

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2011)
Heft: 3

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: 30.12.2025

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

Aus der Region

Berner Oberland

Jungfraubahnen für Aussichtssteg auf dem Harder

Die Jungfraubahnen wollen auf dem Harder, dem Interlakener Hausberg, für 300 000 Franken eine Aussichtsplattform mit Sicht auf Berge, Brienzer- und Thunersee bauen. Ausserdem ist in der Mitte des 55 Quadratmeter grossen «Zweiseestegs» ein Loch aus Glas geplant, durch das Besucher in die Tiefe blicken können. Rodungen seien für den Bau der Plattform nicht nötig. Der Steg werde sich unauffällig ins Landschaftsprofil einfügen. Das Bau- gesuch ist bereits eingereicht, im Frühling möchte die Betreiberin der Standseilbahn zum Harder die Plattform einweihen.

Gstaad lanciert Online-Service «Skiline»



Eine statistische Auswertung des persönlichen **Pistenerlebnisses** ermöglicht Gstaad Mountain Rides ab sofort mit «Skiline». Es ergänzt die interaktive Skimap und das Online-Ticketing. Wer diesen Service nutzen möchte, kann sich mit der Skipass- bzw. Keycard-Nummer registrieren lassen. Die gefahrenen Höhenmeter, Pistenkilometer, die Anzahl Liftfahrten werden auch grafisch dargestellt.

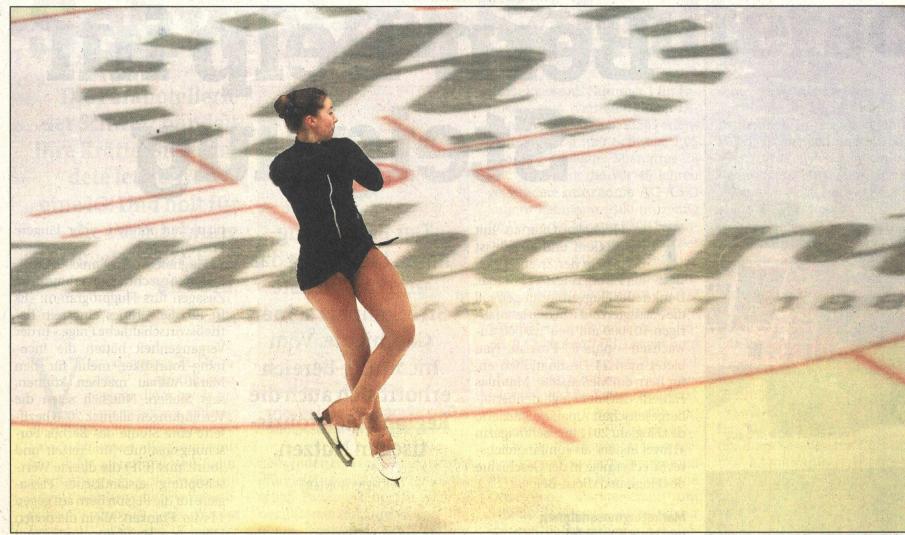
AG-Gründung für Erlebnisbad Lenk-Simmental

Vertreter der Gemeinden Lenk, St. Stephan, Boltigen, Oberwil und Erlenbach trafen sich zur Gründung der Erlebnisbad Lenk-Simmental AG. Sie ist die Trägerin des neu entstehenden «Wallbach-Bads» an der Lenk und wird es auch betreiben. Sie startet mit einem Aktienkapital von 620 000 Franken, an welchem sich die fünf Gemeinden beteiligen. Die Aktiengesellschaft übernimmt die beiden Landparzellen des bestehenden Bades der Gemeinde Lenk im Baurecht. Die bestehende Anlage wird erneuert und zu einem Erlebnisbad ausgebaut.

Diemtigtal: Partnerschaft mit Kilian Wenger



Schwingerkönig **Kilian Wenger** und Diemtigtal Tourismus (rechts auf dem Bild Geschäftsführer **Bruno Reber**) vereinbarten eine Partnerschaft für die Kommunikation von Tourismus- und Naturparkaktivitäten. Der gebürtige Diemtigtal hilft, den Bekanntheitsgrad zu steigern. Er sagt: «Das Diemtigtal ist meine Heimat, hier fühle ich mich wohl. Die Ruhe, das offene Tal und die eindrückliche Naturlandschaft gelten als besondere Sehenswürdigkeiten.» kjk



Axels und Pirouetten, die vom 23. bis 30. Januar auf dem Eis der Berner Postfinance-Arena vorgeführt werden, erfreuen nicht nur die Zuschauer, sondern auch die Hoteliers der Bundesstadt.

se sich kaum sagen, wie viel auf welche Veranstaltung entfallen. Vom 28. bis 30. Januar, an den Finaltagen, seien jedoch noch sehr viele Zimmer frei. «Alle die vorher auscheiden, reisen teilweise am 28. Januar bereits ab», so Beatrice Imboden. Sie selbst beherberge in ihren Stadthotels Bären und Bristol Funktionäre der Eiskunstlauf-EM und Leute der FBK. Das Hotel Allegro, gemäss Direktor Patrik Scherer offizielles EM-Hotel, sei in der ersten Woche ausgebucht. Untergebracht seien Sportlerinnen und Sportler, Betreuer und Funktionäre diverser Nationen sowie Medienvertreter, so Scherer.

Die sich in unmittelbarer Nähe der Postfinance-Arena und der Bern BEA Expo befindenden Accor-Hotels Novotel, Ibis und Etap seien vom 23. bis 29. Januar zu 90 Prozent ausgebucht, erklärt Direktor Christian Schreiner. Am 30. und 31. Januar gehe die Auslastung dann auf rund 50 Prozent

«Die EM ist ein willkommener Füller in einem schwachen Monat.»

Marcel Graf
Bern Tourismus

zurück. Logieren würden Funktio- näre und Mannschaften sowie auch Geschäftsleute, so Schreiner.

Drittes sportliches Grossevent in zweieinhalb Jahren

Bern Tourismus versucht, die Stadt Bern bei den an der EM anwesenden Personen in ein besonderes Licht zu rücken. Zu diesem Zweck ist die Organisation laut Marcel Graf während der EM mit einem Info-Point vor Ort. Zudem werden spezielle Stadtführungsangebote mit 50 Prozent Rabatt lanciert. Die Eiskunstlauf-EM ist nach der Fussball-Europameisterschaft von 2008 und der Eishockey-WM von 2009 das dritte sportliche Grossevent in Bern innerhalb zweieinhalb Jahren. Für Euro 2008 die holländischen Fans.

Kür für Hoteliers

Die am Sonntag beginnenden Eiskunstlauf-Europameisterschaften bescherten den Hotels volle Betten. Die Hoteliers profitieren aber auch von der Bäckerei-Fachmesse.

DANIEL STAMPFLI

In diesjährigen Monat Januar kann sich die Stadtberner Hotellerie über eine Ausnahmesituation freuen. Denn in der Bundesstadt – in der Postfinance-Arena – werden vom 23. bis 30. Januar die Eiskunstlauf-Europameisterschaften ausgetragen. «Es ist ein willkommener Füller in einem für den Städte- und schwachen Monat», sagt Marcel Graf, Projektleiter bei Bern Tourismus über die Eiskunstlauf-EM. Der Anlass diene auch der Positionierung Berns als Sportevent-Stadt und für die Werbung in 35 Ländern. Graf geht davon aus, dass das Event rund 30 000 Leute – ein

Drittavon aus dem Ausland – nach Bern bringt und über 20 000 Logiernächte generiert.

Eislaufen und Backen gleichzeitig

Sämtliche Berner Hotels seien vom 24. bis 27. Januar «sehr gut belegt», sagt die Hotelière Beatrice Imboden, Präsidentin von Hotellerie

Die Berner Hotelière Beatrice Imboden.

Carmelo Agovino Bern+ Mittelland. Den sehr hohen Auslastungsgrad führt sie aber auf die Tatsache zurück, dass gleichzeitig – vom 23. bis 27. Januar – in den Hallen der BEA Bern Expo gleich neben der Postfinance-Arena die Schweizer Fachmesse für das Bäcker-, Konditoren- und Confiseur-Gewerbe (FBK) stattfindet. So las-

Bündner wollen Sommer pushen

Im Sommer hat die Bündner Hotellerie Wachstums- potenzial. Dies wurde an der Delegiertenversammlung hotelleriesuisse Graubünden dargelegt.

DANIEL STAMPFLI

«Im Winter ist das Marktpotenzial ausgeschöpft oder geht gar leicht zurück», erklärte Andreas Züllig, Präsident hotelleriesuisse Grau-

bünden, in seinem Referat an der Delegiertenversammlung am Dienstag in Pontresina. «Im Sommer haben wir sicherlich noch Wachstums- potenzial.» Die Hotellerie sei weiterhin gefordert, innovative Angebote auf den Markt zu bringen.

«Wir sind weiterhin gefordert, innovative Angebote auf den Markt zu bringen.»

Andreas Züllig
hotelleriesuisse Graubünden

und Dienstleistungen im herausfordernden Umfeld zu bewahren. «Die Chancen stehen gut, dass wir gut gewappnet sind, um schwierige Zeiten mit einem blauen Auge zu überstehen», so Züllig weiter. Der Präsident von hotelleriesuisse Graubünden zog in seiner Ansprache einen Vergleich der Ent-

wicklung in Tirol und Graubünden über die letzten Jahre. Demnach gingen die Logiernächte beiderorts zurück. Massiv sei der Rückgang im Tirol ab 1992 im Sommer. Aber auch im Winter hat das Tirol seit 2007 grössere Einbussen zu verzeichnen. Im Gegensatz dazu Graubünden, wo die Logiernächte relativ stabil gehalten werden konnten. «Ich führe dies nicht zu Letzt auf die verschiedenen Impulsprogramme von Graubünden Ferien und verschiedener Regionen in unseren Nahmärkten Schweiz zu-

rück», so Züllig. Und die Finanzkrise habe fast den grösseren Einfluss als der Eurokurs. Seit vielen Jahren habe Tirol eine massive Abwanderung deutscher Gäste, im Sommer noch deutlicher. In Graubünden sei der deutsche Markt stabil geblieben. Züllig zieht daraus folgende Schlüsse: «Erstens sind unsere deutschen Gäste relativ währungsresistent. Zweitens sind deutsche Gäste aus dem Tirol Richtung Südtirol abgewandert – vermutlich dem günstigeren Preis nach.»

Cassis de Dijon: erste Bilanz

Seit der Einführung der Regelung im Juli 2010 bewilligte das Bundesamt für Gesundheit 21 neue Lebensmittel aus dem EU- und EWR-Raum.

