

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2010)
Heft: 33

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: 02.01.2026

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

htr

19. August 2010

Nr. 33 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA - 3001 Bern / Berne
www.htr.ch

hotel revue

avec cahier français

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 209 Stellenangeboten



Reservierungen

Trotz Internet bitten die meisten Restaurant-Gäste noch per Telefon um einen freien Tisch.
Seite 18

«Collection»

Die Kennzahlen der Victoria-Jungfrau Collection haben sich im ersten Halbjahr weiter verschlechtert.
Seite 3

Reiswein

Sake ist äusserst vielseitig in seinen Sorten und seiner Anwendung.
Seite 13

Marketing

«Kunden mit Spezialwünschen rentieren nicht. Die bringen nur mehr Aufwand als Ertrag.»
Seite 5



Ein Dach für Höfe

In der Schweiz werden die agrotouristischen Angebote ab 2011 zentral vermarktet. In Südtirol und in Österreich geschieht das bereits. Erfolgreich.

CHRISTINE KÜNZLER

Die Dachorganisation «Agrotourismus Schweiz» ist lanciert. Bis sie steht, gibt es allerdings noch viel zu tun. Präsident Roland Lyman will die operative Geschäftsführung aber bis Frühling 2011 auf die Beine stellen. Parallel dazu läuft die Sicherstellung der Finanzierung dieser Vermarktungsorganisation. Die Finanzierung hängt auch davon ab, wie viele Mitglieder sich unter dem neuen Dach organisieren. Die drei Anbieter «Ferien auf dem Bauernhof», «Schlaf im Stroh» und «tourisme rural» zählen gesamthaft zwischen 700 und 800 Betriebe. Schweizweit dürften jedoch 3500 Höfe Agrotourismus anbieten. «Das interessante Nischenprodukt soll stärker als bisher mit den

touristischen Organisationen verknüpft werden», sagt Mila Trombitas, stellvertretende Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands. Genau das läuft im Südtirol und in Österreich bereits: die Angebote werden dort zentral vermarktet. Die Südtiroler Vermarktungsorganisation «Roter Hahn» ist Mitglied bei «Südtirol Marketing» und dort eingebettet wie jede andere Tourismusorganisation auch. Während die Schweizer Anbieter noch über ganz unterschiedliche Qualitätskriterien verfügen, sorgen im Südtirol und in Österreich einheitliche Standards und Kategorisierungen für die Qualitätssicherung. Die Ferienwohnungen auf den Höfen sind denn teilweise auch luxuriös und edel eingerichtet, kosten aber entsprechend. Ein Beispiel: Eine 4-Zimmer-Wohnung im Aussemahnhof im Südtirol ist in der Hochsaison für 139 Euro pro Tag zu mieten.

2712 Betriebe sind Mitglied bei dem vor zehn Jahren gegründeten «Roten Hahn». Die Anzahl Logiernächte hat sich während dieser Zeit um gut 130 Prozent auf 1855489 gesteigert. Die beiden Deutschschweizer Anbieter «Ferien auf dem Bauernhof» und «Schlaf im Stroh» generierten letztes Jahr gemeinsam 144 100 Logiernächte.
Seite 7 bis 11



Die neue zentrale Dachorganisation «Agrotourismus Schweiz» soll mehr Gäste für Ferien auf dem Bauernhof begeistern.

Kommentar

Beste Produkte und Qualität verlangen auch hohe Preise



SIMONE LEITNER

Gourmetführer werden wie Bestseller verkauft. Eine gute Voraussetzung für die Spitzen gastronomie, denn die potenziellen Gäste sind über Michelin-Sterne und Gault-Millau-Punkte bestens informiert – sollte man meinen. Doch wenn es darum geht, für höchste Produktqualität, aufwendigen Service und exklusives Ambiente auch entsprechend viel zu bezahlen, dann ist die Euphorie der Geniesser oft verflogen. Die Ansprüche der Gäste werden zwar immer grösser und die Gastronomen bieten entsprechend immer mehr.

«Preise in der Schweiz sind rund ein Drittel höher als in der Europäischen Union.»

Doch die Starköche haben ihre Preise während Jahren nicht den steigenden Waren- und Lohnkosten angepasst. Erst Anfang dieser Woche veröffentlichte das Bundesamt für Statistik die aktuellen Produktpreise in der Schweiz im Verhältnis zur Europäischen Union: Die Schweiz bezahlt ein Drittel mehr.

Dass damit die Rentabilität eines Gourmettempels ohne Investor und ohne Quersubventionierung durch einen Hotelbetrieb schwierig wird, liegt auf der Hand. Einmal mehr lebt die Spitzen gastronomie vor allem von der Leidenschaft und der immensen grossen Eigenleistung der Besitzer. Und vom unternehmerischen Geist. Nur mit dieser Kombination an Fähigkeiten geht die Rechnung auch für den Wirt auf.
Seite 15

Genf Tourismus

Der neue Direktor und seine Strategie

Seit April ist der neue Direktor von Genf Tourismus, Philippe Vignon, im Amt. Seine Strategie umfasst drei Kernpunkte: Ausbau des Freizeit-tourismus, bessere Vernetzung im Internet und die Professionalisierung des Marketings. Vignon sieht zudem eine Chance in der Entwicklung der Billig-Airlines und hofft so eine neue Zielgruppe in die Region zu locken. Innerhalb der Tourismusorganisation bemängelt er den fehlenden Enthusiasmus seiner Mitarbeiter. Die Informationen für die Gäste wären oft zu generell. Er plant ein Team, das Touristen direkt vor Ort weiterhilft.
Seite 19

Grand Hotel Locarno

Investor für das künftige Luxushotel ist noch nicht gefunden



Der grösste Murano-Leuchter hängt im Grand Hotel Locarno.

Das seit 2005 geschlossene Grand Hotel Locarno soll in eine Fünf-Sterne-Luxusherberge verwandelt werden. Zurzeit arbeitet die HRS Real Estate AG mit Sitz in Frauenfeld an der Projektentwicklung. Das Luxushotel soll dereinst mit 100 bis 120 Zimmern und allenfalls einigen kleinen Appartements als Ganzjahresbetrieb geführt werden. Neben Architekt Ivano Gianola wurde auch der Innenarchitekt Claudio Carbone aus Wolfhalden engagiert.

Zu den potenziellen Investoren gehört die Credit Suisse. Laut HRS-Geschäftsführer Christian

Peter werde mit verschiedenen Fonds verhandelt. Peter gibt sich zuversichtlich, dass sich ein Investor finden lässt. Dass ein Luxushotel in Locarno in der Nähe des Bahnhofs rentabel betrieben werden kann, bezweifeln jedoch Experten. Spekuliert wird auch über den künftigen Betreiber. Christian Peter kann sich vorstellen, dass Hotelketten wie Steigenberger oder Intercontinental interessiert sein könnten. Die Gemeinde Muralto muss den Detailzonenplan für das Areal jedoch noch verabschieden.
Seite 4

www.htr.ch

Adresse: Monbijustrasse 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



Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.



rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

hotellerie suisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

protel
hotelforeware

HOREGO

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



Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Helme, Spielzeug und Ausbildungsstätten
Stämpfenbachstrasse 117, CH-8042 Zürich
Tel. 044 366 50 50
einkauf@horego.ch, www.horego.ch



für Ihren Espresso!
www.illycafe.ch

ROTOR
Lips



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

Aus der Region

Zürich

Leitungswasser
für guten Zweck
konsumieren

Im Restaurant Leitungswasser konsumieren und damit Menschen unterstützen, das keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser haben: Diese Idee hat der gemeinnützige Verein «ZH20 drink & donate» in der Stadt Zürich lanciert. An der Aktion beteiligen sich 65 Stadtzürcher Gastronomiebetriebe, wie der Initiant und Präsident von ZH20 drink & donate, Andreas Batliner sagte. Die unter Vertrag genommenen Gastronomiebetriebe verpflichten sich, den Gästen Leitungswasser in Halbliter-Karaffen zu einem Preis von drei Franken zu offerieren. Zwei Franken gehen an die Gastronomen, der restliche Franken fließt in Wasserprojekte in Entwicklungsländern.

Das Dampfschiff
«Stadt Zürich»
muss pausieren

Das Dampfschiff «Stadt Zürich» der Zürichsee Schifffahrtsgesellschaft (ZSG) wird in diesem Sommer nicht mehr auslaufen: Das Schiff musste letzten Sonntag wegen eines Ermüdungsbruchs des Schaufelrades abgeschleppt werden. Das Schiff befand sich auf einer Rundfahrt von Zürich nach Rapperswil, verletzt wurde niemand. Der Schaden beläuft sich auf rund 150 000 Franken.

Mehr Passagiere
am Flughafen
Zürich-Kloten

Der Flughafen Zürich-Kloten kann einen Passagierzuwachs verzeichnen: Im Juli 2010 sind insgesamt 2 258 145 Passagiere abgeflogen, angekommen oder umgestiegen. Dies sind 5,8 Prozent mehr als im Juli 2009, wie die Flughafen Zürich AG mitteilte. Auch die Anzahl der Flugbewegungen lag höher als im Vergleichsmonat 2009 – sie stieg um 5,4 Prozent auf 24 850 Flugbewegungen. Pro Flug saßen durchschnittlich 108 Passagiere im Flugzeug. Dies bedeutet ebenfalls einen Zuwachs gegenüber dem Vorjahr; es sind 1,5 Prozent mehr Passagiere pro Flug. Der durchschnittliche Sitzladefaktor lag im Juli 2010 bei 77,6 Prozent, das sind 0,9 Prozent mehr als im Juli 2009.

Gategroup
steigert Umsatz –
trotz Vulkanasche

Die im Airline-Catering tätige Gategroup hat den Umsatz im ersten Halbjahr 2010 um 2,0 Prozent auf 1,32 Mrd. Franken steigern können. Wird der starke Franken herausgerechnet, ergibt sich ein Wachstum von 3,0 Prozent. Das Wachstum sei vor allem Fluggesellschaften in den USA, in Asien und Lateinamerika zu verdanken, heisst es in einer Mitteilung. In Europa sei die Lage dagegen nach wie vor düster. Allein die Vulkanasche-Wolke und ihre Folgen kosteten fast 21 Mio. Franken an Umsatz. Angesichts des wieder anziehenden Fluggeschäfts gibt sich die Gategroup optimistisch für das zweite Halbjahr 2010. esp

Yielden auf andere Art

Es tönt verlockend:
Für 75 Franken eine
Karte kaufen und in
Schweizer Hotels
zum halben Preis
übernachten. Hote-
liers zu ihrer Motiva-
tion mitzumachen.

DANIEL STAMPF

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, dass bis Ende dieses Jahres 300 Hotels bei unserem System mitmachen», sagt Fabio Bolognese, Geschäftsführer der vor einem Jahr gegründeten Hotelcard AG. Aktuell seien 220 Betriebe auf www.hotelcard.ch eingeschaltet, registriert seien 250. Von einzelnen seien noch nicht alle Daten komplett, so dass sie noch nicht erfasst werden konnten. Inzwischen seien mehrere hundert Hotelcards bestellt worden.

«Wir sind mit der Entwicklung zufrieden», bilanziert Bolognese. Die Karte, die bis Ende Jahr 75 Franken und danach 95 Franken kostet, ist ein Halbpriis-Abo für Hotelübernachtungen in der Schweiz. Für Hotels ist die Teilnahme kostenlos. Der Hotelier muss pro Jahr insgesamt mindestens 180 Übernachtungen zur Hälfte des regulären Preises offerieren.

Integration in die Preisstrategie
des Hotels

«Als Kundenbindungsinstrument hat die Hotelcard vor allem im Schweizer Markt durchaus Potenzial», sagt hotelieressuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel.

Sie berücksichtigt insofern die Regeln des Yield-Managements, als dass der Hotelier den Zeitraum des Angebots je nach Nachfrage selbst bestimmen kann. «Entscheidend ist, dass das Preismodell der Hotelcard in die Preisstrategie des Hotels

«Die Preis-
gestaltung muss
für den Kunden
in jedem Fall
transparent sein.»Guglielmo L. Brentel
Präsident hotelieressuisse

integriert ist und keine Konkurrenz zu Angeboten auf der hoteleigenen Website oder weiteren Distributionskanälen besteht. Die Preisgestaltung muss für den Kunden in jedem Fall transparent und nachvollziehbar sein», so Brentel weiter.

«Ich finde es eine interessante Idee und habe einen Versuch gewagt», so Frank Rümpe vom Hotel Ucliva in Waltensburg GR. Das «Ucliva» sei es insbesondere im Winter gut ausgelastet. In dieser Zeit würden keine Zimmer zum halben Preis angeboten. «Für uns ist es im Sommer schwierig, das Hotel auszulasten», so Rümpe. Das Halbpriisangebot gelte nur für Zimmer mit Frühstück und auf den offiziellen Zimmerpreisen. Die Gäste würden in der Regel auch das Nachtlager im Hotel einnehmen. «Lieber in der schwächeren Zeit ein Zimmer zum halben Preis abgeben und noch ein Essen und eine Flasche Wein ver-

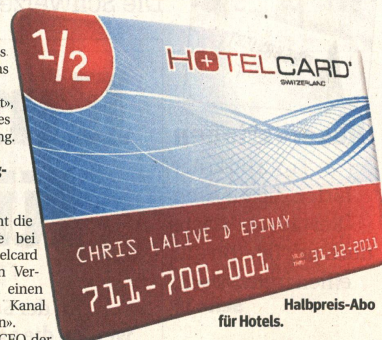
kaufen, als dass das Zimmer leer bleibt», so Rümpe Überlegung.

Marketing-
Mittel

Martin Emch sieht die Teilnahme bei der Hotelcard «als einen Versuch, um einen weiteren Kanal abzustufen».

Emch ist CEO der Turicum Hotel Management AG, welche unter anderem die Holiday Inn Hotels in Zürich und Bern betreibt, welche bei Hotelcard mitmachen. «Die 50 Prozent Rabatt gewähren wir auf den normalen Preis. Wir gehen damit nie unter unsere tiefsten Raten», so Emch. Es handle sich nicht um Dumping-Preise, sondern um Yield-Management.

Mit dabei ist auch das «Villa Principe Leopoldo Hotel & Spa».

Halbpriis-Abo
für Hotels.

General Manager Reto Stöckeni: «Ein Fünfsternhotel in Lugano das ganze Jahr offen zu halten, ist eine Herausforderung.» Mit dem Anbieten eines beschränkten Angebots zum halben Preis könne die Auslastung in der schwachen Zeit von November bis Mitte Dezember sowie im Januar und Februar verbessert werden. «Es kann sein, dass Leute die unser Hotel so kennen lernen, auch im Sommer zum Normalpreis kommen», so Stöckeni.

Orascom mit weniger Gewinn –
Resortprojekt in Andermatt ist auf Kurs

Elf Appartements, zehn Wohnungen, keine Villen: Das ist die vorläufige Verkaufsbilanz im Andermatt Resort.

Seit dem Verkaufsstart Ende April hat die von Samih Sawiris kontrollierte Gruppe bis Ende Juni Verkäufe und Reservationen in der Höhe von 27 Mio. Franken abgeschlossen, wie Orascom am Dienstag mitteilte. Damit sei das anvisierte Verkaufsvolumen von 100 Millionen im 2010 zu erreichen. Im Hotel Chedi wurden bisher 11 der 119 Appartements verkauft. In den Appartementshäusern Steinadler und Hirsch gingen 10 der 27 Wohnungen weg. Von den 25 Villen wurde

noch keine verkauft. Der Verkauf laufe gut, kommentierte Urs Ineichen, Sprecherin von Andermatt Swiss Alps, die Zahlen. In den ersten vier Monaten wurden die Verkaufsaktivitäten auf die Schweiz beschränkt.

Im Hotelgeschäft konnte Orascom seine Einnahmen im ersten Halbjahr weltweit um 17 Prozent auf 94,7 Mio. Fr. steigern. Der Konzerngewinn vor Minderheitsbeteiligungen reduzierte sich um 4 Prozent auf 57 Mio. Franken, rom

Polemik um Expo-Projekt

Die Unterstützung für das Expo-Projekt Gottardo 2020 schwindet. Der Bündner Regierungsrat Stefan Engler vermisst ein griffiges Konzept.

DANIEL STAMPF

Englers Kritik sei inakzeptabel, sagte Marco Solari im Radio der italienischsprachigen Schweiz, Rete 1 und ärgerte sich über Aussagen Englers in der Tageszeitung «Südschweiz». Er warf dem

Bündner Magistrat indirekt vor, das Projekt, in das auch der Kanton Graubünden verwickelt ist, nicht zu kennen.

«Was die Menschen in der Gottardo-Region brauchen, ist nicht in erster Linie eine Eintagsfliege, sondern langfristige Investitionen, die nachhaltig die Perspektive verbessern», so die Äusserung Englers. Und: «Schwärmereien für eine Landesausstellung zum Preis von Hunderten von Millionen Franken sind das eine, die günstigen Voraussetzungen für die Realisierung zu schaffen, das andere.»

Gottardo 2020 sei nicht mit der Expo02 zu vergleichen, entgegnete der Präsident von Ticino Turismo und des Filmfestivals von Locarno. Das Projekt bestehe vielmehr aus zahlreichen Mosaiksteinen, von denen jeder selbst finanziert werden müsse. Aufgrund des modularen Charakters sei das finanzielle Risiko gering.

Ob Gottardo 2020 realisierbar ist, wird derzeit abgeklärt. Bis im Oktober soll eine Machbarkeitsstudie vorliegen, welche die Kantone Tessin, Graubünden, Uri und Valais im Frühling für 200 000 Franken in Auftrag gaben.

Entrée: Brunnen (SZ), Grand Hotel. Mehr auf www.htr.ch/hotelarchiv





Mountainbiker bringen Logiernächte. Dafür braucht es passende Hotel-Angebote und einen unkomplizierten Transport durch die Bergbahnen.

Hoteliers fahren auf Biker ab

Wegen seiner Topografie ist das Bündnerland zum Mountainbiken wie geschaffen. Zu befahren gibt es hier für die Freunde grobstolliger Reifen über 4000 Kilometer signalisierte Routen. Einmalig für die Schweiz ist, dass mit Graubünden ein Kanton das Mountainbiking aktiv fördert. Dieses Frühjahr wurde das Projekt «Graubünden Bike» durch die Bündner Regierung genehmigt. Hierfür wurden 3,6 Mio. Franken zur Verfügung gestellt. An die dreissig Massnahmen sollen zwischen 2010 und 2013 umgesetzt werden. Damit soll Graubünden zum «Bike-Mekka» werden.

Viele wollen in den Ferien nicht aufs Mountainbike verzichten. Entsprechend stellen Destinationen laufend neue Angebote für Biker bereit.

BRUNO ANGELI

Ebenfalls zum ersten Mal in der Schweiz wurde in Klostern im Juni über den Bau einer Abfahrtsstrecke für Mountainbiker abgestimmt. Die Strecke vom Gotschnaboden nach Klostern bildet einen wichtigen Teil einer Strategie, um Davos Klostern als Mountainbike-Destination auszubauen. Über die Zahl Velo fahrender Gäste in Davos-Klostern wurden in den letzten Jahren keine genauen Erhebungen gemacht. Man kann aber davon ausgehen, dass man in der Destination Davos Klostern genügend Potenzial für die Zukunft sieht. Reto Branschi, Tourismus-Direktor von Davos Klostern, legt die Latte hoch: «Wir wollen eine der stärksten

Mountainbike-Destinationen der Alpen werden. Für den Sommer 2010 haben wir das Angebot für Mountainbiker umfassend erneuert und verbessert. Stichworte dazu: Elf neu ausgeschilderte Touren, eine Single-Trail-Map, der Transport von Velos auf allen Bergbahnen, 13 Bikehotels und Bikeshops.»

Freeriding, Pumptracks und Downhill

Um Mountainbiker glücklich zu machen, werden vermehrt Bikeparks, Trails, Abfahrtsstrecken und Pumptracks angelegt. Bei den beliebten Pumptracks, wie dem dieses Jahr in Zürich eröffneten «Zürichberg Pumptrack», handelt es

sich um einen kurzen, welligen Rundkurs mit Steilwandkurven. Schub erhält der Trend zu Bike-Anlagen vor allem durch die Freeride-Anhänger. Freeriding ist zwar kein Massenphänomen, doch diese Art des Mountainbikens wird immer beliebter. Sehr beliebt unter den Freeridern ist etwa der «Gurten Trail», eine Abfahrtsstrecke mit vielen Steilwandkurven. Erreichbar ist die Strecke am Berner Hausberg mit der Gurtenbahn. Auch sehr beliebt ist der Freeride-Trail in Crans-Montana. Im Mai dieses Jahres wurde die Downhill-Strecke in Haldi (bei Schattdorf im Kanton Uri) eröffnet.

Von Veranstaltungen profitieren auch Hoteliers

Auch Mountainbike-Rennen in diversen Disziplinen, für Leistungssportler und Hobbybiker, sind für die austragenden Orte von touristischer Bedeutung. Neben Rennserien mit Weltklasse-Beteiligung, sind Klassiker wie das «Swiss Bike Masters» in Küblis, oder der «Grand Raid» von Verbier nach Grimentz, mit Teilnehmer- und Zuschauerzahlen von mehreren Tausend, für Hotels interessant. Auch Testtage und Fahrtechnikkurse gehören in den Kalender ambitionierter Biker. Solche Angebote stammen von Hoteliers, Ferienanbietern, oder werden als Promotionsanlässe von Velofirmen organisiert. MTB-Anlässe die nur Frauen offen stehen, sind ein weiterer Beweis für die breite Angebotspalette.

Nachhaltigkeit und unkomplizierter Transport

Besonders interessant sind Bikewochen. Gstaad lanciert heuer vom 19. bis 25. September erstmals solche Mountainbike-Tage. Zehn zertifizierte Bikehotels schnürten dabei ein «Rundum-glücklich-Paket», das neben sechs Übernachtungen auch geführte Touren mit Technik-Tipps, Testnachmittagen und einem täglichen Picknick beinhaltet.

Für den Touristikler Branschi ist Nachhaltigkeit wichtig: «Nur wer den Mountainbike-Tourismus auf die Natur, die Landschaft und andere Anspruchsgruppen wie Wanderer ausrichtet, wird erfolgreich sein. Zudem ist Authentizität zu vermitteln.» Wichtig seien qualitativ gute Angebote in allen Preissegmenten und der unkomplizierte Transport durch Bergbahnen und den öffentlichen Verkehr.

Bern

Bundesgericht weist Beschwerde der «Heubüni» ab

Die Betreiber der «Heubüni» Ortschweiben in der Berner Gemeinde Kirchlindach sind vor Bundesgericht abgeblitzt. Dieses wies ihre Beschwerde ab und stützte den Schliessungsentscheid des bernischen Verwaltungsgerichts. Die als Fest- und Kulturlokal rege genutzte «Heubüni» steht in einer Landwirtschaftszone, weshalb Nachbarn vor Gericht gezogen sind. Die Betreiber machten geltend, sie seien auf Nebeneinkünfte angewiesen, um ihre bäuerliche Existenz zu sichern. Das Verwaltungsgericht wies dieses Argument zurück. Zu Recht, wie das Bundesgericht nun befand.

Ständiger Sonntagsverkauf ist unerwünscht



Die Mehrheit des Verkaufspersonals und auch der Ladeninhaber ist gegen einen ständigen Sonntagsverkauf in der Berner Altstadt. Dies zeigt eine Umfrage der Gewerkschaft Unia. Die Umfrage wurde aufgrund einer Motion durchgeführt, welche die untere Berner Altstadt zum Tourismusgebiet erklären will. Das würde den Ladeninhabern erlauben, ihre Geschäfte länger als üblich und auch am Sonntag zu öffnen.

Berner Oberland

Neue Hotelfachschule an der Lenk

Diesen Montag starten die ersten 18 internationalen Studenten ihre Ausbildung am neu eröffneten Swiss College of Hospitality Management an der Lenk. Nun hat das Oberland seine erste private Hotelfachschule. Mitinhaber und Initiator Peter Eberhardt freut sich über den «erfolgreichen Start». Die Studenten der Lenker Hotelfachschule sollen, so Eberhardt, vor allem praxisorientiert ausgebildet werden. Dazu gehören auch regelmässige Praktika im In- oder Ausland. «Wir haben Kooperationen mit internationalen Hotelgruppen.»

Das «Stella del Lago» steht vor der Versteigerung



Das Hotel-Restaurant Stella del Lago in Oberhofen wird am 2. November in Thun öffentlich versteigert – im Rahmen eines betriebsrechtlichen Verwaltungsverfahrens. Der Besitzer Isni Jemini, der im Kanton Bern mehrere Restaurationsbetriebe besitzt, steht zudem Ende August vor Gericht. Ihm wird laut dem «Berner Oberländer» Betrug und Urkundenfälschung vorgeworfen. esp

«Collection»: Höherer Verlust

Im ersten Halbjahr 2010 haben sich die Kennzahlen der Victoria-Jungfrau Collection weiter verschlechtert. Die Hoffnung der Unternehmensleitung ruht auf dem zweiten Halbjahr.

DANIEL STAMFELI

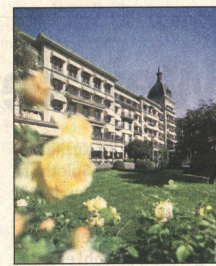
Sowohl die Logiernächtezahl (-5,1%) als auch Gruppenumsatz (-6,9%) und Bruttobetriebserfolg (-12,4%) gingen im ersten Halbjahr 2010 gegenüber dem ersten Semester 2009 zurück. Der ausgewiesene Konzernverlust erhöhte sich von 1,8 Mio. Franken in der Vorjahresperiode auf 2,1 Mio. Franken, wie die Hotelgruppe mitteilt. Er liegt damit in der Nähe des Fehlbetrags, der im ersten Halbjahr 2005 zu verzeichnen war (-2,8 Mio. Franken).

Bei einer durchschnittlichen Zimmerbelegung von 44% und einem durchschnittlichen Zimmerpreis von 385 Franken verminderte sich der RevPAR um 6,7%.

Das Marktumfeld der Victoria-Jungfrau Collection habe die Gruppe auch im ersten Halbjahr 2010 «vor grosse Herausforderungen» gestellt, ist der Medienmitteilung weiter zu entnehmen. Das Geschäft mit Tagungen und Kongressen sei verhalten geblieben. Viele

Unternehmen hätten offenbar warten wollen, ob die wirtschaftliche Erholung wirklich nachhaltig sei. Erfolgreich sei die mit +12,8% überdurchschnittliche Steigerung der Zimmernächte im «Palace Luzern» gewesen.

Das Unternehmen wertet die deutlich höheren Buchungen in den Monaten Juni und Juli als «positives Vorzeichen für eine generelle Nachfragebelebung in der zweiten Jahreshälfte».



Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken, Mutterhaus der Gruppe.

«Sucht Info» will Happy Hours verbieten lassen

Die Fachstelle «Sucht Info Schweiz» kritisiert das total revidierte Alkoholverbot, das Lockvogelangebote wie Happy Hours, Fünftürer-Abende oder «Zwei-für-eins-Angebote» zulasse. Solche Angebote animierten die Gäste, für weniger Geld mehr zu trinken. Gerade jüngere, preissensible Konsumenten würden dadurch gefährdet. Die Fachstelle fordert ein striktes Verbot sämtlicher Vergünstigungen für alkoholische Getränke.

Hapimag hat happige Verluste zu verzeichnen

Der schwache Euro-Kurs und die Aschewolke haben Hapimag im ersten Halbjahr belastet: Der Anbieter von Ferien im Wohnrechtssystem erlitt einen Verlust von 1,9 Mio. Euro. Der Umsatz sank von 81,9 Mio. auf 80,4 Mio. Euro. Erfolgreich entwickelte sich der Gastromieumsatz, der um 7,5 Prozent stieg. Das operative Ergebnis verminderte sich aufgrund rückläufiger Belegungszahlen in Spanien, Portugal und Griechenland von 2,2 Mio. auf -0,7 Mio. Euro.

Kürzungen mit negativen Folgen für den Tourismus

Ab 2012 will der Bund im Regionalverkehr jährlich 15 Mio. Franken sparen, 160 Postauto-Linien sollen kein Geld mehr erhalten. Damit würden ganze Regionen vom öffentlichen Verkehrsnetz abgehängt, kritisiert der VCS, die Kantone sowie Tourismusvertreter. Mit negativen Folgen für den Tourismus: Laut VCS würden so hunderte Wanderwege, Kilometer wert, da gewisse Regionen nur noch mit dem Privatauto erreicht werden könnten. esp

Guglielmo L. Brentels Aussage in der Sonntagspresse gab zu reden

Der hotellerieussuisse-Präsident rückt sein Statement ins rechte Licht und sagt: «Die Aussage ist nicht neu».

Eine Aussage, die hotellerieussuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel im Interview mit der «Sonntags-Zeitung» machte, wurde von vielen Publikumsmedien aufgenommen. «Ein Drittel der 5500 Hotels muss verschwinden», war am Montag vielerorts zu lesen.

«Die Aussage wurde aus dem Zusammenhang gerissen», erklärt Brentel. «Die Schweiz hat nicht generell zu viele Hotels, sondern zu

viele Hotels, die nicht den Marktbedürfnissen entsprechen. Ob sich diese behaupten können, entscheidet einzig der Markt», stellt der Verbandspräsident richtig.

Auf die Frage, ob er ein solches Aufsehen nicht erwartet habe, meint Brentel: «Diese Aussage ist nicht neu, zumal sich hotellerieussuisse klar nach den wettbewerbsfähigen- und willigen Hoteliers ausrichtet.» rom

Aus der Region

Basel

Basel hat ein
neues
Designhotel

Ende Oktober wird in Basel ein Design-Boutiquehotel eröffnet, das **Viersternehotel «D»**. Das Hotel gehört zur Kette «Hôtels et Résidences Diana», das primär Hotels im Elsass betreibt. Direktor wird der erst 27-jährige Julien Baly.

Graubünden

Columberg hat
heimlich
verhandelt

Der Disentiser Gemeindepräsident Dumeni Columberg trat Ende Juli aus dem Verwaltungsrat der Bergbahnen Disentis aus, «um Interessenskonflikten mit der Gemeinde vorzubeugen». Laut «Die Südostschweiz» haben die Bergbahnen dem Politiker den Rücktritt jedoch nahegelegt, weil er mit dem deutschen Besitzer des Disentiser Hotels Baur heimlich darüber verhandelte, das «Baur» in ein Altersheim umzuwandeln. Dies, obwohl die Bergbahnen gegen diese Umnutzung sind. ck

DMO Engadin
Sculs Samnaun
ist gegründet

Am Dienstag unterzeichneten die drei Organisationen Engadin Scuol Tourismus AG, Samnaun Tourismus und Cuntin da Val Müstair die Gründungsurkunde der künftigen Destinations-Managementorganisation (DMO) für die Nationalparkregion. Die Firma «Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG» (TESSVM) tritt offiziell per 1. Januar 2011 in Kraft.

Wallis

650 Jodlerinnen
und Jodler trafen
sich in Zermatt

Anlässlich des 100-jährigen Jubiläums des eidgenössischen Jodlerverbandes haben am letzten Samstag 650 Jodlerinnen und Jodler aus allen Kantonen gemeinsam musiziert. Die Veranstaltung hätte eigentlich auf dem Gorngrat stattfinden sollen, wurde aber wegen des schlechten Wetters nach Zermatt verlegt. Zum Anlass eingeladen hatte die Gorngrat Bahn. esp

Neuer Luxus für Grand Hotel Locarno

Die HRS Real Estate treibt die Entwicklung für das Grand Hotel Locarno in ein Luxushotel voran. Der Innenarchitekt ist gefunden, Investoren und Betreiber jedoch noch nicht.

GERHARD LOB

Wohl keine Tessiner Hotelimmobilie löst mehr Emotionen aus als das Grand Hotel von Locarno. Seit 2005 ist das Haus geschlossen; alle Versuche der Besitzergemeinschaft, die historische Liegenschaft zu veräußern, scheiterten. Doch seit März dieses Jahres keimt neue Hoffnung. Die Projektentwicklerin und Totalunternehmerin HRS Real Estate AG in Frauenfeld und die Eigentümergemeinschaft haben einen Kaufrechtsvertrag unterzeichnet. Die HRS Real Estate AG entwickelt das Projekt momentan zur Baureife, um es anschliessend einem Investor zu übergeben.

Credit Suisse höchstens
potenzieller Investor

Berichte, wonach der Investor mit dem Immobilienfonds der Credit Suisse bereits gefunden sei und die Liegenschaft sogar schon

erworben wurde, dementiert HRS-Geschäftsführer Christian Peter: «Das ist schlichtweg falsch.» Gleich tönt es bei der Medienstelle der Credit Suisse. Demnach fand keine Verhandlungsunterzeichnung statt. CS bezeichnet sich höchstens als potenziellen Investor.

In der Tat bestätigt Peter, dass Verhandlungen mit verschiedenen Fonds geführt werden. An einem Erwerb könnten laut Christian Peter aber auch reiche Privatpersonen interessiert sein. Entscheidend sei jedoch, dass eine Baubewilligung und ein entsprechendes Betriebskonzept vorliegen, was bisher noch nicht der Fall ist.

Bis zu 120 Zimmer und
Ganzjahresbetrieb

An der Projektentwicklung wird im Moment hart gearbeitet. Das Grand Hotel soll zu einer Luxusherberge mit fünf Sternen werden. An der Seite von Architekt Ivano Giannola arbeitet neu Innenarchitekt Claudio Carbone aus Wolfhalden, der schon mit seinen Umbauten für das Grand Resort Bad Ragaz und das Kulm Hotel St. Moritz auf sich aufmerksam gemacht hat. Er wurde aus fünf Architekten ausgewählt, die von

«An einem Erwerb
des Hotels können
auch reiche Privat-
personen inter-
essiert sein.»

