibt, wenn für Sie der Gast im Mittelpunkt steht und Ihnen eine exquisite Küche am Herzen liegt.

Unternehmerpersönlichkeiten als Pächterin – Geschäftsführerin

Der perfekt eingerichtete Betrieb mit 40-50 Plätzen und wunderschöner, grosszügig angelegter Terrasse inmitten von Grün – abseits vom Lärm und der Hektik des Alltags – bietet viel konzeptionelle Freiheit und Potential! Klar bevorzugt wird die Variante «Miete/Pacht». Geschäftsführung in einer Anfangsphase ist denkbar. Ein gastronomisch erfolgreich eingespieltes Paar/Duo wäre optimal. Idealerweise übernimmt «Er» oder «Sie» in dieser Konstellation die Küche. Die sympathischen Besitzer bieten Ihnen nicht nur eine überaus günstige Einstiegsvariante, sondern auch absolut faire, vorteilhafte Konditionen. Sie übernehmen einen schlüsselfertigen Betrieb, müssen nichts verändern oder in die Technik investieren: die Top Infrastruktur ist neuwertig. – Interesse geweckt? Optimal für den Erstkontakt: Vorab CV mit Foto via Mail senden oder anrufen. Wir sind gespannt auf das Gespräch mit Ihnen. Überzeugen Sie sich selbst und uns!

Ihr Gastro-Beraterteam: **Ansgar Schäfer & Christina Kaegi** (Mitglied der Geschäftsleitung)

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

Internationales Publikum und Gäste der Kantonshauptstadt kulinarisch verwöhnen.

Im Nr. 1-Hotel der City Inhouse-Gäste und die Gäste der Stadt nach allen Regeln der (Koch-)Kunst zu verwöhnen liegt unserem Auftraggeber besonders am Herzen! Dabei übernehmen Sie die Leitungsfunktion für das hochstehende à la carte-Geschäft des hoteleigenen neuen Restaurants der Extraklasse und arbeiten Hand in Hand mit der Führungs-Crew an ehrgeizigen Projekten für die Zukunft. Abgerundet wird das Angebot des Hauses mit kulinarischen Höhepunkten in den Bereichen Meeting, Events und Bankette mit bis zu 200 Personen im Rahmen einer sehenswerten perfekten Infrastruktur.

In diesem hervorragend geführten Hotel der Business Class – es gehört zu einer namhaften, dynamisch wachsenden europäischen Hotelgruppe – werden anspruchsvolle Kunden von A-Z verwöhnt. Ob exklusive Late Night Dinner, Quick Business Lunches, After Work Partys, Grillabende im einzigen hauseigenen Kräutergarten der Stadt, Special Events auf der Penthouse-Terrasse oder Chef's Table als kulinarische Workshops mit einem erfrischend prickelnden Apéro in der topmodernen Deluxe-Tageslicht-Küche: es bleiben keine noch so ausgefallenen Wünsche offen.

Sous-Chef – Küchenchef-StellvertreterIn

für das grösste und modernste 4-Sterne Superior-Hotel der Stadt

Was wir suchen ist eine organisatorisch starke Küchenchef-Stellvertreter-Persönlichkeit, die mit uns neue Wege beschreitet, von Anfang an Teams führt und für bestimmte Bereiche – den Neigungen und Stärken angepasst – zuständig sein wird. In einer lebendigen professionellen Umgebung, begleitet von einem jungen effizienten Management, werden Sie im Unternehmen mitwachsen und im Sinne der Karriereplanung langfristig weitere Zusatzaufgaben oder eine Küchenchef-Stelle in einem der neuen entstehenden Hotels in der näheren Umgebung übernehmen.

Highlights der Stelle: Top Hotel in super Lage, regelmässige Höchstnoten in Gästebewertungen und die Verwendung von ausschliesslich marktfrischen Produkten, die in feinste mediterrane Gerichte umgesetzt werden! Wollen Sie anspruchsvolle Kunden aus aller Welt und die Gäste der Kantonshauptstadt kulinarisch verwöhnen? Sind Sie der Profi auf dem Weg zu neuen Ufern, der darauf brennt seine hohe Leistungsfähigkeit unter Beweis zu stellen? Dann bitte sofort CV mit Foto per E-Mail senden oder anrufen. Ausserhalb der Büroöffnungszeiten: +41 79 402 53 00. Wir sind gespannt auf Sie!

Ralf-Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

Das elegante, italienische Restaurant im Zentrum Zürichs sucht per sofort oder nach Vereinbarung einen

Küchenchef

Als gelernte Fachkraft mit Berufserfahrung beherrschen Sie die italienische Kochkunst und überzeugen unsere anspruchsvollen Gäste mit Ihrer Kreativität.
Mit Begeisterung stehen Sie persönlich am Herd.
Als Führungspersönlichkeit motivieren Sie und vermitteln Ihre Freude am Kochen gerne einem Team von vier Personen.

Verpassen Sie diese Chance nicht. Senden Sie noch heute Ihre komplette Bewerbung an Chiffre 7356-4261 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Sie sind zwischen 23 und 28 Jahre jung. Nutzen Sie die Gelegenheit und werden unser

JUNG-COACH

im Cresta-Hotel, Klosters GR.

Sie bringen uns Ihre solide kaufmännische Ausbildung und wollen beweisen, was in Ihnen steckt.

Ihre Ideen, gepaart mit harter Arbeit, werden zum Erfolg führen, woran Sie teilhaben werden. Motivierter Mitarbeiter stehen Ihnen zur Seite.

Schriftliche Bewerbung an
Gastromontana AG, PF 537, 6301 Zug.

KURSAAL BERN

Der Kursaal Bern bietet eine einzigartige ALL IN ONE Dienstleistungskombination mit Kongress- und Kulturzentrum, dem grössten 4* Superior Lifestyle Hotel Berns, einem Grand Casino sowie Bars und Restaurants.

Wir begeistern!

Wenn dies auch auf Sie zutrifft, sollten wir uns unbedingt kennen lernen! Zur Führung unserer Küchen-Teams suchen wir nach Vereinbarung einen

Küchenchef (m/w)
Executive Chef
Mitglied der Geschäftsleitung

Wir suchen eine dynamische, führungsstarke und organisationsbegabte Persönlichkeit mit guten analytischen und konzeptionellen Fähigkeiten. Sie verfügen über Durchsetzungsvermögen, Zielstrebigkeit und zeichnen sich durch eine hohe Einsatzbereitschaft aus. Ihr Aufgabenbereich umfasst die konzeptionelle und personelle Führung unserer Küchen Bereiche mit der jeweils dazugehörigen Budget- und Kostenverantwortung. Durch Ihre kreative und zukunftsgerichtete Denkweise, entwickeln Sie die Ausrichtung der Küchen und des Angebots nach den Vorgaben der Unternehmens-Strategie. Mit Passion für Ihre Aufgabe verfolgen Sie mit Ihren Teams das Ziel, im Rahmen unserer Neuausrichtung bis zum Jahr 2012 das führende Kongress- und Eventzentrum der Schweiz zu werden.

Ihre hohe Fachkompetenz haben Sie mit Abschluss des Eidg. dipl. Küchenchef oder einer vergleichbaren Ausbildung erworben. Sie bringen zudem mehrjährige Management-Erfahrung als Küchenchef in internationalen Grossküchen mit. Sie sind belastbar, führungs- und umsetzungsstark und haben eine hohe Leistungsmotivation.