DANIEL STAMPFLI

Die Bewilligungen betrafen vor allem Milch- und Fleischprodukte sowie Getränke, teile das Bundesamt für Gesundheit (BAG) mit. Von den insgesamt 69 eingereichten Gesuchen wies das BAG 14 Anträge ab, die nicht unter das Cassis-de-Dijon-Prinzip fallen. Für Nah-

ierungsergänzungsmittel sowie für Arzneimittel gelten andere Verordnungen oder Gesetze. Gemäss Cassis de Dijon kann seit Juli 2010 grundsätzlich jedes Produkt, das im EU- oder EWR-Raum rechtmässig hergestellt und verkauft wird, ohne zusätzliche Kontrolle auch in der Schweiz verkauft werden. Lebensmittel, die den schweizerischen Vorschriften nicht vollständig entsprechen, müssen allerdings vom BAG bewilligt werden.

Gegen sechs Entscheide des BAG wurde beim Bundesverwaltungsgericht Beschwerde eingereicht. Vier Beschwerden stammen aus dem landwirtschaftlichen Umfeld,

wie der Direktor des Schweizerischen Bauernverbandes (SBV), Jacques Bourgeois, auf Anfrage der Nachrichtenagentur sda sagte. Die Konsumentenschutz-Organisationen SKS, FRC und Acsu ihrerseits haben beim Bundesverwaltungsgericht Beschwerde eingereicht, weil das BAG im Rahmen des Cassis-de-Dijon-Prinzips Karamellen bewilligt habe, deren Deklaration zu klein oder unleserlich sei, damit sie entziffern werden können. Damit würden Konsumentenrechte missachtet.

Erste Entscheide im Beschwerdeverfahren erwartet das Bundesamt für Gesundheit in den kommenden Wochen.

Der November brachte ein Plus der Logiernächte von 4,8 Prozent

China registrierte das stärkste absolute Wachstum Asiens und aller ausländischen Herkunftsländer.

Gemäss den provisorischen Ergebnissen des Bundesamtes für Statistik (BFS) verzeichnete die Hotellerie in der Schweiz im November 2010 insgesamt 1,8 Mio. Logiernächte, was gegenüber November 2009 einer Zunahme um 4,8 Prozent (+81 000 Logiernächte) entspricht. Rund 961 000 Logiernächte gingen auf das Konto der ausländischen Gäste (+46 000). Das sind 5,1 Prozent mehr als in der entsprechen- den Vorjahresperiode. Die Schweizer Gäste registrierten 817 000 Logiernächte, das ist gegenüber

dem Vorjahr ein Plus von 4,5 Prozent (+35 000 Logiernächte).

Die Gäste vom asiatischen Kontinent verzeichneten eine Zunahme von 21 000 Logiernächten (+18%). China (ohne Hongkong) legte um 8500 Logiernächte zu (+40%). Es folgen die Golfstaaten mit einem Logiernächteplus von 2000 (+12%) und Indien plus 1900 Einheiten (+14%). Aus Europa kam ein Logiernächte-Anstieg von 16 000 (+2,4%), aus Deutschland mit einem Plus von 7000 die deutlichste absolute Steigerung Europas (+3,2%). kjk

Das Ausstellungsangebot weiter ausbauen und attraktiv gestalten: dies will der neue Direktor des Verkehrshauses, Martin Bütkofer.

DANIEL STAMPFLI

Martin Bütkofer, was hat Sie motiviert, die Leitung des Verkehrshauses zu übernehmen?

Das Verkehrshaus als Institution hat mich als Luzerner schon immer fasziniert. Das Zusammenspiel von Wissenschaft, Technik, Mobilitätsfragen, Emotionen und Erlebniswelt ist einmalig. Ich möchte diese Themen auch in Zukunft in einer lustvollen und erlebnisorientierten Art vermitteln.

Sie verfügen über gute Beziehungen zu Wirtschaft und Politik. Wie nutzen Sie diese im Interesse des Verkehrshauses?

Wir sind auf ein nationales und internationales Firmennetzwerk angewiesen. Die politischen Beziehungen sind hilfreich für die Bereiche Kulturförderung und Mittelbeschaffung, damit das Haus seine verschiedenen Aufgaben wahrnehmen kann. Es ist mir ein Anliegen, dass Politiker und Wirtschaftsvertreter verstehen, dass wir eine wichtige nationale Aufgabe verrichten.

Haben Sie in den ersten zwei Wochen Ihrer Tätigkeit Leichen im Keller vorgefunden?

Nein. Ich habe mich bereits im Dezember intensiv auf meine neue Tätigkeit

Vorgänger Vom Museum zum Sport

Nach über acht Jahren an der Spitze des Verkehrshauses der Schweiz hat Daniel Suter das Unternehmen Ende 2010 verlassen. Anfang März 2011 wird er die Stelle als CEO von Swiss Olympic antreten. Zurzeit befindet er sich auf einer Afrika-Reise.

Bei seinem Amtsantritt im Jahre 2002 hatte Daniel Suter im Verkehrshaus keine leichte Aufgabe übernommen. Das Museum kämpfte damals mit sinkenden Besucherzahlen, angespannten Finanzver-

hältnissen und hohem Nachholbedarf an Unterhalt und Reparaturen bei den Infrastrukturen. Daniel Suter und seiner Führungs-Crew gelang es, das Verkehrshaus auf die Erfolgsstrasse zurückzuführen. Die Anzahl der Verkehrshausmitglieder stieg auf über 30000, die Sponsoringerträge betrugen 2009 erstmals über 7 Mio. Franken, und im gleichen Jahr wurden im meistbesuchten Museum der Schweiz 927000 Eintritte

realisiert. 2009 konnte Daniel Suter für das Verkehrshaus einen «Milestone» entgegennehmen.

dst



Totgesagte leben länger – auch der Skitourismus



Standpunkt

THOMAS BIEGER

LEITER ABT. TOURISMUS/VERKEHR IMP-HSG

Sei Jahren hören wir an Seminaren und Stammtischen, dass der Skitourismus seine Sättigungsgrenze erlebt und mit rückläufigen Zahlen gerechnet werden müsse. Ein Blick auf die Statistik zeigt jedoch, dass die Zahl der Skifahrertage in der Schweiz seit Jahren, wenn auch langsam, trendmäßig steigt. International entstehen sogar neue Skigebiete, beispielsweise in China. Nur die Struktur der Skifahrer hat sich geändert.

Es ist heute nicht mehr ein Volkssport – in der heutigen multiptionalen Gesellschaft ist es ja auch kaum mehr möglich, einen «Volkssport» zu identifizieren. Der Markt differenziert sich aus in Gelegenheitskifahrer, die einige wenige Tage auf den Ski verbringen, und «heavy users», die Skifahren als ihren primären Wintersport definieren, mehrere Dutzend Skitage verbringen und beträchtliche Summen in den Sport investieren.

«Tourismusprodukte verhalten sich nicht nach dem klassischen Lebenszyklus.»

Das Gleiche haben wir doch im Wanderbereich erlebt. Noch in den 70er-Jahren wurden Volkswanderungen durchgeführt, in den 80er-Jahren wurde von Zukunftsforschern Wandern als langweilig – und «wenig

erotisch» – als sterbendes Produkt abgetan. Heute erlebt das Wandern einen richtigen Boom – nur eben auch nicht als Volkssport. Es hat sich als Mountain running, Experience Trekking oder Wellness Walking ausdifferenziert. Bereits in den 70er-Jahren war das Skitourenlaufen totgesagt. Heute findet man an schönen Wochenenden an den Ausgangspunkten von Skitouren keine freien Parkplätze mehr, weil Familien, Skitourengegänger, Alpinisten und

auch Skitourenwettkämpfer mit leichtesten Ski im Mountain-Jogging-Stil am Berg sind. All diese Beispiele zeigen, dass sich Freizeit- und Tourismusprodukte nicht nach dem klassischen Lebenszyklus verhalten. Häufig differenzieren sich Produkte einfach aus und es entstehen, getrieben auch durch die technologische Entwicklung von Ausrüstung und Bekleidung, neue Nischen mit neuen Communities. Hier liegt noch viel braches Feld für Unternehmertum im Tourismus.



Verkehrshaus-Direktor Martin Bütkofer: «Wir sind auf ein nationales und internationales Firmennetzwerk angewiesen.»

«Auf lustvolle Art vermitteln»

vorbereiten können und durfte mit Daniel Suter, meinem Vorgänger, anlässlich der Dossier-Übergabe spannende Tage verbringen. In den ersten zwei Wochen faszinierte mich die grosse Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Verkehrshaus. Ich spüre sehr viel Herzblut und Begeisterung.

Was haben Sie sich als erste grössere Tätigkeiten vorgenommen?

Der «Dampfer Verkehrshaus» ist mit Vorstand und Führungsscrew gut auf

Kurs. Auf Anfang Jahr hat nun der Kapitän gewechselt. Wir haben uns Jahresziele und Jahresschwerpunkte für das Jahr 2011 vorgenommen.

Wie sehen diese konkret aus?

Das Dampfschiff Rigi soll möglichst in historisch perfektem Zustand präsentiert werden. Auch soll das Unterseeboot Mésoscaphe des Tiefseeforschers Jacques

Piccard restauriert werden. Ebenso soll die noch fehlende Dampfbahn das bestehende Ausstellungsgut ergänzen. Aufnehmen wollen wir auch den Trend hin zur Elektromobilität. Mit dem Projekt Talentshow möchten wir Berufe der Bereiche Verkehr und Technik präsentieren und damit die Jugendlichen motivieren, diese Berufe zu erlernen.

Gibt es denn keine grossen Baustellen mehr?

Nein. In Hinsicht auf das 50-Jahr-Jubiläum im Jahr 2009 hin waren 50 Millionen Franken investiert worden. Die nächste grössere geplante Etappe ist der Bau einer Schienenhalle. Meine Vision ist in Zusammenhang mit der Eröffnung des Gotthard-Basistunnels im 2017 ein ganz neues Bahn-Ausstellungskonzept. Das Thema Alpenque-

rung soll als neues Element eingegliedert werden.

Also stehen doch wieder grössere

Investitionen an? Ich gehe davon aus, dass für die Realisierung der Schienenhalle mindestens 20 Millionen Franken aufgewandt werden müssen.

Wie wollen Sie dies bewerkstelligen?

Der Bund will künftig bekanntlich weniger Mittel zur Verfügung stellen.

In den letzten Jahren ist ein dem Verkehrshaus gelungen, den laufenden Betrieb aus selbst erarbeiteten Mitteln zu finanzieren. Der Eigenfinanzierungsgrad beträgt gut 90 Prozent, was für ein Museum ein sehr hoher Wert ist. Das Geld für die Investitionen können wir hingegen nicht selber erwirtschaften.