Christian Peter
Geschäftsführer HRS Real Estate AG

HRS zu einem Wettbewerb eingeladen worden waren.

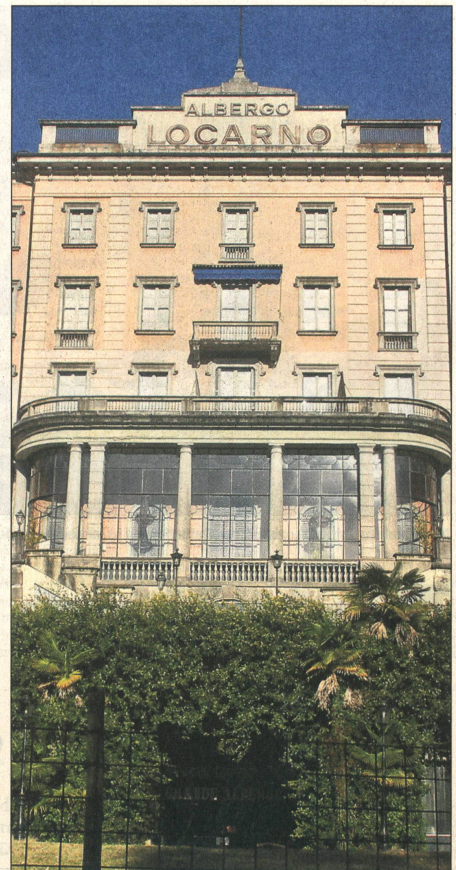
Christian Peter spricht von einem Luxushotel mit 100 bis 120 Zimmern, das im Ganzjahresbetrieb geführt werden soll; allenfalls einige kleine Appartements mit Hotelervice. Zur künftigen Luxusherberge gehören auch Wellness- und Gesundheitsangebote. Die Investitionen beziffert Peter auf 120

Mio. Franken, den Wert der Immobilie mit 21 Mio. Franken inklusive. Peter ist zuversichtlich, dass sich ein Investor finden lässt. Von der htr angefragte Experten bezweifeln indes, dass ein Fünfsternehotel in Locarno in der Nähe des Bahnhofs rentabel betrieben werden kann.

Giardino, Steigenberger
oder Intercontinental?

Spekuliert wird bereits, wer das Hotel allenfalls betreiben wird. Die Zeitung «Sonntag» wollte wissen, dass Credit Suisse die Leitung in die Hände der Giardino-Gruppe von Ascona legen will. Giardino-Direktor Philippe Frutiger war wegen Ferienabwesenheit für eine Stellungnahme nicht erreichbar. Christian Peter betont seinerseits, dass es nie einen direkten Kontakt mit dem Giardino gab. Im Gegenzug nennt er Hotelketten wie Steigenberger oder Intercontinental, die allenfalls interessiert sein können.

Sicher ist vorläufig, dass die Gemeinde Muralto den Detailzonenplan für das Areal rund ums Grand Hotel verabschiedet hat. Nach dem der Gemeinderat den Plan im Juni verabschiedet hat, wird er vom 23. August bis 21. September öffentlich aufgelegt.



Das legendäre Grand Hotel soll als Fünfsternebetrieb wieder seinen Glanz und Ruhm erhalten.

Historie Frieden und Film

Locarno Grand Hotel, das de facto auf dem Terrain der Gemeinde Muralto steht, wurde zwischen 1873 und 1875 nach Plänen der Architekten E. Galli und L. Fontana von einer Aktiengesellschaft im Stil der Belle Époque gebaut. Historische Berühmtheit erhielt es im Oktober 1925, als der Friedenspakt von Locarno unterzeichnet wurde.

Damals wohnten die meisten Delegationen im Grand Hotel – nicht aber die Deutschen, die mit dem Hotel Esplanade in Minusio Vorliebe nehmen mussten. Im August 1946 fand im Hotelpark das erste Filmfestival von Locarno statt. 1971 wurden die Vorführungen auf die Piazza Grande verlegt. Das Hotel gehört heute einer Eigentümergemeinschaft von fünf Per-

sonen, darunter Alt-Nationalrat Gianfranco Cotti, sein Neffe Giancarlo Cotti, Direktor der Immobilienfirma Assofide, sowie der Bellinzoneser Anwalt Franco Giannoni. Detail am Rande: Der Kronleuchter in der Hotelhalle ist als grösster Murano-Glasleuchter der Welt bekannt: 800 Kilogramm schwer, 15 Meter hoch. Schätzwert: 2,5 Millionen Franken. gl

Weissenstein: Anfang vom Ende?

Die Zukunft des Kurhauses Weissenstein ob Solothurn ist ungewisser denn je. Für die Wintersaison 2010/11 wird ein neuer Pächter gesucht, obwohl es keine garantierte Zufahrt gibt.

DANIEL STAMPFELI

Das Pächterpaar des Kurhauses Weissenstein, Brigit Leicht und Heinz Blattmann, wird den Betrieb nach gut fünf Jahren Ende November verlassen. Nun sucht die Eigentümerin, die Kurhaus Weissenstein AG mit der Bürgergemeinde Solothurn als grösste Aktionärin, mittels Inserat «ab Winter 2010/11



Mit dem Betrieb der Sesselbahn war die Welt auf dem Weissenstein noch eingermessen in Ordnung.

oder Übereinkunft ein erfahrenes, passioniertes, charmantes Paar. «Zu Beginn hatten wir jährlich rund 4000 Übernachtungen. Im 2009 erreichten wir gegen 7000», bilanziert Heinz Blattmann. Der Gesamtsatz sei in dieser Zeit leicht angestiegen. Mit Seminaren, Banketten, Hochzeiten und Events habe die Wertschöpfung verbessert werden können. «Wir hatten beide hier oben wahnsinnig Freude. Es war eine tolle Sache», blickt Blattmann zurück.

Doch nun ist offenbar die Freude dem Unmut gewichen. Nach dem Einstellen der Sesselbahn im vergangenen November war das Kurhaus während vier Monaten geschlossen. «Jedes Jahr während vier Monaten schliessen, ist eine riesige Übung. Die 16 Beschäftigten mit Saisonverträgen entlassen und zwei Monate später mittels Inseraten wieder neues Personal suchen ist eine grosse Belastung.» Entscheidender für die Aufgabe ist das offenbar schlechte Verhält-

nis zwischen Pächterpaar und Eigentümerin. Während fünf Jahren sei gemäss Blattmann nichts investiert worden. «Wir bezahlen aber einen Pachtzins eines gut eingerichteten Viersternehauses. Die Pacht beträgt gut 13 Umsatzprozent. Alles über 10 Prozent ist im Fall des Weissensteins astronomisch», so der Noch-Pächter.

Seit Anfang Juli und bis zum 1. November fährt an den Wochenenden ein Postauto auf den Berg. Laut Blattmann würden jeweils knapp fünf Personen mit dem Postauto hochfahren, «zum Preis, dass während einer halben Stunde die Strasse für den übrigen Verkehr in einer Richtung gesperrt ist». Dafür würden alle, die mit dem Auto zum Essen hochfahren wollen, in der Regel umkehren. Die Kurhaus Weissenstein AG möchte laut Verwaltungsrat Wolfgang Pinkwart mit dem künftigen Pächter über die künftige Betriebsform des Kurhauses diskutieren, entweder als Saisonbetrieb von

April bis November oder nur als Restaurant während des Winters. Auch sei man zu finanziellen Konditionen bereit.

«Solange wir nicht wissen, was mit der Bahn passiert, macht es keinen Sinn gross zu investieren», erklärt Pinkwart. Bis zu einer neuen Bahn dauert es jedoch noch mindestens zwei bis drei Jahre. Und im Winter fährt weder Bahn noch Postauto, und bei viel Schnee bleibt die Strasse gesperrt. Die Eigentümergemeinschaft sei vom Pachtzins abhängig, um ihre finanziellen Verpflichtungen zu erfüllen, und die reichen nur für Hypothekenzinsen und den Unterhalt. «Wir sind dabei, mit der Bank eine Lösung zu finden.»

Jürgen Hofer, Direktor Region Solothurn Tourismus, zum Problem: «Ich bin klar für eine Vorwärtsstrategie. Man müsste jetzt ein gutes Konzept und einen Businessplan erarbeiten, bahunabhängig. Nur so wäre es möglich, für die Zukunft einen Investor zu finden.»

ANZEIGE

20 - 23. Aug.
Im Dreiländereck
5 Min. v. Basel
BARTENHEIM

27 - 30. Aug.
Im Schlupf
Museum
MULHOUSE

DEGUSTHA
Die bekannte Wein und Gastro-Messe
www.degustha.fr

Kostenlos
die Messe besuchen?
Diese Anzeige an der Kasse vorweisen!
4 Tage gültig für 2 Personen



Erfolg mit Traditions-Cafés: Bruno Heini ist gelernter Konditor-Confiseur, hat in den USA Marketing studiert und jetzt ein Marketingbuch für Praktiker geschrieben.

Das Getränk ist nur das Eintrittsticket

Bruno Heini, Mitinhaber Heini Conditorei AG Luzern, hat ein Marketingbuch geschrieben. Seine Erfolgsfaktoren sind pragmatisch.

GUDRUN SCHLENCEK

In Ihrem Marketingbuch sagen Sie, Marketing sei keine Sache von dicken Exposé sondern vielmehr von schlanken Strukturen. Wie meinen Sie das? Bei flachen Hierarchien ist das Management weniger weit weg vom Kunden. Wird das Marketing am grünen Tisch entschieden, bleibt es oft graue Theorie. Marketing muss aber vom Kunden zum Produkt hin gedacht werden. Ich bin ab und zu selbst in unseren Läden an der Front. Das wirkt sich auch aufs Personal aus: Die Mitarbeitenden wissen, dass der Chef weiss, was wie läuft und können Entscheidungen besser akzeptieren.

Sie kennen Ihre Kunden. Was wollen diese?

Die meisten Gastronomen denken, dass der Gast wegen dem Essen und Trinken kommt. Das Getränk ist aber nur das Eintrittsticket, um Platz zu nehmen. Der Gast kommt zu uns, um zu lachen und Leute kennenzulernen. Allein kann er zu Hause sein, und der Kaffee ist preiswerter. Eine kommunikative Atmosphäre ist wichtig, es darf nie ganz ruhig sein. Am Morgen lassen wir Musik laufen, später sorgen Kaffeemaschinen und Co. für einen Geräuschpegel. Die Tische sind bei uns so nah gestellt, dass man unverkrampft einen Tischnachbar kennenlernen kann. Wichtig ist auch ein gutes Zeitungsangebot: Wir geben jedes Jahr knapp 80 000 Franken allein für Zeitungsabonnemente aus.

Was sind die grössten Fehler der Schweizer Gastronomen?

Sie bieten ein zu breites Sortiment an und sind zu wenig spezialisiert. Standardartikel aber unterliegen dem Preisvergleich. Viele Gastro-Betriebe sind zudem zu wenig emotional. Wir stellen nur freundliche Mitarbeitende an. Freundlichkeit ist das Einstellungskriterium Nummer eins bei uns. Denn schlechte Mitarbeiter kosten schnell 50 Prozent des Umsatzes.

Ihre Betriebe sind sehr traditionell. Passt das zum Marketingdenken?

Absolut. Es gibt mehrere Gründe: Unsere Zielgruppe sind die Einheimischen, die sind das ganze Jahr vor Ort. Wir setzen bewusst nicht auf die Touristen. Wir fokussieren dabei auf die ab 25-Jährigen, da wir im Genussbereich arbeiten. Die Jüngeren haben ein schmaleres Budget. Ein Design-Café kann hier nicht funktionieren: Denn dann wenn man Kaffee trinkt und Kuchen isst, sind die Trendbewussten am Arbeiten.

Trends und Innovationen sind für Sie kein Thema?

Doch, aber diskret. Wir bieten schon seit 17 Jahren Coffee-to-go an, damals mussten wir die Becher noch direkt aus den USA importieren. Innovationen im Nahrungsmittelbereich sollten mög-

«Der Gast kommt zu uns, um zu lachen und Leute kennenzulernen.»

Bruno Heini
Heini Conditorei Luzern

Innovationen gehen aber ins Geld? Der Entwicklungsaufwand ist gross, das ist richtig. Aber wenn man sich auf die wenigen Innovationen, die sich am Markt bewähren, konzentriert, lohnt sich das Geld, das man dann in die Werbung stecken muss. Wir kreieren keine Eintagsfliegen, wie etwa eine Euro-Fussballtorte.

Nennen Sie ein paar Innovationen...

Seit 20 Jahren servieren wir unseren Espresso mit Deckel. Das hat sonst keiner. Die einen Kunden glauben, dass so das Aroma in der Tasse bleibt, die anderen schätzen, dass der Espresso warm ist. Statt Kaffeeerahm gibt's Vollrahm im kleinen Kännchen. Das offene Mineralwasser kredenzen wir in der Karaffe mit frischem Zitronensaft. Bewusst nicht mit Schnitz, da das für den Kunden schwierig im Handling ist. Solche Kleinigkeiten werten ein Standardprodukt auf. Der Kunde hat das Gefühl mehr fürs Geld zu bekommen: Eine gute Basis für eine etwaige Preiserhöhung.

Sie sagen, mit 20% der Kunden macht man 80% des Umsatzes. Konzentrieren Sie sich auf dieses Fünftel der Gäste?

Denen schenken wir spezielle Aufmerksamkeit. Wir begrüßen diese Kunden mit Namen, führen kleine Gespräche mit ihnen, sind diesen gegenüber sehr tolerant. Diese persönliche Kundenbindung ist das A und O fürs Wachstum. Solange ich zwar neue Kunden generiere, aber gleichzeitig bestehende verliere, wächst das Unternehmen nicht.

Der Kunde ist König?

Nein, das gilt bei uns nicht. Kunden mit Spezialwünschen rentieren nicht, die verursachen mehr Aufwand, als sie Ertrag abwerfen. Und wir erwarten, dass die Gäste freundlich zu unseren Mitarbeitenden sind. Sonst verlieren wir diese nämlich.

Im Gegensatz zu Bachmann Coniserie expandieren Sie kaum. Überrollt Sie Ihr Luzerner Mitbewerber?

Bachmann Coniserie ist keine Konkurrenz für uns. Das Unternehmen spricht eine ganz andere Zielgruppe an, setzt auf Touristen, auf Sandwichs und Take-away. Wir müssen nicht expandieren. Unser Unternehmen rentiert auch so.

www.mehrbuttersaufsbrot.ch

Standpunkt

Süss-saure Äpfel für den Schweizer Tourismus



MARIO LÜTOLF

Im Rahmen der neuen Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz ist die Revision des Bundesgesetzes über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau von besonderer Bedeutung. Innoutour soll weiterhin Anreize zur Steigerung der Angebotsattraktivität setzen können.

Die Tourismuswirtschaft soll dafür aber in einen sauren Apfel beissen: Wohl wird die Gesetzesgrundlage neu unbefristet gelten – die Revision sieht jedoch vor, die für Innoutour nötigen Mittel im Finanzkredit

«Die Volkswirtschaftsministerin will verlorenes Terrain gutmachen.»

an Schweiz Tourismus zu kompensieren. Die Kürzung des ST-Kredits für die touristische Landeswerbung steht in krassm Widerspruch zu den Wachstumsplänen des Bundes.

Die Volkswirtschaftsministerin will verlorenes Terrain gutmachen, das Feld «von hinten aufrollen». Gute Absicht in Ehren, Frau Bundespräsidentin, aber: 1. ist schon zur Sicherung der Schlagkraft des Marketings mehr Geld nötig (Inflation in den Märkten), 2. verlangen neue Potenzialerschliessungen nach zusätzlichem – nicht weniger! – Mitteln. Und 3. trifft es nicht zu, dass die Schweiz aus hinteren Rängen Terrain gutmachen und sich die Tourist:innen nur ein wenig anstrengen sollen. Logiernächtezahlungen sind auf Rekordhöhen, Imagewerte sind hervorragend. Während die Schweiz vor rund 30 Jahren an 8. Stelle der Welttrangliste (nach Tourismus-Einkünften) stand, wurde sie zwischenzeitlich gerade mal von den boomenden Wirtschaften im Fernen Osten und der Türkei überholt. Bemessen an den bemerkenswerten Zuwachsraten von 2000 bis 2008 liegt die Schweiz heute gar in den Top 10 der wichtigsten Tourismusländer der Welt!

Ein verstärktes Engagement des Bundes wird die am «Wertschöpfungssystem Tourismus» partizipierenden Partner mitinvestieren und süsse Äpfel reifen lassen. Gute Gründe, auf die «Karte Tourismus» zu setzen!

Mario Lütolf ist Direktor des Schweizer Tourismus-Verbands.



SIMONE LEITNER
STV. CHEFREDAKTORIN

Zum Thema Freundlichkeit

Ein Lächeln kostet nichts und bringt doch so viel, heisst es im Volksmund. Tönt simpel, scheint aber im Arbeitsalltag keinen Anklang zu finden. So staune ich immer wieder, wie abhängig dieses Lächeln im Dienstleistungsbereich vom Preissegment des Produktes ist. Kein Kunde ist überrascht, wenn er im Flagshipstore an der Zürcher Bahnhofstrasse mit einem freundlichen Lächeln begrüsst wird. Dort ist es ein Muss, gehört zur Firmenphi-

losophie, so wie im Luxus-hotel oder in der Business Class einer Airline. Doch dieses Gratistool könnte überall und ohne zusätzliche Kosten eingesetzt werden. Wird es aber nicht. Leider. Wers schon einmal mit einer Low-Cost-Airline geflogen ist, weiss, was ich meine. Da frage ich mich ernsthaft, wie diese Mitarbeitenden ausgewählt werden, und ob ihnen überhaupt jemand erklärt hat, was ein Dienstleister ist. Wohl kaum. Natürlich sind bei diesen Billigkonzepten die Preise

«Ein Lächeln kostet nichts und bringt doch so viel, heisst es im Volksmund.»

knapp berechnet, und natürlich weiss der Fluggast, worauf er sich einlässt, denn er will nur von A nach B. Trotzdem: Ich stelle mir vor, wie es wohl wäre, wenn die Dame mit Domina-Stimme am Check-in oder der Flight-Attendant beim Handtaschen-

unter-den-Vordersitz-Befehl einfach noch etwas lächeln würde? Das Lächeln würde den Ton der Stimme zwar nicht versüßern, doch die Atmosphäre entspannen. Zu diesem Schluss muss auch Motel-One-Eigentümer Dieter Müller gekommen sein. Er schreibt – nicht nur, aber auch wegen des hohen Servicegedankens seiner Mitarbeitenden – eine der erfolgreichsten Hotel-Geschichten der Gegenwart. Oder wer erwartet bei einem Übernachtungspreis von 69 Euro, an bester

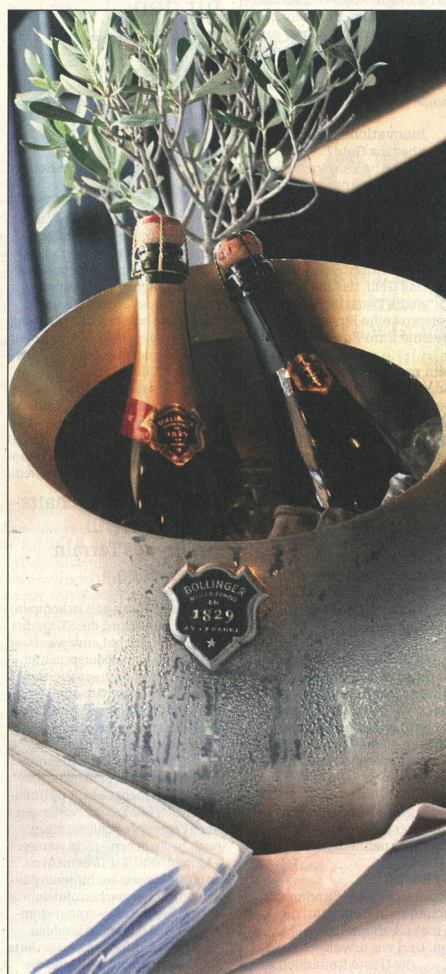
Lage in einer deutschen Grossstadt, noch einen herzlichen Willkommensgruss und ein charmantes Lächeln kurz vor Mitternacht? Ich jedenfalls nicht. Um so grösser die Überraschung, um so grösser die Kundenbindung. Diesen Gratiservice schätzen die Gäste: Im Motel One nennen sich die Stammkunden Fanggemeinschaft und schwören auf das Billig-Konzept mit dem Luxus-Lächeln. Eines ist klar: Ein Lächeln kostet nichts, und bringt doch so viel – auch Geld.

Lächeln – ein Gratistool, das vernachlässigt wird



«Seit das Lucerne Festival gegründet wurde, also seit 1938, komme ich wenn immer möglich zur Premiere.»

Hans Erni Künstler



Champagne Bollinger lud zum Event «Feel like Bond» ein.

Bilder zvg

Sie fühlten sich wie Bond



Arno Sgier, «Traube Trimbach».



Andreas Etter und Amadin Rouillard von Champagne Bollinger.



Matthias Keller, Walt Disney.

Champagne Bollinger, Aston Martin und Sunseeker Yachten luden ein: **100 Gäste** kamen und fühlten sich ein bisschen wie 007 alias James Bond.

SIMONE LEITNER

Dieses Event versetzte rund 100 Gäste in eine andere Welt: «Feel like Bond» hiess der Anlass und ging in Kilchberg im Restaurant Chez Fritz über die Bühne. Eingeladen hatten drei Brands, die Bond-Fans nicht fremd sind: Champagne Bollinger, Aston Martin und Sunseeker Yachten. Neben einer Fahrt mit dem Agentenauto und einem Trip auf der legendären Yacht wurde Bollinger degustiert – auch Jahrgangs-Champagner – wie es sich für einen Bond-Fan gehört.

Trotz bewölktem Himmel waren die Stimmung und das Ambiente am Zürichsee bei Adrian Köhler, Chef des «Chez Fritz», gut.

12-Stunden-Party für die Mitarbeitenden

Der Basler Hotelier-Verein lud am Sonntag sämtliche Hotel- und Restaurant-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter aus Basel zu einer Party ein. Rund 1000 Gäste folgten der Einladung.

EVELINE SPAHR

Das Motto der Party, die auf dem Dach des Parkhauses Messe in Basel stattfand, lautete «One 2 One». Mit dem 12-Stunden-Event wollte der Veranstalter auf die unregelmässigen Arbeitszeiten der gastgewerblichen Mitarbeitenden Rücksicht nehmen und allen die Teilnahme ermöglichen. «Bei diesem Anlass ging es um das, allen Hotel- und Restaurant-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern für ihren

unermüdlichen Einsatz zu danken, densie tagtäglich leisten», sagte Felix W. Hauser, Vorstandsmitglied des Basler Hotelier-Vereins und General Manager des Radisson Blu Hotels in Basel. Er sei überzeugt, dass solche Anlässe zur Mitarbeiter-Motivation, -Bindung und -Gewinnung beitragen würden. «Es ist unser Ziel, diese Veranstaltung zu institutionalisieren», erklärte Hauser weiter. An der Party



Das OK: **Thomas Merian**, City Beach Basel; **Andreas Plüss**, Restaurant St. Alban-Eck; **Céline Kocher-Jolidon**, Grand Hotel Les Trois Rois; **Franz-Xaver Leonhardt**, Hotel Krafft; und **Felix W. Hauser**, Radisson Blu Hotel Basel (v.l.).

kamen die Gäste in den Genuss von zahlreichen Attraktionen. Diverse Food- und Getränkestände – von Hoteldirektoren bewirtschaftet –

sorgten für das kulinarische Wohl. Für Unterhaltung sorgten der Basler Moderator Dani von Wattenwyl, die Live Band «BEJ» und DJs.

Sesselrücken

Rücktritt bei den Lenzerheide Bergbahnen

Beatrice Tschanz tritt per Ende September als Mitglied des Verwaltungsrates der Lenzerheide Berg-



bahnen zurück. Der Grund für den Rücktritt der ehemaligen Kommunikationschefin der früheren Swissair sei die erhebliche berufliche Belastung, teilt das Bergbahn-Unternehmen mit.

Die Swiss Rides entlässt den Geschäftsführer

Die Swiss Rides, Herstellerin der Sesselbahn des Schweizer Pavillons an der Weltausstellung in Shanghai, hat sich von Geschäftsführer **Philipp Meili** getrennt. Meili habe die Firma bereits vor einigen Wochen in gegenseitigem Einvernehmen verlassen, sagte die Sprecherin Carmen Fiegl. Es bestehe aber kein Zusammenhang mit mehreren Pannen der von Swiss Rides gelieferten Sesselbahn in Shanghai.

Wechsel in der Direktion der ISS FM Services AG

Der Verwaltungsrat der ISS FM Services AG hat **Pierre Savoy** zum neuen geschäftsführenden Direktor ernannt. Zuletzt war der 44-Jährige im Head Regional Management für den Geschäftsbereich Security Solutions der Siemens Build-



ding Technologies Group tätig und gehörte zum oberen Führungskreis des Siemens Konzerns.

Neuer Front of House Manager in Bransons Kasbah Tamadot

Julien Pegon ist der neue Front of House Manager der Kasbah Tamadot in Marrakesch. Das Haus gehört zu Sir Richard Bransons Hotel-Kollektion Virgin Limited Edition. Julien Pegon arbeitete bereits in ähnlichen Positionen in renommierten Hotels in Paris und Chicago. esp

hoteljob.ch

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Un servizio di hotelleriesuisse

Agrotourismus: Südtirols kreative Bäuerinnen Seite 8; **Die Schweiz tut sich schwer mit der Vermarktung** Seite 9; **Unterschiedliche Qualitätsstandards** Seite 10; **Österreichs Bauern kooperieren erfolgreich** Seite 11

Das Südtirol setzt erfolgreich auf Agrotourismus. Was in der Schweiz erst geplant ist, funktioniert dort seit zehn Jahren: eine zentrale Vermarktungsorganisation.

CHRISTINE KÜNZLER

Hans J. Kienzl, Sie sind Geschäftsführer der Vermarktungsorganisation «Roter Hahn». Was macht sie besser als die Agrotourismus-Vermarkter anderer Länder? Wir haben vor zehn Jahren die Marke Roter Hahn lanciert, ein klares Konzept aufgestellt und uns auf unser Produkt und dessen Vermarktung konzentriert. Wir haben die Marke «Urlaub auf dem Bauernhof» entstaubt und ihr mit strengeren Kriterien ein neues Ansehen verliehen. Wir hatten Glück, dass nur eine einzige Organisation bestand, die sich mit Urlaub auf dem Bauernhof beschäftigte. Das ist im übrigen Italien anders. Auch spielt das Marketing gegen innen für uns eine zentrale Rolle: Die Mischung von Weiterbildungsangeboten und Produktentwicklung bewährt sich. Wir sorgen dafür, dass sich unsere Mitglieder ständig weiterbilden.

Wie haben Sie es geschafft, Ihre Mitglieder von den strengen Kriterien zu überzeugen? Mit zahlreichen Vorträgen, die wir vor Ort gehalten haben. Es war ein steiniger Weg. Gegen die Einstufung der Höfe gab es anfangs viel Widerstand. Heute haben wir eine Fremdeinstufung: Zwei Personen gehen vor Ort und stufen den Betrieb nach 96 Kriterien ein.



«Wichtig ist für uns der richtige Umgang mit den Gäste-Reklamationen.»

Hans J. Kienzl
Geschäftsführer Roter Hahn

Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit den Anbietern? Wir pflegen E-Mail-Kontakt mit unseren Mitgliedern. Zweimal jährlich verschicken wir eine Broschüre, die sie über Neuhei-

ten informiert. Im Oktober jeweils findet eine Impulstagung statt zu der rund 800 Bauern kommen. Zudem halten wir Vorträge.

Wie stellt Ihre Organisation die Qualität sicher? Wichtig ist für uns der richtige Umgang mit den Gäste-Reklamationen. Jede Beschwerde wird ernst genommen, der betroffene Bauernhof wird besucht. Ist eine Situation zu Recht beanstandet, muss sie verbessert werden. Bei zweimaliger, schwerwiegender Reklamation wird der Betrieb ausgeschlossen.

Wie vielen Höfen verweigern Sie den Beitritt wegen mangelnder Qualität?

Bei Höfen mit Qualitätsprodukten liegt die Durchfallquote bei über 40 Prozent. Von neun Schankbetrieben wurden heuer zwei aufgenommen. Die interessierten Bauern, die Gäste be-

herbergen, nehmen wir grundsätzlich alle auf. Die Qualität der Höfe zeigt sich an der Anzahl Blumen, die er bei der Einstufung erhalten hat. Bei Reklamationen werden die Höfe wie gesagt wieder ausgeschlossen.

Wie kooperieren Sie mit Südtirol Marketing?

Wir kooperieren gut mit der Marketinggesellschaft, sie honoriert unsere Arbeit. Wir sind dort wie jede Tourismusorganisation eingebunden.

Wer unterstützt Ihre Organisation finanziell?

Wir bekommen einen Beitrag vom Land Südtirol. Und unsere Mitglieder bezahlen jährlich einen Marketingbeitrag um 400 Euro plus Mehrwertsteuer.



«Urlaub auf dem Bauernhof» wird im Südtirol einheitlich über die Organisation «Roter Hahn» vermarktet. Erfolgreich.

Frieder Bickel/zvg

Südtirol macht's vor

«Roter Hahn»: 2712 Betriebe

Unter der Dachmarke Roter Hahn vermarktet der Südtiroler Bauernbund Höfe, die Agrotourismus bieten. Der strenge Kriterienkatalog garantiert die Authentizität der Betriebe. Eine Übernachtung mit Frühstück kostet um die 24 Euro pro Person. Zehn Spezialisierungskategorien helfen dem Gast, den richtigen Hof zu finden: Reiterbauernhof, Biobauernhof, Vitalurlaub, familienfreundlicher Bauernhof, behindertenfreundlicher Bauernhof, Weinhof, Radlerbauernhof, Wanderbauernhof,

historischer Hof, allergiefreier Bauernhof. Die Kriterien für diese Spezialisierungen sind sehr streng. So muss beispielsweise ein Frühstücksbuffet mindestens zehn verschiedene Produkte umfassen. Urlaub auf dem Bauernhof steht auf drei Säulen: Hofeigene Produkte, Gastfreundschaft, lebendiger Bauernhof (Erbnisse). Ende letzten Jahres registrierte die Organisation 2712 Betriebe, die Gäste beherbergen. Die meisten Betriebe, 66,8 Prozent, vermieten Ferienwohnungen, die übrigen zusätzlich noch Zimmer oder

dann nur Zimmer. Dazu kommen 34 Schankbetriebe und 48 Betriebe, die Qualitätsprodukte vom Hof verkaufen, zusammengefasst im Katalog Delikatessen vom Bauern. Die Anzahl der Übernachtungen stieg zwischen 1999 und 2009 von 797.688 auf 1.855.489. Das entspricht einer Steigerung von 132,6 Prozent. Die Auslastung der Betriebe hat sich innerhalb der letzten 8 Jahre um 52 Prozent gesteigert. Die Organisation Roter Hahn druckt jährlich 90.000 Kataloge sowie Informationsbroschüren in Deutsch und Italienisch. ck

HÄFELE
FINDING BETTER WAYS

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

dia lock

Häfele Schweiz AG
8290 Kreuzlingen | Tel. 071 686 82 00 | www.haefele.com

Roland Digital Pianos

Das perfekte Instrument für Hotel, Restaurant und Piano Bar

Roland (Schweiz) AG · 4452 Ittigen · 061 975 99 99 · pianos@rolandmusik.ch · www.rolandmusik.ch

Mobiles Fumoir

NEU und EXKLUSIV

NEU: Für Gastro, Büro oder Events. Mobil. Ohne Baubewilligung. Heizung, Lüftung, Grosse Fenster. Leasing. Etc.

044 738 99 44
www.contena.ch

CONTENA

HOSPITALITY LINE

solis

www.solis.com/hospitality

Agrotourismus. Bauernhöfe. Drei Südtiroler Bäuerinnen und ein Schweizer Bauer: Alle beherbergen auf ihren Höfen Feriengäste. Die Spezialisierung, das Angebot und die Unterkunft sind bei jedem Betrieb anders.



Edle Unterkunft im baubiologisch sanierten alten Bauernhaus des Obergluniger-Hofs in Tschermbs bei Meran.

Bei drei engagierten Bäuerinnen zu Gast

Einige Südtiroler Bauernhöfe bieten ihren Gästen mehr als nur Natur pur. Drei Höfe, alle in der 4-Blumen-Kategorie, der höchsten Auszeichnung.

CHRISTINE KÜNZLER

Der Internetauftritt des Obergüniger-Hofs in Tschern bei Meran (www.oberguengerhof.it) ist nicht nur attraktiv, sondern auch professionell und informativ gestaltet. Die Bauersleute Marlene und Heinrich Platter sind erst seit Kurzem Mitglied bei der Vermarktungsorganisation «Roter Hahn». Platters Obergüniger-Hof ist als Biohof spezialisiert. Biologisch ist nicht nur ihr Obst- und Weinbau, auch ihre Wohnungen im alten Bauernhaus sind baubiologisch saniert. Mit Wänden aus Lehm und Kalk und mit einer naturbelassenen, allergikerfreundlichen Innenausstattung.

Die Familie Platter vermietet vier Wohnungen, das Maximum, das die Organisation «Roter Hahn» zulässt. Finanziell, sagt sie, können die Einnahmen aus dem Agrotourismus die Investitionen in die Ferienwohnungen nie decken. «Wir haben uns diese Renovation einfach geleistet und sind glücklich, etwas Eigenes geschaffen zu haben.»