Suchen Sie eine längerfristige Anstellung und motiviert Sie die Herausforderung, die Führung unserer kulinarischen Welten mit Anlässen bis 1'000 Personen, Restaurationen und Caterings zu übernehmen? Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, spannende Tätigkeit in einem modernen Umfeld und ein engagiertes Mitarbeiter-Team.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:

Kursaal Bern
z.Hd. Alexandra Münger, Leiterin Human Resources
Kornhausstrasse 3, 3000 Bern 25
Tel: 031 339 52 10, e-mail: alexandra.muenger@kursaal-bern.ch

Hotel Taverne zur Linde 9220 Bischofzell

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

Serviceangestellte

Muttersprache Deutsch, Englisch- oder Französischkenntnisse von Vorteil.
Schichtbetrieb.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Familie Aeberhard Annelies
Gruebplatz
Tel. 071 422 16 10, info@hotel-linde.ch
www.hotel-linde.ch

**AMC – Besser essen.
Besser leben.
Das ist unsere Philosophie**
**AMC Schweiz sucht Beraterinnen
und Berater:**

- In Ihrer Wohnregion
- Neben- oder hauptberuflich
- Fest- und Prämieneinkommen
- Eigener PW erforderlich
- Nicht-Schweizer mit Bewilligung B oder C

Rufen Sie doch einfach an:
Tel. 079 919 02 01 Heinz Eilers
www.amc.info

RESTAURANT REUSSBRÜCKE



**Kochen mit Leidenschaft
auf hohem Niveau**

Wenn Sie dieser Satz anspricht, dann sind Sie unser Mann (oder Frau). Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung.
Für Infos Telefon 044 760 11 61,
Herr Klaus Imhof verlangen

Restaurant Reussbrücke,
Muristrasse 32, 8913 Ottenbach
Telefon 044 760 11 61
www.reussbruecke.ch



Das ARENA SKI & GOLF HOTEL befindet sich mitten im Bündner Ferienort Flims in unmittelbarer Nähe der Talstation. Zur gesamten Anlage gehört ausserdem die ARENA LODGE FOR RIDERS, die ARENA BAR und der ARENA CLUB.

Für das ARENA SKI & GOLF HOTEL mit 20 stilvollen Zimmern, einem Frühstückscafé für die Hotelgäste und einer kleinen Wellness-Anlage suchen wir per 1. Oktober 2010 oder nach Vereinbarung einen

GASTGEBER/BETRIEBSLEITER m/w (ganzjährig)

Ihr Aufgabenbereich umfasst die selbstständige, wirtschaftliche Leitung und Organisation des Betriebes in enger Zusammenarbeit mit der Gesamtdirektion der HOTEL ARENA AG und dem Verwaltungsrat. Sie pflegen engen Kontakt zu den Gästen und bauen den wertvollen Stamm an wiederkehrenden Gästen durch Ihre charismatische Persönlichkeit weiter aus. Sie verantworten unter anderem die Bereiche Housekeeping und Frühstück und sind bereit, selber gerne Hand anzulegen.

In Fragen des Marketings, der Aqise, der Administration und der Buchhaltung werden intensiv Synergien mit der ARENA LODGE FOR RIDERS genutzt – Ihr Mitdenken ist dabei sehr gefragt.

Das ARENA SKI & GOLF HOTEL verfügt über eine eigene Wohnung für den Betriebsleiter.

Für diese Aufgabe ist folgendes Anforderungsprofil ideal:

- Aus- oder Weiterbildung im administrativen-/Tourismusbereich (Hotelfachschule, Betriebsleiterkurse)
- Berufliche Erfahrung in Hotellerie/Gastronomie
- Guter schriftlicher Ausdruck in Deutsch und Englisch und mündliche Italienischkenntnisse

Wir erwarten grosses Engagement, Flexibilität und Selbstständigkeit. Freude an den alpinen Winter- und Sommersportarten sind von Vorteil. Wenn Sie diese Voraussetzungen mitbringen und gerne in verschiedenen Bereichen arbeiten, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Foto per E-Mail oder Post.

HOTEL ARENA AG
Herr Pascal Hofmann
Via Frau da Monis 2
7017 Flims

info@arenaflims.ch
www.arenaflims.ch
Tel. 081 911 24 00

Wir sind eine seit über 20 Jahren erfolgreiche, neuzeitlich geführte Grossunternehmung, assimiliert im spezifischen Segment der **italienischen, gehobenen Gastronomie**. Für die Umsetzung von neuen Konzeptideen bezüglich den weiteren Expansionsprojekten in bestfrequentierten, umsatzstarken **Spezialitäten-Restaurants**, suchen wir mit Eintrittsbeginn nach Übereinkunft praxisbezogene, innovative sowie **regional unabhängige**

Geschäftsführer.

... Damen sind ebenso willkommen.

Die individuell geführten Betriebe befinden sich an **zentralen Lagen in gesamtschweizerischen Städten**. Als **Gerant(in)** übernehmen Sie in der **ersten Phase** Ihrer gründlichen Einführungszeit für wenige Wochen in einem Zweigbetrieb in Zusammenarbeit mit dem Geschäftsleiter die Verantwortung für den koordinierten Ablauf des täglichen Geschehens an der Front; erledigen das anfallende Administrative und arbeiten aktiv bei der Detailplanung von konzeptionellen Aufgaben mit. Von der Verwaltung werden Sie im konstruktiven Sinn vielseitig unterstützt.

Gewünscht wird von Ihnen eine solide Grund- und Weiterausbildung mit guten **mündlichen Fremdsprachenkenntnissen in Deutsch und/oder Französisch**. Sie waren in der Vergangenheit teils als Koch tätig; als Servicefachangestellter und Chef de service/Assistent bis zum **Geranten**. Sie haben sich bereits mehrjährige Erfahrungen in **italienischen Speiserestaurants** angeeignet und kennen daher bestens die entsprechende Ess- & Wein-Kultur. Ihr Alter liegt idealerweise zwischen 30 und ... ? Jahren.

Vorzugsweise sind Sie tessinerischer, **italienischer**, spanischer oder portugiesischer **Landesherkunft**. Sie sind im Besitze eines gültigen Ausländerausweises und zudem eines kantonalen Gastronomie-Patentes 'A'.

Eine vielseitige, attraktive Position mit ausgezeichneten Rahmenbedingungen wartet auf Sie. – Wir bedanken uns schon jetzt für die Unterbreitung Ihrer vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Passfoto und Referenzangaben unter Chiffre 7375-4269 an **htr hotel revue**, Postfach, 3001 Bern. **Discretion** ist selbstverständlich. **Jeder Dossiereingang** wird bestätigt.

7375-4269



38 Betten
www.hotelcalifornia.ch

Hotel California
Marco Caliaro
Schiffplande 18
8001 Zürich
m.caliaro@gastag.ch

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

Réceptionist/in

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.

7200-4217



Leiter/in Marketing und Verkauf Mitglied der GL

Wer die Schweiz sehen will, nimmt die steilste Zahnradbahn der Welt auf den Pilatus. Der hat aber mehr zu bieten als den berühmten 360-Grad-Rundblick. Viel mehr. Diese Botschaft muss jetzt auf direktestem Weg zum Zielpublikum.