Zur Person Schon lange mit dem Verkehr verbunden

Martin Bütkofer (49) ist seit dem 1. Januar 2011 Direktor des Verkehrshauses der Schweiz in Luzern mit rund 200 Mitarbeitenden. Der gebürtige Luzerner war schon zuvor als Beirat aktiv mit dem Verkehrshaus verbunden. Seit 2005 war er Leiter der Divisionsleitung Personenverkehr bei den SBB. Zuvor war Martin Bütkofer Direktor der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees SGV. Der diplomierte Wirtschafts- und Elektroingenieur ist verheiratet, Vater von drei Kindern und wohnt im zugerischen Hünenberg.

Wie beurteilen Sie die touristische Bedeutung des Verkehrshauses?

Das Museum ist touristisch eng mit der Stadt Luzern und der Zentralschweiz verbunden. Für Railaway ist es eines der meistverkauften Packages Bahnfahrt/Museumeintritt. Die rund 930 000 jährlichen Besucher generieren auch der lokalen und regionalen Gastronomie einen ansehnlichen Umsatz. Wie viele Logiernächte das Verkehrshaus direkt generiert, lässt sich hingegen nicht genau eruieren.



«Viele wissen gar nicht, dass sie ein absolutes Hightech-Produkt an die Füsse geschnallt haben.»



Synchro Ski auf der Piste ist als **Wettkampfform** aus den Tiefschneebewerben hervorgegangen. Die Zeit tickt, und jedes Paar will schneller und mit der grösseren **Übereinstimmung** ins Ziel kommen. Zvg

Synchron in Samnaun



Celina Hangl, Ski-Rennfahrerin, **Johannes Hangl**, Wellness-Hotel Post.



Ottmar Westreicher, Betriebsleiter der Luftseilbahn Samnaun AG (l.), und **Hans Kleinstein**, Gemeindepräsident von Samnaun.



Theo Zegg, Präsident Samnaun Tourismus, **Urs Wohler**, Direktor der DMO Engadin Scuol Samnaun, und **Kurt Kirschner**, Event-Manager der DMO (v.l.).

Die Rennsaison des spektakulären Synchron-Skifahrens im Weltcup startete am letzten Freitag in Samnaun am Musella-Hang.

KARL JOSEF VERDING

Schnell fahren ist wichtig, wichtiger aber noch der Teamgedanke und das synchrone Herunterfahren der anspruchsvollen Nacht-Pisten am Musella-Hang in Samnaun Dorf. Insgesamt 22 Teams stellten sich der besonderen Herausforderung «Synchro-Ski World Cup».

Bei jedem Mangel an Synchronität drohten Punktabzüge. Bereits ab Mittag übten die Teams aus der Schweiz, Österreich, Deutschland, Tschechien und weiteren Nationen, um die perfekte Verbindung zum nicht einfachen Musella-Hang zu finden. Nach spannenden Rennen standen gegen 22.00 Uhr die Sieger fest: Patrik Walter und Klaus Jehle, das Team «Sailer Buam» aus Österreich. Sie setzten sich knapp gegenüber dem Team «Jeric» aus dem gleichen Land durch. Auf dem dritten Platz konnte sich das Team «Berghof Ramsau», Österreich, knapp vor den Schweizer Titelverteidigern Pirmin und André Riesen platzieren. Die zahlreichen Zuschauer sorgten für Weltcup-Stimmung. In drei weiteren Rennen, alle in Österreich, werden die Weltmeister 2011 gesucht.

Die Beste an der Réception

Die begehrte David Campbell Trophy der Réceptionnisten wurde am letzten Donnerstag in Christchurch, Neuseeland an Vanessa Kellerhals vom «Dolder» überreicht.

KARL JOSEF VERDING

Der internationale Wettbewerb wird jedes Jahr anspruchsvoller, da die Réceptionistinnen und Réceptionisten immer mehr Erfahrung, Ausbildungen und eine noch intensivere Vorbereitung für die David Campbell Trophy mitbringen. Die 21-jährige Vanessa Kellerhals ist Réceptionistin im Dolder Grand Hotel in Zürich und hatte die diesjährige Bucherer Trophy und den nationalen Wettbewerb «Best Young Receptionist» der Schweiz gewonnen.



Katrin Wolf, Präsidentin AICR-CH, Siegerin **Vanessa Kellerhals**, **Alfonso D'Conceicao**, AICR.

Die Sieger der nationalen Veranstaltungen aller AICR-Sektionen weltweit (AICR = Amicale Internationale desseurs-directeurs et chefs de réception) treffen im Rahmen des alljährlichen Kongresses in einem AICR-Mitgliedsland aufeinander. Dem Sieger gehört die begehrte David Campbell Trophy, die seit 1995 jährlich verliehen wird. Sie wurde in Christchurch von Alfonso D'Conceicao, Präsident AICR International, an Vanessa Kellerhals überreicht.

Sesselrücken

Die neue Leiterin Human Resources im «Victoria-Jungfrau»

Vreni Eisele-Willmann hat ihre neue Tätigkeit als Leiterin Human Resources im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken



Zvg

begonnen. Die 47-Jährige eidgenössisch diplomierte Hotelierin, mit Zusatzausbildung im Finanz- und Rechnungswesen, zeichnet ab sofort verantwortlich für alle Personalbelange des Fünfsternehauses und ist Hauptansprechpartnerin für das fast 250-köpfige Team sowie Mitglied der Geschäftsleitung. Von 2008 bis 2010 war sie als Vizedirektorin sowie Gastgeberin im Hotel Fürigen am Bürgenstock tätig.

Neue Verwaltungsräte bei der Savognin Bergbahnen AG

An der ausserordentlichen Generalversammlung der Savognin Bergbahnen AG vom Montag wurden **Markus Schröcksnadel**, neu Verwaltungsratspräsident, **Martin Fritsch**, **Anton Schmidl** und **Peter Schmidl** in den Verwaltungsrat der Savognin Bergbahnen AG gewählt. Sie ersetzen die bisherigen Verwaltungsräte **Reto Mengiardi**, **Christian Rathgeb**, **Franz Hüber** und **Jörg Pool**. Die neuen Verwaltungsräte und Hauptaktionäre der Savognin Bergbahnen AG verfügen über langjährige Kompetenz im Bereich der Bergbahnen.



In Pully bei Lausanne ihre Generalversammlung abgehalten. **Casimir Platzter**, Präsident von Gast-Röbern, wurde zum IH&RA-Vizepräsidenten für die Restaurants gewählt.

Neues Mitglied in Geschäftsführung der Jungfraubahnen

Die Verwaltungsräte der Jungfraubahn Holding AG und der Berner



Oberland-Bahnen AG haben **Thomas Aebscher** (43) in die Erweiterte Geschäftsführung der Jungfraubahnen gewählt. Er hatte 20 Jahre lang bei der SBB in den Bereichen Verkauf, Fahrdienstleitung, Produktionsplanung und Wagenbewirtschaftung gearbeitet, bevor er im Oktober 2003 zu den Jungfraubahnen wechselte. Hier war er als Stellvertretender Leiter des Betriebs tätig. Dann führte er das Projekt Top of Process und wurde Qualitäts- und Risikomanager. Seit Dezember 2009 ist er zudem Leiter der Betriebseinheit Wengernalpbahn.

Aargauhotels.ch: Mitinhaber widmet sich Entwicklung

Dominik Wyss hat per 1. Januar 2011 die Direktion des Hotels Aarau-West mit Golfplatz an die langjährige Mitarbeiterin **Theresa Volger** übergeben. Wyss wird sich als Mitinhaber der Weiterentwicklung der acht Aargauhotels.ch widmen und neue Projekte begleiten.

Ein Schneeskulpturenfestival unter dem Motto «Lebenslust» in Grindelwald

Internationale Künstlerteams aus zehn verschiedenen Ländern schaffen aus Schneeblocken Skulpturen.



Das Team USA mit seinem Werk Zvg am World Snow Festival in Grindelwald.

Bis zum Samstag, dem 22. Januar wird auf dem Bäuerplatz in Grindelwald fleissig gearbeitet. Zehn Künstlerteams setzen ihre Ideen zum Thema «Lebenslust» in Schneeskulpturen um. Beteiligt sind Teams aus Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Holland, Italien, Japan, Kanada, Russland, Schweiz und USA. Im Turnus wird nebst den neun ständigen Teams jährlich eine Gruppe aus Asien, Skandinavien und Südamerika eingeladen. Dieses Jahr verwirklicht eine japanische Gruppe ihre Ideen zum Thema Lebenslust.

Die Jury wird am Samstag, 22. Januar den Gewinner des diesjährigen Skulpturenwettbewerbs bekannt geben. Parallel zur Beurteilung durch die Jury kann auch das Publikum seinen Favoriten wählen.

Aufsteiger Bernhard Kuster

GastroSuisse hat einen neuen Direktor: den 36-jährigen Bernhard Kuster. Der Ökonom tritt das Amt am 1. Februar an.

Kuster war seit Oktober 2007 als Leiter Wirtschaftspolitik von GastroSuisse tätig. Er verfügt über ein fundiertes und praxisorientiertes Branchenwissen und habe den Auftritt des Verbands in Politik und Öffentlichkeit massgeblich mitgeprägt, teilte der Verband mit. Kuster wurde durch den Vorstand zum Direktor gewählt.

Umsteiger Dario Fumagalli

Seit drei Jahren führen Dario und Kathrin Fumagalli das Restaurant Fumagalli im Zentrum von Uetikon am See. Per 1. April 2011 übernimmt nun Kathrin Fumagalli-Bärtschi die alleinige Geschäftsführung.

Dario Fumagalli bleibt Teilhaber der gemeinsam gegründeten GmbH. Er übernimmt im Frühjahr 2011 die Direktion des Viersternehotels Glärnischhof in Zürich. Damit kehrt er zurück in die Hotellerie. kjv



Film: Das neue Archiv von Schweiz Tourismus Seite 8; **Film Location Switzerland fehlt es an Geld**
Seite 9; Wie gefährlich sind Stunts? Seite 10; **Tourismus und Film kooperieren** Seite 11; **Drehort Hotel** Seite 12

«Die Schweiz hätte super Drehorte»

Wo möchte Bond-Regisseur und Neuer Hotelier Marc Forster gerne drehen? Die htr traf ihn im Hotel Matthioli in Zermatt, wo er Mitbesitzer ist.

ELSBETH HOBMEIER

Marc Forster, wo drehen Sie am allerliebsten?

Jeder neue Drehort ist für mich eine neue Lebenserfahrung, eine neue Herausforderung. Deshalb habe ich keinen bevorzugten Drehort, ich arbeite gerne in der ganzen Welt. Soeben habe ich den neusten Film «Machine Gun Preacher» in Afrika abgedreht. Das Filmen in Ländern mit wenig Ressourcen ist schwieriger, aber es war eine tolle Erfahrung.