Ihren Gästen hat sie einen eigenen Garten angelegt, wo diese Kräuter ernten können, und den Ferienkindern einen originellen Spielplatz geschaffen. «Ich arbeite gerne mit Gästen», sagt Marlene Platter. «Mein Mann und meine vier Kinder helfen alle mit.» Die meisten ihrer Gäste reisen aus Deutschland

an. An zweiter Stelle folgt bereits das
Herkunftsland Schweiz.

Packages mit Kneippanwendungen und Massagebehandlungen

Die Italiener stehen offenbar weniger auf Bio. Denn während nur wenig Landschaften der Oberrhein-Ge-Hof buchen, gehören die Italiener im Oberhaslerhof in Schnella und im Aussermahrhof im Giesertal zu einem der wichtigsten Gästesegmente: Sie stehen in der Rangliste gleich vor oder gleich nach den Gästen aus Deutschland. Priska Weger, Bäuerin im Oberhaslerhof, vermietet drei Ferienwohnungen und ist seit der Gründung von «Roter Hahn» Mitglied. Entsprechend



Frieder Blickle/zw

Gemeinsam Salat ernten.

gut ist die Auslastung ihrer Wohnungen, sie liege bei 80 Prozent. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt komfortable sieben Tage.

Die Bäuerin ist Heilkräuterspezialistin und Kneipp-Trainerin. Im Frühling und Winter bietet sie Kneipp- und Massage-Packages an. Im Sommer Kräutlerwanderungen. Das Zusatzeinkommen, das ihr der Agrotourismus bringt, sei willkommen. «So brauche ich nicht auswärts zu arbeiten.» Auch im Oberhaslerhof helfen Mann und Kinder mit, die Gäste zu betreuen. Mit ihrer Vermarktungsorganisation ist Priska Wehr zufrieden. Zu schaffen macht ihr einzig, dass einige tiefer klassierte Höfe ihre Betten zu günstig verkaufen. Dies, obwohl der «Rote Hahn» die der Kategorie entsprechende Preisspanne vorgibt.

Stammgäste kommen der Gastfreundschaft wegen

Eine Situation, die auch Ruth Taschler vom Aussermarchhof beschäftigt: „Einige Höfe machen tiefe Preise oder gewähren Rabatte. Das ist für uns problematisch, denn unser Hof liegt im hochpreisigen Bereich. Sie bieten ihre Gästen aber entsprechend viel: »Zum Beispiel ein kostenloses Nachessen, gratis Milch und Eier.« Ihre Wohnung für vier Personen kostet in der Hochsaison 139 Euro pro Tag. Um ihren Gästen immer wieder etwas Neues bieten zu können, wird jedes Jahr investiert: Beispielsweise in einen Spielplatz und in die Renovierung der drei Ferienwohnungen und der drei Familienzimmer.

Taschlers Aussenmahrhof hat sich als Familienhof spezialisiert. So haben ihre Gäste einen eigenen Stall mit Kaninchen, Zwerggeissen und ab und zu mal Küken. Ruth Taschler backt mit ihren kleinen Gästen einmal die Woche Brot, stellt Butter her, ihr Mann nimmt die Gäste mit in den Stall. Sie hat auch Schulklassen zu Gast, denen sie den bäuerlichen Alltag näher bringt.

«Unsere Gäste kommen vor allem wegen unserer Tiere zu uns. Wenn sie sich dann nach ihrem ersten Urlaub verabschieden, sagen sie, sie kämen wegen der Gastfreundschaft wieder.» 30 bis 40 Prozent ihrer Gäste sind Stammgäste.

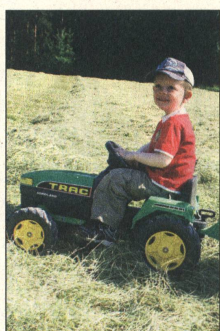
«Wir bieten Tiere, Ruhe und Erholung»

Für Peter und Margrit Bütler aus Abtwil, Bauern im Nebenerwerb, ist der Agrotourismus ein wichtiges Standbein. Die Familie setzt bereits 30 Jahre auf dieses Angebot.

CHRISTINE KÜNZLER

Peter und Margrit Büttler ermöglichen Gästen «Ferien auf dem Bauernhof». Die Familie vermietet eine 3,5-Zimmer-Wohnung und zwei Doppelzimmer mit Dusche und WC auf der Etage. Für das Doppelzimmer bezahlen ihre erwachsenen Gäste täglich 45 Franken und Kinder 25 Franken. Dazu kommt die Endreinigung für 20 Franken pro Zimmer. Zusätzlich betreiben Büttlers noch einen Partyraum, wo Brunchs, Hochzeits- und andere Feiern stattfinden.

Auf den Agrotourismus ist Büttler vor 30 Jahren gekommen. «Ich sollte aus tierschützerischen Gründen meinen Stall umbauen lassen.» Stattdessen hat er damit begonnen, Feriengäste zu beherbergen. Wer Gäste aufnehme, müsse Herzblut



Ferienkind auf der Heuwiese

dafür aufbringen, sagt Bütler. «Und es braucht die passende Frau und Kinder, die mitmachen.»

Bütlers sind fromm um die agrotouristischen Einnahmen, denn sie führen ihren landwirtschaftlichen Betrieb im Nebenerwerb. «Ich arbeite zusätzlich 40 Prozent in der Metallbranche», erklärt er. Heute sind Ferienwohnungen und Zimmer an 200 bis 240 Tagen jährlich vermietet. «Diese Auslastung stimmt für uns.» Doch würde er gerne nochmal eine bis zwei Ferienwohnungen bauen. «Dann würde ich nicht mehr auswärts arbeiten, sondern nur noch unsere Feriengäste betreuen.» Obwohl, sagter, die Gäste im Laufe der Jahre kritischer geworden seien. Grundsätzlich jedoch mache er gute Erfahrungen

mit seinen Gästen. «In den letzten 30 Jahren kamen nur zwei bis drei Personen, die ich auf die schwarze Liste setzen würde», zieht Büttler Bilanz.

Früher waren 90 Prozent seiner Gäste Ausländer, «weil die Schweizer dieses agrotouristische Angebot noch nicht kannten». «Heute reisen noch zwischen 40 und 50 Prozent unserer Gäste aus dem Ausland an, einige davon auch aus Kalifornien, Dubai und Moskau.» Die meisten ausländischen Gäste jedoch kommen aus Deutschland. Bütlers bieten ihren Gästen keine besonderen Angebote, «einfach nur Tiere, Ruhe und Erholung». Seine Kunden, glaubt er, buchten nicht Bauernhof-Ferien weil sie günstig sind. «Sondern weil sie die Naturverbund-

denheit suchen.» Manchmal legen die Gäste bei den täglichen Arbeiten auf dem Hof und im Garten spontan mit Hand an. «Als Dank laden wir sie zu einem Essen oder einem Glas Wein ein.» Den Betrieb stören würden die Gäste nicht, versichert er. «Man muss einfach klare Regeln aufstellen.» Und die Sicherheit für die mit dem bäuerlichen Betrieb nicht vertrauten Gäste sei gewährleistet. «Wir hatten ja selber kleine Kinder.»

Butlers Konzept scheint aufzugehen. »98 Prozent empfehlen uns weiter, wie die Gästefragebögen zeigen.« Einige Stammgäste kommen schon seit zehn Jahren. Trotzdem, auf den Lorbeeren ausruhen will er sich nicht: »Wir müssen immer besser werden«, sagt er.

Agrotourismus. Schweiz. Die Dachorganisation Agrotourismus Schweiz soll künftig die bäuerlichen Angebote professionell und zentral vermarkten. Kantone haben inzwischen eigene Vermarktungsplattformen geschaffen.

Der Agrotourismus in der Schweiz kam lange Zeit nicht vom Fleck. Das soll sich jetzt aber ändern: Dank einer neuen Dachorganisation.

THERES LAGLER



«Schlaf im Stroh!» ist nur eine der agrotouristischen Anbieterorganisationen in der Schweiz. Eine Dachorganisation soll nun alle Anbieter vernetzen.

Swiss Image

Neuer Anlauf in der Schweiz

Schluss mit den vielen Einzelkämpfen: Der Agrotourismus in der Schweiz soll künftig professioneller vermarktet werden. Zu diesem Zweck wurde am 31. Mai die neue Dachorganisation «Agrotourismus Schweiz» formell aus der Taufe gehoben. Im Vorstand sind die drei Anbieterorganisationen «Ferien auf dem Bauernhof», «Schlaf im Stroh» und «tourisme rural» ebenso vertreten wie der Schweizerische Bauernverband. Fürs Präsidium konnte mit Roland Lyman, Dozent am Institut für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Luzern, ein ausgewiesener Touristiker gewonnen werden. Es wartet viel Arbeit.

Dachorganisation will Übersicht und Transparenz schaffen
Roland Lyman sieht vier Aufgabenfelder: die Zusammenführung der Kommunikation und Werbung, der Aufbau einer Informations- und Buchungsplattform, die Qualitätssicherung sowie die Angebotsbündelung und -entwicklung. «Für mich ist klar, dass die Werbung nur noch über die Dachorganisation laufen sollte», betont Roland Lyman. Doch wie so häufig liegt der Teufel im Detail. So hat beispielsweise die Organisation «tourisme rural» zahlreiche Mitglieder, die keinen direkten Bezug zu einem Bauernhof haben – kleine Hotels und Ferienwohnungen auf dem Lande. «Wir wollen den ländlichen Tourismus sicher nicht ausschliessen, das Label Agrotourismus ist aber zwingend für Angebote reserviert, bei denen der Bauernhof ein wesentlicher Bestandteil ist», so Lyman. «Die ändern ländlichen

Anbieter können wir beispielsweise über Kooperationen mit den Naturparks oder der Via Stora einbeziehen.» Bei der Buchungsplattform kann die Dachorganisation auf bestehendem aufbauen. So sind die Betriebe von «Ferien auf dem Bauernhof» bereits heute bei der Reka integriert und damit auch auf dem Fewo-Marktplatz von Schweiz Tourismus präsent. Punkto Qualitätsmanagement und -sicherung bleibt aber noch viel zu tun. «Wir müssen erst noch festlegen, welche Anforderungen wir an unsere Mitglieder stellen werden», erläutert Lyman. «Das wird auch Weiterbildungen bedingen. Dabei setzen wir



«Für mich ist klar, dass die Werbung nur noch über die Dachorganisation laufen sollte.»

Roland Lyman
Präsident Agrotourismus Schweiz

aber auf die Zusammenarbeit mit bestehenden Anbietern. Wir wollen und können nicht alles selber machen.» Lyman hat zum Ziel, bis im Frühjahr 2011 die operative Geschäftsführung auf die Beine zu stellen. Offen ist noch, ob das über eine eigene Geschäftsstelle abgewickelt wird oder ob die Aufgabe eventuell im Mandat abgegeben wird. Parallel dazu läuft die Sicherung der mittelfristigen Finanzierung. «Es stellt sich hier natürlich auch die Frage, in welcher Frist und in welchem Umfang wir über eine steigende Anzahl Mitglieder die Eigenmittel erhöhen können.» Bisher sind erst 700 bis 800 Betriebe organisiert, obwohl man davon ausgeht, dass schweizweit rund 3500 Betriebe im Agrotourismus tätig sind.

Gesetzliche Rahmenbedingungen sind immer noch nicht optimal
Der Schweizer Tourismusverband (STV) beobachtet die neuesten Entwicklungen im Agrotourismus interessiert und könnte sich auch vorstellen, die neue Geschäftsstelle im Mandat zu übernehmen oder Räumlichkeiten zu vermieten. «Der Agrotourismus ist ein interessantes Nischenangebot. Er sollte stärker als bisher mit den touristischen Organisationen verknüpft werden», hält Mila Trombittas, stellvertretende Direktorin des STV, fest. Rita Barth, Präsidentin des Vereins Ferien auf dem Bauernhof, hätte da gar nichts dagegen. Sie setzt sich unterdessen aber noch an anderen Fronten ein. So hat beispielsweise die Revision des nationalen Raumplanungsgesetzes im Jahr 2007 doch nicht alle Hemmfaktoren für den Agrotourismus beseitigt. «Vor-

handener Raum darf zwar zu Ferienwohnungen umgenutzt werden, eine Küche darf aber nicht eingebaut werden», kritisiert Rita Barth. Das bedeute, dass die Bauernfamilie ihre Gäste immer am Familientisch bewirten müsse. Das sei eine Belastung für die Familie, komme aber auch nicht allen Gästen entgegen. Weiter bemängelt Rita Barth, dass der Agrotourismus noch immer kein anerkannter Betriebszweig der Schweizer Landwirtschaft ist. So würden bei beiden Berechnungen der Standard-Arbeitskräfte eines Betriebs nicht miteinbezogen. Dafür wäre eine Änderung des Landwirtschaftsgesetzes nötig.



«Der Agrotourismus ist als Betriebszweig der Landwirtschaft nicht anerkannt.»

Rita Barth
Präsidentin Ferien auf dem Bauernhof

Standard-Arbeitskräfte eines Betriebs nicht miteinbezogen. Dafür wäre eine Änderung des Landwirtschaftsgesetzes nötig.

Wallis, Tessin und Schwyz haben die Nase vorn

Was auf nationaler Ebene erst anläuft, ist in einigen Kantonen bereits in vollem Gang: Sie unterstützen die Bauern bei der Vernetzung und Vermarktung der agrotouristischen Angebote.

THERES LAGLER



Fördern den Produkte-Absatz: Ferien auf dem Bauernhof.

Die Kantone Wallis und Tessin nehmen den Agrotourismus ernst: Das zeigt die Tatsache, dass beide Kantone ein Gesetz zur aktiven Förderung des Agrotourismus verabschiedet haben. Der Kanton Wallis stützt sich dabei auf drei Säulen: Die Beratung, die Strukturhilfe und die Vermarktung. Zuständig für die koordinierte Vermarktung ist seit 2007 die Walliser Landwirtschaftskammer (WLK), die einen entsprechenden Leistungsvertrag mit Landwirtschaftsdirektor Jean-Michel Cina abgeschlossen hat. Die Landwirtschaftskammer hat seit her eine Broschüre mit 112 Lei-

tungserbringern ausgearbeitet und die Internetseite feinschmeckerwallis.ch entwickelt. Dort finden sich vielfältige Informationen zu Übernachtungsangeboten auf dem Bauernhof und regionalen Spezialitäten inklusive Bezugsadressen. Die ganze Website ist im look-alike der Marke «Wallis» gehalten. Sie kommt frisch und modern daher, zudem ist sie verlinkt mit den nationalen Anbietern «Ferien auf dem Bauernhof», «Schlaf im Stroh» und «tourisme rural». Es ist deshalb davon auszugehen, dass bezüglich Kooperation auch gegenüber der neuen, agrotouristischen Dachor-

ganisation keine Berührungspunkte bestehen (siehe Text oben).

Ebenfalls einen grossen Schritt Richtung Professionalität hat der Agrotourismus im Kanton Schwyz gemacht. 25 Anbieter haben sich zu einer Interessengemeinschaft zusammengeschlossen, um den Agrotourismus weiterzuentwickeln. Erste Resultate sind bereits sichtbar. Die Bauernfamilien haben gemeinsam mit dem Amt für Landwirtschaft die Website agrotourismus-schwyz.ch aufgebaut. Die Website bietet einen umfassenden Überblick vom Schlafen im Stroh am Jakobsweg über Hedy's Älplermagronen in der Alpwirtschaft Gehen bis zum Bienenlehrpfad in Pfäffikon. Gut ersichtlich ist auch, welche der Betriebe bereits heute das Qualitätsgütesiegel des Tourismus Q erarbeitet haben. Weiterführende Links zu den nationalen Anbietern fehlen bisher noch.

Auch der Kanton Graubünden will den Agrotourismus gezielt för-

dern. «Bis Ende Jahr wollen wir eine umfassende Strategie zum Agrotourismus Graubünden verfassen», sagt Michael Cafilisch, Leiter Tourismusentwicklung beim kantonalen Amt für Wirtschaft und Tourismus. Bei Null muss er dabei nicht beginnen. Der Kanton hat bereits im letzten Februar einen Leitfaden für Praktiker publiziert, der die Rahmenbedingungen und Möglichkeiten des Agrotourismus in Graubünden aufzeigt. Bezüglich nationaler Dachorganisation gibt es sich zurückhaltend: «Wenn sie Nutzen stiftet und gute Angebote für einzelne Bauern, Regionen und Kantone bietet, sind wir mit dabei.»

ANZEIGE

Valentine's
Fritusen Tellerwärmer Teigwarenkocher
Was hält länger?
www.bertschi-valentine.ch

Agrotourismus. Anbieter. In der Schweiz gibt es zurzeit drei Organisationen, die Ferien auf dem Bauernhof anbieten. Mit ganz unterschiedlichen Qualitätskriterien. Die Zukunft dieser Organisationen ist aber ungewiss.

Keine einheitliche Qualität

In Sachen Qualität haben die Schweizer Anbieter von Agrotourismus unterschiedliche Kriterien. Nicht alle haben eine Klassifizierung.

ROBERT WILDI

Für Rita Barth, Präsidentin des Anbieters «Ferien auf dem Bauernhof» (Feba) ist klar, dass punkto Qualitätsstandards das Rad nicht neu erfunden werden muss. Sie spricht damit die geplante schweizerische Vermarktungsplattform an (siehe Seite 9). «Unser aktuelles Qualitätssystem hat sich bestens bewährt», sagt sie selbstbewusst. Feba ist zurzeit der wichtigste Schweizer Anbieter von Bauernhöfen und erzielt mit seinen 230 angeschlos-

senen Betrieben im letzten Jahr 102 300 Gästelogiernächte sowie einen Umsatz von rund 2 Millionen Franken. Analog zur Hotellerie klassifiziert Feba seine Betriebe mit Sternen. Höfe mit besonderen Qualitäten erhalten zudem ein weiteres Gütesiegel (Kuh mit Blume) zugesprochen. Das sind in der Regel gepflegte Höfe mit «heimeligen» Wohnungen und Zimmern und einer Vielfalt an Tieren. Diese Landwirte offerieren Produkte direkt vom Bauernhof und werden von

erfahrenen Gastgebern geführt, die sich Zeit für die Besucher nehmen. «Mit diesen Kriterien fahren wir sehr gut und ich glaube nicht, dass man daran etwas verändern sollte», hält Barth fest.

«Schlaf im Stroh!» mit einfachen Qualitätskriterien

Anders definiert wird der Qualitätsbegriff bei der Organisation «Schlaf im Stroh» (SIS). Mit 182 angeschlossenen Betrieben hat sie im letzten Jahr 41 800 Übernachtun-



Die bäuerlichen Unterkünfte sind unterschiedlich komfortabel.

gen und einen Umsatz von rund 900 000 Franken erzielt. Bei SIS gibt es im Gegensatz zu Feba jedoch keine Klassifizierung. Die Qualität der Betriebe werde aber anhand einer strengen Checkliste mit diversen Kriterien regelmässig überprüft. Vorausgesetzt für eine Mitgliedschaft bei SIS sind unter anderem saubere, zweckmässige Unterkünfte mit intakten sanitären Anlagen, eine funktionierende Gästebewirtung, die Einhaltung diverser Hygienevorschriften und eine Schlafmöglichkeit im Stroh.

Bezüglich der Sicherheit für die mit dem bäuerlichen Alltag nicht vertrauten Gäste berufen sich Feba und SIS auf die Vorschriften der Beratungsstelle für Unfallverhütung in der Landwirtschaft. Themen wie Brandschutz und Lebensmittelhygiene werden ebenfalls sehr genau genommen. Beide Organisationen machen bei der entsprechenden Kontrolle der Mitglieder keine Kompromisse.

Die welsche Organisation Tourisme rural hat keine Qualitätsstandards

Über keine definierten Qualitätsstandards verfügt hingegen die

Westschweizer Organisation tourisme-rural.ch, die heute – vorwiegend in der Romandie und im Tessin – 250 Mitglieder zählt. Zu dieser Organisation gehören nicht nur Bauernhöfe, sondern auch Restaurationsbetriebe und Anbieter von ländlichen Freizeitaktivitäten.

Wer bei tourisme-rural.ch beitreten möchte, muss eine Charta unterschreiben und «alles unternehmen, um qualitativ hochstehende Dienstleistungen anzubieten», wie es am Hauptsitz in Lausanne heisst. Im Gegensatz zu den beiden Deutschschweizer Mitbewerbern «Ferien auf dem Bauernhof» und «Schlaf im Stroh» werden bei der welschen tourisme-rural.ch auch die Logiernächte nicht statistisch erfasst, wie eine Anfrage beim Lausanner Hauptsitz zeigt.

Die Auslegung zeigt: Es wird für die neue nationale Plattform «Agrotourismus Schweiz» eine enorm schwierige Aufgabe sein, einheitliche Qualitätsstandards zu definieren, die der Ausrichtung aller drei doch so unterschiedlichen Partnerorganisationen für Agritourismus gerecht werden.

Bei «Schlaf im Stroh!» wird die Qualität anhand einer strengen Checkliste geprüft.

Vermarktung Was wird aus den bestehenden Plattformen?

Noch nicht geklärt ist im Moment die Frage, ob und wie die beiden Deutschschweizer Bauernhöfe-Anbieter (Feba) und «Schlaf im Stroh» sowie die welsche «tourisme-rural.ch» ihre eigene Vermarktung künftig weiterführen. Der Verein «Schlaf im Stroh» werde sicher bestehen bleiben, sagt dessen Präsidentin Susanne Ming. Alles andere sei offen. «Die Art und Weise der Vermarktung von agrotouristischen Angeboten wird im Vorstand der neuen Dachorganisation zurzeit diskutiert.» Was dies in Bezug auf den Fortbestand der bisherigen Vermarktungsaktivitäten der bestehenden Organisationen bedeuten könnte, im Moment nicht gesagt werden, so Susanne Ming.

Keine Einschränkung der eigenen Vermarktungsaktivitäten erwartet hingegen Rita Barth, Präsidentin von «Ferien auf dem Bauernhof». «Bei uns läuft auch in Zukunft alles normal weiter», sagt sie. Vieles deutet darauf hin, dass die Organisation in der neuen Dachorganisation eine dominante Rolle einnehmen wird. Das hat auch mit den professionellen operativen Abläufen zu tun. Feba kooperiert seit Jahren mit der Schweizer Reisekasse (Reka), welche sowohl die Bu-



Immer mehr Menschen buchen Ferien auf dem Bauernhof.

chungszahlen erfasst als auch den gesamten Zahlungsverkehr für die Organisation abwickelt. Auch der Feba-Internetauftritt wurde gemeinsam mit der Reka entwickelt.

Die Folge seien steigende Buchungszahlen auch im laufenden Jahr, sagt Rita Barth. Sie sagt, dass das Geschäft dann rentiere, wenn ein Bauernhof minimal drei Ferienwohnungen anbieten könne. Über wachsende Gästezahlen freut sich auch Susanne Ming, für die der ländliche Tourismus ganz generell über ein enormes Potenzial verfügt. Im Verhältnis zum gesamten Schweizer Hotellerie- und Parahotellerie-Logiernächte-Anteil von Feba und SIS bei der letzten Messung im Jahr 2006 mit 0,2 Prozent noch auf einem tiefen Niveau.

ANZEIGE

ConCerto

18. Concerto del vino italiano
4. bis 6. September 2010

Liebe Gastgeber

Immer noch gibt es Gastronomen, die sich in ihrem Weineinkauf in erster Linie an logistischen Kriterien orientieren oder durch die Sympathien zu diesem oder jenem Weinverkäufer, der gerade vorbeikam, leiten lassen. Das ist gut so, denn dem, der seine Weinkarte sorgfältig auf die Bedürfnisse seiner Kunden abstimmt und ihre Wirkung nutzt, ermöglicht dies Alleinstellungs- und Erfolgspotentiale.

Erfolgreiche Gastronomen haben längst erkannt, wie wichtig ihre Weinkarte als Marketing-Instrument sein kann. Glaubwürdiger als in jedem Prospekt wird hier sichtbar, ob in diesem Lokal ein Kenner mit Sorgfalt, Kenntnis und Liebe ein Angebot pflegt, das für die Werte des Hauses steht und für den Gast zum Erlebnis wird.

Am Concerto del vino italiano lernen Sie die Persönlichkeiten kennen, die heute die Weinwelt Italiens prägen. In der Vielfalt des Angebots finden Sie mit Sicherheit die Weine, die in der Lage sind, die Einzigartigkeit Ihres Lokals und Ihrer Küche zu unterstützen – und mit denen Sie Geld verdienen können. Kommen Sie vorbei.

Freundlicher Gruss

Ueli Schiess

Ueli Schiess

Programm-Übersicht:

Samstag 4. September 2010 13.30 – 17.30 h		Workshops
Sonntag 5. September 2010 12.15 – 13.45 h 14.00 – 19.00 h		Matinée mit Irène Schweizer (Flügel) und Jürg Wickhalder (Saxophon), Degustation mit den Produzenten. Sie sind alle anwesend
Montag 6. September 2010 14.00 – 19.00 h 15.00 – 16.30 h		Degustation mit den Produzenten. Sie sind alle anwesend Workshop „Die Weinkarte als Marketing-Instrument“

Ort: The Dolder Grand, Zürich.

Alle Programmdetails entnehmen Sie www.caratello.ch/concerto, wo Sie gleich auch Ihre Plätze für die Workshops, Degustationen und Matinée reservieren können.

Caratello Weine AG
Zürcher Strasse 204E, CH-9014 St. Gallen,
T +41 71 244 88 55, F +41 71 244 63 80, [www.caratello.ch](mailto:info@caratello.ch), info@caratello.ch

CARATELLO WEINE

Anwesende Produzenten:

PIEMONTE
Azelia
Antichi Vigneti di Cantalupo
Castellari Bergaglio
Aldo Conterno
Contino Fantino
Fratelli Giacomini
Monchiero Carbone
Pier Paolo Monti
Oberto – Clabot Berton
Pasquero Ella – Patin
Vietti
HASTAE Quorum

LOMBARDIA
Cai del Bosco

VENETO
Alfredo Buglioni
Silvano Follador
Fratelli Tedeschi

FRIULI
Venica & Venica

TOSCANA
Castellare
Fontodi
Monteverdine
Castello dei Rampolla
San Giusto a Rentennano
Vecchie Terre di Montefili
Lombardo
Capezzana
Mormora
Ghizzano
Mastrojanni
Poggio Antico
Il Poggione
Le Pupille
Le Macchiole
Perra
Rocca di Frassinello

MARCHE
Tenuta di Tavignano

UMBRIA
Madonna Alta

ABRUZZO
Torre dei Beati

PUGLIA
Castel di Salve

BASILICATA
Le Querce

SICILIA
Abbazia Santa Anastasia
Feudi del Pisciotto

SARDEGNA
Santadi

Agrotourismus. Nachbarländer. In Österreich ist die Vermarktung von «Ferien am Bauernhof» einheitlich geregelt. Ähnlich dem Modell im Südtirol. In Deutschland fehlt es an einer straffen Organisation.

«Urlaub am Bauernhof» ist in Österreich ein Modell einer erfolgreichen Zusammenarbeit. Geplant sind neu eine 5-Blumen-Kategorie und ein vereinfachtes Buchungssystem.

HERIBERT PURTSCHER

Die Marke «Urlaub am Bauernhof» steht in Österreich seit gut zwanzig Jahren für Ferien in ländlicher Umgebung. Die Philosophie beruht auf «lebendigen Bauernhöfen mit Tieren, Leben in natürlichen Kreisläufen, selbstgemachten Produkten sowie einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis». Dank klarem Konzept und konsequenter Markenentwicklung wurde das Angebot laufend verbessert und klar positioniert. Dem 1991 gegründeten Marketingverbund «Urlaub am Bauernhof» (UaB), einem der erfolgreichen «Urlaubsspezialisten» der Österreich Werbung, gehören 2900 Ferienbauernhöfe mit 37 400 Gästebetten in allen Bundesländern ausser Wien an.

Segmentierung: Vom Baby- bis zum Gesundheitsbauernhof

Seit 1993 sind alle Mitgliedsbetriebe qualitätsgeprüft und mit 2, 3 oder 4 Blumen ausgezeichnet. Für 9 von 10 befragten UaB-Gästen ist diese Klassifizierung wichtig bis sehr wichtig für ihre Urlaubsentcheidung. Überprüft wird die Qualität des Gesamtangebotes in den Bereichen Bauernhof, Ausstattung und Service.

Ein Landurlaubsbett ist im Schnitt 110 Tage voll belegt (davon 64 in der Sommersaison und 46 im Winter). 1991 waren es 90 Vollbelegungstage. Der Umsatz pro Bett stieg im gleichen Zeitraum von 1179 auf 2689 Euro, die Durchschnittspreise pro Person erhöhten sich von 13 auf 25 Euro.



Bei Österreichs Agrotourismus kann der Gast ein ihm passendes Angebot wählen: Zum Beispiel Reiterferien auf dem Bauernhof.

Bilder zvg

Bauern fest im Sattel



«Von den Bauernhofgästen profitiert auch die örtliche Gastronomie.»

Hans Schenner
Tourismus-Spartenobmann

Seit 1996 werden bundesweite Themenangebote vermarktet. Für Baby- und Kinderbauernhöfe, Bio- und Gesundheitsbauernhöfe, Reiterbauernhöfe oder Höfe für Rollstuhlfahrer gibt es Kataloge mit eigenen Vermarktungsschienen, ebenso für Winzerhöfe (Niederösterreich, Burgenland und Steiermark) sowie Berghütten und Almen (Tirol). Bemerkenswert, so UaB-Geschäftsführer Hans Embacher, ist die grosse Aufgeschlossenheit der bäu-

erlichen Betriebe gegenüber den Neuen Medien. Die gemeinsame Internet-Plattform www.UrlaubamBauernhof.at besteht seit 1998. Inzwischen verfügen 2600 UaB-Mitglieder über eine eigene Homepage, bereits 1000 Betriebe sind online über das Internetbuchbar, der Online-Buchungsumsatz erhöhte sich 2009 um 72 Prozent. Örtliche oder regionale Zusammenschlüsse ermöglichen ein umfangreicheres Angebot. «Damit werden die Schwächen der

kleinbetrieblichen Struktur verringert und der persönliche Kontakt zu den Gästen bleibt gewahrt», erklärt Embacher.

Ein starkes Markenprofil soll das Angebot optimieren

Erst kürzlich hat der rührige Verband ein Strukturpapier für die nächste Dekade bis 2020 erarbeitet: Mit einem noch schärferen Markenprofil will «UaB» in den nächsten Jahren das qualitätsgeprüfte Angebot optimieren und damit auch zum Fortbestand der österreichischen Landwirtschaft beitragen. Unter anderem sollen eine neue 5-Blumen-Kategorisierung und ein vereinfachtes Buchungssystem die typischen Bauernhof-Besucher – Familien mit Kindern, Paare und naturverbundene Senioren – einfach zum gewünschten Ziel



Der Kinderbauernhof: Hier können kleine Gäste viel erleben.

führen. Die Mitgliedsbetriebe sollen von verstärkten Leistungen des Verbands in Qualitätsmanagement, Markenführung, Internet-Vertrieb und Beratung profitieren.

Die Wirkung der bäuerlichen Vermietung auf die Belegung ländlicher Regionen ist erheblich. Die Tagesausgaben der Gäste im ländlichen Raum summieren sich auf 1,2 Milliarden Euro jährlich, wovon

etwa die Hälfte auf den Bauernhöfen verbleibt. Damit werden rund 23 000 Arbeitsplätze gesichert.

Auch das traditionelle Gastgewerbe profitiert. «Viele Österreich-Besucher machen Urlaub am Bauernhof, nützen aber gleichzeitig das Angebot der gewerblichen Freizeitbetriebe, gehen zum örtlichen Wirt oder ins Restaurant», veranschaulicht Tourismus-Spartenobmann Hans Schenner die Verflechtung von Tourismus und Landwirtschaft. UaB ist seit 1993 Mitglied beim Europäischen Verband für Bauernhof- und Landtourismus und kooperiert mit den europäischen Partnerorganisationen. Zu den Nachbarorganisationen in Deutschland, in der Schweiz und in Südtirol gibt es freundschaftliche Kontakte und einen regelmässigen Erfahrungsaustausch.

In Deutschland machen 15 000 Bauernhöfe mit



Feriengäste sind für deutsche Bauern eine gute Einnahmequelle.

In Deutschland gibt es keine straffe Organisation, die den «Urlaub auf dem Bauernhof» vermarktet. Jedes Bundesland hat eigene Verbände.

DIETER SCHÜTZE

Heute gibt es in Deutschland 15 000 Ferienhöfe, überwiegend Bauern-, Winzer- und Reiterhöfe. So genau weiss das niemand, denn es gibt keine straffe Organisation. Die meisten Höfe (8000) betreut die «Bun-

desarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus e.V.». Sie versteht sich als «Dachverband aller zumeist regionalen Organisationen», die sich mit dem Hof-Urlaub befassen.

Internet unerlässlich – auch für Landwirte

Und das sind viele: Die Bundesländer haben ihre eigenen Verbände, der Landvolkverband, der Bauernverband, die Landwirtschaftsministerien des Bundes und der Länder, um nur einige zu nennen. Selbst im 600 Seiten starken TUI-Katalogist der Bauernhof vertreten.

Susanne Stünkel von der TUI: «Das ist ja auch eine schöne Urlaubsform gerade für Familien mit Kindern.»