Die Pilatus-Bahnen AG haben sich auf der Angebotseite intensiv weiter entwickelt. Der 2132 Meter hohe Hausberg von Luzern steckt voller Möglichkeiten. Touristen und Tagesausflügler, Gruppen und Seminare, Familien und Individualisten – alle finden hier das Richtige vom Businessevent bis zum Abenteuerplatz – für Fun & Action, sagenhafte Erlebnisse und einmalige Aussichten. Als

Leiter/in Marketing und Verkauf

ist Ihre wichtigste Aufgabe, den Pilatus über den Fokus „Bahnen“ hinaus in den unterschiedlichen Zielmärkten zielgruppengerecht als Ganzjahresdestination neu zu positionieren. Sie denken und agieren auf drei Ebenen: Sie entwickeln die Dachmarke weiter, definieren die Angebote und entwickeln diese attraktiv weiter. Wir erwarten innovative und kreative Lösungen, die in den hart umkämpften Märkten über-raschen. Ihr zweiter Fokus gilt dem Verkauf: Sie wissen, wie man Ideen in Produkte verwandelt und wie man Produkte

im Wettbewerb verkauft. Und drittens bearbeiten Sie mit geeigneten Kommunikationsmassnahmen die Märkte im In- und Ausland. In all diesen Bereichen arbeiten Sie intensiv mit Ihrem eigenen Spezialistenteam und mit externen Agenturen und Partnern zusammen.

Sie sind durch und durch der Marketing- und Verkaufsfreak, der weiss, wie Zielgruppen und Märkte ticken. Als umsetzungsstarke Ideenmensch verfügen Sie über die nötige Innovationskraft, um immer wieder neue Impulse zu setzen und eine Marke lebendig zu halten. Der Pilatus ist eine der wichtigsten Destinationen im internationalen Schweiz-Marketing – dem sind Sie fachlich und organisatorisch gewachsen. Ihr Herz schlägt für den Tourismus. Wenn Sie diesen Tatbeweis noch nicht erbracht haben, haben Sie in Ihrer Bewerbung die Möglichkeit, die entsprechenden Ideen zu lancieren und sich zu beweisen.

Wir freuen uns!

Kontakt: Jörg Lienert
René Barmettler

Jörg Lienert AG
Unternehmensberatung
in Personalfragen
Hirschmattstrasse 15, Postfach
CH-6002 Luzern
Telefon 041 227 80 20
luzern@joerg-lienert.ch

JÖRG LIENERT
SELEKTION VON FACH-
UND FÜHRUNGSKRÄFTEN

7302-4251



HOTEL MONOPOL LUZERN

Für unser Hotel **** MONOPOL + Hotel *** ALPINA Luzern, direkt beim Bahnhof Luzern, suchen wir per 16. August 2010 oder nach Vereinbarung:

Service + Housekeeping Managerin

Weitere Infos zur Stelle siehe
www.monopol-luzern.ch bei JOBS

Stv. Chef de Réception/Réceptionist/in

Weitere Infos zur Stelle siehe
www.monopol-luzern.ch bei JOBS

Wenn die detaillierte Stellenbeschreibung auf www.monopol-luzern.ch Sie angesprochen hat, und Sie zudem an einem längerfristigen Engagement interessiert sind, dann schicken Sie uns bitte per Post Ihr komplettes Bewerbungsdossier mit Foto an:

HOTEL MONOPOL LUZERN

Frau Brigitte Heller, Direktorin
Pilatusstrasse 1
6002 Luzern

7301-4231

HOTELIS

Hotelis ist eines der wichtigsten, aktiven Schweizer Unternehmen in der Vermittlung von Dauer- und Temporärstellen in der Hotellerie, Restauration und Gemeinschaftsgastronomie sowie für Cateringunternehmen.

Wir haben in **renommierten 4* Hotels in Zürich** folgende Stellen zu besetzen

Chef de partie Saucier

Koch

Commis de cuisine

Servicefachangestellte

Für ein **Restaurantbetrieb am Vierwaldstättersee** suchen wir
Unterkunft ist hier vorhanden

Servicefachangestellte (per sofort bis Ende September) und
eine Servicemitarbeiterin (20.6.-15.9.2010 auch als Feriastelle)

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen
Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Hotelis, Zähringerstrasse 51, 8001 Zürich oder jbock@hotelis.ch - www.hotelis.ch
Tel: 044 250 51 00

7413-4202

Lake Side

LUNCHING | DINING | MEETING

Die KRAMER GASTRONOMIE sieht sich als dynamisches, kreatives Unternehmen mit Spass und Lust an einer unkomplizierten, kommunikativen, jungen Gastronomie und Hotellerie. Unsere 10 Restaurants und 2 Hotels sind konsequent innovativ mit dem klaren Anspruch an gute Qualität. Die KRAMER GASTRONOMIE überzeugt durch die bunte Palette ihrer Betriebe und deren individuellen, vielfältigen Konzepte. Mehr unter www.kramergastronomie.ch

Unser Restaurant Lake Side liegt direkt am Seeufer und nahe dem Zürcher Stadtkern. Das À-la-carte-Restaurant (13 GaultMillau-Punkte) verfügt über 130 Innenplätze sowie 160 Terrassenplätze und 30 Plätze an der Bar. Zusätzlich bietet unser Selbstbedienungrestaurant Lake Away auf der Terrasse 300 Gästen Platz. Im Obergeschoss befinden sich Bankett-, Seminar- und Kongressräume mit einer Kapazität von bis zu 1000 Personen. Die Küche bietet ein vielfältig mediterranes-euroasiatisches Angebot und im Restaurant können sich unsere Gäste zudem an unserer Sushi-Bar erfreuen.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen erfahrenen Fachmann als

Küchenchef

der sich freut, unsere 18-köpfige Brigade zu führen und das Angebot unserer Küche weiterhin auf höchstem Niveau auszubauen und zu gewährleisten.

Sie sind geprägt von Ihrer grossen Leidenschaft für die Gastronomie und bringen folgende Voraussetzungen mit: Erfahrung als Küchenchef in Betrieben von vergleichbarer Grösse, eidgenössisches Diplom als Küchenchef wünschenswert, Routine im Bankettwesen (ca. 500 Anlässe pro Jahr), Führungsqualität, Durchsetzungsvermögen, Kreativität, Organisationstalent, Administrationskenntnisse und viel Liebe zum Beruf.

Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz, unternehmerischen Spielraum und Selbstständigkeit sowie alle Perspektiven einer grösseren Gastronomieunternehmung.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:
Tatjana Amstutz, Leiterin Human Resources, Herdernstrasse 56, Postfach 1767, 8040 Zürich, www.kramergastronomie.ch

ZÜRICH AMBIANCE
LIFESTYLE TRADITION DREAMS

7302-4251

Ihre Chance im UNESCO Welterbe
SCHWEIZER ALPEN Jungfrau-Aletsch

Packen Sie diese in unserem innovativen Familienbetrieb auf der Riederalp in den Walliser Alpen! Werden Sie neues Teammitglied bei den Art Furrer Hotels und führen Sie unser Resort in eine glänzende Zukunft. Das Hotel verfügt über 150 Betten im 3- und 4-Stern-Bereich und verschiedene Restaurants. Wir suchen eine(n)

Geschäftsleiter(in)/Hoteller(ère)

ab diesem Sommer/Herbst bzw. nach Vereinbarung. Sie lieben Frontarbeit, administrativ sind Sie grossteils entlastet. Sie nehmen neben der alleinigen Verantwortung für das Tagesgeschäft auch Einfluss auf eine weiterhin erfolgreiche Unternehmenspolitik.