Bisher machten Sie filmerisch einen Bogen um die Schweiz. Bietet sie Ihnen zu wenig?
Eines Tages möchte ich gerne einen Film hier drehen, aber ich sage mir: Wenn Schweiz, dann muss es etwas Besonderes sein. Die richtige Geschichte zur richtigen Zeit, eine richtige Schweizergeschichte – aber das muss sich ergeben. Irgendwann in den nächsten zwanzig Jahren...

Sie haben keinerlei Abneigung ...
Nein, überhaupt nicht. Die Schweiz bietet wunderschöne Schauplätze und Drehorte: Städte, Seen. Und alte Militärbunker in den Bergen. Reisen würde mich vor allem die Architektur, es gibt sehr interessante Bauten, wie etwa das Bad in Vals. Wenn da der Nebel kommt, diese mystische Stimmung... Und tolle Privathäuser, die von wichtigen Architekten gebaut worden sind. Da wäre vieles zu finden.

Tut die Schweiz Ihrer Ansicht nach genug, um interessante Filmer finanziell und ideell zu unterstützen?

Weil ich noch nie hier gedreht habe, weiß ich nicht, wie es mit der Filmförderung steht und wie die Gelder vergeben werden. Ich finde es gut, wenn ein Staat alles ihm Mögliche tut, um internationale Produktionen zu fördern und anzulocken. Dies ist eine hervorragende Werbung für das Land, die ein weltweites Publikum anspricht. Neuseeland und Kanada etwa ziehen dank steuerlichen Vorteilen zahlreiche Filmer an. Auch ein-

Mit welchen Schauspielern würden Sie gerne arbeiten?
Da gibt es viele. Aber schliesslich entscheidet Projekt und Thema, welcher Typ am besten passt. Ich hatte ja das Glück, schon öfter mit sehr guten Darstellern arbeiten zu können.

Gibt es einen grossen Film, den Sie gerne gemacht hätten?
Da sind einige, die mir gut gefallen. Zum Beispiel Don't look now (Wenn die Gondeln Trauer tragen), den Nicolas Roeg in den Siebziger Jahren mit Donald Sutherland und Julie Christie in Venedig drehte.

Nun sind Sie als Mitbesitzer des Matthioli in Zermatt ja auch quasi Hotelier geworden ...

Was ist der Grund?
Betty und Emil Summermatter sind seit Langem Freunde meiner Mutter, und ihre Pläne eines Boutique-hotels mit viel Stein und Holz in bester Lage beim Matterhorn haben mich angesprochen. Ich erachte es als eine gute Investition in einer wirtschaftlich ungewissen Zeit. Das Ergebnis gefällt mir. Ich bin ein Architekturfan und lebe ja auch oft in Hotels. Besonders gern im One & Only auf den Malediven. Oder im Mandarin Oriental in Tokio oder den

Feierten ihr Hotel «Matthioli» mit einer grossen Party: Betty Summermatter und Marc Forster.

zellen US-Staaten wie Michigan und New Mexico tun vieles. Das kommt dem ganzen Tourismus zugute, diese Filmteams generieren auch eine Menge Hotelübernachtungen.

«Ich würde gerne in der Schweiz drehen. Aber nur eine richtige Schweizergeschichte.»

Marc Forster
Filmregisseur und Drehbuchautor

Ich habe soeben in Afrika und Detroit «Machine Gun Preacher» abgedreht, jetzt arbeiten wir in Los Angeles am Schneiden, im Herbst soll er ins Kino kommen. Danach reizt mich noch vieles, ich möchte gerne mal einen Liebesfilm, ein Musical, einen Science-Fiction machen. Es steht aber noch nichts fest, alles ist in Entwicklung.

Wie wirkt die Schweiz im Ausland?
Das Schweizer Image wird zu sehr von der Finanzwelt und der UBS geprägt. Und zu wenig von den Landschaften und der Architektur. Dieses Bild müsste man drehen, neu und anders definieren.

James Bond war Ihr letzter grosser Kino-Spielfilm. Was kommt als Nächstes?
Ich habe soeben in Afrika und Detroit «Machine Gun Preacher» abgedreht, jetzt arbeiten wir in Los Angeles am Schneiden, im Herbst soll er ins Kino kommen. Danach reizt mich noch vieles, ich möchte gerne mal einen Liebesfilm, ein Musical, einen Science-Fiction machen. Es steht aber noch nichts fest, alles ist in Entwicklung.

Seine Filme: Monster's Ball (mit Halle Berry), Finding Neverland (Johnny Depp, Kate Winslet), Kite Runner/Drachenläufer, Quantum of Solace/James Bond (Daniel Craig). Im Herbst 2011 kommt Machine Gun Preacher mit Gerard Butler in die Kinos. Marc Forster lebt in Los Angeles.

australischen Whitsundays. Ich wurde auch gerne einmal in einem Hotel drehen, wie Kubrick mit «The Shining». Alte Kästen mit riesigen Zimmerfluchten faszinieren mich.

Der Schweizer Hollywood-Regisseur und Hotelbesitzer Marc Forster hat noch nie in der Schweiz gedreht – aber schliesst es nicht aus.



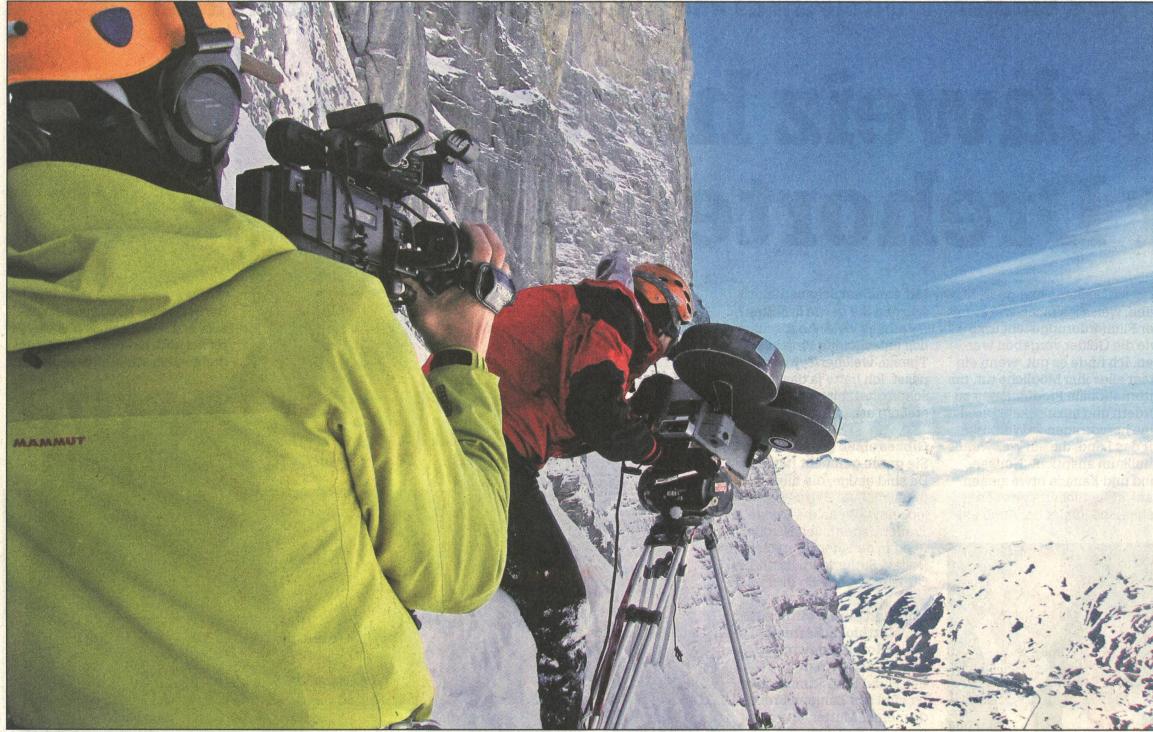
Alain D. Bollat

ANZEIGE

ERFAHRUNG,
DIE SICH AUSZAHLT.


HOTELA
WWW.HOTELA.CH

Film. Bibliothek. Schweiz Tourismus hat eine Video Library geschaffen. Medienschaffende und bald auch Destinationen haben damit Zugriff auf Schweizer Filmmaterial. Auch solches, in dem die Bahnen eine Rolle spielen.



Imax-Film «The Alps»: Filmproduktionen in der Schweiz sollen die Destination im Ausland möglichst gut und oft verkaufen.

insbesondere auch für die Einbettung auf MySwitzerland.com produziert.

Ab Frühling 2011 auch für die Destinationen verfügbar

Diese Produkte bergen für die Destinationen ein grosses Potenzial. Ab Frühling dieses Jahres wird daher die ganze Video Library auch für die Schweizer Destinationen freigeschaltet. Und eine Aktion wird gestartet: Rund 15 000 Franken kosten ein saisonaler Destinations-

«Das Material ist verschlagwortet, georeferenziert und in vielen Formaten verfügbar.»

Rafael Enzler
Schweiz Tourismus

Kurzfilm, 5000 Franken werden von Schweiz Tourismus im Rahmen des Innotourprojektes finanziert, und der Rest von etwa 10 000 Franken muss die Tourismusorganisation selber berappen. «Leider sind sich noch zu wenig Destinationen bewusst, wie wichtig in Zukunft Destinationsfilme für Anwendungen wie dem Web, in iPad oder iPhone Applikationen, aber auch auf Messen und bei Events sind», sagt Enzler.

Zukunftsorientierte Datenbank mit Filmen in HD-Qualität

Die Entwicklung der Datenbank war nicht der kostenintensive Brocken im Projekt, sondern die Produktion der Filme. Alle touristischen Filme sind in HD-Qualität vorhanden. «Wir haben uns für eine zukunftsorientierte Variante entschieden, denn die technologische Entwicklung auf diesem Gebiet ist bekanntlich sehr schnell.» Rafael Enzler betont daher, dass die ganze Datenbank erweiterbar sei, und gerüstet für die nächsten Jahre.

Weitere Informationen will ST den Tourismusorganisationen runden um den Ferientag in Genf geben. «Wir werden uns eine gute Einführung ins Thema einfallen lassen», so Rafael Enzler.

Vorhang auf für die Schweizer Video Library

Als Innotour-Projekt war es schon bekannt, nun hat es laufen gelernt: die Video Library von Schweiz Tourismus (ST). Mit einer grossen Datenbank der neusten Generation hat ST eine Bibliothek geschaffen, die es Medienschaffenden aus aller Welt erlaubt, von ST bereitgestelltes Filmmaterial über die Schweiz herunterzuladen. Dieses umfassende Archiv von Filmen in HD-Qualität kann von Berechtigten leicht durchforstet und für Filmbeiträge oder touristische Werbefilme genutzt werden. «Das ganze

Schweiz Tourismus verfügt neu über eine Bibliothek von touristischen Filmsequenzen. Ein Service für Medien und ab Frühjahr auch für Destinationen.