Die Deutsche Zentrale für Tourismus DZT bietet Urlaub auf dem Bauernhof als «eine Art, in Deutschland zu urlauben», weltweit an. 1600 Höfe werden von der Firma Stefan Boos Internet Service im Allgäu betreut, einem reinen Internet-Portal, die Internet-Auftritte dieser Höfe sind beachtlich.

Staatssekretär Gerd Müller vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz: «An E-Mail und Internet führt künftig auch im Landtou-

rismus kein Weg mehr vorbei.» Damit flächendeckende leistungsfähige Breitbandanschlüsse überall zur Verfügung stehen, stellt sein Ministerium im laufenden Haushaltsjahr 25 Millionen Euro zur Verfügung.

Eine stabile Einnahmequelle

702 Millionen Euro gaben 2,6 Millionen Reisende auf den deutschen Höfen im Jahr 2007 aus, ermittelte das Ministerium, eine «wichtige Einnahmequelle, die wesentlich zur Existenzsicherung beiträgt.»

Das sieht auch Frank Wetterich so, Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft «Urlaub auf dem Bauernhof»: «Eine stabile und verlässliche Einnahmequelle, die zur Absicherung der Betriebe in land-

wirtschaftlich schwierigen Zeiten beiträgt.»

Längst gibt es bei «Urlaub auf dem Bauernhof» eine gut funktionierende Qualitätskontrolle. Die Arbeitsgemeinschaft arbeitet bei der Klassifizierung eng zusammen

mit den Tourismus-Profis des Deutschen Tourismusverbandes (DTV). Klassifiziert wurde auch der Bauernhof der Roofls in Norddeich an der Nordseeküste, er wirbt mit dem Slogan «Urlaub auf dem Nostalgiebauernhof bei Oma und Opa Roofls» und dem Motto «Glückliche Kinder – stressfreie Eltern». Mit Erfolg: 2009 gaben mehr als 50 000 Gäste persönliche Bewertungen bei der Arbeitsgemeinschaft ab. Sie wählten den Nostalgiebauernhof zum besten Ferienhof Deutschlands.

Susanne Stünkel
TUI

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
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Eventpartner



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



Sake sollte nicht direkt von der Flasche in die Trinkgefäße eingeschenkt, sondern in einer Art Karaffe – meist aus Keramik – kredenzt werden.

Sake aus den USA: Takara Nigori.

vergären. Wertvoller Sake besteht im Gegensatz zu den Standardprodukten aus Wasser, Reis, Koji (Schimmelpilz) und Hefe – ohne mit zusätzlichem Alkohol gestreckt zu werden. Im Premiumbereich sind sechs Typen von Sake angesiedelt, es sind dies: der Junmai Dai-Ginjo, Junmai Ginjo, Dai-Ginjo, Ginjo, Junmai und Honjō. Beim herkömmlichen Sake ist der Reispolierungsgrad nicht vorgeschrieben.

Kenner empfehlen Sake nicht nur vor und nach den Mahlzeiten, sondern als geeigneter Begleiter zu verschiedenen Speisen. Zudem findet sich der Reiswein vermehrt auch auf europäischen Cocktailkarten (siehe Rezept). Bekannt ist etwa der Sake, die fernöstliche Martini-Alternative, bestehend aus Gin und Sake.

Abatz vor allem in asiatischen Restaurants

Best Taste Trading in Wallisellen importiert neben anderen Spirituosen im Premium-Bereich auch Sake in entsprechender Qualität. «Nach wie vor beliefern wir damit vor allem asiatische Restaurants», sagt Nathalie Schaltegger, zuständig für die Gastronomie in der Region Zürich. Der Absatz sei konstant geblieben. Man kenne Sake vielleicht nun etwas besser wegen dem Sushi-Boom.

Schaltegger empfiehlt etwa den Sake der Brauerei Masumi, der als High Premium Sake gilt. Beliebtest ist auch der Nigori-Reiswein von Takara. Diesen produziert die japanische Herstellerin seit den 1990er Jahren in den USA – aufgrund der grossen Nachfrage. Tatsächlich hat sich Sake in Übersee längst etabliert – während in Europa noch offen ist, Potenzial wäre vorhanden.

Nicht nur für die Götter

Die Unkenntnis über Sake ist in Europa so gross wie die Vielfalt des Reisweins aus Japan. Zeit, mehr über Herstellung und Bedeutung des japanischen Nationalgetränks zu erfahren.

SAMIRA ZINGARO

Eine laue Brühe, denken Nicht-Kenner beim Thema Sake. Das Gläschen Schnaps, das es beim letzten Besuch beim Asien umsonst gab. Und das er in einem Zug leerte. Fachkundige schreiben auf. Das japanische Nationalgetränk ist mehr als nur billiger Fusel. Es ist ein Stück Kulturgeschichte, das mit dem Einzug von Sushi und Sashimi nun auch hiesige Bartessen erobert. «Das Sake-Wissen steht in Europa aber noch ganz in den Anfängen», sagt Japan-Kenner Eduard Klopfenstein. So finde man etwa hierzulande keine Bücher über das Getränk (siehe auch

Interview). Dafür einen Haufen falscher Auffassungen und Vorurteile.

Beim Premium-Sake zählt, wie stark der Reis geschält wird

Die Legenden um den Reiswein erzählen von reiskauenden Mädchen, die das Getreide in einen Behälter ausgespuckt hatten. Oder davon, dass Sake schon da war, als in Japan Himmel und Erde entstanden. Mit Sake soll der Sturmgott eine achtköpfige Schlange besiegt haben. Bis heute wird der Wein, den Japanern auch

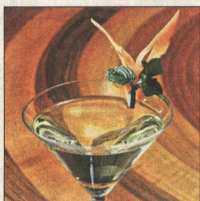
Fein und fruchtig: Der Masumi Karakuchi Gold.

«Getränk der Götter» nennen, in manchen Shinto-Schreinen den Heiligen geopfert.

In seiner Herstellung ähnelt Sake eher dem Bier denn unserem Wein. Dabei gilt: Je besser der Reis, je frischer das Wasser, umso qualitativer und auch kostspieliger das Getränk. Ein Hauptkriterium für hochstehenden Sake ist die Art, wie das Getreide poliert wird. Dabei wird die Stärke der Reiskörner gewonnen und bis zu 65 Prozent des Randes entfernt. Für qualitativen Sake muss mindestens 30 Prozent des Reiskorns weggelassen werden. Die modernisierte Technik hat neue Reispolier-

Mühlen oder Pressvorrichtungen hervorgebracht – und folglich auch mehr hochstehende Sake-Sorten. Klopfenstein spricht von 500 Brauereien in Japan, andere Quellen nennen gar 1800 Betriebe. Der Produktionsprozess ist kompliziert und, laut dem Professor für Japanologie, um ein Vielfaches komplizierter als die hiesige Weinherstellung. Der Reis wird gewaschen und gedämpft, anschliessend helfen Schimmelpilz und Hefe mit, die Stärke in Zuckermoleküle aufzubrechen – und in Alkohol zu

55 Prozent Polierungsgrad: Karakuchi Ki-pon.



Das Rezept

Sake gemixt und geschüttelt:
Cocktail-Kreationen

Beide Drinks stammen aus den Eigenkreationen des Chef de Bar Markus Blattner von der Widder Bar am Rennweg in Zürich.

Cocktail Geisha

Zutaten:
3 cl Sake
2 cl Apfelsaft
1 cl Grand Marnier L. Alexandre
Eine Prise Rosenwasser
Eine Prise Chambord

Zubereitung:
Alle Zutaten in einem Shaker schütteln und danach in ein Cocktailglas giessen.

Cocktail Urami Bushi

Zutaten:
3 cl Sake
2 cl Old Tom Gin
1 cl Chartreuse jaune
1 cl Rose's Lime Juice

Zubereitung:
Die Zutaten mixen und anschliessend in ein Cocktailglas umgiessen.

www.widderhotel.ch

«Es gibt Hunderte von Sake-Sorten»

Eduard Klopfenstein, Sie haben in Japan gelebt und geforscht. Wie war Ihr erstes Erlebnis mit Sake?

Als ich in den 1960er-Jahren in Japan war, habe ich Sake getrunken, ohne Genaueres darüber zu wissen. Die Erkenntnis folgte erst in den 1970er-Jahren, bei einem Besuch im Sake Plaza in Tokio, einem Promotionszentrum japanischer Sake-Hersteller. Bei der Degustation stellte ich fest, dass es Hunderte von Sorten gibt. Die Sake-Welt befand sich damals in grossem Umbruch. Die Brauereien begannen, zu experimentieren.

Was ist des Europäers grösstes Unwissen über den japanischen Reiswein?

Dass es eine Unmenge an Geschmacksrichtungen gibt. So stellt jede Brauerei rund ein



Japan ist ihm vertraut: Eduard Klopfenstein.

Dutzend Sake-Sorten her. Beim Reiswein wird etwa auch der Süß-Trocken-Grad bestimmt. Der Parameter reicht von herb-trocken (Karakuchi) bis hin zu lieblich-süß (Amakuchi).

Wie trinkt man Sake?

Viele Europäer glauben, dass Sake warm getrunken wird. Das stimmt aber so nicht. Grundsätzlich gilt, je höher die Qualität des Weins, umso mehr sollte man ihn kalt geniessen. Ideal ist dafür Zimmertemperatur oder leicht gekühlt. Der Reiswein wird nie direkt von der Flasche eingeschenkt, sondern zuerst in eine Art Karaffe umgeschüttet und von dort aus in ein Trinkgefäss gegeben, das aus Keramik ist.

Welche Tradition hat der Konsum von Sake heute in Japan? Sake wird getrunken wie bei uns Bier oder Wein. Manche besuchen eigens Sake-Bars, andere genehmigen sich ein Glas nach dem Feierabend oder als Schlummertrunk. saz

Zur Person Professor für Japanologie

Der emeritierte Professor studierte und forschte in Japan. 1989 wurde er zum Ordinarius für Japanologie an der Universität Zürich berufen. Er präsierte sieben Jahre die Schweizerische Asiengesellschaft und publizierte zahlreiche Schriften zu Japan.

Genuss

Zürcher
Belle-Epoque-
Lokal jubiliert

Die Brasserie Lipp nahe der Zürcher Bahnhofstrasse blickt auf zwei Jahrzehnte zurück. Das Lokal im Belle-Epoque-Stil feiert sein Jubiläumsjahr mit verschiedenen Angeboten, die im Zeichen des französischen Genusses stehen. So finden sich beispielsweise bis Ende August auf der Speisekarte 20 Auster-Gerichte für je 20 Franken. Zudem bekommt bis Ende Jahr jeder Gast an seinem Geburtstag, gegen Vorweisen der Identitätskarte, einen Hauptgang nach Wahl umsonst. saz

www.brasserie-lipp.ch

Gourmets treffen
sich in Zukunft im
Dreiländereck

Dieses Jahr findet die Degustha gleich an zwei Standorten statt: vom 20. bis 23. August im Sportzentrum in Bartenheim und vom 27. bis 30. August in Mulhouse im Automobilmuseum. Der Erfinder der Degustha, Henry Kuentz, hatte gute Gründe für den Standortwechsel: Vor wenigen Jahren wurde die Degustha gezwungen, den Messeplatz mitten im Dorf Ilagenthal zu verlassen und aufs offene Gelände ausserhalb des Dorfes zu ziehen. Diese Lage inmitten einer Wiese war aber problematisch. So musste die Degustha einen neuen Platz finden. Mit dem Standort Bartenheim bleibt sie im Dreiländereck. esp

Lipton präsentiert
neue Sorte bei
Premium-Tees

Lipton erweitert seine Premium-Linie. So gehört zu der Marke neu die Sorte «Imperial White», eine Mischung aus Grüntee und weissem Tee, verfeinert mit Rosenblüten und Litschi. Lipton vertreibt nun acht Sorten im entsprechenden Sortiment. Es sind dies neben dem neuen Produkt die Geschmacksrichtungen Darjeeling, African Red, Oriental Green Sencha, Earl Grey, Summer Fruit, Citrus Sunshine und Moroccan Mint. Neu wurde auch das Design der Premium-Tees überarbeitet. saz

Das besondere Konzept Chantal Michel ist bekannt für ihre installative Kunst. Seit drei Jahren belebt und bewohnt sie das Schloss Kiesen, wo sie auch Gäste empfängt.

FRANZISKA EGLI

Das Schloss, wahrlich herrschaftlich und verwunschen ob Kiesen, steht verlassen da. Nichts regt sich ausser dem Regen – bis man den Mut findet, die Eingangstüre zu öffnen und eine Welt definitiv nicht von dieser Welt zu betreten: Eine mystische Stimmung macht sich breit. Ein sehnsüchtiges Lied lullt ein. Und unzählige Gemälde fordern einen auf, von Salon zu Salon zu wandeln.

Dieses reiche Leben dem Schloss eingehaucht hat die Berner Installations- und Medienkünstlerin Chantal Michel. Die prächtige Liegenschaft, welche 1669 errichtet wurde und heute dem Kieswerk Daepf in Oppligen gehört, steht seit Jahren leer. Chantal Michel, die von jeher eine besondere Affinität zu leerstehenden, historischen Häusern hat, zog vor drei Jahren mit Hab und Gut ein, nachdem ihr die Besitzerin erlaubt hat, sich darin einzunisten und ihm mit Kunst vorübergehend neues Leben einzuhauen.

Die Künstlerin ist Gastgeberin, Köchin und Hötelière in einem

Das hat Michel gemacht, und wie. Eigenhändig hat die 42-Jährige die Räumlichkeiten so viel wie nötig saniert, sie herausgeputzt und neu möbliert. Und wie schon 2005 im Hotel Schweizerhof in Bern und ein Jahr später im Grand Hotel Bürgenstock in Luzern, hat sie sich in den leerstehenden Räumlichkeiten eine Ausstellung inszeniert: ein Gesamtkunstwerk aus grossformatigen Fotografien, Videos, ausgestopften Tieren, Lichtstimmungen und Gerüchen. Kurz: eine Märchenwelt voller traum- und alpträumlicher Ge-



Kunst, die durch den Magen geht: In dieser Märchenküche stellt Chantal Michel das Essen her, das ihre Gäste verzaubert. Bilder zvg

Die Schlossherrin
bittet zu Tisch

schichten, die sich auf drei Stockwerken in über 20 Gemächern erstrecken.

An den Samstagabenden schliesslich verwandelt sich die mehrfach ausgezeichnete Künstlerin in eine Gastgeberin und empfängt bis zu 50 Gäste. Diese tafeln gemeinsam entweder im romantischen Schlosspark oder im grossen Salon, geniessen die Aufmerksamkeit sowie die Kost der temporären Schlossherrin, welche Pasta und Wein, Kaffee und Kuchen aufischt. Richtig opulent zu und her geht es am 24. September sowie am 22. Oktober, wenn es heisst «diner noir» beziehungsweise «diner rouge». An diesen Themenabenden ganz in Schwarz oder Rot werden die



Vorübergehend zum Leben erweckt: Doch ab Januar 2011 steht das Schloss Kiesen wieder leer.

Gäste selber zu Protagonisten. Und wer noch tiefer in Michels Welt eintauchen möchte, kann von Samstag auf Sonntag gar in einem Schlosszimmer übernachten.

Dass sie die Türen zu ihrer privaten Welt bisweilen so weit öffnet, ist

für die Künstlerin selber relativ neu. Aber das Private mit der Kunst zu vermischen, das gefällt ihr. Und die an sich Menschenscheue stellt auch erfreut fest: «Wenn Kunst durch den Magen geht, ist sie auch bekömmlicher.»

Gesucht: Ein neues Projekt, das sie mit Leben und Kunst füllen kann

Durch diese Art der Kunstvermittlung würde die Hemmschwelle, die ein Museum öfters mit sich bringe, einfach wegfallen. «Ob kunstaffin oder nicht: Vom Arbeiter bis zum Museumsdirektor setzen sich alle an einen Tisch». Und seien all die verschiedenen Gäste zu Beginn des Essens vielleicht noch ein bisschen verhalten, erzählt Chan-

tal Michel, so tauschten sie am Ende des Abends gar ihre Adressen aus.

Noch bis Ende Oktober dauert Michels Ausstellung, und bis im Januar 2011 wird sie im Schloss wohnen bleiben. Dann läuft der Vertrag mit dem Kieswerk aus. Wie es mit ihr weiter geht, weiss sie noch nicht. Gerne würde sie wieder ein leerstehendes Haus beleben und das «mehr als nur temporär», betont sie. Nicht nur ihr behagt das, hat sie festgestellt, es tue auch den Häusern gut.

Die Ausstellung und Abendessen im Schloss Kiesen dauern noch bis 31. Oktober.

www.chantalmichel.ch

ANZEIGE

Doppelter Genuss
auch in der Gastronomie

www.maxhavelaar.ch

Finden Sie
über 700
Fairtrade-Artikel
in unserem
Online-
Produktefinder



Paul Bocuse spannt erstmals mit einem Investor zusammen. Und wie rentabel ist die Spitzengastronomie in der Schweiz? Die Preise seien zu tief, so die Starköche.

SIMONE LEITNER



Die Menüpreise der Schweizer Top-Gastronomie sind günstiger als im Ausland – trotz höheren Waren- und Lohnkosten.

Events

Viel Lob für süditalienische Azienda

Das süditalienische Weingut Biscaglia präsentiert sich am «Blue Balls» Luzern. Die Weine werden nach Richtlinien des biologischen Anbaus hergestellt. Der Weinführer Gambero Rosso zählt die Azienda zu den besten Weingütern des Landes und verlieh dem «Aglianico del Vulture Gudarra» die Höchstauszeichnung. Auch das Magazin Wine Advocate lobte das Preis-Leistungs-Verhältnis des Aglianico del Vulture Gudarra 2006 und des Syrah 2008. Das Gut wurde im 2001 von Mario Biscaglia gegründet.



Wallis räumte an der Expovina 2010 ab

Die Beteiligung an der internationalen Weinprämierung Expovina in Zürich war so hoch wie noch nie. Von 2382 Weinen erhielten 296 Gold und 476 Silber. Grosses Gold wurde an drei Weine vergeben, die alle aus dem Wallis stammen. Darunter sind der 2008 Gemma Ermitage Smaragd – dieser wurde auch zum besten Wein des Concours gekürt – sowie der 2008 Gemma Assemblage der Cépages nobles Topas von Adrian und Diego Mathier. Die Schweizer Weine erzielten mit 143 die meisten Gold-Diplome.

Engelberg bedankt sich für die Nothilfe

2005 schnitten Fluten Engelberg vom Rest der Welt ab. Die Schäden des Unwetters erlitt auch der Tourismus. Nun hat sich der Obwaldner Ferienort für die Unterstützung von damals revanchiert – in Form eines Charity-Anlasses letztes Wochenende. Dabei kamen 50 000 Franken zusammen, das dem World-Food-Programm überschrieben wird. DJ Bobo, der diese Organisation unterstützt, war neben anderen Persönlichkeiten am Event anwesend. Rahmenprogramm bildete ein Fussballturnier sowie ein Gala-Dinner. Der Kolumnist der Hotelrevue und Fachmann Gerny Hess präsentierte dazu die passenden Weine. Ziel war es, mindestens 30 000 Franken zu sammeln.

Hotellerie

Hotel Edelweiss in Mürren erhält neue Suiten



Das Hotel Edelweiss stockt sein Angebot um 12 auf insgesamt 30 Betten auf. Laut Pressemitteilung konnte man sich mit der Denkmalspflege einigen und auf das bestehende Restaurant zwei Etagen bauen. Diese beinhalten vier Superior-Zimmer und zwei Suiten. Das Haus wurde 1926 vom Thuner Architekten Arnold Itten gebaut, seines Zeichens ein Schüler von Le Corbusier. Er strebte mit dem Bau eine architektonische Vereinfachung und Vereinheitlichung an. sz

Rentieren Gourmettempel?

Kochlegende Paul Bocuse arbeitet erstmals mit Fremdkapital: Bocuse-Partner und Geschäftsführer Jean Fleury teilte mit, die Firma Naxicap Partners habe 4 Millionen Euro investiert. Mehrheits-eigentümer bleiben aber Bocuse und Fleury.

Und wie sieht es in der Schweizer Gastronomie aus? Sind Michelin-Sterne und Gault-Millau-Punkte Garant für ein rentables Ge-

schäft? «Nein», sagt André Jaeger von der «Fischerzunft» in Schaffhausen, «es braucht auch Unternehmungsgeist und viel Engagement.» Ergehört mit seinen 19 GM-Punkten zur Schweizer Elite der Gourmetköche: «Alles wird teurer – die Kosten für Mitarbeitende und für Waren – nur die Preise unserer Menüs bleiben gleich.» So könne die Rechnung nicht aufgehen. Mit dieser Aussage ist er nicht alleine: Sternekoch Reto Lampart von

«Lampart's» in Hägendorf: «Wenn wir nach strengen, betriebswirtschaftlichen Grundsätzen rechnen würden, müssten wir die Preise erhöhen.» Nur mit viel Leidenschaft und Ideologie lässt sich ein Gourmetrestaurant rentabel betreiben. «Unser Geschäft ist kein Job, es ist eine Lebensphilosophie.»

Wo also liegt die Lösung des Problems? «Die Gäste müssten auf die hohe Qualität unserer Produkte und Servicequalitäten besser sen-

sibilisiert werden, nur dann wäre es möglich, die Preise zu erhöhen», sind die Spitzenköche und Mitglieder von Relais & Châteaux überzeugt. Doch das allgemeine Ernährungsverhalten zeigt andere Tendenzen: «Immer weniger Kinder

kennen die Lebensmittel, kennen Früchte wie Zwetschgen oder Birnen, dafür sind ihnen exotische Mangos und Kiwis bestens bekannt.» Reto Lampart wünscht sich eine

Ernährungserziehung, die einerseits das Wissen um Produkte steigern und andererseits die Umwelt thematisieren würde. «Es ist doch ökologischer Wahnsinn, Lebensmittel auf der ganzen Welt zu verschieben.»

Fazit: Nur wer die Topqualität von Produkten kennt, bezahlt auch einen angemessenen Preis. «Es gibt diese Gäste natürlich, nur eben zu wenige», so André Jaeger. Im europäischen Vergleich allerdings ist die Schweiz günstig. «Und das mit den höchsten Kosten. Diese Tatsache wird oft vergessen», sagt Horst Petermann, 19 GM-Punkte, von den «Kunststuben» in Küsnacht. Der Gast beurteilt und messe oft mit ungleichen Ellen. «Wir kaufen nur die allerbesten Produkte ein und verarbeiten sie kostenintensiv.» Dennoch: Horst Petermann ist überzeugt, mit viel Eigenleistung

kann ein Gourmetrestaurant heute noch rentieren, auch ohne Investor. «Wir haben in den letzten Monaten sehr gut gearbeitet.» Dies habe wohl auch damit zu tun, dass viele Leute meinten, Horst Petermann höre mit seiner Arbeit auf.

«Ich stehe weiterhin in der Küche, nur eben in zweiter Reihe und mit meinem Partner Rico Zandonella.» Peter Kämpfer, Direktor des Park Hotel Weggis hat dagegen einen Investor an seiner Seite: «Wir müssen aber in unserem Gourmetrestaurant rentabel arbeiten. Auch wir haben mit steigenden Kosten zu kämpfen.»

«Alles wird teurer, nur die Preise unserer Menüs sind seit Jahren gleich.»

André Jaeger
Fischerstube Schaffhausen

Erstes Fremdkapital bei Paul Bocuse.

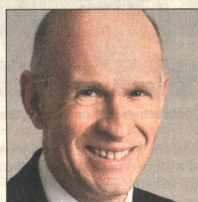


1. Erhält ein Topgastonom heute noch ohne Investor einen Kredit?

Ja, den erhält er. Entscheidend sind aber das Konzept und der Businessplan. Wir müssen uns dann immer die Frage stellen: Kann man damit Geld verdienen?

2. Genügen 17 Gault-Millau-Punkte und ein Michelin-Stern, um Sie mit einem Konzept zu überzeugen?

Punkte und Sterne sind sicherlich ein Qualitätsmerkmal und wichtig. Aber Standort, Grösse des Restaurants, Ambiente, Mietzins und die unternehmerischen Fähigkeiten des Gastonomen spielen auch eine grosse Rolle. Mit anderen Worten: Der Künstler, der ein Küchenchef oft ist, muss auch Unternehmer sein. Wir analysieren vieles, auch die Fähigkeiten eines Menschen.



Nachgefragt

Martin Vogel

Position: Vorsitzender der Geschäftsleitung der Schaffhauser Kantonalbank.

3. Ist es schwieriger geworden, den Betrieb finanziell aufrecht zu erhalten?

Ja und nein. Der Standort ist immer ein wichtiger Faktor. Wenn jemand gut ist und eine frequentierte Lage hat, dann ist es nach wie vor möglich, einen soliden Betrieb zu führen. Der zentrale Standort ist heute noch bedeutsamer als früher. Bezüglich Alkoholkonsum und Autofahren ist der Gast nämlich viel sensibler geworden. Da müssen wir als Banker auch den Zeitgeist berücksichtigen.

4. Müsstenn denn die Preise im Gourmettempel viel höher sein?

Ich würde mal sagen, ab 15 GM-Punkten sind die Kosten viel höher und müssten entsprechend verrechnet werden. Aber sind da wirklich genügend Gäste zu finden? Diese Frage muss sich der Gastronom auch stellen.

Wo es weltweit die beste Aussicht gibt

Nebst Spa oder edlem Restaurant verfügt manches Haus über einen weiteren Luxus: die unvergessliche Aussicht.

FRANZISKA EGLI

Spitzenreiter ist das Jumeirah Beach Hotel in Dubai, das von Reisenden im Auftrag der Online-

Hotelbewertungsplattform Trivago als Nummer 1 gekürt wurde. Das luxuriöse Lifestyle- und Strandhotel bietet den Gästen gleich zwei Dachterrassen: Während man von der «360°-Bar die Küste überblickt, bietet die elegante «Uptown Bar» auf der 24. Etage des Hotels eine spektakuläre Panoramansicht auf die Lichter der Stadt und das benachbarte Burj Al Arab Hotel.

Auf dem zweiten Platz fungiert das Hotel Lebua at State Tower (Bangkok): Das zweitgrösste Gebäude der thailändischen Hauptstadt ermöglicht seinen Besuchern



Am zweit schönsten: Hotel Lebua at State Tower in Bangkok.

von der 63. Etage aus einen atemberaubenden Blick über die Stadt.

Auf dem fünften Platz ist das Hotel de Rome (Berlin): Von der Dachterrasse des traditionsreichen Luxushauses am Bebelplatz geniesst man einen Panoramablick über Berlins Zentrum vom Dombis zum Fernsehturm.

An vierter Stelle steht das Bairro Alto Hotel (Lissabon). Das moderne Boutique-Hotel mit traditionellem Flair verfügt über eine Dachterrasse im sechsten Stock. Seine Möbel im Kolonialstil zeugen von der langen Vergangenheit des

aus dem 18. Jahrhundert stammenden Hauses.

Das The Ritz-Carlton (Moskau) auf dem fünften Platz empfängt seine Gäste direkt am Roten Platz. Auf dem Dach des 11-stöckigen Gebäudes befindet sich die futuristische «O2 Lounge», die sich des abends zu einem der angesagtesten Clubs der Stadt verwandelt, wo die Gäste mit Blick auf den Kreml bis in den Morgen tanzen.

Alle 15 Hotels mit den spektakulärsten Dachterrassen gibt's auf www.trivago.de

Weinbotschafter aus dem Wallis



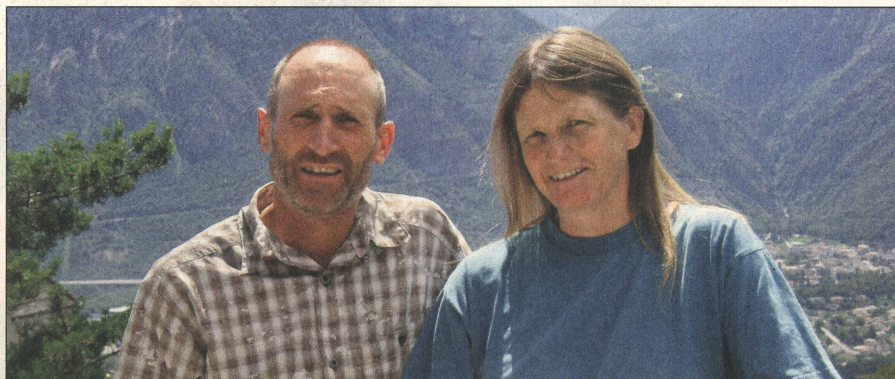
Geny's

Geny Hess,
Ex-Hotelier und
Weinspezialist,
befasst sich haupt-
sächlich mit
Schweizer und Eu-
ropäischen Wei-
nen. Er pflegt im
Auftrag auch Wein-
karten und -keller.
Geny's Weinko-
lumn erscheint
monatlich in der
htr hotel revue.

Oberhalb von Sierre, an der Zufahrtstrasse zum Feriendorf Crans-Montana, liegt auf 800 Metern über Meer das Weindorf Venthône. Dort ist das Gut Mabillard Fuchs daheim, das Walliser Weine erzeugt, die bei Insidern sehr begehrt sind.

Auf den dreieinhalb Hektaren Rebfläche zwischen Sierre und Venthône produzieren Madeleine und Jean-Yves Mabillard-Fuchs unverwechselbare Terroir-Weine. «Die Böden der Rebberge sind uralt und der Grund, weshalb unsere Weine charaktervoll und fruchtig sind», sagt Madeleine Mabillard-Fuchs. Auf ihrem Gut findet man Weine, welche die Komplexität und die vielfältigen Aromen der Natur bewahren. Ermöglicht wird dies unter anderem durch die Lage der Rebberge und durch den naturnah praktizierten Weinbau. In der sich selbst auferlegten Qualitätsphilosophie gehen die beiden Produzenten keine Kompromisse ein. Madeleine Mabillard-Fuchs erklärt es so: «Mit der Mode kann man im Weinberg kein Geld verdienen, wir wollen unsere Kunden mit authentisch echten und fruchtigen Weinen beglücken.» Die ökologische Arbeitsweise, die Pflege der Böden und der Reben, intensive Laubarbeiten, Ertragsreduzierung, handverlesene Trauben und eine schonende Kellerarbeit bringen Weine mit einer intensiven Aromatik und eleganter Balance hervor.

Produziert wird nach Richtlinien der IP-Normen. Integrierte Produktion ist aber kein Verkaufsargument. Mit umweltgerechtem Weinbau – ohne Verwendung von Herbiziden – werden qualitativ gesunde Trauben produ-



Das Walliser Winzergesellschaft Jean-Yves und Madeleine Mabillard-Fuchs produziert Terroir-Weine.

ziert. Durch das Fingerspitzengefühl des Winzergesellschafts entstehen Weine, die eine Ausgewogenheit zwischen Süsse und Säure zeigen, ihren Duft, die Frucht und Herkunft widerspiegeln und so das sortentypische Bouquet der Rebsorte hervorbringen.

Die hochgesteckten Ziele des Winzergesellschafts sind realistisch, denn die beiden ergänzen sich bei ihrer Arbeit gut. Sie sind sowohl im Weinbau als auch bei der Vinifikation Perfektionisten und konzentrieren sich auf ihre Arbeit. Ihre Weine sind Botschafter des Wallis und das Weingut ein echter Geheimtipp.

Der Jahrgang 2009 schmeichelt den regional typischen Sorten ganz besonders. Bemerkenswert: der mineralisch, fruchtige Fendant de Venthône (Fr. 12.-), der mit Aromen von weissen Pfirsichen sortentypische Humagne blanc (Fr. 16.50), der kristallklar strukturierte Païen, Heida (Fr. 16.50) und der elegante, süffige Chardonnay (Fr. 15.-). Bei den Roten fällt der in der Romandie eine echte Renaissance erlebende Gamay (Fr. 13.-) auf, er überzeugt durch seine herbfruchtige Würze, der Pinot Noir de Venthône (Fr. 15.-) ist seiner Walliser Herkunft treu verbunden, und der viel versprechende Cornalin (Fr. 23.-) sprüht von

ausgewogenen Holunder- und Schwarzkir-schen-Aromen.

Besonders ansprechend ist der kräftig aromatische 2009 Humagne Rouge für 18 Franken die Flasche. Die Tannin-Struktur ist gut verpackt. Er entzückt dank seidiger Textur und ungemein konzentrierten Geschmacksnoten und erscheint zugleich herbfruchtig, komplex und lebhaft. Bei Tisch haben geschmorte Hirschhaxen mit einer Peperonata genau jene Schlichtheit, den dieser munde-nde Wein zu seiner vollen Entfaltung braucht.

Der Stall im Wandel der Zeit

**Eine Ausstellung
im «Gelben Haus»
in Flims widmet
sich dem Thema:
«Der nicht mehr
gebrauchte Stall».**

FRANZISKA EGLI

Wer des öfteren und mit wachem Auge durch die Schweizer Berg-landschaft wandert, dem werden sie auffallen: all die alten Ställe, die im Zuge der Zeit nicht mehr oder kaum noch genutzt werden. Wie viele Tausende es landesweit sind, ist schwer zu sagen, da die Nutzung von Ställen laut Bundesamt für Statistik nicht erhoben werde. Eine

weitere Frage aber drängt sich auf: Was soll mit ihnen, diesen der höhe-ren Mobilität und landwirtschaftli-

chen Umstrukturierung, dies dem Bauernsterben und der Abwan-derung zum Opfer gefallen sind, was

soll mit ihnen geschehen? Soll man sie einfach dem Zerfall überlassen? Sie gezielt abbrechen? Oder sie, obwohl selten zur Wohnnutzung ge-eignet, als Ferienhaus nutzen?