Sie verfügen über:

- Hotelfachabschluss oder eine gleichwertige Ausbildung
- Erfahrung in vergleichbarer Position
- Führungsstärke, Initiative und Qualitätsbewusstsein
- Sind Sie eine kontaktfreudige, dynamische Gastgeberpersönlichkeit?

Wir bieten Ihnen:

- Vielseitige, verantwortungreiche Ganzjahresstelle
- Sorgfältige, fundierte Einführung
- den Wunsch nach einer längerfristigen Zusammenarbeit
- interessante, zeitgemässe Anstellungsbedingungen

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto richten Sie bitte online per Mail an: chef@artfurrer.ch
Postbewerbungen können nicht retourniert werden.

HOTEL | LANDGASTHOF
RÖSSL
Tuferswil 20
Tel. 071 932 01 00
www.reiss-tuferswil.ch



Für unseren Landgasthof mit neuem Hotel und Seminarräumen suchen wir zur Ergänzung in unser junges Team mit Lehrlingen in Jahresstelle auf Juli/August oder nach Vereinbarung

Koch/Chef de Partie

Sie sind eine teamfähige, pflichtbewusste und einsatzfreudige Persönlichkeit mit abgeschlossener Berufsausbildung. Sie haben Freude am Verarbeiten von Frischprodukten und Sie verstehen es, die Gäste mit schön präsentierten und herrlich abgeschmeckten Speisen zu verwöhnen.

Gerne würden wir Sie kennenlernen, um mit Ihnen alles Weitere zu besprechen.

Senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Foto oder rufen Sie uns an.

Familie Magnus und Esther Thalman

Thurgau

Das Bildungs- und Beratungszentrum Arenenberg liegt in einzigartig schöner Landschaft am Bodensee. Als Berufsfachschule, Beratungs- und Dienstleistungszentrum sowie Seminar- und Tagungsort erfüllt es vielseitige Aufgaben. Arenenberg ist zudem mit Napoleonmuseum und Schlosspark ein beliebter Kultur- und Tourismusort. Auf 1. August 2010 ist eine Stelle als

Köchin / Koch

zu besetzen.

In der neuen Küche arbeiten Sie unter Leitung des Chefkochs, den Sie zeitweilig vertreten. Sie planen und kochen Menüs, bei denen die Saisonalität, die Produkte aus der Region und die Ansprüche der verschiedenen Gästegruppen besonders berücksichtigt werden.

Sie sind eine teamfähige, flexible und vielseitig ausgebildete Fachperson. Selbstständigkeit, Zuverlässigkeit, Kreativität und hohe Qualitätsansprüche sind wichtige Komponenten in Ihrer Arbeit.

Wir bieten Ihnen eine interessante, entwicklungsfähige Stelle. Die Weiterbildung wird unterstützt und gefördert. Die attraktiven Anstellungsbedingungen und das gute Arbeitsklima sind weitere Pluspunkte dieser Stelle.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne:
Frau Pia Lenz, Leiterin Seminare und Tagungen,
T. 071 663 31 64, pia.lenz@tg.ch

Ihre Bewerbung richten Sie bitte an das:
Bildungs- und Beratungszentrum Arenenberg
Frau Pia Lenz, 8268 Salenstein



Das Hotel Holiday ist das ***-Standard-Seminar- und Businesshotel in Thun. Das Hotel verfügt über 59 Zimmer und 1 Suite, mit 110 Betten, einen gepflegten Gastronomiebetrieb mit einzigartiger Gartenterrasse sowie Bankett- und Cateringbereich. Wir sind gemäss Q-Gütesiegel zertifiziert.

Für unseren lebhaften und abwechslungsreichen Betrieb suchen wir zur Verstärkung unseres bestehenden Teams ab August oder nach Vereinbarung eine

Réceptionistin (100%)**Ihre Hauptaufgaben:**

Die persönliche Betreuung von unseren anspruchsvollen Gästen, das optimale Verkaufen von unseren Hotelzimmern sowie die effiziente Bearbeitung der täglichen Korrespondenzen gehören zu Ihren Hauptaufgaben.

Ihr Profil: Sie haben eine erfolgreich abgeschlossene Ausbildung als Hotelfachfrau und bereits Erfahrung. Sie sind aufgestellt, selbstständig, flexibel und Teamgeist zählen zu Ihren Stärken. Sie verfügen über Organisations- und Sprachtalent. Gepflegte Umgangsformen sind für Sie eine Selbstverständlichkeit. Kenntnisse des Anwenderprogramms Fidelio sind von Vorteil.

Eine spannende Aufgabe und ein junges Team erwarten Sie.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

HOTEL RESTAURANT HOLIDAY
z. H. Claudia Wunsch
Gwattstrasse 1, 3604 Thun, Telefon 033 334 67 67

Gourmet Restaurant Hotel



Richard und Yvonne Stöckli
3812 Wilderswil-Interlaken

Tel. 033 828 35 50 - Fax 033 828 35 51
www.hotel-alpenblick.ch

Ein starker Auftritt inmitten der Jungfrauregion

Unser Gourmetstübel wurde ausgezeichnet mit 1 Stern Michelin und 17 Punkten Gault Millau. In unserem qualitätsbewussten Team suchen wir:

Betriebsassistent/-in

Sie haben in den letzten Jahren in der gepflegten Gastronomie Erfahrung gesammelt und suchen eine Anstellung, bei der Sie all Ihr Wissen einbringen können.

Servicefachangestellte/-r

mit Erfahrung und fundierten Weinkenntnissen

Chef de Partie Tournant (m/w)**Chef de Partie Pâtisserie (m/w)**

mit Erfahrung in der gastronomischen Küche

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

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



Die Tische sind gedeckt. Das Ambiente lädt zum Verweilen ein. Unser **Ristorante LA CANTINELLA** ist für die italienischen Momente im Leben geschaffen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir **per 1. September 2010** oder nach Vereinbarung eine/n:

**Chef de Partie oder
Commis de cuisine (m/w)**

Sie verfügen über eine abgeschlossene Lehre als Koch und bringen von Vorteil bereits erste Erfahrungen in der hochstehenden italienischen Küche mit. Es ist selbstverständlich für Sie, sorgfältig und sauber zu arbeiten und Sie zeigen viel Einsatz und Engagement, wenn es darum geht, Ihre Gäste täglich kulinarisch zu verwöhnen.

Bei uns arbeiten Sie in einem gut organisierten, ISO, 9001-zertifizierten Betrieb mit einem aufgestellten, jungen Team und vielen beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten.

Bitte senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Hotel Belair
Herr Gianpiero Aimone (Küchenchef) oder
Herr Peter K. Jörg
Alte Winterthurerstrasse 16
8304 Wallisellen-Zürich
Tel. +41 44 839 55 55
www.belair-hotel.ch
info@belair-hotel.ch

**Das einzigartige «Unique»
Hotel Post Zermatt hat Kultstatus!**

Mit 4 Restaurants, 5 Bars & Clubs und 1 Hotel unter einem Dach ist es DER Treffpunkt in Zermatt!