SIMONE LEITNER

Filmmaterial ist verschlagwortet, georeferenziert und in den verschiedenen Formaten verfügbar», sagt Rafael Enzler, Marketingleiter bei ST. Nur so können die gewünschte Thematik schnell und präzise gefunden werden. Das Rohmaterial ist vor allem für Fernsehtteams sehr nützlich, die einen touristischen Beitrag über die Schweiz senden wollen. Und so funktioniert die virtuelle Bibliothek: Der User surft durch die Webseite und kann mit einer übersichtlichen Suchmaske sein spezifisches Thema recherchieren. Wurde dann

die passende Filmsequenz gefunden, wird der gewählte Ausschnitt in den Warenkorb gelegt. Schliesslich werden die Filmausschnitte bereitgestellt, und der Redaktor bekommt von Schweiz Tourismus einen Link für den Download. «So können wir auch jederzeit nachverfolgen, wer unsere Filmausschnitte angefordert hat», sagt Enzler. Neben dem Rohmaterial umfasst die Bibliothek aber auch die Schweiz Tourismus TV-Spots, kurze thematische Imagefilme sowie Promotionsfilme, die wichtige Attraktionen präsentieren. Diese Filme werden



Die neue Video-Bibliothek von Schweiz Tourismus wird ab Frühling auch für Schweizer Destinationen interessant.

Bahnen bringen den Dreh auf die Schiene

Wird in der Schweiz ein Film gedreht, dann sind die als landestypisch repurierten Bahnen nicht weit. Besonders begeht ist die Rhätische Bahn mit Glacier- und Bernina-Express.

GUDRUN SCHLENCZEK

Dergut funktionierende öffentliche Verkehr gehöre zur Schweiz wie der Käse und die Schokolade, erklärt sich Diego Marti von den Schweizerischen Bundesbahnen, die Beliebtheit des Zugumfeldes als Drehort. Fünf grössere Produktionen für Spiel- und Fernsehfilme sowie zehn kleinere Produktionen (Kurzfilme, kulturelle Projekte) lassen die SBB jährlich auf ihren Flächen über die Bühne gehen. Ebenfalls sehr gefragt ist die Rhätische Bahn mit den Zugpferden Glacier- und Bernina-Ex-

press: Mindestens einmal im Monat werde bei ihnen ein Dokumentarfilm gedreht, erzählt der Mediendienstleister Peider Härtli. Dabei

verzichten sowohl SBB als auch die Rhätische Bahn auf Akquisition. Jubiläen wie letztes Jahr zum hundertjährigen Bestehen der Bernina-Linie sowie das Unesco-Label locken Filmcrews an der Rhätischen Bahn besonders. Auf letzteres spräche insbesondere der südsässische Markt sehr an. Die Werbewerbung mit gemäss Peider Härtli «einem jährlichen Ge-



Eine Filmszene der Krimi-Serie Tatort am Hauptbahnhof Luzern.

genwert in mehrstelliger Millionenhöhe» lässt sich die Rhätische Bahn etwas kosten: Den Aufwand für Sachleistungen, Manpower und Hotelübernachtungen (teilt man sich mit ST) beziffert Härtli mit zwischen 1500 und 2000 Franken pro Drehtag. Die Bahn scheut dabei keine Mühe: Solange der fahrplanmässige Betrieb nicht gestört wird, lässt man selbst Sonderfahrten. Anders beim Spielfilm. Hier liegt der Tagesansatz für die Filmproduktionsgesellschaft durchschnittlich 10 000 Franken. «Der Aufwand ist unverhältnismässig gross», erklärt Härtli. Und die Werbewirkung stehe in keinem Verhältnis: «Eine Szene in einem Bahnhof: Das kann irgendwo sein.»

Bei den SBB dagegen erhebt man immer einen Tarif für die Drehbewilligung. Bei diesem ist die Nutzung der Location bereits eingeschlossen. Am teuersten ist der Hauptbahnhof Zürich: Hier liegt die Gebühr für einen Filmtag bei 2000 Franken. Dazu kommen in Zürich in 80 Prozent der Fälle noch die Kosten für den Objektschutz seitens SBB. «Die eigentliche Miete der Location ist meist der kleinste Unkostenbetrag», verdeutlicht Marti. So beträgt die Tagesmiete am Luzerner Bahnhof 1400 Franken. Der zweitägige «Tatort»-Dreh im letzten Jahr kostete das Fernsehen inklusive Lok-Miete jedoch 15 000 Franken, wobei die SBB als Partner bei den Kosten schon entgegenkam.

Film. Filmförderung. Zu viel zum Sterben, zu wenig zum Leben: Der Organisation Film Location Switzerland fehlt es an finanziellen Mitteln. Ihre Tiroler Kollegen sind diesbezüglich besser dran.

Die Schweiz braucht eine starke Filmförderung, die sie als Drehort vermarktet. Doch die Institution «Film Location Switzerland» hat Mühe. Zu wenig Geld ist nur eines ihrer Probleme.

SIMONE LEITNER

Die Schweiz als Drehort zu vermarkten, wäre ein wichtiges Geschäftsmodell – mit Betonung auf «wäre». Denn die Firma «Film Location Switzerland», die sich dieses Business auf die Fahne geschrieben hat, kann das Potenzial nicht ausschöpfen. «Die Schweiz als Kulisse hat sehr viel zu bieten, aber die Filme fehlen», sagt Roger Neuburger, Präsident von Film Location Switzerland. Die Berge, die Seen, die Städte und die Infrastruktur, alles sei vorhanden, außer das Geld. «Das ist auch der Grund für das schlechte Geschäft». Denn das Akquirieren von ausländischen Produktionen bedinge eine grosse Präsenz in den Quellmärkten, entsprechend kostspielige Reisen und finanzielle Anreize für die Produktionen, wie sie beina-



Imax-Film «The Alps»: Internationale Produktionen vermarkten die Schweiz weltweit. Doch wer bringt die Crews in die Schweiz und wer bezahlt das Marketing?

Swiss-Image

Verspielte Chancen

he alle andern Länder geben. Der Grund warum diese Länder investieren: Der Return on Investment für Wirtschaft, Kultur und Tourismus sei enorm, so Neuburger weiter. Alleine der Tourismus, den Hollywood in der Schweiz generiert hat, ergab geschätzte Steuereinnahmen im mittleren sechsstelligen Bereich; die Schweiz investiert aber nur im tiefen fünfstelligen Bereich.

Es fehle am politischen Verständnis in der Schweiz, bemängelt Neuburger. Mit anderen Worten: Die Unterstützung der üblichen drei Standbeine Kultur, Tourismus- und Wirtschaft sei einfach nicht gross genug oder teilweise überhaupt nicht existent. «Ohne Geld können wir weder operieren noch überzeugen, denn die erste Frage der ausländischen Produzen-

ten lautet: Was bietet die Schweiz uns als finanziellen Anreiz an?»

Das Geschäft muss rentieren

Jean-Frédéric Jauslin, Direktor des Bundesamts für Kultur BAK, ist auch der Meinung, dass die Schweiz als Drehort verkauft werden sollte. «Aber es ist nicht an uns, diese Firma mit Geld zu unterstützen, damit sie ihre Arbeit machen kann.» Das Geschäft mit ausländischen Filmproduktionen in der Schweiz müsste rentieren, so wie jedes andere Business auch. Jauslin betont aber, dass das Bundesamt für Kultur bis 2009 eine In-

taffinanzierung von jährlich 50 000 Franken geleistet habe. Aber nun muss die Institution selber Geld generieren.

«Die moralische, taktische, strategische und politische Unterstützung werden wir ausländischen Filmcrews oder Vermittlern aber immer gewähren», betont Jauslin.

Mehr Geld wünscht sich Film Location Switzerland auch von Schweiz Tourismus. ST-Direktor Jürg Schmid ist sich der Wichtigkeit des Themas «Drehort Schweiz» sehr wohl bewusst. «Die Schweiz braucht ganz klar eine starke Anlaufstelle, die Filmproduktionen

ins Land holt.» Es sei aber nicht die Aufgabe von Schweiz Tourismus, eine breite Filmförderung zu betreiben und zu finanzieren. «Wir engagieren uns aber sehr, wenn es um touristisch relevante Filme geht», betont Jürg Schmid. Dass es auch gemaßnahmter Fall. Doch wenn etwa eine Filmszene über den Finanzplatz Schweiz – vorzugsweise die Übergabe eines Schwarzgeld-Koffers – gedreht würde, dann habe Schweiz Tourismus kein Interesse, diese Sequenz zu unterstützen. «Ein solches Image wollen wir sicher nicht noch fördern.»

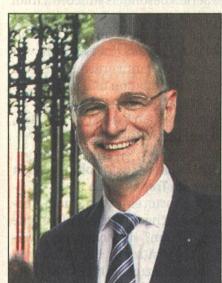
Die Zusammenarbeit zwischen Film Location Switzerland und Schweiz Tourismus sei gut. «Wir sind aber nicht für die Finanzierung verantwortlich», sagt Schmid. ST hat sich zwar auch schon finanziell

bei Film Location engagiert, «aber das war eine temporäre Sache».

Film Location Switzerland sollte professionalisiert werden

Un interessant ist das Business für die Schweiz auf keinen Fall, da sind sich alle einig. Nur die Zuständigkeit sammt Finanzierung scheint nicht optimiert zu sein.

Roger Neuburger wünscht sich zwar mehr Geld von Bund und ST, verschweigt aber auch nicht, dass Film Location Switzerland professionalisiert werden müsste. «Wir sind im Vorstand eine Gruppe von Filmproduzenten und leider keine Lobbyisten. Wir verdienen unser Geld mit eigenen Produktionsfirmen, also nicht mit Film Location, für die wir zurzeit ehrenamtlich arbeiten.»



Jean-Frédéric Jauslin, Direktor des Bundesamts für Kultur.

Soko Kitzbühel lässt die Kassen klingeln

Die Cine Tirol Film Commission unterstützt Filmcrews nicht nur bei ihrer Suche nach einer Location. Sie beteiligt sich auch an den Produktionskosten, wenn gewisse Voraussetzungen erfüllt sind.

CHRISTINE KÜNZLER

«Letztes Jahr haben wir 25 Projekte unterstützt», sagt Johannes Koeck, Leiter der Cine Tirol Film Commission. Die Beiträge belaufen sich bei kleinen und Kleinst-Projekten auf unter 7000 Euro, bei den grösseren ist es entsprechend mehr. Die Unterstützung beläuft sich auf höchstens 50 Prozent der in Tirol getätig-

ten Ausgaben. Voraussetzung für diese finanzielle Unterstützung ist einerseits ein grosser wirtschaftlicher Effekt und andererseits der inhaltliche Tirol-Bezug. Über die Produktionszuschüsse entscheidet die Tirol Werbung, denn Cine Tirol ist ein Geschäftsfeld des Marketing-Organisations des Landes Tirol.