Diesen Fragen geht die Wander-ausstellung «Der nicht mehr ge-brauchte Stall» nach, die noch bis Mitte Oktober im «Gelben Haus» in Flims zu sehen ist. Diese auf An-regung des Bündner Heimatschutzes realisierte Ausstellung stellt all die unzähligen landwirtschaftlichen Gebäude des alpinen Raums ins Zentrum, deren Zukunft ungewiss ist. Sie stellt aber auch Beispiele von Umnutzungen und Neuinterpretationen des Stalls vor.

Das Projekt erkundet somit nicht nur die Architektur (insbesondere des Stalls in Graubünden, Südtirol und Vorarlberg), sondern auch die Soziologie und zeigt, «wie sich die



Bilder: zvg/Ralph Farnert

..., abbrechen oder umnutzen, diesen Fragen stellt sich die Ausstellung.

bäuerliche Gesellschaft gewandelt und verändert hat und warum sich heute selbst in Metropolen die Stall-liebe neu äussert», schreibt der Kurator Hans-Peter Meier im Aus-stellungskatalog. Der Stall werde heute auch zum Bankettsaal, zum Strohlager, zur Kunstgalerie oder zum Kiosk neben dem Skilift. Oder er werde von Konsummenschen im Zuge einer verklärten Romantik

zum architektonischen Bijou her-ausgeputzt.

«Hochparterre», die Zeitschrift für Architektur und Design, hat extra zur Ausstellung ein Sonderheft herausgegeben.

Die Ausstellung «Der nicht mehr gebrauchte Stall» dauert noch bis 17. Oktober 2010.

www.dasgelbehaus.ch



Der Stall «Rheinfluss» ist eines jener Beispiele: Zerfallen lassen...

ANZEIGE



Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

Unternehmerseminar hotelleriessuisse

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)

Informationsveranstaltung:

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

Anmeldung und Information
hotelleriessuisse, Weiterbildung
Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern

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

hotelfachschule thun
soul, passion & system

Swiss School
of Tourism and Hospitality

SSHT
Swiss Hospitality School

Lucerne University of Applied Sciences and Arts
**HOCHSCHULE
LUZERN**

Wirtschaft
Wirtschaftliche Hochschule für Tourismus HFT



Hier sind Leseratten zu Hause

Einige Hotels fokussieren speziell auf die lesenden Gäste, etwa die Bibliotheks: Ein Konzept aus Österreich, das mittlerweile verschiedene europäische Länder erreicht hat.

EVELINE SPAHR

Die Bibliotheks sind einer Idee von Sebastian Mettler entsprungen, der in Salzburg eine Innovationswerkstatt führt. Seine Familie habe immer einen Extrakoffer mit Büchern mit in den Urlaub genommen, erzählt Mettler. Je grösser seine Kinder wurden, desto schwieriger gestaltete sich die Bücherauswahl, was zu Missmut führte. Oft habe er sich händel-

ingend gewünscht, dass die Bücher schon am Zielort seien. So kam Mettler auf die Idee, die Bibliotheks ins Leben zu rufen: Unterkünfte, die auf ein lesebegeistertes Publikum zugeschnitten sind.

Auch in der Schweiz sind mehrere Bibliotheks geplant

Die Idee wurde im März 2008 lanciert, mittlerweile gibt es 50 Bibliotheks in Österreich, Deutschland, Frankreich, Italien und Griechenland. Und auch in der Schweiz sind Bibliotheks geplant. «Die Idee startete in Österreich», sagt Sebastian Mettler. «Durch den Internetauftritt und Medienberichte bekamen wir Anfragen aus unterschiedlichen Ländern, so erreichte das Konzept das Ausland.» Laut Mettler sollen die Bibliotheks-Aktivitäten in der Schweiz im kommenden Jahr starten. Ob das Konzept ein



Bibliotheks werden nach Anzahl Büchern klassifiziert.

breites Publikum ansprechen kann? Daniel Bortler, Direktor vom 5-Sterne-Superior-Hotel Lenkerhof in Lenk: «Jedes gut geführte Nischenprodukt kann Erfolg haben. Aber ein grosses Publikum wird damit wohl nicht erreicht.» Die Bibliothek im «Lenkerhof» wird wenig genutzt, ebenso die Bibliothek im Luxushotel Gstaad Palace. «Die Bibliothek ist für unser Hotel nicht von hohem Stellenwert», sagt die Direktionsassistentin Silvia Huber.

Die Bibliotheks sollen alle Hotelkategorien abdecken

«Die Bibliotheks definieren sich über die Ausrichtung auf die

Fakten Manga-Café in Sion mit über 500 Comics

Das Manga Maniak in Sion bietet den Gästen eine Auswahl von über 500 japanischen Comics, so genannten Mangas. «Für 6 Franken pro Stunde kann der Gast in über 500 Mangas schmökern», sagt die Inhaberin des Cafés, Virginie Lecoultré. Das Comic-Angebot wird jeden Monat mit neuen Mangas bereichert. Die Manga-Leser erwartet zudem eine gemütliche Lesatmosphäre. Und die Leser haben die Möglichkeit, vergünstigte Getränke sowie Snacks zu konsumieren. esp

Siehe auch Seite 24.

www.mangamaniak.ch



Bei der Buchung eines Bibliotheks kann der Gast ein Wunschbuch angeben, das ihn beim Urlaubsantritt im Zimmer erwartet.

Themen Buch und Literatur, nicht über die Hotelkategorie», erklärt Mettler. Und: «Wir haben keine speziellen Häuser im Auge.» «Durch gezielte Marktkommunikation melden sich die Bewerber selber bei uns und wir überprüfen sie», sagt Mettler weiter.

Anstelle von Sternen werden die Bibliotheks mit Büchern ausgezeichnet. «2-Buch-Häuser» haben eine Auswahl von mindestens 300 Büchern, während ein «5-Buch-Bibliothek» mit rund 1500 Büchern bestückt ist. Eine Reihe von Ideen unterscheidet ein Bibliothek von einem

Hotel mit Bibliothek: Etwa ein persönliches Wunschbuch bei der Ankunft, Hörbücher, MP3-Player, Literaturfilme sowie eine lesefreundliche Hotelausstattung und verschiedene Leseentwürfe.

www.bibliotheks.com

Die Reading Hotels wollen zum Lesen verführen

Bettina Winterfeld, welches Ziel verfolgen die Reading Hotels & Resorts?

Wir wollen nicht nur lesefreundliche Hotels unter unserer Marke zusammenführen, sondern auch Buchverlagen eine Plattform bieten. Wir sehen uns sozusagen als Mittler zwischen der Hotel- und Verlagsbranche.

Warum eignen sich Hotels für eine solche Kooperation?

Im Urlaub hat man mehr Zeit zum Lesen. Man isst gut, man lässt sich verwöhnen, und auch der Kopf braucht Beschäftigung. Bücher sind eine gute Alternative für die Zeitschriften und Magazine, die oft in Hotels aufliegen.

Sie bieten den Hotels ihre Unterstützung beim Aufbau einer eigenen Hotel-Bibliothek an. Was macht eine gute Hotel-Bibliothek aus?

Eine Hotel-Bibliothek sollte zunächst eine ausgewogene Mi-



Bettina Winterfeld, Mitbegründerin der Reading Hotels & Resorts.

schung aus bekannten Klassikern der Weltliteratur und der zeitgenössischen Literatur bieten. Darüber hinaus spielt das spezifische Profil eines Hotels eine wichtige Rolle: In einem Wellnesshotel beispielsweise gehören auch Ratgeber mit den Schwerpunkten Gesundheit

und Lebensberatung dazu. Und auch bequeme Sitzgelegenheiten sind wichtig, gutes Licht und ein einladendes Ambiente. Weiter sollten die Bestände regelmässig aktualisiert werden. Wir beraten die Hotels zudem bei der Auswahl der Bücher und handeln für sie günstige Lieferkonditionen mit Verlagen aus.

«Mit Hörbüchern und MP3-Stationen sprechen wir auch jüngere Gäste an.»

Bettina Winterfeld
Reading Hotels & Resorts

Sie möchten das Hotel auch als literarische Bühne inszenieren. Wie stellen Sie sich das vor?

Das Hotels spielt als Bühne der Literatur eine wichtige Rolle. Wir wollen eine so genannte «Signaturbibliothek» für alle Partnerhotels einführen. Das heisst, wir fokussieren auf Bücher von Autoren wie Thomas Mann, Peter Ustinov oder John Irving, in denen das Hotel als

Motiv oder Schauplatz eine besondere Rolle spielt. Daneben organisieren wir Workshops. Hier können sich die Gäste bestimmten Themen widmen.

Welche Hotels kommen für eine Mitgliedschaft in Frage?

Es sollten Häuser ab der Viersternekategorie sein. Vorzugsweise

Individualhotels, keine Ketten. Denn die besondere Philosophie der Reading Hotels muss von den Inhabern gelebt werden.

Das gedruckte Buch bewegt sich in heutiger Zeit doch eher gegen den Trend. Wie wollen Sie das jüngere Publikum ansprechen?

Mit der Einführung von Hörbüchern und MP3-Stationen möchten wir auch jüngere Gäs-

te ansprechen. Mit besonderen Aktionen berücksichtigen wir zudem die Kinder. Zum Beispiel, indem wir Kinderbuchautoren einladen. Im Grunde geht es uns aber um den Faktor Entschleunigung, der heute angesichts der allgegenwärtigen virtuellen Reiz- und Datenüberflutung zu kurz kommt. nk

Fakten Vermittler zwischen Hotel und Verlag

Die Reading Hotels & Resorts sind von den beiden literatur- und reisebegeisterten Journalistinnen Bettina Winterfeld und Lilo Solcher ins Leben gerufen worden. Die Hotelkooperation verfolgt in erster Linie das Ziel, Leser, Reisende und Literatur besser zu vernetzen. Die Jahresmitgliedschaft für Hotels beträgt 5000 Euro. esp

www.reading-hotels-and-resorts.com

News

Café Mohrenkopf hat ein neues Gewand erhalten

Das Café Restaurant Mohrenkopf ist eine Institution im Zürcher Niederdorf. Nach zweimonatigem Umbau ist das Lokal nun «geräumiger und heller geworden», wie die Stadt Zürich mitteilt. Das Angebot der legendären Mohrenköpfe bleibt unverändert. Edwin und Susanne Kalchauer haben das bekannte Café über drei Jahrzehnte geprägt. Seit diesem Frühling hat die Mit-einander GmbH den Betrieb übernommen, die in Zürich unter anderem am Seebad Enge, am Rimini, an der Alten Börse und der Rio Bar beteiligt ist.

Traditionshotel in Bubendorf neu gestaltet



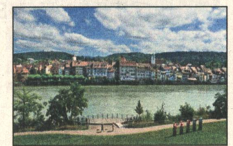
In rund einem Monat hat das traditionsreiche Hotel Bad Bubendorf seinen Wintergarten, einschliesslich angrenzender Pergola und «s' alt Badhüsi», renoviert und komplett neu eingerichtet. Für den Raum zeichnet sich Innenarchitektin Nicole Gottschall von Go-Interiors Zürich verantwortlich, im Außenbereich wirkte der Gartenarchitekt Enzo Enea von Enea Garden Rapperswil-Jona. Ebenfalls wurde von Gottschall die Suite im Dreierne-Superior-Haus neu gestaltet.

Gäste zeichnen Swiss Holiday Park aus

Das Hotelbewertungsportal Zoover hat das Feriendorf Landal Vierwaldstättersee des Swiss Holiday Park mit dem Prädikat «hervorragend» ausgezeichnet. Die Bewertung haben die Gäste vorgenommen. Die durchschnittliche Bewertung für das Feriendorf Vierwaldstättersee liegt bei 8,3 von 10 Punkten. Das Feriendorf Landal Vierwaldstättersee wurde am 20. Juli 2007 offiziell eröffnet und ist nun im dritten Betriebsjahr. Eigentümer und Betreiber dieser 42 Wohnungen ist die Swiss Holiday Park AG. Vermietet werden die Wohnungen über den internationalen Partner LandalGreenparks.

Tourismus

Kurbrunnen in Rheinfelden ist wieder offen



Der Kurbrunnen in Rheinfelden steht nach der Sanierung wieder als öffentlicher Veranstaltungsort zur Verfügung. Neu gibt es gemäss Tourismus Rheinfelden zudem einstündige Führungen durch die Anlage: Zuständig für diese sind die Fierz Architekten. Neben dem Solebad war einst der Kurbrunnen Zentrum für die medizinisch-therapeutischen Kuren. Viele Badegäste spazierten von den Hotels im Osten der Stadt durch den historischen Kern, um sich in der Trinkhalle das medizinisch verordnete Mineralwasser abzuholen. saz

Reserviert wird wie eh und je

Im Zeitalter der Online-Kommunikation greifen die Restaurantgäste nach wie vor zum Telefon, um einen Tisch zu reservieren. Ebenfalls ein Klassiker bleibt: das Reservationsbuch.

SAMIARA ZINGARO



Eine saubere Buchführung ist die halbe Organisation.

Kurzentschlossene Gäste wissen: Die Chance, in einem beliebigen Lokal an einem Freitag- oder Samstagabend einen netten Tisch zu ergattern, schwindet, je näher das Wochenende rückt. Ohne frühzeitige Reservation, kein Tête-à-Tête. Das verlangt von den Gastronomen, dass sie sauber Buch führen – ein Schlüsselwort. Denn mit der Digitalisierung weitet sich das Feld der Reservationsmöglichkeiten. Befragt man Gastronomen, haben Anfragen per E-Mail oder Formular auf der Betriebshomepage zugenommen. Besonders Junge und Firmen nutzen dieses Angebot, heisst es etwa in Basels «Schüt-

zenhaus». Weil die Gastgeber nicht ständig im Büro sitzen, kann am laufenden Tag nicht online reserviert werden. «Wir beantworten jedes E-Mail persönlich», so Geschäftsführerin Jennifer Florian. Etwa 30 Prozent der Gäste würden per Computer reservieren. Auch diese Anfragen landen letztlich in Papierform im Buch am Empfangstisch.

Die Tische werden dreimal pro Abend besetzt

Von diesen modernen Methoden hält man in der traditionsreichen Zürcher «Kronenhalle» wenig. Tischanfragen würden seit jeher in der Agenda aufgenommen – die meisten erfolgten telefonisch, wie Geschäftsführer Andreas Wyss sagt. «Wir haben hier 80 Prozent Stammgäste.» Reservationen per E-Mail erhalte er selten, wenn, dann von Gästen aus Übersee, und das zwei Monate im Voraus. Wyss habe sich im bekannten Restaurant Käfer in München über ihr Reservierungssystem informiert. Dort erfasse man alle Anfragen elektronisch und «verfluche es», wie der Gastronom erfuhr. Am Telefon könne man einem Gast besser erklären, dass ein Tisch am frühen oder am späten Abend allenfalls noch frei sei. «Elektronische Medien sind zu statisch»,

«Nicht alle haben Zugriff auf den Computer. Ein Buch ist am übersichtlichsten.»

Claudia Rey
Old Swiss House

weiss Wyss, in dessen Restaurant ein Gast bis zu zwei Wochen zum Vorausreservieren muss. Die Tische würden zu Spitzenzeiten dreimal pro Abend besetzt. Die «Kronenhalle» wäre aber nicht die Kronenhalle, wenn nicht hier Sonderwünsche der speziellen Gäste erfüllt würden. Offiziell reserviere man nämlich nicht alle Plätze, so Wyss. Für besondere Gäste oder spontane Anfragen aus entsprechenden Hotels halte man immer Tische frei.



Wer garantiert einen freien Tisch will, reserviert nach wie vor meist telefonisch.

Bilder Alain D. Bollat

Manche Gastrobetriebe greifen zu ausgefallenen Massnahmen, um einen Ansturm einzudämmen. Laut Medienberichten führte die Freiluftbar Rimini am Zürcher Schanzengraben während der Fussball-WM eine Reservationsgebühr von 50 Franken ein. «Das stimmt so nicht», sagt Geschäftsführer Gerd Pulsinger. Seine Gäste hätten in der ersten Reihe Tische reservieren können. Pulsinger ver-

«Für die Reservation im Restaurant sind elektronische Medien zu statisch.»

Andreas Wyss
Kronenhalle Zürich

langte dabei eine Mindestkonsumation in Form eines Food-Packages. Wer darauf verzichtete, musste 50 Franken zahlen, damit er die Logenplätze besetzt halten durfte.

Private reservieren telefonisch, Firmen per E-Mail

Beliebt ist auch die mit 15 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnete Küche des «Old Swiss House» in Luzern. Hier nimmt Claudia Rey die Reservationen entgegen – telefonisch und per E-Mail. Rund zehn E-Mails mit Tischanfragen erhält sie täglich. Private reservierten immer noch per Telefon, im Gegensatz zu den Firmen, die den E-Mail-Verkehr bevorzugten. Rey überträgt selbst die elektronischen Anfragen in ein Buch. «Nicht alle haben Zugriff auf den Computer. Ein Buch an der Front ist am übersichtlichsten.»

Das bestätigt Roland Rüd, Geschäftsführer von Rüd Pro Gastro. Die Firma vertreibt in ihrem Angebot auch Reservierungsplaner, die sie nach eigenen Angaben nach wie vor «tausendfach» verkauft. Während die Hotellerie zunehmend auf Computer setze, sei das Buch in der Gastronomie unentbehrlich, meint Rüd. Darin stünde mehr als die Tischnummer und die Namen der Gäste. Sondern Anregungen, Ausfälle oder Sonderwünsche.

impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

cahier français); Alexandre Caldarajaca; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/lt.
Gutkun Schlerenzky/gsg; Karl Josef Verding/kjv; Samira Zingaro/sz

Bildredaktion/Fotografie: Alain D. Bollat/adb.

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

Korrektur: Paul Le Grand.

Volontär: Eveline Spahr/esp

Online Redaktion: Melanie Roth/rhm

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku, (Leitung), Natalie

Aliesch, Beatrice Gertschen

Verlag

Leitung: Barbara König;
Assistentin: Monika Hausmann.

Stelleninsetrate: Angela Di Renzo, Patricia Nobs.

Geschäftsanzeigen: Michael Müller,
Béda-Urs Schönenberger.

Druck: Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-beglaubigt 2008/09.

verkaufte Auflage: 10 732; Gratisauflage: 769

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 152.–,
ISSN: 1424-0440

Kontakte

Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,

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

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93,

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

Inserate: Tel. 031 370 42 42,

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

Internet: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und

Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les

documents envoyés sans concertation préalable

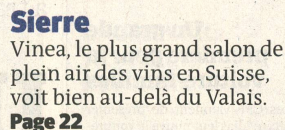
ANZEIGE

DIE SCHWEIZER FACHMESSE FÜR GASTGEWERBE,
HOTELLERIE & GEMEINSCHAFTSGASTRONOMIE LUZERN

ZAGG

**VOM 12. BIS
16. SEPTEMBER 2010**
MESSEHALLEN
MESSE LUZERN

WWW.ZAGG.CH



EUGENIO D'ALESSIO



SWISS
SVG-TROPHY

**Le concours pour
la restauration hospitalière
et collective**

 **SVG**
Société de la Vierge
Société de la Vierge
Société de la Vierge

 **pistor**

Co-sponsors:

 **NACO**
to
HUG

 **HUG**
to
HUG

 **HUG**
to
HUG

 **HUG**
to
HUG

 **HUG**
to
HUG

Partenaires médias:

 **eXpresso**
Soleil & Pétrole

Plus d'infos sous:
www.svg-trophy.ch

En bref

Suisse

Un grande première pour la voiture-familles

Les CFF viennent de présenter aux médias leur nouvelle voiture-familles aux ateliers industriels d'Olten, dans le canton de Soleure. Il s'agit là d'une nouveauté de taille dans l'offre de l'ancienne-régie. D'ici à 2012, en effet, l'ensemble des 40 trains Intercity à deux niveaux seront équipés de ces structures au concept innovant. L'étage supérieur de ces voitures sera aménagé en «Ticki Park» au décor de jungle. La voiture-familles comportera un toboggan, un pont de corde, un bateau ainsi que des grottes pour se cacher.

Vaud

Une cure de jouvence pour la statue de Mercury



Swiss Image

La célèbre statue de bronze de Freddie Mercury, au pied de la place du Marché de Montreux, vient de retrouver son lustre d'antan grâce à deux conservatrices-restauratrices veveysannes. Karine Brazzola et Maya Froidevaux Thonney ont notamment posé une couche de cire protectrice sur ce symbole fort de la ville de Montreux. Pour mémoire, la statue du défunt leader de Queen avait été érigée en 1996.

Les fresques de Chaplin connues loin à la ronde

La notoriété des peintures murales en cours de réalisation sur les deux tours de Gilamont, en ville de Vevey, franchit les frontières nationales, indique le quotidien «24 Heures». Le site internet Le Point.fr vient en effet de consacrer un long article à ces fresques géantes, qui seront achevées durant l'été 2011. Le média français évoque une idée «non seulement audacieuse, mais tout simplement révolutionnaire». Et début septembre, la chaîne de radio France Info sera à Vevey pour consacrer un reportage au sujet. «Le Nouvel Observateur» devrait suivre dans la foulée.

Un workshop asiatique en ville de Montreux



Swiss Image

Un workshop asiatique de grande ampleur se tient du 19 au 20 août au Petit Palais de Montreux. Une centaine de tour-opérateurs en provenance de six pays asiatiques et d'une nation d'Océanie (Japon, Corée, Singapour, Taïwan, Chine, Thaïlande et Australie) seront présents sur la Riviera. Ils rencontreront une cinquantaine de partenaires du tourisme vaudois et helvétique.

Agritourisme. Structures. La nouvelle organisation faîtière Agritourisme Suisse s'apprête à travailler sur plusieurs chantiers. Au Tyrol du Sud, la branche est déjà très performante.

Un bouquet de nouvelles ambitions

Longtemps, l'agritourisme n'a pas beaucoup progressé en Suisse. Mais depuis quelque mois, les choses bougent grâce à une nouvelle organisation faîtière.

Thérèse Lagler

Foin des combats en solitaire: la promotion de l'agritourisme doit se professionnaliser. Dans ce but, la nouvelle association faîtière «Agritourisme Suisse» a été portée sur les fonts baptismaux le 31 mai. Les trois organisations prestataires, «Vacances à la ferme», «Aventure sur la paille», «Tourisme rural» et l'Union suisse des paysans siègent au conseil d'administration. À la présidence, l'association peut compter sur Roland Lymann, professeur à l'Université de Lucerne, un expert en tourisme avisé. Beaucoup de travail attend l'association.

Quatre champs d'activité principaux

Roland Lymann voit quatre champs d'activité au regroupement de la communication et de la publicité: la construction d'une plate-forme d'information et de réservation, l'assurance de la qualité ainsi que la concentration et le développement de l'offre. «Pour moi, la publicité doit passer par «Agritourisme Suisse», explique Roland Lymann. Car c'est dans les petits détails que se logent les blocages. À titre d'exemple, l'organisation du tourisme rural a de nombreux membres qui n'ont pas de relation directe avec la ferme – de petits hô-

tels ou appartements de vacances à la campagne. «Nous ne voulons pas exclure le tourisme rural, mais le label «Agritourisme» est réservé aux offres où la ferme est un élément essentiel», souligne Roland Lymann.

Pour la plate-forme de réservation, l'organisation faîtière peut s'appuyer sur ce qui existe déjà. Par contre, il reste beaucoup à faire s'agissant de la gestion et de l'assurance de la qualité. Et, en premier lieu, quelles exigences devront remplir les membres. «Des formations continues seront nécessaires. Nous ne voulons ni ne pouvons tout faire nous-mêmes», admet Roland Lymann, dont l'objectif est de mettre sur pied la direction opérationnelle d'ici au printemps 2011. Reste à décider si elle sera externalisée sur mandat ou non.

Assurer le financement

Parallèlement, il faudra assurer le financement à moyen terme. «C'est là que se pose la question de savoir dans quel délai et dans quelle mesure nous pouvons compter sur un nombre croissant de membres pour augmenter nos ressources propres», relève Roland Lymann. Jusqu'à mainte-



«Notre label est réservé aux offres où la ferme est un élément essentiel.»

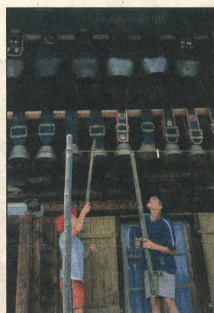
Roland Lymann
Professeur à l'Université de Lucerne

nant, seules 700 à 800 exploitations font partie des organisations existantes, mais on part du principe qu'en Suisse, environ 3500 exploitations pratiquent l'agritourisme.

La Fédération suisse du tourisme (FST) pourrait imaginer de prendre en charge le nouveau bureau sous mandat ou en louant des locaux. «L'agritourisme est un créneau intéressant qui devrait être lié plus étroitement aux organisations touristiques», observe Mila Trombitas, directrice suppléante de la FST. Rita Barth, présidente de l'Association «Vacances à la ferme», n'aurait rien contre, mais se bat sur

d'autres fronts. En effet, en 2007, la révision de la loi sur l'aménagement du territoire n'a pas supprimé ce qui freine l'agritourisme. «Des chambres peuvent être converties en appartement, mais une cuisine ne peut y être installée. La famille de l'agriculteur doit convier ses hôtes à la table familiale.»

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



Christof Sonderegger

Une ferme près du Lac Noir (FR).

1. Quel regard portez-vous sur la création de l'organisation faîtière nationale Agritourisme Suisse? J'ai contribué à la mise en place de cette structure. Je ne peux donc que saluer cette initiative, qui est un véritable plus pour le secteur de l'agritourisme. Il sera en effet plus aisé pour les clients potentiels de s'y retrouver avec une une porte d'entrée touristique unique.

2. Comment définiriez-vous vos relations avec vos partenaires alémaniques? Je les qualifierais de bonnes, même si nous divergeons par la pensée. J'ai le sentiment que les Latins sont plus libéraux que les germanophones, à mes yeux plus conservateurs. Nous pourrions à l'avenir envisager des fusions, de rassemblements, alors que les Allemands veulent avant tout conserver les acquis.



Alain D. Boillet

L'agritourisme permet, entre autres, la découverte des animaux.



A chaud

Nicole
Houriet

Secrétaire générale de tourisme-rural.ch. L'association, qui a pignon sur rue à Lausanne, a été créée en 2005 et compte 250 membres. Elle possède également un secrétariat au Tessin.

3. Quelles sont les forces de l'agritourisme en Suisse romande?

Il est proche d'une nature préservée, comme dans toute la Suisse d'ailleurs. Mais il peut surtout se prévaloir d'une organisation originale: les produits du terroir de qualité des six cantons romands et du Jura bernois sont répertoriés sous l'égide d'une fédération, Pays romand – Pays gourmand. Pour mémoire, cette dernière a été fondée en mai 2005.

4. Et qu'en est-il de ses faiblesses?

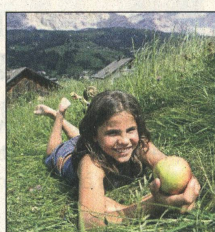
L'agritourisme souffre du poids du fédéralisme, qui multiplie par vingt-six les législations. Dans ces conditions, il est difficile de renseigner les personnes qui veulent se lancer dans la branche. Très souvent, nous les renvoyons aux autorités du canton où ils résident.

eda

Le chant du Coq rouge fait mouche

Le Tyrol du Sud s'est doté d'un réseau d'agritourisme très performant et très alléchant: il y en a vraiment pour tous les goûts. Mais, mieux encore, cette initiative a permis aux paysans de doper le rendement de leur ferme.

Christine Künzler



Un moment de détente dans la région d'Alta Badia.

Sous la marque générique Roter Hahn (le Coq rouge), l'Association des paysans du Tyrol du Sud promeut les fermes spécialisées en agritourisme. Une charte aux critères sévères garantit l'authenticité des fermes. Une nuit avec petit-déjeuner coûte 24 euros par personne. Dix catégories permettent d'attirer les touristes vers la ferme de leur choix: ferme équestre, biologique, viticole, historique, anti-allergie, réservée aux familles, adaptée et accessible aux personnes à mobilité réduite, cyclotourisme, randonnées pédestres et

vacances toniques. Les critères de spécialisation sont très stricts. À titre d'exemple, un buffet de petit-déjeuner doit proposer au moins dix produits différents. Les vacances à la ferme reposent sur trois piliers: les produits frais, l'hospitalité ainsi que la découverte et l'expérience de la vie à la campagne.

En 2009, l'association a enregistré 2712 fermes prêtes à accueillir des hôtes. Pour la plupart (66,8%), les fermes proposent un appartement de vacances à louer et 18,5% offrent aussi en plus des chambres à louer. On recense de surcroît 34

pintes et 48 fermes qui vendent des produits de qualité de la ferme, réunis dans le catalogue sous la rubrique «Les délices du paysan». Entre 1999 et 2009, le nombre de nuitées est passé de 797 688 à 1 855 489, ce qui représente une hausse de 132,6%. Le rendement des fermes au Tyrol du Sud a augmenté de 52% au cours des huit dernières années. L'association imprime 90 000 catalogues et brochures d'information par an, en allemand et en italien.

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

Graines d'entrepreneurs sur le campus

Semaine studieuse pour dix jeunes adolescents inscrits au Passeport-vacances de la Ville de Lausanne. A l'initiative d'étudiants de l'institut INT-EHL, ils ont apporté un nouveau regard sur l'industrie de l'accueil. Entre enrouleur à spaghetti et mobilier suspendu, c'est le projet «Fashion Cash» (qui permet d'acheter des vêtements depuis sa chambre) qui a été récompensé par Michel Rochat. Un directeur de l'EHL «envieux de l'absence de contrainte» dans ces projets. jje

Hormis la construction du nouveau bâtiment administratif inauguré en 2008, rien n'avait été entrepris qui permette à l'établissement des hauts de Lausanne de réellement s'agrandir depuis l'extension du début des années 1990 (aile abritant l'auditorium Tschumi, la bibliothèque et des salles de classe).

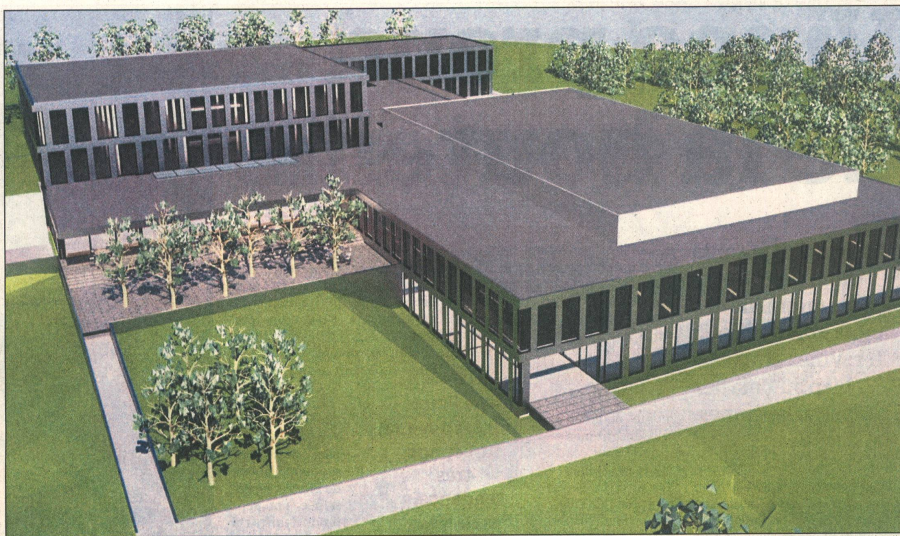
D'où la nécessité de s'étendre encore, renforcée par des exigences de mise à niveau des installations, les cuisines notamment, qui datent de 1974 et l'installation de l'EHL au Chalet-à-Gobet. Ce sera chose faite, par paliers qui s'échelonnent entre le printemps 2011 et 2012.

Le restaurant «Le Berceau des sens» sera déplacé

Trente millions de francs sont inscrits au budget de cette réalisation. «Ils sont compris dans le plan d'investissement 2010-2014 et seront engagés progressivement au fil des étapes des travaux, selon un échéancier qui va de l'automne 2010 au troisième trimestre 2012. L'école faisant partie du réseau HES-SO, la Confédération a été sollicitée, mais sa participation n'a pas encore été définie précisément», précise Christian Michelet, chef des finances.

Pratiquement, c'est toute la partie sud-est dominant la route de Berne avec la vue sur les Alpes qui sera modifiée et étendue.

Première étape entamée en avril par des excavations, l'extension du bâtiment historique durera jusqu'en 2012. Il comptera alors 3000



Des travaux d'extension guidés par des concepts de flexibilité et de modularité.

L'EHL grandit

L'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) a entamé des travaux d'extension. Ils offriront un environnement d'apprentissage moderne.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

mètres carrés sur deux niveaux et abritera des cuisines entièrement reconfigurées qui correspondront aux standards actuels, ce n'est plus le cas, les installations actuelles datant de 1974.

Une salle d'œnologie financée par un viticulteur Californien

Parallèlement, le restaurant gastronomique «Le Berceau des Sens» sera déplacé et reconstruit, il comptera 80 places, soit 20 de plus qu'actuellement. D'autres restaurants de l'école seront réaménagés et l'espace «La Passerelle» (take away) entièrement reconfiguré. La terrasse existante est en passe d'être couverte, sous forme de véranda, elle sera convertie en espace de restauration complétant le bar actuel pour septembre de l'an prochain.

Les travaux de l'été 2011 concerneront les nouvelles cuisines (gas-

tro, «Passerelle») et banquetts) ainsi le réaménagement de l'aula.