4 Restaurants:

Borghetti & Pizzeria Factory

Ristorante Portofino

Broken Tex Mex Grill

Brown Cow Inn Bar

5 Bars & Clubs:

THE PINK LIPS MUSIC BAR

Broken Bar Disco

Loft club lounge

Papa Caesar Lounge Bar

Brown Cow Pub

Wir suchen ab sofort

RezeptionistIn in Jahresstelle

Sie sind verantwortungsbewusst, flexibel, teamfähig und einsatzbereit.

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:

Hotel Post Zermatt, zHv Herr Daniel Droz, Vizedirektor
Bahnhofstrasse 41, CH - 3920 Zermatt

daniel.droz@hotelpost.ch, Tel: 027 967 19 31, www.hotelpost.ch

Bahnhofstrasse 41
T. 027 967 19 31
www.hotelpost.ch

Unique
HOTEL POST
Zermatt
restaurants • bars • clubs

**Wer sind wir**

Wir sind ein führender Kongress-, Bankett- sowie Unterhaltungsbetrieb der Schweiz. Wir bieten viele nostalgische und moderne Säle für bis zu 1200 Personen inmitten der imposanten Bergwelt des Berner Oberlandes. Nebst zwei Restaurationsbetrieben betreiben wir ein Spielcasino Typ B. Wir sind das einzige Schweizer Mitglied der «Historic Conference Centers of Europe» (HCCCE), eine exklusive Vereinigung von historisch bedeutenden und einzigartigen Kongresszentren Europas. Ausserdem sind wir seit 1999 ISO-9001-zertifiziert.

Auf 1. August 2010 oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

F&B Assistent/in (100%)**Ihr Profil**

- Sie verfügen über einen Hotelfachschulabschluss
- Sie haben erfolgreich eine Koch- und/oder Servicelehre
- Sie sind eine offene, initiative sowie kommunikative Persönlichkeit und verfügen über eine schnelle Auffassungsgabe
- Sie verfügen über gute EDV-Kenntnisse (Word, Excel, Outlook)
- Sie verfügen über gute Sprachkenntnisse
- Sie verfügen über ein gutes Organisations-talent
- Sie sind in der Lage, Schulungen zu planen und durchzuführen

Ihre Aufgaben

- In Absprache mit dem F&B Manager tätigen Sie Einkäufe und verhandeln über Preise
- Sie planen und führen Anlässe mit dem Bankettleiter durch
- Sie führen Mitarbeiterschulungen durch
- Sie betreuen unsere Praktikanten von den Hotelfachschulen
- Sie unterstützen unser à-la-carte-Restaurant und unser Gruppenrestaurant bei Bedarf
- Sie erstellen Menükarten
- Sie erstellen Statistiken für den F&B Manager
- Sie vertreten den F&B Manager bei dessen Abwesenheit
- und vieles mehr

Wir bieten

- eine spannende Herausforderung in einem sehr abwechslungsreichen Betrieb
- permanente Aus- und Weiterbildung
- einen idealen Einstieg ins Berufsleben nach der Hotelfachschule
- ein gastronomisch vielseitiges Angebot

Haben wir Sie neugierig gemacht? Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung an:

Casino Kursaal Interlaken AG
Huber Christian, F&B Manager, Strandbadstrasse 44, 3800 Interlaken

E-Mail: huber@casino-kursaal.ch, Internet: www.casino-kursaal.ch
Telefon: 033 827 61 34

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

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

Viel Erfolg bei der Suche!

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Geschäftsführer	Region Zürich	J15012
Geschäftsführer (m/w)	Region Zentralschweiz	J15001
Pächter/in / Geschäftsführer/in	Region Zürich	J15041
Geschäftsführer	Region Bern	J14907

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
eCommerce Cluster Manager	Region Zürich	J14923

Reiseleitung/ Tourismus

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
direttore/diretrice	Tessin	J15039

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Réceptionist/in	Region Zentralschweiz	J15000
Réceptionist/in	Region Zentralschweiz	J14913
Réceptioniste	Region Waadt/ Unterwallis	J14902
Réceptionist/in (England - Dorset)	International	J14897
Chef de réception	Region Neuchâtel/ Jura	J15043
Réceptionist/in	Region Bern	J15017
Réceptionist/in	Region Mittelland (SOAG)	J15021
Réceptionist/in	Region Bern	J15031
Réceptionist/in	Region Zentralschweiz	J14992
Hotelsekretärin mit Sales- und Marketingaufgaben (m/w)	Region Graubünden	J14975
Nacht-Concierge 30%-70% (w / m)	Region Zürich	J14348

Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Reservationssekretär/in	Region Oberwallis	J15042

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Mitarbeiter/in Produktionsplanung und Steuerung PPS	Region Zürich	J14917
Koch, Entremetier	Region Bern	J14978
Servicefachmitarbeiter/in	Region Zürich	J14983
F&B Assistent	Region Graubünden	J14933
F&B Assistent	Region Graubünden	J15027

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de Cuisine	Region Oberwallis	J14930
Commis de cuisine	Region Bern	J15044
Chef de partie (w/m)	Region Zürich	J15040
Commis de cuisine	Region Neuchâtel/ Jura	J15036
Chef pâtissier (England - Dorset)	International	J15037
Chef de partie (England - Channel Islands)	International	J15002
Chef de partie (England - Hampshire)	International	J15003
Demi-chef de partie	Region Bern	J15013
Commis de cuisine	Region Bern	J15016
Top Sous chef	Region Mittelland (SOAG)	J15020
Koch für Cateringveranstaltungen temporär	Region Bern	J15022
Köchin/Koch	Region Zentralschweiz	J15023
Sous-Chef - Küchenchef-Stellvertreter/in	ganze Schweiz	J15011
Commis / Demi Chef Pâtisserie	Region Bern	J15029
Executive Küchenchef	Region Bern	J15030
Chef de partie (Irland - Kerry)	International	J14979
Chef de partie Tournant	Region Zürich	J14982
Koch (w/m)	Region Bern	J14997
Küchenchef	Region Zürich	J14927
Chef de partie Commis de cuisine	Region Bern	J14976
Senior sous-chef (England - London)	International	J14898
Commis de cuisine	Region Bern	J14901

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Commis de rang	Region Bern	J15034
Chef de rang (England - London)	International	J14896
Chef de Service	Region Ostschweiz	J15032
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Mittelland (SOAG)	J15033
Restaurationsfachfrau - Mann	Region Bern	J14998
Servicefachmitarbeiterin	Region Bern	J14999
Chef de rang	Region Bern	J14919