Kostenlos für alle Filmcrews ist der Cine Tirol Location Service. Produzent und Regisseur erhalten umfassende Informationen über mögliche Drehorte und werden auch vor Ort begleitet. Zudem unterstützen Cine-Tirol-Scouts die Filmschaffenden bei der Suche nach den gewünschten Locations. Cine Tirol wird jährlich vom Land Tirol mit einem Beitrag von 700 000 Euro unterstützt. Damit werden auch die Löhne des 4-köpfigen Teams von Cine Tirol bezahlt.



Hier wird der Film «Heimkehr mit Hindernissen» gedreht.

«Wir erhalten viele Anfragen von Filmteams, die von unseren Leistungen profitieren wollen», so Koeck. «Die Palette von Produktionen ist sehr vielfältig – vom kleinen Werbefilm bis zum internationalen Kinofilm.» Wichtigster Markt für Cine Tirol sind die deutschsprachigen Länder. «Wir unterstützen aber auch indische und weitere interna-

tionale Produktionen». Jeder Film, der in Tirol gedreht werde, sei wichtig, hält Koeck fest. Letztes Jahr haben die von Cine Tirol begleiteten Filme «über fünf Millionen Euro» eingebracht. Und zwar durch Produktionsausgaben für Unterkunft, Verpflegung, Transport, aber auch durch Gagen für heimische Filmschaffende. Die Fernseh-Serie Soko



Eine indische Bollywood-Produktion in Tirol.

Kitzbühel beispielsweise, deren 11. Staffel demnächst anläuft, bringt «einen unglaublich grossen wirtschaftlichen Effekt in Kitzbühel und Umgebung», hält Koeck fest. Die Krimi-Serie spielt auch film-touristisch eine wichtige Rolle. «Sie trägt viel dazu bei, um die Menschen auf Kitzbühel aufmerksam zu machen.» Die Tourismusverbände sorgen denn auch für entsprechende Angebote.

Koeck und sein Team gehen aktiv in die Märkte, um sich Filmproduktionen ins Land zu holen. «Das Film-Business ist ein People-Business. Ohne die Pflege der persönlichen Beziehungen und Kontakte vor Ort hätten wir nicht den Erfolg, den wir heute haben.» Ein grosser persönlicher Einsatz und umfassende Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen im In- und

Ausland seien notwendig, um sich die Filmproduktionen zu holen. Cine Tirol nimmt unter anderem auch an internationalen Filmfestivals in Berlin, Cannes, Venedig und Indien teil sowie an der grössten Location-Messe in Los Angeles.

Das wichtigste Projekt, das Koeck letztes Jahr nach Tirol brachte, genau gesagt nach St. Anton und ins Kaunertal, ist der internationale Kinofilm «The Chalet Girl». «Dieser Film ist für St. Anton touristisch äusserst interessant.»

ANZEIGE

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

Film. Action. Kommt es im Film zu wilden Szenen, wird's für die Schauspieler gefährlich. Hier springen Schweizer Stuntmen ein. Keine Doubles brauchen die beiden Filmprojekte im Tessin und in der Romandie.



Imax-Film «The Alps»: Stunt-Locations und die Kompetenz für Action im Berggebiet sind Trümpfe der Profis. Swiss-Image

Die Schweiz hat eigene Action-Profis

Wenn es im Film handfest und gefährlich wird, sind Stunt-Experten gefragt. Schweizer Action-Profis bewähren sich durch Kenntnis guter Locations und das essenzielle Vertrauen.

KARL JOSEF VERDING

Die grösste Schweizer Agentur des gefährlichen Film-Metiers der Action-Doubles der Stars heißt «K-Stunts» und hat ihr Büro in Bern. Sie wird für internationale Filmproduktionen in der Schweiz angefragt. Marcel Stucki ist Stuntman und Stuntkoordinator. Er leitet zusammen mit Oliver Keller, der sich auch in den USA als Stuntman einen Namen gemacht hat, die Agentur. Sie hat ausser diesen beiden festen Kräften 20 freie Mitarbeiter. «Wichtigstes Instrument» für die Akquisition von Stuntaufträgen im Filmbusiness ist die Mund-zu-Mund-Propaganda», sagt Stucki. «Film Location Switzerland kann dabei helfen, uns die Türen zu ausländischen Produzenten zu öffnen. Überwiegend haben wir aber Schweizer Kunden.»

Gefährliche Ideen werden an Schweizer Schauplätzen realisiert

K-Stunts arbeitet fast ausschliesslich in der Schweiz, auch wenn es um internationale Auftraggeber geht. Die Hauptgründe für die Schweiz-Bindung dieser realen Action-Helden aus Bern sind ihre in der Filmbranche bekannte Zuverlässigkeit und die Kenntnis guter Locations für Stunts, darunter auch solche im Berggebiet: «Nahezu das gesamte Stunt-Business beruht auf Vertrauen und Connections», sagt

Stucki: «Wir werden hinzugezogen, wenn es um die ganze Planung der einzelnen Szenen geht. Meistens ist das Drehbuch dann schon fertig, und die Produktionsfirma sucht in jedem der verschiedenen Bereichen ihre Partner aus. Manchmal gibt es die Möglichkeit, dass der Stuntkoordinator eigene Ideen einbringen kann und diese dann mit seinem Stuntteam realisiert.»

Verlässlichkeit und Referenzen sprechen für Schweizer Stunts

K-Stunts hat an aktuellen Film-Hits der Schweiz wie «Liebling, lass uns scheinen» und «Sennentunisch» mitgewirkt.

Und beizeiten auch schon – zu Gunsten der Minderung von Gefahren für die arbeitende Bevölkerung – an Sicherheitsfilmen für die Suisse.

Die Bindung an das Film-Produktionsland Schweiz ist für die Experten von K-Stunts auch eine Kostenfrage: «Es kann sein», sagt Marcel Stucki, «dass einzelne Mitglieder für andere Stuntkoordinatoren im Ausland arbeiten. Aber dass das gesamte Team einen Auftrag im Ausland erhält, ist eher selten. Der Grund dafür ist sicherlich, dass die dortigen

«Nahezu das gesamte Stunt-Business beruht auf Vertrauen und Connections.»

Marcel Stucki
Coordinator, K-Stunts Bern

schwierig sind. «Ich kenne die Szenen», sagt der Experte von K-Stunts Bern: «Ich denke, dass es auch hier extrem schwierig werden könnte, eine solche Szene zu realisieren.»

«Tatort»-Serie vertraut Stunt-Koordinatoren aus Bern

Das nächste von der Berner Agentur akquirierte Projekt ist ein «Tatort»-Krimi für das Fernsehen. Es ist nicht der erste Auftrag für die Serie: «Besonders stolz bin ich auf die Arbeit am «Tatort», den wir letztes Jahr in Luzern gedreht haben», bekennt Marcel Stucki: «Ich war damals verantwortlich für die Stuntkoordination und habe einen Stunt auch selber ausgeführt. An einem solchen Projekt zu arbeiten, ist wirklich toll.»

1500 Franken Zusatzlohn für einen Stunt die Treppe hinab

Was kostet eine vom Stuntpersonal durchgeführte, gefährliche Film-Aktion? «Üblicherweise werden Tagesätze für Stuntmen verrechnet. Dazu kommt je nach Gefährlichkeit des Stunts ein so genanntes Stunt Adjustment», erklärt Marcel Stucki. «Diese Ergänzung des Honorars kann für einen Trepstenzur 1500 Franken betragen.»



Stuntman Marcel Stucki in Aktion.

Film ab für zwei Milestone-Projekte

Gleich zwei Film-Projekte haben sich um einen Milestone beworben: «Ticino Experience» und «Making of in Estavayer-le-Lac». Das Erste war unter den nominierten Projekten.

CHRISTINE KÜNZLER
EUGENIO D'ALESSIO

Zu einem Milestone hat es zwar keinen der beiden Projekte gereicht, original sind sie aber allemal. Beim nominierten Projekt «Ticino Experience» geht es um einen Film, der Tessiner Spezialitäten zeigt, die Zuschauer während dem Film gleich kosten kann. Das Projekt

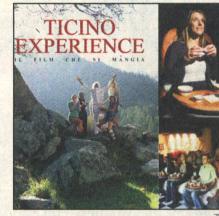
«Die Welt der Bilder ist eine grossartige Werbeträgerin für den Tourismus.»

Ann-Karin Richard
Stellvert. Tourismusdirektorin

Die Geschichte handelt von einem Restaurant, dem eingestiegenen Tester einen Stern entzogen hat. Auf der Suche nach neuen Produkten kommen er und seine Mitarbeiter ins Tessin. Dort treffen sie

der Lancierung im letzten Sommer haben sich gleich 300 Personen den Film, den es in italienisch und deutsch gibt, angesesehen.

Das zweite Milestone-Projekt ist von Estavayer-le-Lac/Payerne Tou-



Tessiner Spezialitäten: Ein Film zum Sehen und Geniessen.

risme eingereicht worden. Ihr Angebot «Making of» ermöglicht es Gästen, audiovisuelle Techniken zu erlernen und gleichzeitig die Landschaft, die Kultur und die Gastronomie

zu entdecken. «Eine lokale Produktionsfirma betreut die Teilnehmer, stellt ihnen das Material zur Verfügung und führt sie in die Grundlagen des Drehens ein, damit sie einen eigenen Film zu einem Thema ihrer Wahl drehen können», erklärt die stellvertretende Tourismusdirektorin Ann-Karin Richard. «Am Ende ihres Aufenthalts wählen die Besucher die Szenen und die Musik aus, und eine Woche später wird ihnen die DVD ihres Films nach Hause geliefert.»

«Making of» gibt es in Form einer Wochenendpauschale mit zwei Übernachtungen, auch in so ausgestaffelten Unterkünften wie dem Mais-Hotel oder den Tipis des Pfahlbaudorf Gletteren. Kostenpunkt: 290 Franken pro Person, in-

klusive Frühstück. Inbegriffen sind auch das Coaching des Produktionsteams und die Miete des Drehmaterials.

Das neue touristische Angebot, das in den Monaten Mai bis September gebucht werden kann, ist vor allem für Familien mit halbwüchsigen Kindern gedacht. «Wir setzen auf das Interesse und die Faszination der jungen Generationen für die neuen Kommunikationstechnologien und Multimedia», erklärt Ann-Karin Richard. «Das Kino und die Welt der Bilder lösen eine Begeisterung aus, die sie zu grossartigen Werbeträgern für den Tourismus macht.» Das Office du Tourisme von Estavayer-le-Lac bietet sein Zielpublikum in den regionalen und nationalen Kundschaft.

Film. Luzern und Zürich. Die zwei Destinationen sind auf den Film gekommen. Stadt und Kanton unterstützen die Tourismusorganisationen in diesem lukrativen Geschäft. In Interlaken ist das Tourismusbüro die Drehscheibe.