Mais également les aménagements extérieurs et l'installation de salles de démonstration de cuisine, des arts de la table, ainsi qu'une salle d'œnologie financée par le propriétaire d'un grand vignoble californien, dont le fils est un ancien de l'école.

2012 verra enfin l'installation des cuisines du food court et d'une salle F & B.

«Un établissement complètement revu pour rester à la pointe»

Confié à un bureau d'architectes bernois, tout le concept est basé sur la flexibilité et la modularité pour la plus grande souplesse possible

d'utilisation comme pour l'Aula actuelle. Un espace qui pourra être au besoin aménagé en salle de spectacles ou de congrès, en zone d'études ou d'examen, voire accueillir des événements externes.

«D'ici deux ans, se réjouissait le nouveau directeur Michel Rochat lors de son installation aux commandes de l'EHL au printemps dernier, nous disposerons d'un établissement complètement revu qui permettra de rester à la pointe de l'enseignement et pourra offrir un environnement d'apprentissage adapté aux conditions actuelles. Et cela sans que le nombre d'étudiants (un peu plus de 1800) ne change.

Toute la partie sud-est dominant la route de Berne avec la vue sur les Alpes sera modifiée.

En bref

Valais

Le César Ritz va prendre de l'étoffe



Le César Ritz a mis à l'enquête la construction d'un foyer d'étudiants au Bouveret, indique «Le Nouvelliste». Situé à l'intérieur du périmètre de l'école hôtelière, il permettra d'accueillir près de 300 étudiants, contre environ 210 actuellement. «Nous espérons inaugurer le nouveau foyer en octobre 2011», estime Christian Konrad, le directeur des opérations.

Genève

Une formation axée sur le protocole

Prestige Business Services met sur pied, le 26 août au Beau-Rivage de Genève, une formation inédite baptisée «Protocole business excellence». Ce cours de trois heures permettra de découvrir les nouveaux codes internationaux de l'accueil, de maîtriser le protocole verbal, les hommages, les prises de congé et les remerciements. Il sera en outre axé sur le raffinement de la réception d'excellence.

L'Amérique du Nord investit la Cité de Calvin

Genève a accueilli, du 13 au 15 août dernier à l'Hôtel Intercontinental, plus d'une soixantaine d'acheteurs d'Amérique du Nord, professionnels de l'organisation de congrès et de voyages de motivation. Cette rencontre, baptisée «Trailblazers», s'est inscrite dans le contexte de la reprise du tourisme d'affaires.

Fribourg

Quand le cinéma se niche en altitude



Le Festival Cinéma-Openair Charmey vivra jusqu'au 21 août sa septième édition au sommet du Vounetz. Organisée conjointement par Pro natura et Charmey Tourisme, la manifestation accueille les cinéphiles dans un environnement pour le moins inédit. Au programme des réjouissances figurent notamment le film d'animation «Shrek 4» et «Invictus», une œuvre signée Clint Eastwood. eda

Les Jardins musicaux font valser le tourisme neuchâtelois

La 13e édition du festival devrait, comme de coutume, être une belle carte de visite pour le canton.

Rapprocher la musique classique du grand public tout en soignant l'image touristique du canton de Neuchâtel: les Jardins musicaux et leurs 36 concerts et représentations, qui animeront jusqu'au 29 août le site d'Evolgia, à Cernier, demeurent, au fil des années, une des manifestations culturelles les plus courues de l'Arc jurassien.

C'est un fait, la notoriété du festival s'étend bien au-delà des frontières de la République. «Près du quart des dix mille spectateurs qui accourent chaque année au Val-de-Ruz viennent de l'extérieur du canton», confie Laurence Authier Aïassa. Et la responsable de la communication de préciser: «Outre la population locale, nous accueillons des Vaudois, des Juraissiens, des Genevois, des Bernois, ainsi que des visiteurs de France voisine.»

Il faut dire que les Jardins musicaux ont ce cachet de festival populaire de nature à combler tous les publics, du mélomane averti au curieux de passage dési-

reux d'initier son oreille à la musique classique. La programmation, éclectique, le cadre agraire d'Evolgia et la politique des prix, bien loin des pics habituels, ajoutent au sentiment de manifestation ouverte au plus grand nombre.

Mieux, les Jardins musicaux font la part belle aux petits en mettant

«Près du quart des spectateurs viennent de l'extérieur de Neuchâtel.»

Laurence Authier Aïassa
Resp. comm. des Jardins musicaux

sur pied des spectacles qui leur sont expressément destinés. «Car un des objectifs du festival est de sensibiliser les enfants à la musique classique», explique en substance Laurence Authier Aïassa.

La vocation touristique des Jardins musicaux est assurée par le partenariat conclu entre le festival et le parc Chasseral. Une manière originale d'associer la musique classique à la nature et au tourisme doux. Quant à la collaboration avec la Saline Royale d'Arc et Senan, en Franche-Comté, elle permet de conférer une visibilité européenne à la manifestation. eda

www.lesjardinsmusicaux.ch

Un été rentable pour l'hôtellerie lausannoise

Même si les chiffres ne sont pas définitifs, l'été de l'hôtellerie du chef-lieu vaudois s'annonce comme une agréable surprise.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

En Pays de Vaud, on parle d'«être déçu en bien» pour dire que l'on est «agréablement surpris». C'est un peu ce qui arrive à l'hôtellerie lausannoise: elle est déçue en bien lorsqu'on évoque la fréquentation estivale. Certes, elle est encore bien loin l'heure des bilans saisonniers, mais en cette mi-août, c'est la satisfaction.

Un résultat obtenu grâce à un effort collectif

Une agréable surprise obtenue grâce aux efforts de Lausanne Tourisme, des autorités et de tous les partenaires, ainsi qu'à une politique tarifaire agressive, la ville a gagné en reconnaissance touristique depuis un peu plus d'un lustre. se réjouit Stéphane Brunetti, président d'Établissements lausannoise. Il n'est pas le seul à afficher sa surprise. Directeur du Starling Hôtel @EPFL, ouvert sur



Eric Fassbind, directeur de trois hôtels dans le chef-lieu vaudois.

le campus de l'école fin avril, Thomas Brugnatielli n'est pas moins étonné. Alors qu'il basait son fond clientèle essentiellement sur le tourisme d'affaires pour accueillir des employés de grandes sociétés ayant leur siège dans les environs et les invités de l'école durant l'année académique ordinaire, l'établissement a accueilli une belle clientèle de loisirs venue du Moyen-Orient. En ville, c'est aussi

Stéphanie Menoud, directrice de l'Ibis ouvert il y a moins d'une année, qui annonce des taux d'occupation dépassant les 90% pour la première période de l'été.

Un groupe qui se frotte les mains

Un chiffre également atteint pas l'Alpha, où Eric Fassbind, directeur des trois établissements lausannois du groupe, annonce des taux de 94, 93 et respectivement 90% pour l'Alpha, l'Agora et le City. «grâce à une politique tarifaire agressive, certes, précise-t-il, mais qui permet à tout le personnel – et surtout à celui des restaurants – de rester mobilisé et d'éviter une reprise trop brutale des activités en septembre.» C'est un bon réseau d'autocaristes allemands qui lui permet cela.

Au cœur du Musée !
150 expositions
10 p'tits bistrots
27 - 30 Août
Musée de l'Automobile
Collection Schlumpf
MULHOUSE

23. DEGUSTHA
Salon des VINS et des Spécialités gustatives de France
www.degustha.fr
Entrée offerte
sur présentation de cette pub à l'accueil
Valable les 4 jours, pour 2 personnes

En bref

Monde

Les excuses
d'EasyJet Suisse
pour ses retards

EasyJet Suisse a adressé ses excuses pour les nombreux retards et annulations qui affectent ses vols. Jean-Marc Thévenaz, directeur général de la compagnie low cost, a annoncé dimanche à la TSR la mise en place de mesures pour remédier à la situation. Parmi les mesures prises, la compagnie a notamment diminué le nombre de vols durant certaines périodes. La compagnie compte également utiliser un avion supplémentaire par mille six appareils de secours à sa disposition.

Un programme
ambitieux pour la
Fête du Doubs

Réunion de bateaux à vapeur, démonstration de chiens de sauvetage, marchés artisanaux et feux d'artifice seront au programme de la Fête du Doubs. Une deuxième édition qui va se dérouler le 4 septembre dès 10 heures, à Villers-le-Lac en France et aux Brenets en Suisse. A 21 heures, une projection de films historiques sur le Doubs sera proposée, avec un montage d'anciennes cartes postales. Des navettes assurées par les compagnies de navigation suisse et française permettront de passer d'une rive à l'autre. aca

www.fete-du-doubs.info

Vinea prend
de la bouteille

Un tiers d'exposants
hors canton et la
crème mondiale des
Pinots noirs à déguster:
Vinea 2010 voit
bien au-delà des
Alpes valaisannes.

GENEVIÈVE ZUBER

Vinea, le plus grand salon de plein air des vins en Suisse, battra son plein les 3, 4, et 5 septembre à Sierre, trois jours au lieu de deux, et c'est une des nouveautés de cette 17e édition. Il faut dire qu'avec la tendance à l'ouverture aux crus non valaisans et étrangers qui s'affirme cette année, le menu s'est étoffé.

Le salon ouvrira le vendredi soir déjà au lieu du samedi pour faire la part belle au Pinot noir. Vinea, qui est aussi l'organisateur du Mondial du Pinot noir, décernera en public ses médailles. Et surtout, grande première, tous les vins primés pourront être dégustés par le public ce soir-là. «Un beau voyage gustatif en perspective», selon Elisabeth Pasquier, directrice de Vinea. «Trente pour cent des 1130

échantillons reçus seront primés. Les crus concourant pour le Mondial – pinots noirs, rosés, spécialités, vins doux, effervescents, pinots gris et pinots blancs – proviennent de 24 pays. Quatre échantillons sur dix sont étrangers, ce qui montre que leur présence n'a rien d'anecdotique.

Le Pinot noir monte donc en puissance à Vinea comme sur la scène mondiale des vins. «Ce cépage est devenu très tendance», note Elisabeth Pasquier. Grâce à l'effet Sideways (ndlr: film américain à succès tourné dans les caves de Californie), les Etats-Unis détiennent désormais la 2e surface mondiale dévolue au Pinot noir. Notre défi pour les années suivantes est d'attirer davantage de producteurs de ce pays notamment.

Samedi 4 et dimanche 5 septembre, le public – 10 000 personnes sont attendues en provenance de toute la Suisse – pourra déguster 1200 crus différents proposés par 140 exposants, dont plus d'un tiers de l'extérieur du Valais. Avec l'afflux annoncé de ces derniers, le

«Le Pinot
noir est devenu
un cépage
très
tendance.»

Elisabeth Pasquier
Directrice de Vinea

nombre total d'exposants sera nettement plus élevé cette année. Elisabeth Pasquier: «Neuchâtel et la Suisse alémanique manquent à l'appel, mais nous comptons bien les accueillir lors d'une prochaine édition pour une représentativité complète des vins suisses.»

L'hôte d'honneur sera Châteauneuf-du-Pape, l'une des plus prestigieuses appellations de France, représentée par sept producteurs. «De tout grands producteurs, comme

Château La Nerthe, participeront à Vinea, précise Elisabeth Pasquier. Nous sommes quand même assez fiers, car nous ne sommes pas allés les chercher. C'est Châteauneuf-du-Pape qui nous a demandé de venir à Sierre». Côté valaisan, la Charte Grain Noble Confidentiel et ses liquoriers descendra pour la première fois dans la rue transformée en centre de dégustation, de même d'ailleurs que les produits suisses IGP/AOC. «Une autre ouverture, logique, commente Elisabeth Pasquier, car bien boire et bien manger vont de pair.



La ville de Sierre va trinquer au début du mois de septembre.

Les hôtels affichent complet
pour la braderie de Porrentruy

Près de 60 000 visiteurs
sont attendus pour cette
édition qui aura lieu à la fin
du mois et dont l'entrée
sera gratuite.

VALÉRIE MARCHAND

La braderie de Porrentruy (JU), du 27 au 29 août, s'annonce sous les meilleurs auspices. Seule une météo défavorable pourrait entraver la manifestation. «Environ 41 000 visiteurs ont répondu présents en 2008 et 60 000 sont en attendus cette année», indique Vincent Challet, président du comité d'organisation.

Pour cette nouvelle et 33e édition, l'entrée sera d'ailleurs gratuite. Une nouveauté lancée dans le but d'encourager de nombreux Bruntrutains à sortir et ce, malgré la crise. La manifestation qui n'est organisée que tous les deux ans avait rapporté en 2008 beaucoup de nuitées à Porrentruy et à d'autres villages ajoulots. Asavoir, près de 145 nuitées avaient été enregistrées dans les hôtels et 240 dans des dortoirs.

Le nombre d'exposants
prend l'ascenseur

En 2010, c'est uniquement dans la capitale ajoulote que les nuitées sont réservées, mais elle affiche complet avec 192 nuitées réparties entre les hôtels et les dortoirs. Ces chiffres concernent les artistes ou autres groupes qui sont logés sur place. «Nous sommes d'ailleurs obligés de loger les grands groupes dans des dortoirs. Nous n'avons pas la capacité hôtelière pour les loger ensemble dans la région», explique Michel Leclerc, responsable de l'animation. Peu d'étrangers participent en général à l'événement, sauf les Belfortains qui sont cette année hôtes d'honneur.



Des animations de rue égayent comme il se doit la manifestation.

Des fanfares pour le
bonheur des Bruntrutains.

Quant aux exposants, ils seront cette fois-ci 200 contre 150 en 2008. La fête s'annonce donc imposante, avec le traditionnel feu d'artifice qui sera lancé le samedi soir depuis le Château, sans oublier les forains, les concerts et plusieurs cliques qui devraient maintenir la cadence. Historiquement, le 4 octobre 1936, en période de crise, quelques habitants de Porrentruy décident de mettre sur pied la première braderie afin d'écouler leur stock de marchandises. Ceci en espérant aussi arrondir leur chiffre d'affaires alors en baisse. Quant aux bénéfices, ils sont destinés à la caisse de chômage. Pour que tout se déroule au mieux et que la manifestation soit attrayante, le comité d'organisation a décidé d'ajouter des guin-

guettes et d'organiser un cortège emmené par les fanfares. Le premier règlement prévoit uniquement d'accepter les habitants pour tenir des stands ou guinguettes pour ce jour de fête, organisé un dimanche. Et c'est la réussite.

Ethnofolies réalise
le programme des groupes

Plus tard, le circuit accueille les commerçants de l'extérieur et la manifestation dure trois jours, le vendredi, samedi et dimanche et ce, chaque année. Puis, tous les deux ans, les années paires, lors de la dernière semaine d'août. Baptisé en 2000, le festival Ethnofolies n'est autre que la commission d'animation de la braderie. Elle s'occupe de réaliser le programme des groupes, musiciens et fanfares qui jouent sur scène et dans les rues. Les budgets explosent et les pertes s'accumulent jusqu'en 2006.

Cette dernière année est d'ailleurs catastrophique en raison des mauvaises conditions météo. Puis, en 2007, une équipe, partiellement recrutée, revoit le concept de la fête. En 2008, elle est mise sur pied en tenant compte des souhaits de chacun et elle renoue avec le succès.

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
E-Learning, études autodidactes
Module 2 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 1950.- membres hotelleriesuisse
CHF 2650.- non-membres hotelleriesuisse
Inclus: accès à la plate-forme e-learning, version d'entraînement
Fidello 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.romandie@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch/reception

ECOLE JEUNCOMM

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Les premiers enfants gastronomes à déguster une brochette spéciale au beurre salé.

Photos 100

Jeu de saveurs pour petits

Chef du MontBlanc, à Crans-Montana, Pierre Crépaud innove avec un menu pour enfants qui chahute les papilles.

ALEXANDRE CALDARA

L'enfance est un jeu d'enfants, écrit avec malice Régis Jauffret. Et la gastronomie alors?

Pierre Crépaud aux fourneaux des cuisines du Mont-Blanc, à Crans-Montana, répond avec délice en proposant depuis une semaine un menu «Graines d'épicuriens».

A l'origine de ces quatre plats exigeants et ludiques des promenades familiales dans la nature: «Quel plaisir de sentir de la menthe ou du basilic.»

Ce nostalgique de la compote de pommes préparée tous ensemble constate, en parlant avec son épouse institutrice, que les mères d'aujourd'hui ont quelques lacunes en matières de goûts. «Un filet de sole va le changer du poisson pané», ironise l'homme à la blouse aux moirures pistache, version éclaircie.

Le menu «accessible» à 38 francs se présente comme une première étape qui pourrait se transformer à l'automne en projet pédagogique ouvert aux classes de la région.

La courgette est jaune et l'amer représenté par le chocolat

En entrée de l'acide: avec l'écrasé de citron vert, quelques gambas et une réduction de balsamique en pipette. Pour le salé filet

de sole ou volaille accompagné de frites... Et non! De brochettes de pommes grenaille au beurre salé. «Ils peuvent s'amuser à la décortiquer.»

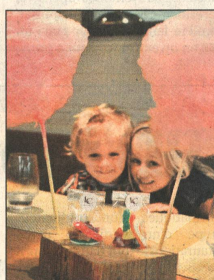
«Les cuisiniers dressent le plat avec des plantes, des fleurs et des herbes.»

Pierre Crépaud
Chef de l'Hôtel du Mont-Blanc, Crans

Les cuisiniers dressent le plat avec des plantes, des fleurs et des herbes.

Et comment amener l'amer aux enfants? Par chance règne le caco, un sorbet chocolat grand cru amer, avec des petites graines qui explosent dans la bouche. Alors quand le cuisinier arrive en salle pour s'enquérir des sensations de son jeune public, il pense qu'ils vont évoquer le dessert. L'autre jour un garçon

Oh surprise, la courgette est jaune et accompagnée de mini légumes. «On doit proposer de la découverte à chaque instant et attention le visuel est primordial.



Bonheur de barbe-à-papas.

m'a dit avec certitude: «Je préfère la volaille.»

Pierre Crépaud veut aussi attirer un nouveau public dans une enseigne classée 15/20 au Gault Millau, mais là aussi la surprise n'est pas toujours là où l'on croit. «Ils ne savent rien sur nous, alors ils regardent la serveuse anglaise avec

étonnement ou découvrent le pain maison aux olives avec grand plaisir.» Et quand on lui demande si ces jeunes gastronomes sont des clients exigeants, Pierre Crépaud dit: «Non, ils aiment bien manger et sont très indulgents, les compliments sont plus nombreux que chez les adultes.»

Mais pourquoi le fast-food reste tellement prisé: «Je sursaute à chaque fois que quelqu'un présente le hamburger frites comme une récompense, comme si le marketing massif ne suffisait pas. Au quotidien on se bat tous pour ne pas utiliser de téléphone portable ou ne pas regarder la télévision pendant les repas. Même si chez nous aussi la tentation du poulet frites existe.» Le chef n'hésite pas à glisser dans son menu des saveurs reconnaissables comme le «Carambar». Et pour terminer le repas une barbe à papa parfumée à la fraise est servie à tous les convives. Et c'est souvent les parents qui se lèchent les plus les babines.

Pêle-mêle

Le Gruyère suisse reconnu au niveau européen

Le Gruyère suisse remporte la bataille européenne sur l'AOC. Le syndicat interprofessionnel du Gruyère en France a renoncé à demander l'AOC et se contente de déposer un dossier IPG (Indication géographique protégée) moins contraignant. Ces négociations autour du Gruyère ont débuté il y a trois ans. Réagissant aux démarches des autorités françaises pour que le gruyère d'outre-Jura soit protégé au niveau européen, les Suisses ont déposé en été 2007 une demande d'AOP (équivalent de l'AOC mais au niveau européen) pour le gruyère auprès de l'UE.

Bilan positif pour le festival Rock Oz'Arènes



La 19e édition de Rock Oz'Arènes a attiré environ 31 000 amateurs à Avenches (VD). Les organisateurs tirent dimanche un bilan «plus que positif» du «plus gros des petits festivals romands» qui a séduit grâce à une affiche très variée. Seule la pluie samedi soir est venue contrarier le festival qui aurait autrement affiché complet durant les quatre soirées. Christophe Maé a été un des temps forts de la manifestation qui a accueilli Axelle Red, Florent Pagny ou Status Quo.

Le Buskers festival a coloré les pavés de Neuchâtel

Le Buskers festival de Neuchâtel a une nouvelle fois coloré la zone piétonne avec cinq soirées de musique de rue et des nuits folles à la Maison du Concert. Tout se concentre sur 500 mètres l'hébergement, la restauration des artistes, comme les lieux de fête. Comme à son habitude l'organisateur Georges Grillon n'a pas donné de bilan chiffré des spectateurs ou des recettes enregistrées. Mais il a assuré à «L'Express» qu'une 22e édition aurait lieu l'an prochain. La fête finale dans la forêt de la Ramée, à Marin, a été déplacée à la Maison du Concert en raison du temps. Le village de Lignières accueillera dimanche 22 août encore quelques formations du Buskers.

Légendes et sculptures le long du sentier



En Gruyère, un sentier de 8 kilomètres permet de découvrir vingt légendes de la région. Départ à Echarlens et en chemin jusqu'à Vuippens; entre les pâturages, le lac, la Sionge et les chemins en forêt, des panneaux et les sculptures d'Hubert Audriaz rappellent les drôles d'histoires que se racontent depuis des siècles. «Jadis dans la plaine, alors qu'il n'y avait pas encore de pères capucins, chaque paysan avait à son service un gentil lutin», lit-on dans «des bonnets rouges», aka

www.la-gruyère.ch

«Le 45» alimente les conversations

«Le 45», le nouveau restaurant montreu-sien niché au Suisse-Majestic, nourrit les discussions. Découverte.

CLAUDE JENNY

Il y avait déjà «Le 5» à Lausanne, il y a maintenant «Le 45» à Montreux. Il faudra s'habituer aux noms de restaurants s'accommodant de simples numéros faciles à retenir. «Le 5», parce qu'il est situé au 5e étage de la rue centrale, et «Le 45», parce qu'il est au 45 de la rue des Alpes.

Ce nouveau restaurant, ouvert en mai, attire d'abord par son cadre idyllique au 3e étage du Suisse-Majestic – on y accède aussi depuis



L'établissement offre une vue panoramique sur le lac Léman.

l'entrée principale de l'hôtel en face de la gare – en offrant une vue panoramique sur le Léman. L'invite est alléchante, au point que certains parlent du plus beau restaurant de la Riviera vaudoise. Mais

si l'ancien restaurant du Suisse-Majestic n'était pas coté en tant que tel, «Le 45» s'est rapidement fait un nom indépendamment de l'hôtel. «Il a désormais son identité propre» se réjouit le chef valaisain Sylvain

Stefanazzi, qui dirige, en haute saison, une brigade d'une grosse dizaine de cuisiniers et pâtisseries.

Ouvrir un nouveau restaurant à la vieille de la saison estivale n'était pas tâche aisée pour ce jeune chef: il n'a que 31 ans – qui, s'il affiche une toque aux prétentions mesurées, s'emploie avec enthousiasme à faire du «45» non seulement un beau restaurant, mais aussi un lieu du bien manger. «Nous concentrons nos efforts sur une cuisine du marché qui fait la part belle aux produits de qualité et en sélectionnant soigneusement nos sources d'approvisionnement».

Dans sa nouvelle cuisine, Sylvain Stefanazzi laisse éclorre son inventivité en proposant une carte (pas de menus) qui sera renouvelée tous les deux mois. Si la carte du moment est estivale, avec notamment un «couscous au homard» ou un «carpaccio de bœuf à la mou-

tarde truffée», dès l'automne, la carte fera la part belle au gibier.

«Nous voulons offrir une cuisine de saison, mais avec un bon rapport qualité/prix, car «Le 45» n'est pas réservé aux clients de l'hôtel. Nous voulons attirer aussi une large clientèle régionale qui veut faire un bon repas à un prix raisonnable».

Ce que confirme Caroline Ogi, de la direction du Suisse-Majestic: «Le 45» s'inscrit dans la dynamique du nouvel hôtel qui est de proposer de multiples animations à la clientèle locale. Notamment avec les soirées dégustation de vins du mardi et les soirées «I love Thursday». Le Suisse-Majestic nouveau est devenu un lieu richement animé et parmi les plus fréquentés de la vie montreusienne. Joli défi pour Sylvain Stefanazzi: fidéliser les nombreux convives qui fréquentent cet été la table du «45».



«Au quotidien, on se bat tous pour ne pas utiliser de téléphone portable pendant les repas.»

Pierre Crépaud (Page 23)

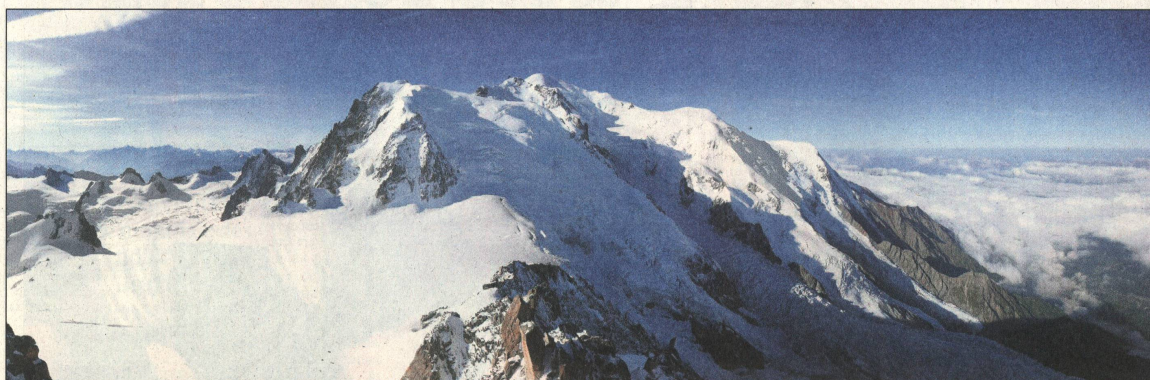
Un humaniste urbain raconte à sa manière le Festival du film des Diablerets qu'il dirige. Les zig zag des aventuriers sont dans le ciel.

ALEXANDRE CALDARA

D'abord cette voix, cette patience: «Je ne suis qu'un raconteur d'histoires.» En entendant au téléphone Jean-Philippe Rapp, le directeur du Festival international du film des Diablerets (FIFAD), on se remémore «Zig Zag Café». Ce rendez-vous humaniste. Sur le plateau, il accueillait notamment des aventuriers comme Jean Troillet, qui a reçu le Mérite alpin 2010 du FIFAD et qui a conduit un groupe de jeunes Israéliens et Palestiniens en haut du Mont-Blanc, une semaine avant le festival.

Un sommet mythique qui a servi de thématique au festival et qui a permis de découvrir le courage d'Yvan Kojouharov, gravement touché par une chute de pierres en 1990, qui a atteint son objectif l'an dernier en fauteuil.

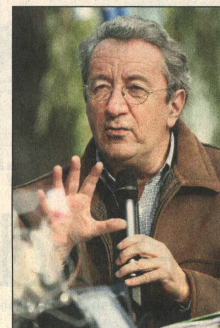
Jean-Philippe Rapp commence par saluer «une très jolie équipe de bénévoles qui travaillent comme des professionnels avec quelques renforts du festival Médias Nord-Sud». Cette 41^e édition a rassemblé plus de 8000 spectateurs en huit jours. «On sent le village se mobiliser autour de nos animations, par exemple le samedi avec Jacques-Alain Travers, qui a soigné et réap-



Nicolas Sanchez/ldd

Le Mont-Blanc était le thème de la 41^e édition du Festival international du film des Diablerets.

Jean-Philippe Rapp aime l'authenticité



Le regard précis de Jean-Philippe Rapp.

pris à voler à l'aigle pêcheur Sherkan. Son vol en parapente était accompagné de centaines de personnes dans les airs.»

La tâche de Jean-Philippe Rapp est de sélectionner des films et de faire venir des professionnels de l'audiovisuel. Notamment dans le

jury, comme le journaliste Hubert Gay-Couttet issu de la famille des photographes de Chamonix, le freerider Nicolas Falquet devenu un réalisateur souvent récompensé et la présidente Marianne Chapuisat, première femme à avoir gravi un 8000 en hiver. Un jury qui a primé

«Au delà des cimes», de Rémy Tézier, un portrait de Catherine Destivelle. «Elle était dans la salle avec sa sœur et l'émotion générale se ressentait.»

Jean-Philippe Rapp l'urbain se réjouit de l'authenticité des montagnards: «Je ne ressens aucun orgueil

de leur part.» Ce qui touche le plus l'homme de télévision, ce sont les aventures en solitaire comme celle de Philippe Sauve en Sibérie. «Des personnes qui nous prouvent que l'on a pas besoin de grandes infrastructures pour le dépassement de soi.»

La culture de la BD japonaise s'invite à Sion

Un manga café vient d'ouvrir ses battants dans la capitale valaisanne. Il se définit comme le seul établissement du genre entre Brigue et Lausanne. Tour d'horizon.

EUGENIO D'ALESSIO

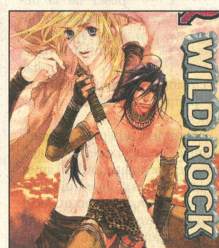
«Se sentir chez soi tout en rencontrant des personnes qui partagent la même passion du manga», Virginie Lecoulte, propriétaire du MangaManiak, décrit son établissement comme un lieu de sociabilité où convergent les curieux et les amoureux de la culture bédésiste nipponne et, plus généralement, du pays du Soleil levant.

Un forfait de six francs permet de consulter 500 mangas

Le concept mis en place depuis le 7 août associe découvertes livresques, accès à des services

informatiques (un ordinateur équipé d'un wi-fi) et petite restauration, le tout dans un esprit de convivialité qui donne son cachet d'originalité au MangaManiak séduisois. «Pour un forfait de 6 francs l'heure, le visiteur peut consulter la bagatelle de 500 mangas. Quant à la restauration et aux boissons, elles sont payantes, mais à des prix réduits», explique Virginie Lecoulte.

L'idée d'un manga café germaît depuis un certain temps déjà dans l'esprit de la Valaisanne: «Le concept est né d'un constat simple:



La BD nipponne fascine.

de nombreux jeunes et une majorité d'étudiants n'ont pas les moyens d'offrir des mangas. Mon établissement leur permet d'avoir accès à moindre frais à cette riche culture de la BD asiatique.»

Personne ne s'en étonnera, le MangaManiak séduisois attire surtout des adolescents et des adultes jusqu'à 25 ans. «A côté d'un public jeune, pour la plupart des habitués qui dévorent les mangas avec passion, nous avons des cinquantenaires, parfois un peu rebutés par le dessin, mais séduits par les trames narratives», précise

Virginie Lecoulte. Laquelle poursuit: «Il est vrai, le manga aborde tous les genres, du sport à la comédie en passant par la science-fiction.»

Une notoriété qui prend de l'ampleur

Fort de son originalité, l'établissement pourrait devenir une sorte de petit porte-étendard touristique séduisois. En tout cas, sa notoriété ne cesse de croître à coups de reportages TV et d'articles de presse.

www.mangamaniak.ch

Fous volants sur Léman

Exit le Vertigo, voici le Sonchaux Acro Show, une manifestation similaire qui réunira le 21 et 22 septembre quelques-uns des meilleurs pilotes de vol libre (delta et parapente), à Villeneuve.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

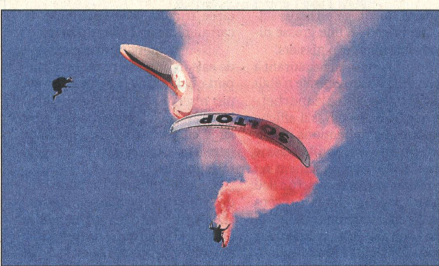


Photo-O-Graphy/ldd

Du parapente acrobatique.

pas moins garder les pieds mieux ancrés sur terre en affichant moins d'ambitions tout en conservant son aspect festif et convivial.

Pour cette deuxième édition, le SAS renoue également avec la compétition en organisant un

Open qui réunira les douze meilleurs pilotes du monde ainsi que les quatre meilleurs suisses. Ils s'affronteront dans un challenge inédit: des vols acrobatiques en parallèle notés par un jury. Un écran géant placé sur les quais permettra

au public de voir les décollages des hauts, avant de retrouver les papentistes juste au-dessus de lui.

D'autres démonstrations sont prévues au programme: parapente acrobatique, deltaplane, avions d'acrobatie, base jump, speedriders. Et ce qui fait depuis toujours les succès de la manifestation de Villeneuve: l'atterrissage de précision sur un radeau ancré à quelques dizaines de mètres de la rive, face aux spectateurs, un challenge qui sera également proposé aux pilotes lambda. Spectacle garanti! Selon les spécialistes, le site de Villeneuve – un dénivelé de 900 mètres pour des vols très peu perturbés par les courants thermiques, le lac faisant office de régulateur de chaleur – est l'un des meilleurs qui soit en Europe. Un bel atout donc pour la Riviera et le Chablais.

www.acroshow.ch

Projet d'hôtel à la ferme du château de Lucens

L'ancienne ferme nichée au pied du château de Lucens (VD) devrait bientôt se transformer en hôtel trois étoiles. Ce bâtiment du 19^e siècle



ldd

niché au pied du château est vide depuis dix ans. DPR Immobilier, qui gère le château et ses dépendances depuis 2006, a mis à l'enquête des transformations et des rénovations pour 2,5 millions de francs. La ferme comprendra une vingtaine de chambres, dont trois suites de luxe de 45 mètres carrés.