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de rang	Region Mittelland (SOAG)	J14920
Service Mitarbeiter/in Rôtisserie	Region Zürich	J14925
Servicefachmitarbeiterin	Region Zürich	J14931
Restaurantmanager Assistent/in (England - London)	International	J14899
Chef de service	Region Zentralschweiz	J14906
Junior Chef de Service	Region Basel	J14910
Chef de Service (m/w)	Region Zentralschweiz	J14915
stv. Restaurantleiter (m/w)	Region Graubünden	J14932
Chef de rang	Region Bern	J15035
Commis de rang	Region Bern	J15038
Commis de rang	Region Bern	J15004
Chef de rang	Region Bern	J15006
Chef de rang (Irland - Kerry)	International	J15007
Chef de rang	Region Bern	J15014
Commis de rang	Region Bern	J15015
Junior Chef de Service (m/w)	Region Zürich	J15024
Servicefachmitarbeiter ca. 80% (m/w)	Region Zürich	J15025
Servicefachmitarbeiter	Region Graubünden	J15026
Restaurantleiter (m/w)	Region Graubünden	J15028

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de bar (Irland - Kerry)	International	J15008
Barmitarbeiterin / Barmitarbeiter	Region Zentralschweiz	J14912
Barfachangestellte/r	Region Graubünden	J14900
Barmitarbeiterin	Region Graubünden	J14934

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Gouvernante	Region Zentralschweiz	J15019
Haushaltshilfe	Region Basel	J14987

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Hotelfachfrau (50%)	Region Zürich	J14922
Mitarbeiter/in Badaufsicht	Region Zentralschweiz	J14916
Sous-chef, Chef de Partie	Region Zürich	J14909

Lehrstellen/ Praktikum

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Praktikant/in Réception	Region Bern	J14895
Praktikant/in Réception	Region Oberwallis	J14893
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
B170	Administrativer Bereich / Front Office	32	IT	per sofort	D F E
B1213	Aushilfe für Service/ Etage oder Réception	29	DE	per sofort	D E
B1188	Chef de partie/ Souchef	40	DE	per sofort	D F E
B814	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
B1203	Executive Housekeeper	37	CH	per sofort	D F E PT
B137	Küchenchef	58	DE	per sofort	D F E
B763	Küchenchef	56	CH	per sofort	D E
B831	Management/Direktion/Verwaltung	54	CH	per sofort	D F E
B1208	Mittleres Kader HF/Marketing/Reception	32	CH	per sofort	D F E
B140	Personal/ Geschäftsleitung/Verwaltung	44	DE	per sofort	D E
B354	Restaurantassistent/Empfangsassistent/Serviceangestellte/Barmitarbeiterin	24	DE	per sofort	D F E TR
B1153	Service	35	DE	per sofort	D E
B1148	Servicefachangestellte	26	CH	per sofort	D
B835	Spitalhotellerie/ Gesundheitswesen/ Konzeption/ Consulting	30	DE	per sofort	D F E
B656	Team- oder Gruppenleiterin	38	CH	per sofort	D E
B1170	Zimmermädchen/ Küchenhilfe/ Kellnerin/ Service	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 14. 6. 2010. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Lake Side

LUNCHING | DINING | MEETING

Die KRAMER GASTRONOMIE sieht sich als dynamisches, kreatives Unternehmen mit Spass und Lust an einer unkomplizierten, kommunikativen, jungen Gastronomie und Hotellerie. Unsere 10 Restaurants und 2 Hotels sind konsequent innovativ mit dem klaren Anspruch an gute Qualität. Die KRAMER GASTRONOMIE überzeugt durch die bunte Palette ihrer Betriebe und deren individuellen, vielfältigen Konzepte. Mehr unter www.kramergastronomie.ch

Unser Restaurant Lake Side liegt direkt am Seeufer und nahe dem Zürcher Stadtkern. Das À-la-carte-Restaurant (13 GaultMillau-Punkte) verfügt über 130 Innenplätze sowie 160 Terrassenplätze und 30 Plätze an der Bar. Zusätzlich bietet unser Selbstbedienungsrestaurant Lake Away auf der Terrasse 300 Gästen Platz. Im Obergeschoss befinden sich Bankett-, Seminar- und Kongressräumlichkeiten mit einer Kapazität von bis zu 1000 Personen. Die Küche bietet ein vielfältig mediterran-euroasiatisches Angebot und im Restaurant können sich unsere Gäste zudem an unserer Sushi-Bar erfreuen.

Nach Vereinbarung suchen wir eine/n motivierte/n

Demi-Chef de Partie & Commis de Cuisine

Sie haben eine abgeschlossene Kochlehre und verfügen bereits über Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie. Sie sind ehrgeizig, zuverlässig und können mit Spass und Elan auf höchstem Niveau Ihre Kochkünste unter Beweis stellen.

Reizt Sie diese vielseitige Aufgabe in einem dynamischen Umfeld, dann freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung an:
Tatjana Amstutz, Leiterin Human Resources, Herdernstrasse 56, Postfach 1767, 8040 Zürich, www.kramergastronomie.ch

ZÜRICH AMBIANCE
KRAMER LIFESTYLE TRADITION DREAMS

7386-4277



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. September oder nach Vereinbarung einen

Sales Manager Backoffice (100%, m/w)

In dieser Funktion sind Sie verantwortlich für die effiziente und effektive Organisation und Abwicklung des Backoffice in der sechsköpfigen Verkaufsabteilung. Sie bieten zu je rund 50% wertvolle Supportleistung für den Bereich Convention Services und die Marktbearbeitung.

Hauptaufgaben:

- Administrative Koordination der Verkaufsabteilung, inkl. Pflege der Adressdatenbank Verkauf
- Mithilfe bei der Umsetzung von längerfristig ausgelegten, klar definierten Verkaufsstrategien
- Betreuung des Call Centers für Gruppen- und MICE-Anfragen: Effiziente und kundenorientierte Beratung sowie Erarbeitung von Offerten und Abwicklung von Buchungen für Gruppen im Freizeit- und MICE-Bereich
- Organisation von Verkaufsmassnahmen aller Art wie Messeauftritte für Fachpublikum und Endkunden, Sales Calls/Verkaufsgespräche, Präsentationen, Cross-Promotionen und Special Events

Anforderungen:

- Kaufmännische Grundausbildung, fundierte Marketing-Ausbildung
- Gewandte Ausdrucksfähigkeit in Deutsch, Englisch und Italienisch
- Besitz eines PKW-Führerscheins

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann senden oder mailen Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Bild bis zum 28. Juni 2010 an: Engadin St. Moritz, Herr Michael Baumann, Personalleiter, Via San Gian 30, 7500 St. Moritz, Tel. +41 81 830 09 22
michael.baumann@sesag.ch, www.engadin.stmoritz.ch

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

7386-4281



Haslital Tourismus sucht eine/n

Manager in Marketing & Sales

Wir suchen Sie als Persönlichkeit mit Durchsetzungsvermögen, Einsatzbereitschaft, Zielstrebigkeit und herausragenden kommunikativen Eigenschaften. Als Mitglied in einem kleinen, dynamischen Team legen Sie Eigeninitiative an den Tag und bringen aktiv Ihre Fähigkeiten ein.

Aufgabenbereich:

- Marktbearbeitung von Auslandsmärkten
- Verkauf im Markt Schweiz
- Planung & Produktion von Packages
- Kommunikations- und Unterstützungsaufgaben
- Projektbezogene Aufgaben

Sie verfügen über Erfahrung im Tourismus-Marketing für eine Destination, sind dienstleistungsorientiert, gewandt im Umgang mit Sprachen und haben ein selbstsicheres Auftreten? Dann sollten wir unbedingt zusammen sprechen!