Eine Seilschaft für den Film



Imax-Film «The Alps»: Daniela Jasper, John Harlin und Robert Jasper nach der Durchsteigung der Nordwand auf dem Grat zum Eiger-Gipfel.

streicht noch die Kleinräumigkeit: «Viele Drehorte sind zu Fuß erreichbar.» Bei Taktot kann die Anfrage vom Schweizer Fernsehen, in Zukunft will Frye aktiv akquirieren: bei Produktionsgesellschaften, Fernsehanstalten und auch Hollywood sei Luzern mit dem nahen Titel ein grosses Thema.

In Zürich ist nun Ähnliches im Gange. Auslöser war aber kein Fernsehstreifen, sondern die Hollywood-Produktion «The Girl with the Dragon Tattoo» mit Regisseur David Fincher, für die letztes Jahr während fünf Tagen in der Stadt an der Limmat gedreht wurde. «Das war eine grosse Kiste», schwärmt Yves Bisang, Film Office und Außenbeziehungen der Stadt Zürich.

Zürich träumt von mehr Hollywood-Produktionen

Dem Film, der Ende Jahr in die Kinos kommen wird, hat Bisang sein neues Aufgabengebiet zu verdanken: 10 Prozent seines Arbeitspensums darf Bisang für die neue Filmproduktion einsetzen. Damit aber nicht genug. Nach dem Vorbild Luzern ist nun auch in Zürich eine Private Public Partnership zwischen Stadt, Kanton, Zürich Tourismus und dem Verein Zürich für den Film im Entstehen. «Wir sind noch im Findungsprozess, wie die Kooperation im Detail ausschauen soll», erklärt Marianne Gut, Leiterin Kommunikation bei Zürich Tourismus. In ein paar Monaten solle das Konstrukt stehen. Geplant ist zudem eine Website, bei der internationale Filmcrews Infrastruktur und gesetzliche Rahmenbedingungen abrufen können.

Bereits heute stellt die Stadt 150 bis 200 Drehbewilligungen pro Jahr aus. Diese Zahl soll in den nächsten Jahren noch gesteigert werden. Bisang wünscht sich zudem noch grössere internationale Produktionen, bei denen Zürich filmisch ein Thema ist. Heute werden solche, wohl vor allem aus Kostengründen,

gern in Prag gedreht. In Zürich will man dafür qualitativ punkten: 5200 Beschäftigte sind in Zürich in der Filmbranche tätig – Know-how, das eine internationale Filmcrew gerne nutzt.

Bei «The Girl with the Dragon Tattoo» waren von den bei Zürcher Drehorten involvierten 100 Personen weniger als ein Drittel aus dem Ausland und rund 40 Filmfachleute aus Zürich selbst. «Zürich hat viel Film-Know-how zu bieten», betont Marianne Gut.

Luzern und Zürich entdecken das Filmgeschäft. Durch Kooperationen mit den Tourismusorganisationen will man Filmschaffende anlocken.

GUDRUN SCHLENCZEK



Urban Frye, Film Location Lucerne.

gedreht werden. Die erste Ausstrahlung mit Drehort Luzern ist am 17. April zu sehen. Allein in Deutschland zählt die Krimiserie sieben Millionen Zuschauer. Ausgestrahlt wird dort jeweils zur besten Sendezeit: Sonntagabend um 20.15 Uhr. «Das ist ein enormer Nutzen für den Tourismus», ist der Luzerner Tourismusdirektor Marcel Perren überzeugt. Vor allem wenn noch das Luzerner Wahrzeichen Kapellbrücke ins Bild kommt, wie in einer Szene der ersten Luzerner Tatort-Serie. Und es gibt noch einen direkten Nutzen: 1100 Logiernächte würden allein mit dem 40-köpfigen Team während den 5 bis 6 Wochen dauernden Dreharbeiten generiert, rechnet Kommunikationsleiterin

«Dank der Film Location Lucerne haben nun die Filmcrews einen Ansprechpartner.»

Urban Frye
Leiter Film Location Lucerne

Sibylle Gerardi vor. Alles in allem geben das Fernsehteam in Luzern pro Tag 30 000 Franken aus. Eine Wertschöpfung also von über 1 Mio. Franken pro Dreh. Zudem versucht man es so zu arrangieren, dass sich das Ganze in der Nebensaison abspiele, so Gerardi, damit werden die generierten Logiernächte für die Hotellerie doppelt wertvoll. Die nächsten Tatort-Dreharbeiten folgen im März.

Krimi-Serie Tatort war der Auslöser für eine Film Location Lucerne

Der Erfolg mit dem Tatort motivierte die Luzerner zu mehr. Gemeinsam haben die Stadt, der Kanton und Luzern Tourismus vor ein paar Monaten die Film Location Lucerne ins Leben gerufen. Alle Initiativen unterstützen die Drehscheibe für den Drehort Luzern mit je 50 000 Franken pro Jahr. Der Leiter Film Location, Urban Frye, unterstreicht die Wichtigkeit einer solchen Stelle: «So haben die Filmcrews einen Ansprechpartner. Sei-

antnen unterstützen die Drehscheibe für den Drehort Luzern mit je 50 000 Franken pro Jahr. Der Leiter Film Location, Urban Frye, unterstreicht die Wichtigkeit einer solchen Stelle: «So haben die Filmcrews einen Ansprechpartner. Sei-

«Wir sind noch im Findungsprozess, wie die Kooperation im Detail ausschauen soll.»

Marianne Gut
Zürich Tourismus

Interlaken hilft seinen Filmpartnern

In Interlaken ist die Tourismusorganisation selbst die Drehscheibe für das Filmgeschäft. Hier werden Bewilligungen eingeholt, Partner angefragt und Hotelzimmer reserviert.

GUDRUN SCHLENCZEK

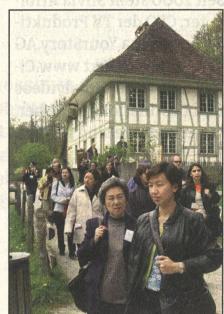
Filmen hat in Interlaken Tradition. Seit Jahren empfängt man im Schnitt zwischen 10 und 15 Fernsehteams pro Jahr. Die Koordination und die Betreuung vor Ort obliegt dabei meist Interlaken Tourismus. «Wir organisieren alles Nötige. So hat die Filmcrew einen Ansprechpartner», erklärt Patricia Pülfner von Interlaken Tourismus. Zum Aufgabengebiet gehört die Anfrage für eine Film-Bewilligung in bestimmte Räumlichkeiten ebenso wie die Reservation von Hotelzimmern. Häufig wird mit lokalen oder regionalen Partnern wie den Jung-

fraubahnen oder dem Freilichtmuseum Ballenberg zusammengearbeitet. Begehrte Filmobjekte, gerade für internationale Crews, seien nebst der Naturkulisse, auch die Schnitzereien in Brienz oder Adventure-Sport-Aktivitäten.

Die meisten Filmteams, welche wir betreuen, kommen im Rahmen von Medienreisen nach Interlaken», erklärt Patricia Pülfner. Die Filmteams stammten dabei aus aller Welt: Japan, China, Indien, Deutschland, Österreich, Ungarn, Holland, Australien, Thailand, Saudi-Arabien, Brasilien, USA. In der

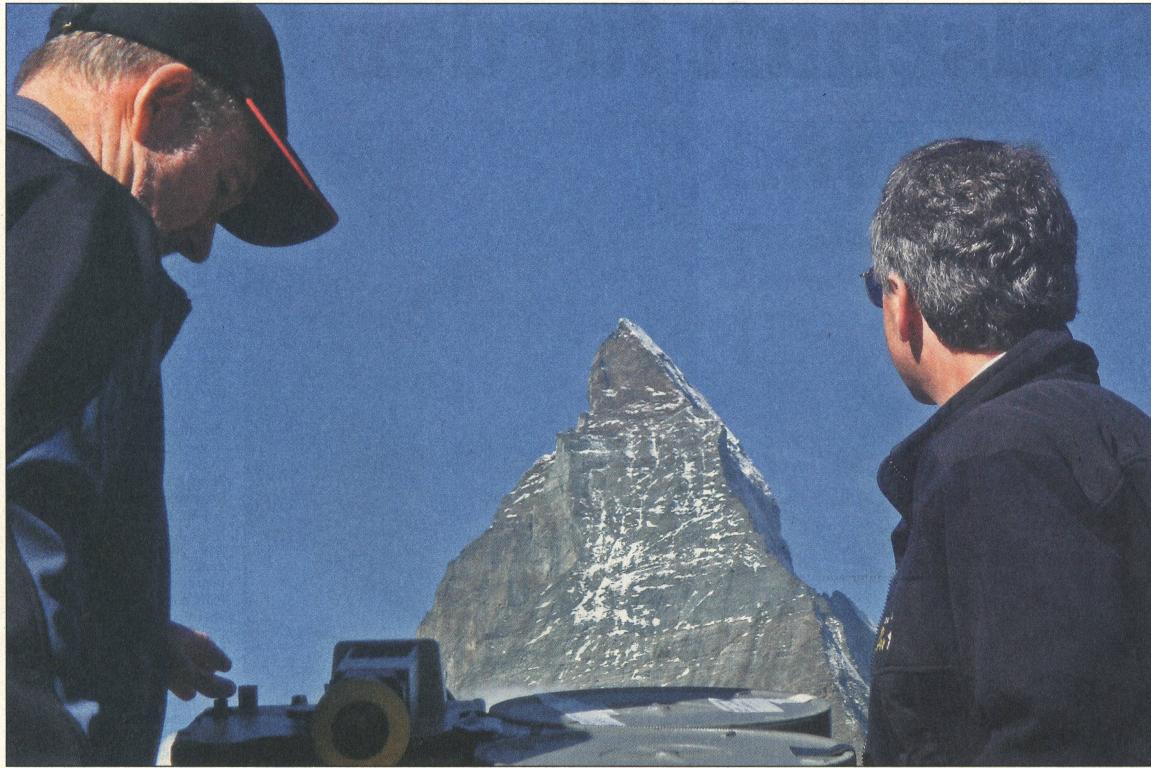
Regel handelt es sich um Dokumentarfilmmerei. Besonders gute Werbewirkung hätten aber auch TV-Formate wie «Melodien der Berge» (ARD), die ein Millionen-Publikum in Deutschland ansprechen. Letztes Jahr wurde für die TV-Sendung «Musikalische Reise» gedreht, die auf dem deutschen Sender SWR ausgestrahlt wird. «Filme bewirken unter anderem, dass Zuschauer sich entscheiden, nach Interlaken zu reisen und die im Film gezeigten Schlösser, Drehorte und Hotels etc. in Realität zu besuchen», weiss Patricia Pülfner von entsprechender

Resonanz seitens involvierter Hotels und Schlösser. Eine direkte Wertschöpfung resultiere aus dem Aufenthalt der Filmteams in Interlaken. Die Teams verweilten je nach Filmproduktion zwischen zwei Tagen und zwei Wochen in Hotels. Den nächsten grossen Coup will man mit dem Juni stattfindenden eidgenössischen Jodlerfest landen. Dafür wolle man aktiv auf TV-Sender zugetragen und das Jodlerfest als Filmmotiv bewerben. Sonst werden Filmteams jedoch nicht aktiv akquiriert. «Das ist relativ schwierig», meint Patricia Pülfner.