L'Hôtel National de Montreux retrouve sa splendeur

Le premier grand palace de Montreux, le National ouvert en 1874 sera transformé en appartements de luxe, après des années d'aban-



ldd

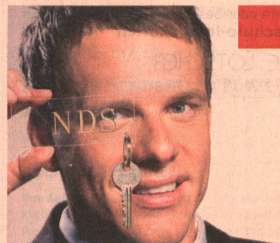
don. Le promoteur valaisan Blaise Carroz, père de la Marina du Bouveret conduit ce chantier à 100 millions. La fin des travaux est prévue en décembre. Un étage dans les combles a pu être ajouté pour aménager un grand appartement de 600 mètres carrés. Le bâtiment conserve à 95% son aspect d'origine. aca

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche

Le principal marché de l'emploi
de la branche

htr hotelrevue Nr. 33 / 19. August 2010



Durchblick

Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

www.hotelleriesuisse.ch/nds
Infos/Anmeldung: Tel. +41 (0)31 370 43 01
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch



www.hotelleriesuisse.ch

Unser
Beraternetzwerk –
Ihr Erfolg

Auf unserer
Website unter:
Rubrik Beratung
»Beraternetzwerk«

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

www.gastrojob.ch

Topjobs und Gastroprofis – ganze Schweiz

GastroJob

Telefon 041 418 23 33 info@gastrojob.ch

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung	2
Direktion/Kaderstellen	3-4
Deutsche Schweiz	4-7
Suisse romande	-
Svizzera italiana	7
International/Marché international	8
Stellensuche/Demandes d'emploi	-
Immobilien	9

Benchmarking

Kundenbefragungen ermöglichen, die Erwartungen der Kundschaft zu erfahren und leisten wertvolle Dienste bei der Angebotsgestaltung.



Kundenerwartungen



ALEXANDER FLÄCKEL
IRC-SWISS GMBH
WWW.IRC-SWISS.CH

Waren die Kunden begeistert, zufrieden oder «nur» anwesend? Um diese scheinbar offensichtlichen Unterschiede systematisch zu erfassen, braucht es wirksame Erhebungen und Auswertungen. Mit einem Benchmarking gelingt der Vergleich zu anderen Unternehmen. Die brancheninterne Gegenüberstellung oder der Vergleich in einem Konzern oder Netzwerk zeigen, was «state of the art» ist und spornet zu Verbesserungen an.

Gemäss dem Loyalitätsprinzip von F.F. Reichheld gibt es, vereinfacht dargestellt, drei Arten von Gästen:

- die Förderer: das sind Gäste, die begeistert sind und die den Marketingprozess durch aktive Weiterempfehlung umsetzen;
- die passiv Zufriedenen: jene Gäste, die grundsätzlich zufrieden sind, dies aber

auch so erwarten. Sie verhalten sich loyal, solange alles so bleibt, wie es ist;

- die Kritiker: all diejenigen, welche mit den Leistungen nicht zufrieden waren oder deren Erwartungen nicht erfüllt wurden. Nur der kleinste Teil dieser Gruppe gibt die Chance auf Wiedergutmachung.

Im harten Wettbewerb um neue Zielgruppen und Wachstum können die Gäste aus einer immer grösseren Anzahl von Angeboten auswählen. Daher wird es immer wichtiger, die Wünsche und Bedürfnisse des Gastes zu kennen, um ein hohes Mass an Kundenzufriedenheit und Begeisterung zu erreichen. Zufriedenheit wird zum Mittelmass, nur durch Begeisterung erzielt man nachhaltige Erfolge.

Kundenzufriedenheit entsteht immer durch Vergleichsprozesse. Gäste stimmen

ihre Erwartungen an das Hotel und den Service mit den tatsächlich wahrgenommenen Leistungen ab. Dabei spielt nicht nur die «Hardware» – saubere Zimmer, Lage des Hotels, Grösse der Wellnessabteilung – eine Rolle, sondern vor allem die «Software» bzw. das Einfühlungsvermögen der Mitarbeitenden. Um diese feinen Unterschiede zu messen, braucht es effiziente Instrumente.

Benchmarking

«Kunden kritisieren nicht, sie kommen einfach nicht wieder», lautet ein bekannter Satz aus dem Qualitätsmanagement. Dies macht es notwendig, feine Zufriedenheitsunterschiede inklusive deren Auswirkungen auf den Geschäftserfolg durch den Vergleich mit Mitbewerbern deutlich zu machen. Benchmarking stellt dazu das geeig-

nete Instrument dar. Dieses «Matchen» macht erst eine Standortbestimmung des eigenen Betriebes möglich. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse können Schlüsselinformationen für Verbesserungen effizient gewonnen werden.

Laufende Online-Umfrage

Eine Online-Kundenbefragung kann individuell erstellt, durchgeführt und «just in time» ausgewertet werden. Der Hotelier kann somit einen täglichen Qualitäts-Check per Mausklick vornehmen. Die Textantworten der Gäste geben teilweise schon gute Lösungsansätze für Problemfelder. Mehr als 40% Rücklauf in der Urlaubshotellerie bestätigen die Akzeptanz der Befragung.



Travel Industry Club Schweiz

der Wirtschaftsclub für Entscheidungsträger der Reiseindustrie

Nächster Anlass: 23. Juni 2010 „Business Travel“

www.travelindustryclub.ch

KOMPAKTES WEINWISSEN FÜR GASTROPROFS

DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROHAUS.CH

DER WEINBERATER

Mit international anerkanntem Zertifikat WSET® Level 3

TERMIN
10 Seminartage berufsbegleitend
Start: Montag, 6. September 2010

PREIS
CHF 2'990.-

WEITERE INFORMATIONEN?
Gastroschule
8048 Zürich
Tel. 044 277 171
weiterbildung@gastrohaus.ch
www.gastrohaus.ch

GASTROHAUS.CH
079 270 171

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

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

Färbstrasse 18, 7270 Davos Platz - Fon 061 420 65 26 - E-Mail info@hotelschule-loetscher.ch

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

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

Viel Erfolg bei der Suche!

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

hoteljob.ch

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B1243	Allrounder, Küchenhilfe	50	PL	per sofort	D E PL RUS IS
B1305	Buffetdame	51	IT	per sofort	I E
B1318	Empfang/Service	31	CH	per sofort	D F I E
B275	Eventkoordinator / Marketingassistentin	28	CH	per sofort	D F I E ES
B1091	Hoteleröffnung, Hotelführung	54	DE	per sofort	D E
B1206	Marketing	34	CH	per sofort	D F I E ES
B1310	Meeting & Events Account Managerin	30	DE	per sofort	D F I E
B1321	Personalassistentin	30	CH	per sofort	D E
B140	Personal, Geschäftsleitung, Verwaltung	44	DE	per sofort	D E
B1302	Reception, Assistenz, Events/Kongress/Seminar. Reserv.	23	DE	per sofort	D E
B354	Restaurantass./Empfangsass./Bankettassistentin	24	DE	per sofort	D F I E TR
B1358	Restaurantleiter/Geschäftsführer	35	DE	per sofort	D

Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B1353	Rezeption	20	CH	per sofort	D F E
B1148	Servicefachangestellte	26	CH	per sofort	D
B1337	Service/Rezeption	23	CH	per sofort	D E
B835	Spitalhotellerie, Gesundheitswesen, Konzeption, Consulting	30	DE	per sofort	D F E
B1272	stv. Direktor, F&B Manager	31	DE	per sofort	D F I E ES PTSV
B1332	Tourismus / Hotellerie	29	AR	per sofort	D F I E ES
B1339	Wäscherei- Etagenmitarbeiterin	26	CH	per sofort	D F

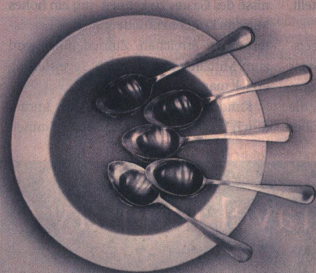
1 Referenznummer - Numéro des candidats
2 Beruf (gewünschte Position) - Profession (Position souhaitée)
3 Alter - Age

4 Nationalität - Nationalité
5 Eintrittsdatum - Date d'entrée
6 Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques

Stand per 16. 8. 2010. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Machen Sie am 16. Oktober mit! Dank Ihrer Hilfe werden viele Kinder satt.

Spenden Sie einen Teil der Einnahmen vom Welternährungstag an Terre des hommes - Kinderhilfe.



In Partnerschaft mit:

10. Genusswoche
16.-26.09.2010
www.god.ch

Mit 60 Franken können 10 Kits mit Grundnahrungsmitteln für schwangere Frauen und ihre Neugeborenen in Afghanistan gekauft werden. 120 Franken reichen aus, um ein Kind während einem Jahr zu pflegen und zu ernähren! Unterstützen Sie uns: PC-Konto 10-11504-8 oder **www.tdh.ch**

Terre des hommes

aide à l'enfance / Kinderhilfe
aiuto all'infanzia / child relief / **www.tdh.ch**

50 Jahre

Die Gastronomiegruppe



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

Für das von uns im Auftrag geführte

Personalrestaurant der DOW Europe GmbH

Bachtobelstrasse 3, 8810 Horgen

suchen wir per sofort einen

Küchenchef (m/w)

Ihre Aufgabe: Sie übernehmen die Organisation des gesamten Küchenbereichs sowie die aktive Mitarbeit auf allen Posten der Produktions- und à la carte Küche. Die Führung, Schulung und Qualifikation der Ihnen unterstellten 8 Mitarbeitenden liegt ebenso in Ihrer Verantwortung wie die Durchführung von Caterings. Zudem sind Sie für die Küchenrendite, die Erstellung der Menüpläne, den Einkauf sowie die Inventarbearbeitung zuständig und überwachen die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsvorschriften.

Ihr Profil: Wir suchen eine selbständige, innovative und verantwortungsbewusste Person, welche über eine abgeschlossene Berufsausbildung und Erfahrung in ähnlicher Position verfügt. Zudem besitzen Sie ein hohes Qualitätsbewusstsein, unternehmerisches Denken sowie gute PC-Kenntnisse. Sie stecken sich anspruchsvolle Ziele, bleiben auch bei kaum überschaubaren Aufgaben arbeits- und handlungsfähig und verfügen über Englischkenntnisse. In der Regel arbeiten Sie von Montag bis Freitag von 6.00 bis 15.00 Uhr, sind jedoch auch bei Spezialanlässen flexibel einsetzbar.

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

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

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.

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



Just be as you are

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen

Stv. Geschäftsführer/in

für unseren Betrieb in Basel / Allschwil

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

Aufgabenbereich:

Operative Leitung der verschiedenen Restaurants / Bars
Mitarbeiterrekrutierung und Schulung
Mitarbeiterentsatzplanung / Lohnbuchhaltung
Diverse administrative Arbeiten

Anforderungen:

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

Sind Sie interessiert und erfüllen die obengenannten Anforderungen?
Dann senden Sie Ihre Bewerbung z.Hd. Urs Kohler!

Zic Zac Basel

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

Das Unique Hotel Post Zermatt hat Kultstatus!

Das Design und Lifestyle **** superior Hotel mit 4 Restaurants, 5 Bars & Clubs ist eines der trendigsten Unterhaltungshotels im Alpenraum.

Zur Ergänzung unseres dynamischen Management Teams und zur Weiterführung unseres bisherigen und zukünftigen Erfolges, suchen wir nach Übereinkunft in Jahresstelle eine initiative, leistungsorientierte und überzeugende Persönlichkeit als

Direktionsassistent/in – Stv. Direktion mit Schwerpunkt F&B

- Sie sind zwischen 25 und 35 Jahre alt und verfügen über einen Hotelfachschulabschluss.
- Als loyale, verantwortungsvolle und unternehmerisch denkende Persönlichkeit überzeugen Sie Ihr Umfeld menschlich wie auch fachlich.
- Sie sind verkaufs- und resolutorientiert, flexibel, einsatzbereit und übernehmen gerne Verantwortung.
- Sie sind es gewohnt selbständig zu arbeiten, mit anzupacken, und lieben den Kontakt mit den Gästen.

Wir bieten Ihnen ein äusserst interessantes, abwechslungsreiches und professionelles Arbeitsumfeld mit grossen Entfaltungsmöglichkeiten. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto.

Unique Hotel Post Zermatt
z.H. Martin Perren, Direktor
Bahnhofstrasse 41, 3920 Zermatt
martin.perren@hotelpost.ch, Tel. 027 967 1931, www.hotelpost.ch

Bahnhofstrasse 41
027 967 1931
www.hotelpost.ch

Unique
HOTEL POST
Zermatt
restaurants • bars • clubs



Für unser Papa Joe's Restaurant & Bar am Hechtplatz im Herzen von Zürichs Altstadt suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

F & B Manager

Sie sind mindestens 25 Jahre jung, haben eine abgeschlossene Berufsausbildung als Koch und die Hotelfachschule erfolgreich absolviert. Sie sprechen Deutsch, sind ein Organisationstalent und bringen sowohl Berufs- als auch Führungserfahrung mit. Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Papa Joe's Restaurant & Bar
Mr Marco Caliaro, Schiffände 18
8001 Zürich, Telefon 044 269 88 88
www.papajoes.ch
papajoes.zurich@gastag.ch

EINSTEIN

Einstein ist «the Place to be» in Aarau. Das urbane und unkonventionelle Lokal mit der erfindend einfachen «Gault Millau»-Küche sucht Sie per 1.10.2010 oder nach Vereinbarung!

Leitung Service (Kader)

- Sie führen und motivieren ein Team von 5 bis 8 Service-MitarbeiterInnen sowie einem Chef de Service
- Sie sorgen als Vorbild Ihres Teams für grösstmögliche Gästezufriedenheit
- Sie sind auch in hektischen Momenten sympathisch und souverän
- Sie sind stark im Organisieren und haben ein hohes Mass an Verantwortungsbewusstsein
- Sie arbeiten Dienstag bis Samstag von 16:00 bis Schluss (keine Zimmerstunde)
- Sie lieben den schönsten Beruf der Welt!

Ja? – Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Einstein AG, Jeannette Zehnder, Bahnhofstrasse 43, 5000 Aarau, info@restaurantenstein.ch

SCHWEIZERHOF BERN

Seit 150 Jahren ist das Hotel Schweizerhof Bern ein Begriff für Kunden aus aller Welt. Im April 2011 eröffnet das Traditions- und Luxushaus seine Pforten; in modern-elegantem Design wird es zum führenden, persönlich geführten Luxushotel und Business-Treffpunkt der Schweizer Bundeshauptstadt.

Im neuen «Schweizerhof» entstehen 100 grosszügig angelegte Zimmer und Suiten. Die einmalige Lage unmittelbar beim Bahnhof macht den «Schweizerhof» mit seiner modernen Infrastruktur - über 800 Quadratmeter Konferenzräumlichkeiten und ein hochstehendes Businesscenter mit kleineren, vollständig ausgestatteten Räumlichkeiten - zum idealen Seminar- und Konferenz-Hotel. Integrierender Bestandteil des neuen «Schweizerhof» ist die traditionsreiche Brasserie «Jack's».

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen sehr erfahrenen

SALES & MARKETING MANAGER (M/W)

In dieser Funktion sind Sie mitverantwortlich für die Strategie, den Aufbau und die Entwicklung der Sales & Marketing Abteilung. Sie betreiben aktive Verkaufsmassnahmen und bauen Beziehungen zu Kunden und Vertriebskanälen auf. Sie sind direkt dem General Manager unterstellt und kennen sich in der internationalen Luxushotelindustrie bestens aus, idealerweise haben Sie bereits Erfahrungen im Verkauf eines führenden Hotels.

Wir wenden uns an kommunikationsstarke, teamorientierte, motivierende und selbständig arbeitende Verkaufs- und Organisationstalente. Resultat- und kundenorientiertes Arbeiten macht Ihnen Freude, Verhandeln und Kommunizieren in Deutsch, Englisch und Französisch sind für Sie eine Selbstverständlichkeit, ebenso wie ein sicheres und gepflegtes Auftreten.

Sind Sie an dieser anspruchsvollen und herausfordernden Position interessiert, erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an untenstehende Adresse. Für Fragen steht Ihnen Herr Michael Thomann, General Manager, per Email an sales@schweizerhof-bern.ch gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Schweizerhof Bern
Herr Michael Thomann
Bahnhofplatz 11
3001 Bern
www.schweizerhof-bern.ch



Stadt Zürich
Stadtspital Triemli

Unsere Verpflegungs-Mitarbeitenden des Bereichs Hotellerie leisten einen wesentlichen Beitrag zum Wohlbefinden unserer Patientinnen und Patienten und als Dienstleistung für unsere Mitarbeitenden. Wir suchen auf den 1. Januar 2011 oder nach Vereinbarung eine/n

Leiterin / Leiter Küche 100%

Sie sind mit einem Team von rund 50 Mitarbeitenden für die konstante Qualität der täglich rund 2000 Mahlzeiten in unserem Haus verantwortlich. Zielgruppen sind unsere Patientinnen und Patienten, Mitarbeitende und Besuchende des Personalrestaurants und der Cafeteria und für unsere Gäste bei grossen und kleinen Anlässen.

Sie gewährleisten eine Organisation, die das Tagesgeschäft wie auch Spezialanlässe und Aktionen gut bewältigt.

Das Stadtspital Triemli befindet sich im Wandel, die Arbeitsprozesse der Küche werden neu organisiert. In Ihrer Funktion als LeiterIn Küche haben Sie in der Formgebung der Prozessorganisation eine tragende Rolle und viel Gestaltungsspielraum

Die Funktion erfordert:

- Eidg. dipl. Küchenchefin mit Erfahrung im Spitalbereich
- Ausgewiesene Führungspraxis und Erfahrung im Aufbau einer Prozessorganisation
- Verhandlungsgeschick und Erfahrung in interdisziplinärer Zusammenarbeit
- Offenheit, Initiative, Belastbarkeit und Durchsetzungsvermögen
- Interesse an Entwicklungen und Trends zum Aufbau einer modernen und zeitgerechten Gastronomie, deren Integration in den Arbeitsalltag, unter Einbezug der Aspekte der Kundenorientierung und Wirtschaftlichkeit steht

Herr Peter Wirz, Leiter Hotellerie, gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte, Tel. 044/ 466 12 13. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto richten Sie bitte an:

Stadtspital Triemli
Herr Patrick Böhler, HR Berater
Birmensdorferstrasse 497
8063 Zürich
www.triemli.ch/jobs

An Ihrer Seite
Stadtspital Triemli



Das Schilthorn ist ein international bekanntes Schweizer Ausflugsziel. Zur Verstärkung unseres Marketing-Teams suchen wir per 1. Oktober 2010 oder nach Vereinbarung eine/n engagierte/n

Product ManagerIn (100%)

Ihre Aufgaben.

- Marktbearbeitung (Schweiz und Ausland)
- Planung und Durchführung von Verkaufs- und Werbeaktionen
- Produkt-Entwicklung für unsere Bahnen und Gastronomiebetriebe
- Medienarbeit
- Key Account Management

Ihre Chance. Wir bieten eine interessante Tätigkeit bei einer erfolgreichen Bergbahn in der Jungfrau Region. Arbeitsort Interlaken.

Ihr Profil. Sie sind 25 – 35 Jahre jung, flexibel, gästerorientiert und begeisterungsfähig. Sie haben ein Verkaufsfair, eine gepflegte Erscheinung und verfügen über gute Sprachkenntnisse (D/E, evtl. Sp/I).

Haben Sie eine Aus- oder Weiterbildung zum VerkaufskordinatorIn, Tourismusfachmann/-frau o. ä. und die Motivation den Berg mit der besten Sicht auf Eiger, Mönch und Jungfrau zu verkaufen?

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

SCHILTHORNBahn AG
Patricia Haari
Leiterin Marketing
Höheweg 2, 3800 Interlaken
Tel. 033 82 60 007
patriciahaari@schilthorn.ch
www.schilthorn.ch



SONNMATT LUZERN KURHOTEL RESIDENZ PRIVATKLINIK

Wir sind ein renommiertes ****Kurhotel mit Klinikabteilung und Seniorenresidenz und verfügen über 120 Betten. Die Sonnmatt liegt idyllisch oberhalb der Stadt Luzern, mit einmaliger Sicht auf den Vierwaldstättersee und die Berge.

Zur Verstärkung unseres Réceptions-Teams suchen wir auf den 1. Oktober 2010 eine(n)

Charmante(n) Réceptions-Sekretär(in) mit Erfahrung

Sie haben:

- eine kaufmännische Lehre oder eine Handelsschule abgeschlossen
- fundierte theoretische und praktische Erfahrungen am Hotel-empfang
- gute PC-Kenntnisse (Microsoft Word/Excel, Fidelio von Vorteil)
- das nötige Flair für eine anspruchsvolle Klientele sowie sehr gute Umgangsformen

Gleichzeitig haben Sie Freude, an der Front zu arbeiten und sind geschickt im Umgang mit Menschen und deren Anliegen.

Es erwarten Sie ein moderner Arbeitsplatz in einem jungen und kreativen Team sowie interessante Anstellungsbedingungen und Arbeitszeiten.

Wenn Sie an einer längerfristigen Anstellung interessiert sind, senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Frau C. Zimmermann, Direktionsassistentin, gibt Ihnen gerne mehr Informationen.

SONNMATT Luzern AG
Postfach, 6000 Luzern 15
mail: sana@sonnmatt.ch, www.sonnematt.ch

club zur Geduld

Ein Haus – ein Lebensstil

Ein Club nach angelsächsischem Muster, einen in höchstem Mass kultivierten Ort privater Geselligkeit und der älteste noch bestehende Club der Schweiz.

Im Club zur Geduld in Winterthur trifft sich alles, was Rang und Namen hat – sei es in Politik, Wirtschaft, Kultur oder Wissenschaft.

Um unsere hohen gastronomischen Ziele zu erreichen, suchen wir (m/w) per 1. September 2010 oder nach Übereinkunft

Chef de Partie

jung, flexibel, dynamisch, gewohnt selbstständig zu arbeiten und mit Freude an internationaler Spitzenküche

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Für nähere Auskünfte stehe ich gerne zur Verfügung

Club zur Geduld
Martin Marty
Postfach
8402 Winterthur
info@zurgeduld.ch
052 212 14 79



Notre mandant est une entreprise dynamique, innovatrice et en plein essor active dans le secteur de la gastronomie, et qui jouit d'un grand succès au plan national. Pour son Ristorante Gemelli, nous cherchons pour le 1^{er} octobre 2010 ou à parvenir une personnalité dotée d'un esprit d'entreprise pour occuper le poste de

gérant/e

Votre tâche principale consiste à diriger de manière indépendante le Ristorante Gemelli avec 120 places au cœur de Fribourg. Epaulé/e par une équipe rodée de 18 collaborateurs et collaboratrices, vous exercez des responsabilités d'ordre opérationnel et organisationnel et vous souciez du bien-être de la clientèle. Vous aimez travailler en première ligne et vendez l'offre attrayante avec professionnalisme et amour du détail. Vous savez mener votre équipe dans le souci du respect de l'autre, et vous savez l'encourager et toujours la motiver.

Pour cette fonction de cadre exigeante et pleine de défis, notre client recherche une personnalité très créative et flexible dotée d'une capacité à s'imposer et de talents d'organisation. Ouvert/e d'esprit et facile à vivre, vous parvenez aisément à communiquer à tous les niveaux et à instaurer rapidement un solide rapport de confiance. Vous êtes titulaire d'un diplôme d'école hôtelière et/ou disposez d'une attestation de gestion indépendante d'un restaurant. Vous parlez couramment le français et si vous maîtrisez l'allemand et l'italien c'est un atout supplémentaire.

Notre client vous offre un challenge passionnant et intéressant dans lequel vous pourrez apporter vos propres idées et les mettre en pratique grâce à vos connaissances professionnelles. Une initiation rigoureuse, une équipe motivée, des conditions cadres optimales et de bonnes possibilités de carrière vous attendent.

Nous avons éveillé votre intérêt? Envoyez-nous votre dossier de candidature avec photo.

Bader Gastronomie & Consulting,
Madame Margherita Bonaventura,
Riedstrasse 3, 6330 Cham
Téléphone 041 725 29 00, E-Mail: m.bonaventura@bagc.ch



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

Restaurant Manager 100 % (w/m)

Im ISO zertifizierten Post Restaurant daylis PostFinance Engehalde in Bern verfügen sich täglich bis zu 600 Gäste mit einem qualitativ hoch stehenden Angebot, bestehend aus einem Tagesmenu, einem Vegi-Menu, einem à la carte Angebot, Snacks sowie Bankett- und VIP-Menüs. Es werden Sonderanlässe und zahlreiche Apéros durchgeführt.

Als Restaurant Manager führen Sie den Betrieb im Rahmen des Betriebsführungsvertrags, wobei Sie Wert legen auf die Umsetzung der finanziellen und qualitativen Ziele. Sie sind zuständig für die Qualitätssicherung von Angebot und Dienstleistung unter Berücksichtigung der Unternehmensrichtlinien. Darüber hinaus nimmt bei Ihnen als Gastgeber/in mit Leib und Seele die Kunden-/Gästeszufriedenheit einen hohen Stellenwert ein. In Ihrer Funktion werden Sie wirkungsvoll von einem Team bestehend aus 20 Mitarbeitenden unterstützt.

Ihr Profil

- Grundausbildung in der Gastronomie, Hotelfachschule von Vorteil
- mindestens 2-jährige Führungserfahrung in ähnlicher Position
- Betriebswirtschaftliche Kenntnisse, unternehmerisches Denken
- Gute PC- und Administrationskenntnisse
- Gute Französischkenntnisse
- Initiative und begeisterungsfähige Persönlichkeit
- Hohe Kundenorientierung und Dienstleistungsbereitschaft

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und Lohnvorstellung an unten stehende Adresse.

SV (Schweiz) AG
Annemarie Rusch
Human Resources Consultant
Memphispark
Wallisellenstrasse 57
CH-8600 Dübendorf 1



Das Erfolgsrezept in unserem Restaurant **MISTER WONG** ist einfach: frische Zutaten, raffiniert und abwechslungsreich gewürzt, schnell und mit Flair zubereitet und mit einem Lächeln serviert. Für unsere **MISTER WONG**-Betriebe in der **Region Basel** suchen wir per sofort eine

Geschäftsführer-Assistentin

Ihre Aufgabe ist die Unterstützung des Geschäftsführers beim „daily business“ sowie die Übernahme von Verantwortung bei dessen Abwesenheit. Sie helfen bei der Betreuung der Gäste sowie bei der Erledigung von administrativen und organisatorischen Arbeiten.

Sie haben eine Berufslehre in der Gastronomie absolviert, bringen Fronterfahrung (Bedienung) mit und sind ausserdem eine kommunikative und begeisterungsfähige Gastgeberin. Wir bieten ein aufgestelltes und motiviertes Team.

Genau die richtige Herausforderung für Sie? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen:

Restaurant MISTER WONG
Frau Madlen Loeit
Centralbahnplatz 1, 4051 Basel
wong.basel.bhf@gastrag.ch ♦ www.mister-wong.ch



Für das Kaffee-Restaurant **Spescha** in Ilanz suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Pächter

der mit Freude am Beruf noch etwas erreichen möchte. Das **Caffè Spescha** ist ein stilvolles, weit bekanntes Haus an bester Lage.

Senden Sie Ihre Unterlagen inkl. Foto an:

Caffè Spescha • c/o mobilias fry
7180 Disentis • z.H. Gioni Fry
Tel. 081 920 33 33 • info@mobilias-fry.ch



Hier werden anspruchsvolle Ferien- und Wellnesssträume wahr. Das einzigartige Hotelresort besteht aus vier verbundenen Gästehäusern mit der Eleganz und der Grandezza der «Belle Epoque». Das «Grand Hotel» gehört dem exklusiven Zusammenschluss der «Leading Hotels of the World» an. Das ultramoderne «delight – spa & beauty» ist Member bei den «Leading Spa's» und setzt mit umfassenden Spa- und Wellnessangeboten auf über 2'500 m² neue Massstäbe. Die kulinarische Vielfalt in sieben Restaurants, Tennis & Golf, Kunst & Kultur in den eigenen Hotelmuseen und ein betreuter Junior Club sorgen für einen mehr als abwechslungsreichen Aufenthalt.

Für unser **Gourmet-Restaurant EPOCA** (17 Gault Millau-Punkte) suchen wir ab September 2010 eine/n Gastgeberin aus Leidenschaft als

Restaurantleiter/in

Mit Herzlichkeit und exzellentem handwerklichen Können verwöhnen Sie unsere anspruchsvollen Gäste. Organisations-talent und professionelle Führungsqualitäten helfen Ihnen, das kleine Serviceteam zu führen und unsere Gäste zu begeistern.

Stilsicherheit in D/E/F (evtl. I) zeichnen Sie ebenso aus wie Ihre ausgezeichneten Kenntnisse von Weinen und der gehobenen Gastronomie. Sie sind Garant für einen verblüffenden Service und bieten den exzellenten Part zu den kulinarischen Gaumenfreuden von Chef Sandro Steingruber und seinem Team. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Ansprechpartner: Herr Bernd Sinzig, Human Resources Manager

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





Hotel Fravi

Bade-, Kur- & Ferienhotel
Anderer

Unser 3-Stern Superior, QQ Kur- und Ferienhotel ist ein traditionsreicher, moderner Ganzjahresbetrieb in Anderer, Graubünden, mit 75 gut ausgestatteten Betten, einem Restaurant mit Gartenterrasse und mehreren Sälen mit insgesamt 180 Plätzen.

Für unser Hauswirtschaftsteam suchen wir
per 1. Dezember 2010 oder n.V. eine

Leiterin Hauswirtschaft (Pensum 80 – 100%)

Ihr Profil:

- abgeschlossene Berufslehre
- mehrjährige, fundierte Berufserfahrung in der Hauswirtschaft
- Führungserfahrung
- Fähigkeit kostenorientiert zu handeln
- offene und kreative Persönlichkeit
- italienische oder portugiesische Sprachkenntnisse

Ihre Aufgaben:

- Hauptverantwortliche für die gesamte Hauswirtschaft:
 - Etagen
 - Lingerie/Wäscherei
 - Umgebungsarbeiten Garten und Terrasse
 - öffentliche Räumlichkeiten
 - Dekoration und Blumen
- Führung und Schulung der Mitarbeitenden
- Ausbildung der Lernenden
- Planung und Organisation der Arbeitseinsätze
- Einkauf für die Abteilung
- Sicherstellung der Qualitätsstandards

Wir bieten Ihnen eine vielseitige und interessante Tätigkeit in einem lebhaften und jungen Team (9 Mitarbeitende).

Auf Ihre Bewerbung freuen wir uns. Senden Sie diese bitte inkl. Foto, Lebenslauf, Arbeitszeugnissen und Referenzen an:

HOTEL FRAVI
Reto Rey / Direktion
Veia Granda 1
7440 Anderer

Tel. 081 660 01 01
www.fravi-hotel.ch
direktion@fravi-hotel.ch

Nicht das schönste Gebäude zählt, sondern die Menschen darin!



Das charmante 5* Generationenhotel in den Bergen. Erholung pur im neuen Alpin Spa. Idealer Ausgangspunkt für Schlitten- und Kutschenfahrten sowie für vielfältige Wanderungen im Sommer und Winter. Mit den Skiern bis ans Hotel. An unverbaubarer Südlage mit reichem kulinarischem Angebot in verschiedenen Restaurants mit Sonnenterrassen. Geborgenheit in 119 gediegenen, alpinen Zimmern und Suiten.

Um unsere Expansion in unseren Stammmärkten, sowie in neuen Märkten voranzutreiben, suchen wir nach Vereinbarung einen hoch motivierten und eigenverantwortlichen

Sales Manager (m/w)

in Jahresstellung

Wir erwarten:

- Verantwortungsbewusstsein, Belastbarkeit
- sicheres Auftreten, ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit
- Mehrjährige Erfahrung in ähnlicher Position
- Verhandlungssicherheit in Deutsch und Englisch (Italienisch und Französisch von Vorteil)

Hauptaufgaben:

- Betreuung, Pflege und Weiterentwicklung bestehender Kundenbeziehungen
- Freude an Schaffung neuer Geschäftsbeziehungen
- Erschliessung neuer Märkte
- Teilnahme an Kundenevents und Messen im In- und Ausland

Wir bieten:

- Flexible Arbeitszeiten und eine angemessene, leistungsabhängige Entlohnung (Fixum, Bonus)
- Anstellung in einem modernen Unternehmen
- Klare Zielvereinbarungen
- Eine anspruchsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit

André Salamin, General Manager, freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen

AROSA KULM HOTEL • CH-7050 Arosa
Fon +41 (0)81 378 88 - 88 • Fax +41 (0)81 378 88
jobs@arosakulm.ch • www.arosakulm.ch



Das Hotel Schiff am Rhein ist ein vielseitiges Hotel- und Restaurationsbetrieb und zählt zu den führenden Häusern im Fricktal!

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir in Jahresstellung eine praxiserfahrene, verantwortungsbewusste

Hotel-Réceptionistin

Alter ca. 22 – 30 Jahre

D, E, F in Wort und Schrift

Fidelio Front Office-Praxis von Vorteil
Sehr gute Computer-Kenntnisse

Ihre Tätigkeit umfasst die tägliche operationelle und administrative Leitung des Front Office in einem modernen und lebhaften ***-Stadthotelbetrieb verbunden mit einer vielseitigen Seminaraktivität. Sie lieben den internationalen Gästekontakt, sind ein Organisationstalent, belastbar und zeitlich flexibel.

Wenn Sie diese neue Herausforderung fasziniert und anspricht, bieten wir Ihnen ein modernes Arbeitsfeld mit äusserst interessanten Arbeitszeiten (Sa/So frei), sowie ein sehr ansprechendes Salär. Ein anspruchsvolles Tätigkeitsfeld also, das Ihren Fähigkeiten entsprechend grossen Handlungsspielraum lässt.