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche und vielseitige Tätigkeit. Es erwarten Sie spannende Projekte und interessante Aufgaben in unserer fantastischen Destination!

Stellenantritt per 1. September 2010 oder nach Vereinbarung.

Ihr Bewerbungsdossier schicken Sie bitte bis zum 30. Juni an:

Haslital Tourismus
Margrith Frey-Brunner
Betriebsleiterin
Twing
6084 Hasliberg Wasserwendi
E-Mail: margrith.frey@haslital.ch
Tel.: 033 972 51 24
<http://www.haslital.ch>

7386-4282



Wir sind ein führendes und modernes Unternehmen für die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb von Einzelapparaten und kompletten Grosskücheneinrichtungen für die Gastronomie und alle Betriebe mit Gemeinschaftsverpflegung. Unsere Kunden sind professionelle Restaurationsbetriebe und Betreiber von Produktionsküchen in Grossbetrieben.

Für die Beratung und den Verkauf von Grossküchenapparaten und -einrichtungen in den Kantonen Graubünden und Glarus suchen wir einen

Regional-Verkaufsleiter (Grossküchen)

Electrolux bietet Ihnen ein attraktives und vollständiges Verkaufsprogramm mit guter Marktposition. Das Ihnen zugeteilte Reisegebiet beinhaltet einen soliden bestehenden, wie auch ausbaufähigen Kundenkreis. Sie werden technisch und kommerziell unterstützt von einem kompetenten Backoffice.

Wir erwarten von Ihnen eine hohe Affinität zum Grossküchengeschäft mit einem guten Leistungsausweis aus einer ähnlichen Position. Hohe Einsatzbereitschaft und eine sehr selbstständige Arbeitsweise sind wichtige Voraussetzungen für einen dauerhaften Erfolg in diesem interessanten Wirkungsfeld. Idealerweise wohnen Sie im Grossraum Chur.

Suchen Sie eine echte, dauerhafte Herausforderung mit einem hohen Mass an Eigenverantwortung?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto an untenstehende Adresse. Sie können von uns absolute Diskretion erwarten.

ELECTROLUX PROFESSIONAL AG

Ruedi Burkhard
Bleichemattstrasse 31
5001 Aarau
Telefon: 062 / 837 62 02
E-mail: rudolf.burkhard@electrolux.ch

7386-4283

hoteljob.ch

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





GROSSES BEGINNT MIT EINEM INSERAT.

Sehen Sie, was aus dem Sprössling wird, und gewinnen Sie Einkaufsgutscheine von Coop City im Gesamtwert von CHF 130000.–

- 1. Laden Sie die kostenlose iPhone-App «Kooaba Paperboy» herunter.**
- 2. Fotografieren Sie den Sprössling mit der «Kooaba Paperboy»-App.**

Alternativteilnahme: www.das-kann-nur-ein-inserat.ch/sproessling

Das kann nur ein Inserat.

Interaktivität ist nur einer der vielen Vorzüge von Inseraten, beworben von Manuel Rohrer von der Werbeagentur Contexta. Eine Aktion der Schweizer Presse in Zusammenarbeit mit dem Kreativnachwuchs der Schweizer Werbeagenturen. www.schweizerpresse.ch



SCHWEIZER PRESSE
PRESSE SUISSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS

Suisse romande

☆☆☆☆

Au Parc Hotel
Famille Suterh Propritaire
Fribourg

Hôtel 4**** 136 lits, 2 restaurants, 1 bar, 1 dancing,
11 salles de conférences, service traiteur, boutiques.

POSTES DISPONIBLES

UN SOUS-CHEF DE CUISINE
Travaille au sein d'une petite équipe en collaboration
avec le chef de cuisine.
Cuisine du marché, clientèle internationale,
séminaire, banquet.
Motivé, compétent, créatif, participant activement à la
formation des apprentis avec minimum 1 année
d'expérience dans un poste équivalent.
Expérience préalable en Suisse souhaitée.
Entrée : à convenir

Merci de nous envoyer votre candidature à :
Au Parc Hôtel - Rte de Villars 37
1700 Fribourg
026 / 429 56 56
luc.bacher@auparc-hotel.ch

Pour maison privée
à Lausanne
nous cherchons un

MAJORDOME
sachant
CUISINER
nourri-logé

Expérience et références
demandées.

Excellentes conditions
d'engagement à personne
expérimentée et qualifiée.

Renseignements volontiers donnés
par téléphone aux heures de bureau.

Totale discrétion garantie

Faire offres à:
Agence Asserma
63, avenue de Lavaux
CH - 1009 Pully (Vaud)
Tél. 021 729 74 94
Fax 021 728 51 79

ESPLANADE ****
HOTEL RESORT & SPA

Moderne Hotelkultur in historischem Rahmen; 67 Zimmer und Suiten;
Restaurant, Panoramaterrasse, Bar, Konferenzräumlichkeiten;
erholende Oase für Wellness, Schönheit und Fitness.

Wir suchen per 1. August 2010 eine/n Mitarbeiter/in mit Erfahrung
in 4* oder 5* Hotels für folgende freie Stelle:

CHEF DE PARTIE (Entremetier) m/w

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen
ESPLANADE HOTEL RESORT & SPA
Via delle Vigne 149 • CH-6648 Locarno-Minusio
Email: sonja.nowaczyk@esplanade.ch • www.esplanade.ch

International

FBM
FREDDY BURGER MANAGEMENT

Wir suchen für einen der angesagtesten Clubs,
in einer der pulsiersten Städte von Europa, einen

Geschäftsführer (Adagio Berlin)

Ihr Hauptinteresse gehört dem Bereich Organisation und Verkauf
und dies ist auch Ihrem Lebenslauf zu entnehmen.

In dieser vielseitigen, fordernden Position überzeugen Sie uns
mit Kompetenz und starker Persönlichkeit. In Ihrer Funktion als
Geschäftsführer sind Sie, zusammen mit Ihrem Team, für den
reibungslosen Ablauf des Betriebes verantwortlich. Dazu gehören
auch die Bereiche Akquisition, Eventplattformen, Konzept-
entwicklungen, Verkaufsförderungen und Werbemaßnahmen,
genauso wie die Abläufe im Backoffice und das Controlling.

Sie sind ein initiativer, selbstständiger Allrounder mit mehrjäh-
riger Erfahrung in der Führung eines komplexen Betriebes in der
Gastronomie und mit allen Elementen vertraut. Sie schaffen die
Rahmenbedingungen für Ihr Team, mit dem die Unterneh-
mensziele erreicht werden.

Für einen guten Einstieg in ein Gespräch sollten Sie eine fun-
dierte Ausbildung mitbringen und nachweisbare Erfahrung in der
Führung eines komplexen Betriebes sowie die Bereitschaft, in
den nächsten 2-3 Jahre in Berlin leben zu wollen.

Wir schätzen Querdenken und Begeisterung, erwarten aber
auch Glaubwürdigkeit, soziale Kompetenz und Zuverlässigkeit.
In Deutsch kommunizieren Sie perfekt in Wort und Schrift, in
weiteren Fremdsprachen mündlich.

Wenn Sie mehr über die Aufgaben und das Umfeld wissen
möchten, senden Sie uns Ihre vollständige Bewerbung und Un-
terlagen an untenstehende Adresse. Die Stelle möchten wir im
August 2010 besetzen.

FBM Gastro Management AG, Christoph Menti, Carmen-
strasse 12, Postfach 1273, 8032 Zürich

Domaine Frigoulet

**Willkommen im Domaine du Frigoulet! Einst ein Bauernhof,
heute ein Hotel mit gehobenem Niveau.**

Für unser Hotel im Herzen von Südfrankreich suchen
wir per 1. Juni 2011 eine

Gastgeberin

die sich mit Herz und Seele für die Leitung unseres schö-
nen Betriebes mit 18 Hotelzimmern und 46 Betten
verbunden fühlt.

Wir stellen uns eine kompetente Persönlichkeit mit
gastronomischer Ausbildung, von Vorteil Hotelfach-
schule, Praxis in ähnlicher Position und Begeisterung zur
Führung eines unkomplizierten, stillvollen Betriebes vor.
Diese vielseitige Aufgabe beinhaltet die erfolgreiche
Führung des Betriebes, die Verantwortung für ein gut
eingespieltes Team von 12 Mitarbeiter/-innen sowie die
Sicherstellung eines optimalen Betriebsablaufes. Einfache
Buchhaltung, allgemeine administrative Arbeiten,
die Mithilfe im Restaurant sowie in der Küche sind für Sie
kein Problem?

Zählen Sie Eigenschaften wie Kommunikationsfähigkeit,
Kreativität und Organisationsgeschick genauso zu Ihren
Stärken wie Flexibilität, Begeisterungsfähigkeit, Belastbar-
keit und Teamfähigkeit? Sie sind zwischen 25 und 35 Jah-
re jung und haben gute Kenntnisse in der französischen
Sprache? Dann sollten wir uns kennenlernen.

Für die Übergabe und Einarbeitung in die gesamten Struk-
turen des Betriebes ist eine Präsenzzeit im laufenden
Betrieb, d.h. bis Ende Oktober 2010 oder im Frühjahr 2011,
von Vorteil.

Haben Sie Power und suchen eine neue Herausforderung
im schönen Süden von Frankreich mit 300 Sonnentagen?
Dann erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto per
Post.

Aktivieren AG
z. Hd. Herrn Büchi, Postfach 331, CH-8472 Seuzach
Tel. 0041 (0) 52 335 13 10, www.suedfrankreich.ch

ticinoinfo sa
ticinoinfo.ch

La piattaforma ufficiale del turismo e del tempo libero ticinese

ticinoinfo sa, la società che gestisce le informazioni del turismo e del tempo
libero del Canton Ticino, cerca a partire da agosto o data da convenire

direttore/direttrice

È una personalità dinamica con spirito giovanile,
che conosce le caratteristiche di un settore di servizio quale: il turismo e ha
nozioni fondate del mondo web e new-media?
Cerca una nuova sfida con un team motivato e vuole partecipare allo svilup-
po del turismo ticinese?
Dispone di ottime conoscenze di italiano, tedesco e inglese?

Invii la sua candidatura e il curriculum vitae al seguente indirizzo:
ticinoinfo sa, casella postale 47, 6644 Orselina

Stellenvermittlungen

HOTEL CAREER **HORESTO**
Jobs

www.hotelcareer.fr **www.horesto.ch**

Offres et recherches d'emploi
sur 2 portails de recrutement spécialisés
pour l'hôtellerie et la gastronomie

Tél.: 044 721 41 31 contact@hotel-career.ch

IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

hotel revue - stellen revue / marché de l'emploi
- immobilienrevue / marché immobilier

Der Stellen- und Immobilienmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus
Le marché d'emploi et le marché immobilier pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

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

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elisabeth Hübner
Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König
Kundenberatung / Conseiller à la clientèle: Michael Müller, Bèda-Urs Schönenberger
Anzeigen-Innendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo, Patricia Nobs Wyss, Monika Hausmann
E-Mail: inserte@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			Doppelnummer	Doppelnummer
– Ausgabe / Numéro	Nr. 25/2010	Nr. 26/2010	Nr. 27/28/2010	Nr. 29/30/2010
– Erscheint / Parution	24. 6. 2010	1. 7. 2010	8. 7. 2010	22. 7. 2010
– Anzeigenschluss / Délai	21. 6. 2010	28. 6. 2010	5. 7. 2010	19. 7. 2010
Anzeigenschluss / Délai	Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr	Liegenschaften- Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr		
Doppelnummern				
Numéros couplés	Nr. 27/28 / 8. 7. 2010	Nr. 29/30 / 22. 7. 2010	Nr. 50/51 / 16. 12. 2010	
Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern				
Auflage WEMF-beglaubigt 2009 / tirage contrôlés REMP 2009: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 10 732 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 769 Ex. Druckauflage / tirage imprimé: 13 000 Ex.				

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

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 24 / 17. Juni 2010



htrnews – jetzt registrieren und gewinnen

Mit der **htr hotel revue** und dem neuen wöchentlichen **newsletter htrnews** sind Sie rundum informiert über die Branche, die Trends und die Konkurrenz.

Jetzt unter htr.ch registrieren und eine **exklusive Geschenk-Packung der Selection-Dyhrberg** gewinnen. Anmeldeschluss für die Verlosung ist der 31. Juli 2010.

htr hotel revue www.htr.ch

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
seit 35 Jahren

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

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

- Wir sind auch die Spezialisten für:
- Verbesserung Wirtschaftlichkeit/
Marketingkonzepte
 - Projektentwicklung/Optimierung
 - Rekrutierung Direktion, Kader,
Betriebsgruppe
 - Nachfolgeregelung, Vermittlung
bei Rechtsstreitigkeiten u.a.m.

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

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Wir verkaufen
attraktive Betriebe z.B.:

3-Sterne-Hotel im Oberengadin

3-Sterne-Hotel in Arosa

Hotel-Restaurationsbetrieb
in Aarau (7 Mio. Umsatz)
(Schrittweise Übernahme möglich)

Landgasthof
mit 50'000 m² Land Kt. Zürich

Hotel-Restaurant am
Vierwaldstättersee (7Mio. Umsatz)

3-Sterne-Hotel im Engadin
mit 5'000 m² Reservebauland

3-Sterne-Hotel
am Vierwaldstättersee
60 Betten und Restaurant
in neuwertigem Zustand

Wenn Sie einen anderen Betrieb
suchen geben Sie uns bitte Ihre
Anforderungskriterien bekannt.

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



Bourgeoisie de Fribourg

A louer dès le 1^{er} février 2011

Restaurant «Aigle Noir», joyau architectural de notre patrimoine immobilier avec excellent potentiel de développement (rue des Alpes 10 à Fribourg).

Les locaux sont constitués d'une importante surface exploitable à l'usage exclusif du restaurateur et de plusieurs salles complémentaires (banquets, conférences, cocktails dinatoires, etc.) mises gratuitement à la disposition du tenancier.

L'offre s'adresse à un professionnel passionné et dynamique, capable de garantir une qualité gastronomique d'un très bon niveau tout en exploitant une salle à boire traditionnelle.



Les intéressés-es au bénéfice d'un capital financier personnel sont priés-es de s'adresser à la:

Régie de Fribourg SA, anne-marie.perroud@rfsa.ch, tél. direct 026 350 55 21

uspf

www.rfsa.ch

Gelesen von Entscheidungssträgern!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr hotel revue