Alles was Sie jetzt noch wissen möchten, erfahren Sie am besten bei einem ersten unverbindlichen Kennenlernen!

Interessiert? Senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit einem aktuellen Foto.

Wir freuen uns auf Sie!

HOTEL RESTAURANT SCHIFF AM RHEIN

Susanne & Remo Köchli, Gastgeber
4310 Rheinfelden, 061 836 22 22
Besuchen Sie uns online unter
www.hotelschiff.ch



Für unser sympathisches ***Hotel mit 22 Zimmern, Restaurant, Gaststube und verschiedenen Banketträumen suchen wir zur Verstärkung:

Servicefachangestellte

für unseren Frühstücks, Mittag und Abendservice

Wenn Ihnen Gastfreundschaft am Herzen liegt und Sie es verstehen, Gäste aus aller Welt charmant und fachmännisch zu betreuen, senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns doch an. Wir bieten Ihnen eine interessante, attraktive und verantwortungsvolle Stelle. Telefon 032 / 631 70 70.

Hotel Krone, Städtli 1, 3380 Wangen an der Aare
hotel@krone-wangen.ch

Gastronomie in der swissporarena



weitere Jobs unter www.migros.ch

Die Migros Luzern wird ab Sommer 2011 exklusiver Caterer sämtlicher Gastronomie-Dienstleistungen für alle Veranstaltungen in der neuen swissporarena. Bis zu 17'000 Zuschauer und Fans lassen sich von Emotionen packen, wenn der FC Luzern zur Hochform aufläuft. Das ist (Fussball-)Genuss pur!

Für das topmoderne Stadion suchen wir je eine unternehmerische, kommunikative, kundenorientierte und belastbare Persönlichkeit.

Küchenchef/in VIP / Publikumsbereich swissporarena

In dieser Funktion sind Sie für die Organisation und Durchführung von Anlässen sowie für die Planung und Umsetzung von Angeboten verantwortlich. Sie sind kreativ und erfüllen die hohen kulinarischen Anforderungen unserer Kunden.

Leiter/in Publikumsgastronomie swissporarena

Sie übernehmen die Verantwortung für das abwechslungsreiche Angebot in den zehn Food-boxen, für die effiziente Bedienung der Gäste sowie die Führung der rund 150 unterstellten Mitarbeitenden.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Weitere Informationen sowie die Möglichkeit zur Online-Bewerbung finden Sie unter: www.migros.ch/stellen.

swissporarena

CATERING SERVICES
MIGROS

BEREST AG

Wir sind eine Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für gastronomische Betriebe in der Deutschschweiz und expandieren weiter.

Für ein erfolgreiches historisches Restaurant in Basel, suchen wir per 01. September 2010 oder nach Vereinbarung einen/n

Stv. Geschäftsführer/in

Sie unterstützen den Geschäftsführer in allen Bereichen und sind während seiner Abwesenheit für den Betrieb verantwortlich. Als Gastro-Profi mit Spass am Umgang mit Menschen können Sie unternehmerisch denken.

Wenn Sie eine gute Ausbildung und erste Führungserfahrungen mitbringen, bieten wir Ihnen die ideale Stelle. Ihre Karriere konsequent und zukunftsorientiert weiter zu entwickeln. Eine gute Leistung wird immer grosszügig honoriert.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (CV, Foto, Zeugnisse).

Ihre Kontaktperson:

Reto Grohmann
BEREST AG
Thannerstrasse 30, 4054 Basel
Tel. 061 228 95 55
r.grohmann@berest.com
www.berest.com



Das Zermatter Hotel, wo sich nicht nur die Gäste wohl fühlen. Entfaltungsmöglichkeiten am Fusse des Matterhorns.

ALL IN ONE
JEDEN TAG DEN FASZINIERENDSTEN BERG DER WELT ZU SEHEN, EIN ÜBER-DIMENSIONALES FREIZEITANGEBOT, ALLE ERDENKLICHEN SPORTARTEN.

SELBSTVERSTÄNDLICH SOMMER WIE WINTER. MULTIKULTURELLE LEUTE, JUNG WIE ALT, KENNENLERNEN.

WIR GEBEN IHNEN DIE CHANCE, IHRE TALENTE IN EINEM RENOMMIERTEN FIRST-CLASS-HOTEL KOMPLETT ZU ENTFALTEN. SIE WERDEN VON PROFIS GEFÖRDERT UND DABEI AKTIV UNTERSTÜTZT, SICH ZU PROFILIEREN.

zur Vervollständigung unseres Teams suchen wir

RECEPTIONIST/-IN, Jahresstelle,
Hotelerfahrung, D.F.E. in Wort und Schrift
Eintritt nach Übereinkunft

CHEF DE RANG GOURMET RESTAURANT

CHEF DE RANG HOTEL RESTAURANT

Eintritt Dezember

Verfügen Sie über Berufserfahrung, Selbstständigkeit, Initiative, Engagement, Freude am Beruf, Teamfähigkeit, eine Portion Humor und Gewandtheit im Umgang mit Menschen, werden Sie sich bei uns wohl fühlen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Ihr Alpenhof Hotel 3920 Zermatt

0041 9665555
Info@alpenhofhotel.com
www.alpenhofhotel.com

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 (m/m)	Region Zürich	J17185
Direktor/In	Region Zürich	J17415
BetriebsleiterIn	Region Basel	J17193
Restaurantleiter	Region Mittelland (SO,AG)	J17197
Geschäftsführer / Mieter Restaurant Take-off	Region Bern	J17397

Verkauf / Marketing

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sales & Marketing Manager	Region Bern	J17374

Kaufmännisch/ Finanzen/ HR/ IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
HR Coordinator/in	Region Zürich	J17371
Direktions-Assistentin.	Region Bern	J17186

Réception / Front Office

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Réceptionist/in.	Region Basel	J17184
Leitung Reservation	Region Zürich	J17428
Assistant Front Office Manager (w/m)	Region Zürich	J17191
Doorman / Chasseur	Region Zürich	J17155
Hotelsekretärin	Region Ostschweiz	J17158
Chef de reception	Region Zentralschweiz	J17425
Praktikant/in Rezeption	Region Zentralschweiz	J17423
Anfangsrezeptionistin	Region Graubünden	J17432
Betriebsassistent/in / Chef de Reception	Region Zürich	J17378
Front Office Mitarbeiterin	Region Graubünden	J17401
Rezeptionist/in	Region Bern	J17195
2. Chef de reception	Region Oberwallis	J17209
Front Office Manager	Region Zürich	J17396
Rezeptionistin w/m für unser Seminar- und Geschäftshotel	Region Zürich	J17391

Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Group Coordinator	Region Zürich	J17213

Food & Beverage

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebsassistent / Chef de Service	Region Bern	J17390
Stv. Geschäftsführer (w/m)	Region Zürich	J17189
un (e) coordinateur (trice) séminaires et banquets/Ass.(te) de Direction	Region Waadt/ Unterwallis	J17435
Sommelier/ère	Region Ostschweiz	J17172
F&B-Assistenten	Region Graubünden	J17169

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Partie m/w	Region Graubünden	J17398
Commis de cuisine	Region Zürich	J17405
Demi-chef de partie	Region Zürich	J17406
Demi-chef de partie	Region Zürich	J17408
Chef de cuisine	Region Waadt/ Unterwallis	J17402
Demi-Chef de Partie (m/w) Commis de Cuisine (m/w)	Region Zürich	J17414
Chef de partie	Region Freiburg	J17154
Chef de partie (m/w)	Region Zürich	J17181
Alleinkoch	Region Ostschweiz	J17171
Koch Tagesstelle (m/w)	Region Basel	J17182
Chef de partie	Region Zürich	J17174
Küchenchef - Landgasthof	Region Zürich	J17192
Küchenchef	Region Zürich	J17175
Jungkoch	Region Zentralschweiz	J17176
Küchenchef	Region Graubünden	J17194
kompetent/r Koch/Köchin	Region Graubünden	J17207
Chef de partie	Region Freiburg	J17208
Alleinkoch, Sous-Chef	Region Zürich	J17221
Jungkoch	Region Zürich	J17222
Kocheinsatz von Mitte August bis ca. Mitte Oktober	Region Zürich	J17224
Sous Chef	Region Bern	J17227
Küchenchef / Produktionsleiter	Region Bern	J17372
Chef de Partie	Region Bern	J17376
Comis de cuisine m/w	Region Graubünden	J17399
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J17421
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J17424
Commis de Cuisine	Region Zürich	J17426
Pâtissier (m/w)	Region Bern	J17430

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Sous Chef	Region Zürich	J17431
Pâtissier m/w	Region Zürich	J17438

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Service	Region Zürich	J17188
Mitarbeitende/r Allegro Bar	Region Bern	J17433
Verantwortlicher Take Away / Verkauf	Region Bern	J17375
Restaurationsfachfrau/-mann - Direktionsrestaurant	Region Zürich	J17190
Serviceaushilfen für's Schwing-&Älplerfest in Frauenfeld vom 20.-22. August 2010	Region Ostschweiz	J17441
Chef de Rang	Region Graubünden	J17427
Bankett-Aushilfe	Region Zürich	J17407
Serviceaushilfe	Region Zürich	J17223
Chef de Service/Bereichsleiterin (w)	Region Ostschweiz	J17225
Loungeservicemitarbeiterin (Bar & a la carte)	Region Zürich	J17439
Commis de rang	Region Zürich	J17409
Servicemitarbeiterin	Region Bern	J17373
Restaurationsfachfrau 60% Tagesstelle	Region Basel	J17183
Restaurationsfachangestellte	Region Zentralschweiz	J17379
Servicefachfrau	Region Zürich	J17380
Servicefachfrau	Region Zürich	J17381
Serviceangestellte 20-60%	Region Basel	J17389
Servicefachmitarbeiterin	Region Ostschweiz	J17160
Servicemitarbeiter/-in A la carte	Region Zürich	J17392
Servicefachangestellte/r (m/w)	Region Graubünden	J17394
Chef de Rang w/m	Region Zürich	J17416
Servicemitarbeiterin oder Kellner	Region Zentralschweiz	J17157
Cameriere	Tessin	J17156
Commis de rang	Region Zürich	J17403
Servicefachmitarbeiterin	Region Graubünden	J17400
Chef de Rang (m/w)	Region Zürich	J17412
Chef de Service w/m	Region Zürich	J17418
Chef de Service m/w	Region Zürich	J17417
Service Mitarbeiter/in Rôtisserie	Region Zürich	J17436
Chef de rang	Region Zentralschweiz	J17422
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Mittelland (SO,AG)	J17411
Servicefachangestellte/r Barchetta	Region Zürich	J17437
Frühdienst - Servicemitarbeiterin	Region Zürich	J17440
Sommelier (m/w)	Region Bern	J17429
Chef sommelier/sommelière (England - Hampshire)	International	J17196
Chef de Service	Region Graubünden	J17219
Serviceaushilfe	Region Zürich	J17220

Bar / Events / Bankett

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Barmanager/-in	Region Zürich	J17212
Bankettleiter (m,w)	Region Bern	J17377
Barfachangestellte/r	Region Bern	J17198
Barmaid / Bardame	Region Ostschweiz	J17410
Barmaid / Bardame	Region Zentralschweiz	J17173

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Direktionsassistent /-in	Region Graubünden	J17159
2. Gouvernante.	Region Basel	J17434

Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Stellen Wintersaison 2010/11	Region Graubünden	J17161

Lehrstellen/ Praktikum

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

FRISCHFLEISCH

für den Roten Löwen, Oberrohrdorf

Der romantische Gasthof mit Biss und Bar sucht per September 2010 oder nach Vereinbarung zwei neue Teamstützen und Aushilfen.

Wir sind ein junges, sehr ambitioniertes Team und arbeiten im wunderschönen Gasthof zum Roten Löwen in Oberrohrdorf bei Baden. Wir führen ein ziemlich lässiges Angebot für ebensolche Gäste. Appetit, mitzumachen?

Besucht unsere Website, bestellt unser Broschüre, kommt vorbei, macht Euch ein Bild vor Ort, redet mit uns und bewirbt Euch! Wir freuen uns auf Eure Bewerbungen als:

Jungkoch

Garde Manger, 20-25j.

Servicefachangestellte

20-27j., gelernt/gehobener Service

Aushilfen Service/Bar

GASTHOF ZUM ROTEN LÖWEN

Restaurant Bar Bankette Gästezimmer

Frau Claudia Profeta
Ringstrasse 21, 5452 Oberrohrdorf AG
Telefon 056 496 95 05
info@zum-roten-loewen.ch
www.zum-roten-loewen.ch



GRINDELWALD

Für unser 4*-Ferienhotel im Zentrum von Grindelwald suchen wir ab Herbst/Winter für länger fröhliche, charmante, erfahrene Berufsleute (ab 22 Jahren)

Hotelsekretärin/Réceptionistin.

Sie bringen eine KV-Ausbildung & Réceptionerfahrung in 3-5-Stern-Hotellerie mit

Servicemitarbeiterinnen

Snackbar-Verkäuferin

Buffetmitarbeiter

Bardame

für unsere Hotelbar

Barmaid

für unsere Discothek Challi-Bar

Sie sprechen D/E/evtl. F. Wir bieten attraktive Stellen und freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungen mit Foto

Hotel Kreuz & Post, Frau Helena Konzett, 3818 Grindelwald
Telefon: 033 854 54 92 / www.kreuz-post.ch



Bergheim

Psychiatrie & somatische Pflege

Das Bergheim in Uetikon am See ist eine private Altersklinik mit 125 Behandlungsplätzen für die psychiatrische Langzeitbehandlung älterer Menschen.

Auf den 1. Oktober oder nach Vereinbarung suchen wir als

Küchenchef (w/m)

eine engagierte Persönlichkeit, die nach einigen Jahren Führungserfahrung einen weiteren Karriereschritt gehen möchte.

Sie sind verantwortlich für die Verpflegung der Patienten und für den Restaurantsbetrieb, der auch kleinere bis mittlere Anlässe durchführt. Pro Tag fallen ca. 300 Mahlzeiten an, dabei werden Sie von zehn Mitarbeiter/innen unterstützt.

Sie sind sich exaktes, selbständiges und qualitätsbewusstes Arbeiten gewöhnt, Ihre Haltung ist kundenorientiert. Sie bringen gute Deutschkenntnisse mit und lassen sich auch bei hektischen Zeiten nicht aus der Ruhe bringen. Zudem wäre Diätenerfahrung von Vorteil.

Wenn Sie an einem herausfordernden Posten mit adäquaten Arbeitsbedingungen in einem nicht alltäglichen Betrieb interessiert sind, dann erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung an unseren Herrn Stefan Schenk, Clinica Schölssli AG, Schölsslistrasse 8, 8618 Otterwil am See. Für erste Informationen steht Ihnen unser Herr Urs Burri gerne unter der Tel. Nr. +41 (0)44 929 83 30 zur Verfügung.

Bergheim Uetikon AG

Private Altersklinik

8707 Uetikon am See
Telefon +41 (0)44 929 87 11

www.bergheim.ch

Telefax +41 (0)44 929 88 14



GRINDELWALD

Familiäres 3*-Hotel an bester Lage im Zentrum.

Zur Vervollständigung unseres jungen, motivierten Teams, haben wir für die Wintersaison folgende Stellen neu zu besetzen:

Servicefachangestellte (m/w)

Für unser A-la-carte- und/oder HP-Restaurant.

Entremetier (m/w)

Gardemanger (m/w)

Mit Kreativität und Freude am Beruf.

Initiativen und positiv denkenden Berufsleuten bieten wir eine attraktive, gut bezahlte Stelle in aufgestellter Atmosphäre. Besuchen Sie uns auf unserer Homepage.

www.central-wolter.ch

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:

Central Hotel Wolter

A. & M. Kaufmann

3818 Grindelwald

Tel. 033 854 33 33 E-Mail: hotel@central-wolter.ch

HOTEL ALLEGRA

Hotel Allegra

7504 Pontresina/Engadin

Das Garni-Hotel wurde im Juli 2000 als Neubau eröffnet. 52 moderne, grosszügige Zimmer. Direktzugang zum Hallenbad mit Aussenbecken

Das Hotel im Zentrum von Pontresina

Wir suchen für die kommende Saison, Eintritt nach Übereinkunft oder ab 29. November 2010

Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir:

Frühstücksservice (D)

Réceptionist/in (D/E/I)

Réceptions-Praktikum (D/E)

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Hotel Allegra

Via Maistra 171

Daniel Kern, Direktor

7504 Pontresina/Engadin

Tel.: 081 838 99 00 Fax: 081 838 99 99

E-Mail: dakern@allegrahotel.ch



Lebhaftes 4*-Hotel im Herzen des Dorfes.

80 Betten, 2 Restaurants, Bar & Discothek.

Zur Vervollständigung unseres jungen, motivierten Teams, haben wir auf die Wintersaison folgende Stellen neu zu besetzen:

Servicefachangestellte (m/w)

Für unser A-la-carte- und HP-Restaurant

Barmitarbeiter (m/w)

Für unsere populäre Disco Mescalero und die Espresso-Bar

Commis de cuisine - Gardemanger

Mit Kreativität und Freude am Beruf

Initiativen und positiv denkenden Berufsleuten bieten wir eine attraktive, gut bezahlte Stelle in aufgestellter Atmosphäre. Besuchen Sie uns auf unserer Homepage.

www.spinne.ch

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:

Hotel Spinne

A. & M. Kaufmann

3818 Grindelwald

Tel. 033 854 88 88 E-Mail: hotel@spinne.ch



"Aufstrebender Betrieb sucht Verstärkung"

Wenn Sie mit Leidenschaft kochen und Freude an einer mediterranen Küche haben, dann habe ich für Sie den richtigen Arbeitsplatz. Wir suchen in unser junges Team auf Oktober einen kreativen, motivierten

Saucier-Chef de partie oder einen jungen Küchenchef

Sind sie interessiert, dann senden Sie bitte Ihre Unterlagen an:

info@central-affoltern.ch oder

Restaurant Central, Zürichstr. 100,

8910 Affoltern am Albis

Tel. 044 761 61 15

www.central-affoltern.ch

Svizzera italiana

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 sviluppo del turismo ticinese? Dispone di ottime conoscenze di italiano, tedesco e inglese?

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



LABOURDONNAIS
WATERFRONT HOTEL

FOOD & BEVERAGE MANAGER IN MAURITIUS

ANFORDERUNG:

Junger dynamischer Senior F&B Assistant Manager oder F&B Manager in mittelgrossen Betrieb, der bereit ist, für den nächsten Schritt als Food and Beverage Manager in renommiertem 5* Business Hotel in Mauritius die Verantwortung zu übernehmen, sowie für das Schwesterhotel gleich neben an. Das ideale Alter wäre zwischen 25-30 Jahren mit Single-Status.

Zu den Anforderungen gehören das Garantieren einer reibungslosen Operation im F&B, Aufrechterhaltung und Verbesserung des gesetzten Standards, Durchführung von Trainings, sicher in Schrift und Sprache in Englisch vorausgesetzt und Französisch erwünscht, selbstsicher mit Führungserfahrung sowie ein Selbst-Motivator.

WIR BIETEN:

Anspruchsvolles Aufgabenfeld mit viel Kompetenz und Verantwortung, Führung von zwei verschiedenen renommierten Hotels unter der selben Leitung, interessantes Anstellungsverhältnis mit entsprechendem Lohn, Beherbergung und zusätzlichen Vorteilen wie Transport, Verpflegung, Steuerentlastung und jährliches Flugticket in den Heimatort.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung in Englisch oder Französisch.

KONTAKT:

Herr Rolf Schmid – General Manager
Hotel Labourdonnais Waterfront Hotel
Phone # +230 202 4002
E-Mail: gm@labourdonnais.com

Besuchen Sie uns auch auf unserer Website:
www.labourdonnais.com

EINTRITTSSTERMIN

Per sofort oder nach Vereinbarung

Das Relais & Châteaux Post Hotel & Spa liegt in den "Canadian Rockies", im Zentrum des Banff National Parks. Mit 100 Zimmern und Suiten, der renommierten Küche und dem 25'000-Flaschen Weinkeller, gehört es heute zu den besten Adressen Nordamerikas.

Für einen erfahrenen Chef de Rang

bieten wir eine Service Position im Abendservice mit guten Verdienstmöglichkeiten. Gewandter Weinservice und gute mündliche Englischkenntnisse sind Voraussetzung. Falls Sie sich für ein Jahr Auslandsaufenthalt verpflichten können, empfangen wir Ihre Unterlagen gerne per Mail, Fax oder Post. Ein einjähriges Visum ist für qualifizierte Bewerber bis zum 35. Altersjahr über International Experience Canada unter Young Professionals erhältlich.

Relais & Châteaux Post Hotel & Spa
P.O. Box 69
Lake Louise, AB T0L 1E0
Canada

E-mail: andre@posthotel.com
Fax 001 403 522 3966
www.posthotel.com



Wheatleigh

Boutique Luxus Hotel zwischen Boston und New York sucht für Oktober, November junge, dynamische Mitarbeiter.

Chef de Rang

Assistant Restaurant Manager

Assistant Head Housekeeper

Senden oder mailen Sie uns bevorzugt in englischer Sprache Ihre Bewerbung.

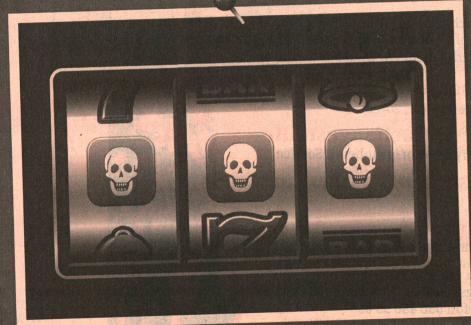
Gerne treffen wir Sie für ein persönliches Interview anfangs September in Zürich.

Visa sind erhältlich und wir sind gerne bereit, Ihnen dabei zu helfen.

Wheatleigh, Mr. Marc Wilhelm
P.O. Box 824, Lenox, MA 01240, USA
Website: www.wheatleigh.com
E-Mail: hr@wheatleigh.com

The Leading Hotels of the World Ltd.
An Equal Opportunity Employer

Wer wettet auf den Hunger?



SpekulantInnen tragen dazu bei, dass immer mehr Menschen hungern. Ihre Wetten an den Agrarbörsen auf steigende Nahrungsmittelpreise sorgen dafür, dass Weizen, Mais oder Reis erst recht teuer werden. Viele Arme können sich deshalb selbst Grundnahrungsmittel nicht mehr leisten. Spekulationen, die Schwachen das Leben kosten, dürfen nicht sein. **Wir helfen Menschen.** PC 60-7000-4, www.caritas.ch



CARITAS

Schweiz
Suisse
Svizzera
Svizzera

Hier bestimmen Sie den Inhalt!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr hotel revue

IMPRESSUM STELLEN- UND IMMOBILIENREVUE

htr hotel revue – stellen revue / marché de l'emploi – immobilienrevue / marché immobilier

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

Herausgeber / Editeur: hotelleriesuisse, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elisabeth Holmeier

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

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

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

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

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

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

Stellenrevue / marché d'emploi – Aus- und Weiterbildung / formation initiale et continue

– Aus- und Weiterbildung / Formation initiale et continue CHF 1.60 4-farbig/quadrant CHF 2.10

– Stellenausschreibungen / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadrant CHF 2.10

– Kadernotizen / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadrant CHF 2.30

Zuschlag Aufschaltung Internet / Affichage Internet (nur Stellenausschreibungen / 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/quadrant CHF 2.10

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

Termine

– Ausgabe / Numéro

Nr. 34/2010

Nr. 35/2010

Nr. 36/2010

Nr. 37/2010

– Erscheint / Parution

26. 8. 2010

2. 9. 2010

9. 9. 2010

16. 9. 2010

– Anzeigenschluss / Délai

23. 8. 2010

30. 8. 2010

6. 9. 2010

13. 9. 2010

Anzeigenschluss / Délai

Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr

Liegenschafts- Rubriken / immobilier – rubrique Fr / Ve 12 Uhr

Doppelnummern

Numéros couplés

Nr. 27/28 / 8. 7. 2010

Nr. 29/30 / 22. 7. 2010

Nr. 50/51 / 16. 12. 2010

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

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

Druckauflage / tirage imprimé: 13 000 Ex.

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

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 zur
Optimierung der Wirtschaftlichkeit von
Hotels, Restaurants, Um- und Neu-
bauprojekte. Eine erste Analyse zum
Aufzeigen der Verbesserungsmög-
lichkeiten ist kostenlos.

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

8012-4015

BRISSAGO zu verkaufen

GARNI mit 20 Zimmern sowie einer sep.
Einlegerwohnung, an zentraler Lage, mit
voller Seesicht,
Grundstück ca. 1200 m², die Zimmer-
zahl kann noch erweitert werden, hohe
AZ 1,5%, dazu sind 15 Aussenparkplät-
ze vorhanden, es könnte ohne Weiteres
in Eigentumswohnungen umgewandelt
werden.
VP CHF 2'750'000.-
FENDONI immobili, www.fendoni.ch
Tel. 0848 336 366 – info@fendoni.ch

7790-4408

Landgasthof an der Nordseeküste D.

Familienbetrieb aus gesundheitlichen Gründen zu ver-
kaufen. Renommierte Küche, Brauerei frei.

Ca. 700 Quadratmeter, Gaststube, Clubraum, grosser
Saal, Hof/Garten, Lagerraum, 4-Zimmer-Wohnung im
Obergeschoss. Parkplätze vor dem Haus.

Ab sofort zu verkaufen Preis 210'000 Euro.

Kontaktaufnahme:
Günther Mehrens, Tel. 00491744751511.

7987-4006

Wir wenden uns an leistungsstarke

Catering-Firmen

Raum Innerschweiz-Mittelland
welche einen Verkauf/Beteiligung
durch solventen Gastronomie-
Unternehmer suchen.

Gerne erwarten wir Ihre Kontakt-
Aufnahme, welche wir absolut
vertraulich behandeln.

Kontaktaufnahmen sind zu richten unter
Chiffre 8004-4602 an htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, Postfach,
3001 Bern.

8004-4602

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Gelegenheit für die Uebernahme
eines grossen Hotel-Restaurant-
betriebes mit Fr. 7 MIO Umsatz und
nur 10% Eigenmittel

Wir verkaufen ein attraktives Hotel-Restaurant mit
verschiedenen Lokalitäten und suchen einen Nachfolger.
Der Betrieb befindet sich in einer grösseren CH-Stadt,
er verfügt über eine grosse Stammkundschaft und ist in
einem sehr guten baulichen und technischen Zustand.
Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung.

Poststrasse 2, PF 413, CH-8808 Pfäffikon SZ
055 / 410 15 57 – FAX 055 / 410 41 06
hesser@bluewin.ch

8012-4004

Zu vermieten oder zu verkaufen in der Altstadt von Freiburg

Rue d'Or 5 Restaurant-Pub-Pizzeria-Weinbar

Mit einwandfreiem Ruf, ca. 80 Plätze,
inkl. grosses Inventar von CHF. 650'000.00 und
kleines Inventar von CHF. 20'000.00.
Miete CHF. 4000.00 pro Monat +
CHF. 400.00 Nebenkosten.

Möglichkeit 1 oder 2 grosse 3 1/2-Zimmer-Wohnungen
von ca. 96 m² zu kaufen.

Preis CHF. 280'000.00 pro Wohnung.

Frei per sofort oder nach Vereinbarung.

Auskünfte + Besichtigung unter 079 827 91 73
(erreichbar 9.00 Uhr–11.30 Uhr und 14.00 Uhr–17.00 Uhr)

8019-4005

Anzeigen

Wunderschöne **Repräsentations-Limousine**
zu verkaufen **Rolls-Royce Silver Seraph**,
10-jährig, Zustand wie neu, 54 000 km,
Farbe bordeaux/beige, nur Fr. 125 000.-.
Tel. 079 212 85 85

8019-4005

Betreibungsrechtliche Liegenschaftssteigerung

Das Betreibungsamt des Sensebezirks, Schwarzsee-
strasse 5, 1712 Tafers (Tel.-Nr. 026 3057444, E-Mail:
Betreibungsamt.Sense@fr.ch) versteigert öffentlich am

Mittwoch, dem 15. September 2010, um 14.30 Uhr
im Gantlokal des Amthauses in Tafers

folgende Liegenschaften:

Art. 1086 der Gemeinde Pfaffeien
Hotel Bad Schwarzsee, Fläche total von 14541 m²

Art. 1834 der Gemeinde Pfaffeien
Weg, Fläche von 134 m²

Betreibungsamtliche Schätzung: Fr. 2545'000.-

Das Hotel befindet sich an einer ruhigen und sonnigen
Lage am Schwarzsee.

Es beinhaltet eine Gaststube (70 Plätze), 2 kleine Säle (60
Plätze), einen grossen Saal (120 Plätze), eine Terrasse
(100 Plätze), 20 Hotelzimmer, einen grossen Parkplatz,
ein Dancing (142 Plätze).

Die Liegenschaft wurde 1978 erbaut. Es sind einige
Renovationen vorzunehmen.

Für weitere Auskünfte verweisen wir auf die Steige-
rungsbedingungen, das Lastenverzeichnis und den Be-
richt der Experten. Diese können auf unserer Homepage
www.fr.ch/opf eingesehen werden.

Der Grundbuchauszug und der ganze Schätzungsbericht
liegen beim Betreibungsamt des Sensebezirks auf.

Der Zuschlag erfolgt an den Meistbietenden gemäss
den Steigerungsbedingungen. Es wird ausdrücklich auf
die Bestimmungen über den Erwerb von Grundstücken
durch Personen im Ausland sowie die dazugehörige
Verordnung aufmerksam gemacht. Die Ersteigerer ha-
ben einen Identitätsausweis vorzulegen, juristische Per-
sonen einen aktuellen Handelsregistrauszug.

Besichtigung: Mittwoch, 1. September 2010
um 14.30 Uhr (auf Voranmeldung)

Betreibungsamt des Sensebezirks, 1712 Tafers
B. Jörg, Vorsteher

8038-4023

hoteljob.ch

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

hotelleriesuisse

Swiss Hotel Association

Un servizio di hotelleriesuisse

immobilienrevue htr marché immobilier

htr hotel revue Nr. 33 / 19. August 2010











 Auch unterwegs.

Hotelfinden! Sie haben die Wahl. www.swisshotels.com



Energiekosten
Aufgrund der stetig steigenden Energiekosten in Hotels, Altersheimen und Spitälern, sind diese längst zu einem relevanten Kostenpunkt geworden.



Energie-Management



VIKTOR BACH
DIPL.-ING. ETH
PRODUCT MANAGER
BRECOM BETRIEBS AG

Energie-Management unter Einbezug aller notwendigen Faktoren hat zum Ziel, einen effizienten Energieeinsatz zu ermöglichen, ihn zu visualisieren, zu dokumentieren, zu verwalten und ständig zu verbessern. Energie-Management schafft umfassende Klarheit über den gesamten Energiekonsum aller Energieträger. Mit einem Energie-Management-System wird der Energieverbrauch sofort mess- und sichtbar. Somit kann umgehend korrigierend auf diesen eingewirkt werden, und nicht erst nach dem Vorliegen von Energie-Rechnungen.

Energie-Management ist somit das geeignete Instrument, um die Reduktion des Energieverbrauchs und damit die Energiekosten wie auch den Umweltschutzgedanken systematisch und langfristig bei Betreibern zu verankern. Es setzt die strukturellen

Rahmenbedingungen, um kontinuierlich ganzheitliche Energieeffizienz-Massnahmen umzusetzen und somit den kompletten Energieeinsatz vom Energieeinkauf bis zum Energieverbrauch und Umweltschutz – ökonomisch und ökologisch zu optimieren.

Umsetzungsphasen

Die Umsetzung eines ganzheitlichen Energie-Management-Systems umfasst vier Phasen. Phase 1: Die Energie-Situation wird analysiert und die heutige Energienutzung in einem Gesamtbild dargestellt. Dabei werden auch die Kundenerwartungen und -bedürfnisse mitberücksichtigt. Das Gesamtbild muss mit punktuellen Messungen der Energieträger erhärtet werden. In der Phase 2 muss das erstellte Gesamtbild

ausgewertet und das Energiesparpotenzial beschrieben werden. In einem zweiten Schritt werden die Investitionskosten für die Umsetzung des Energiesparpotenzials aufgestellt und mit den entsprechenden Vertragspartnern im Rahmen einer «Geld-zurück-Garantie» vertraglich festgehalten. In der Phase 3 werden die Massnahmen zur Umsetzung eingeleitet. Dabei werden die technischen Geräte und Systeme optimiert, infrastrukturelle Anpassungen vorgenommen und die nötigen Überwachungselemente zur permanenten Verbrauchskontrolle werden eingebaut. Die umfassende und rechtzeitige Schulung der verantwortlichen Personen stellt sicher, dass die Einführung und der Betrieb reibungslos über die Bühne gehen. In der 4. Phase gilt es, den laufenden Betrieb zu

überwachen. Dabei muss die permanente Effizienz-Auswertung des gesamten Energiekonsums sichergestellt werden. Aufgrund dieser Auswertungen können dann laufend Geräte- und System-Optimierungen vorgenommen werden.

Ausblick

Der Einsatz eines Energie-Management-Systems bietet die Chance, Energieeffizienz-Massnahmen, wie beispielsweise automatische Raumtemperatur-Regulierung in Abhängigkeit der Raumbelegung, kostenwirksam umzusetzen. Es gewährleistet so kontinuierliche Verbesserungen zu systematisieren sowie eine fortwährende Weiterentwicklung. Betriebe sind gut beraten, heute schon die Weichen für diese Energie-Zukunft zu stellen.

Gelesen von Entscheidungsträgern!

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

htr hotel revue