Swiss-Image
TV-journalisten kommen oft im Rahmen von Medienreisen nach Interlaken. Beliebt: Ballenberg.

Film. Hotels. Hoteliers, deren Haus als Drehort für den Swiss Hotel Film Award gewählt worden ist, erhalten damit ein neues Marketinginstrument in die Hand. Silvia Affolter hat sich auf Hotel-Filme spezialisiert.



Imax-Film «The Alps»: Hier rücken die Kameraleute des Filmteams das Matterhorn in die richtige Perspektive.

Swiss-Image

Attraktiv: Drehort Hotel

Die zweite Staffel des Swiss Hotel Film Award ist gestern lanciert worden. Mehrere Hoteliers haben den PR-Effekt der ersten Serie für ihr Haus genutzt.

CHRISTINE KÖNZLER

Reto Kocher, General Manager vom Basler Luxushotel «Les Trois Rois», nutzt die Dreharbeiten der ersten Staffel des Swiss Hotel Film Award im 2009 als PR-Instrumente. «Wir haben aus dem Kurzfilm «Chindarsach» eine DVD gebrannt, die wir allen Kindern, die bei uns übernachten, abgeben. Auch um den kleinen Gästen die Berufe in der Hotellerie schmackhaft zu machen, erklärt Kocher. Zudem sei der Film, der 2009 den 1. Preis gewonnen hatte, auf der Internetseite des Hotels publiziert worden. «Der Film trägt zur guten Reputation unseres Hauses bei.»

«Der Film Award hat in der Branche Beachtung gefunden und die lokale Presse hat darüber berichtet», hält Patric Scherrer, Generaldirektor des Hotels Allegro Kursaal Bern fest. Für die Mitarbeitenden in seinem Hotel sei es spannend gewesen, die Dreharbeiten mitzuerleben, sagt er. «Alles in allem war es eine gute Erfahrung». Der Kurzfilm «Night Within», der im «Allegro» gedreht worden ist, hat den 3. Preis gewonnen. «Das haben wir auf unseren Kanälen kommuniziert. Viel gemacht aus dem Film. «Die Gouvernante» hat das Art Deco Hotel Montana in Luzern. «Der Film ist so produziert, dass wir ihn gleich als

Marketinginstrument nutzen können», hält Patric Vogel, Leiter Marketing & Sales, PR, fest. Während der ersten 10 Monate wurde jeder Guest, der die Montana-Homepage aufrief, automatisch mit dem Film konfrontiert. Auch heute ist er noch aufgeschaltet, jedoch weniger prominent. «Und wir zeigten den Film als Premiere im Hotel und luden die lokalen Medien dazu ein.» Letztes Jahr, im Jubiläumsjahr des «Montana», erschien der Kurzfilm mehrere Male im lokalen TV und diente als Werbefilm für das Hotel. «Wenn wir auf Sales-Reise im Ausland sind, zeigen wir «Die Gouvernante» auf einem iPad und stellen so unser

Hotel vor.» Zwischen dem Produzenten Tobias Straka und dem Hoteldirektor Jacques Bettex. In seinem Eurotel Riviera in Montreux war der mit dem 2. Preis ausgezeichnete Kurzfilm Hotel Art gedreht worden. «Der Film war praktisch ein Jahr lang auf unserer Internetseite aufgeschaltet. Heute haben wir noch einen Link zum Swiss Hotel Film Award.» Auch Roger Neuenschwander, Direktor des Sorell Hotels Zürichberg in Zürich publizierte den Kurzfilm «Wuschi» auf der Homepage des Hotels. «Das hat uns auf jeden Fall Internet-PR gebracht. Und der Kurzfilm trägt zur Attraktivität unseres Hauses bei.»

Die zweite Staffel, der Swiss Hotel Film Award 2011, ist lanciert

Gestern ist der Swiss Hotel Film Award 2011 lanciert worden. Wiederum haben Hoteliers die Möglichkeit, sich mit ihrem Haus bis zum 31. März 2011 als Drehort für einen der 20 nominierten Kurzfilme zu bewerben. Ein geladen sind alle Mitgliedshotels von hoteleriesuisse, egal welcher Kategorie sie angehören. Gedreht werden die Filme im Hotel während zwei Tagen. Der Hotelier kann nachhaltig vom PR-Effekt dieser Dreharbeiten profitieren, vorausgesetzt, er macht sich dazu rechtfertig Gedanken.

«Der Hotel-Film zeigt eine neue Dimension»

Seit 2000 stellt Silvia Affolter, CEO der TV Produktions-Firma YourStory AG mit dem Produkt www.CityGuideTV.ch, Hotelvideos und Destinationsfilme her. Die Produkte sind gefragt.

SIMONE LEITNER

Silvia Affolter, haben Schweizer Hoteliers den Film als Kommunikationsmittel erkannt?

Ja, absolut. Gute Häuser verkaufen sich nicht nur über Dienstleistungen, sondern eben auch über Emotionen. Bei Fotos weiß der Kunde nie so genau, wie stark sie retuschiert wurden. Ein Film zeigt eine zusätzliche Dimension. Zudem kann

ein Film auch ohne Worte – nur mit Musik – auskommen. Somit wird er weltweit zum Sales- und Marketingtool. Das Hotel Dolder Grand in Zürich hat bei uns einen Film produzieren lassen und diesen bereits 4000 Mal als DVD nachbestellt. Unsere Partner veröffentlichten die Filme auch auf der Homepage. Neu wird nach iPad- oder iPhone-Lösungen gefragt. Wegweisend war sicherlich auch der von hoteleriesuisse lancierte Swiss Hotel Film Award.

Wie akquirieren Sie?
CityGuideTV.ch ist seit zehn Jahren

Silvia Affolter
dreht Filme.

auf dem Markt. Wir verfügen mittlerweile auch über geniale Filmbeispiele, mit denen wir den Kunden überzeugen können. Das ist wichtig, denn in den letzten Jahren hat sich bei den Filmproduktionen einiges entwickelt. Heute erlauben einfache Kameras und Schnittsysteme praktisch jeder Person, schnell ein Video ins Netz zu stellen. Dies mö-

gen kurzfristig valable und amüsante Lösungen sein, aber sicherlich sind das keine Verkaufargumente. Unser Know-how liegt in einer gediegenen Bild- und Textsprache, einer professionellen Beratung und der Passion, dem Kunden einen echten Mehrwert zu bieten.

Ist der Preis für die Filmproduktion immer ein Thema?
Qualität hat ihren Preis. Am einfachsten ist es, wenn ein Kunde bereits eine klare Budgetvorgabe hat. Filme drehen ist neu,

bisher haben Hotels nur die Kosten für Fotos und Prospekte budgetiert. Oft wird der Kunde von uns im Vorfeld auch beraten, und wir erhalten ihm ein Konzept. Dann fragen, ob ein Film als In-

house-Channel zur Verkaufsförderung der Outlets, zur Gewinnung neuer Gäste oder für die Präsentation des Hotels an Messen gebraucht wird, müssen geklärt werden.

Können Ihre Filme auch auf der Website des Hotels verwendet werden? Und wird das gemacht?

Dies wird von den meisten Kunden gewünscht und auch gemacht. Wir publizieren die Filme zudem auf www.myswitzerland.com. Hier erzeugen die Filme Tausende von Clicks.

Filmt Ihr Team alle Sequenzen selber?

Die meisten Kurzfilme produzieren wir selber. Bei vielen Dreharbeiten bin ich persönlich dabei. Vermehrt werden auch Flugaufnahmen, komplizierte aber effektvolle Shootings mit Kran oder auf Schienen gewünscht. Da ziehen wir Spezialisten hinz.

Machen Sie auch Filme nach Mass?
Da halten wir es wie die Hoteliers: Der Kunde ist König.



28

dolce vita

htr hotel revue Nr. 3 / 20. Januar 2011



Dresscode im Hotel

Das Jackett ist nicht mehr in allen Luxushotels «required». Wer daran festhält.

Seite 17



So sieht die Benutzeroberfläche von «Sensiq» von Quadriga aus.

Allesköninger im Hotelzimmer

Die Fernseher in den Hotelzimmern bieten dem Gaste heute immer öfter mehrere Funktionen, das Surfen im Internet oder Hotel- und Destinationsinformationen zum Beispiel. Möglich machen es Komplettlösungen, die in ein digitales Netzwerk die Internet- und IPTV-Dienstleistungen (Internettechnologie für den TV) des Hotels integrieren. Die Anbieter solcher Gästekommunikationsportale, zu denen Quadriga und der Schweizer Otrum-Partner Hotelinnovativ AG gehören, sprechen von Gewinn für Gaste und Hotel: So bilden sich neue Promotionsmöglichkeiten für das Haus oder der einfache Zugang zu Information und Unterhaltung für den Gast. «Rund 85% der Gäste, die ihr Hotelzimmer betreten, schalten sofort das TV-Gerät ein. Es ist der Mittelpunkt», zitiert Rolf Christen, General Manager von Quadriga Schweiz, das Resultat einer Studie der Firma. Quadriga führt «Sensiq» im Portfolio. Es beinhaltet Modelle für die drei Bereiche Kommunikation, Information und Unterhaltung. Ein Hotelier, der eine Investition plant, müsse die spezifischen Bedürfnisse seines Hauses prüfen. «Ein Businesshotel hat viele Gäste

Sie dienen heute mehr als dem Fernsehen: Hotel-TVs. Multifunktionale Lösungen wollen Gäste- und Hotelbedürfnisse befriedigen.

SABRINA GLANZMANN

mit Laptops, Tablet-Computern oder Smartphones. Wie befriedigt ich deren Anliegen? Biete ich kabelgebundene oder Wireless-Internetzugang an? Rolf Christen nennt beides als Muss (zur wichtigen Wireless-Verschlüsselung siehe Zweittext).

«85% der Gäste, die ihr Hotelzimmer betreten, schalten sofort das TV-Gerät ein.»

Rolf Christen
General Manager Quadriga

den: Auf dem Screen Partnerhäuser zu zeigen oder eine Golfschläger-Buchung anzubieten, soll laut Christen indirekt Einnahmen bringen. Das erste Schweizer Hotel, dass sich für Sensiq entschieden hat, ist das Beau Rivage in Neuchâtel. «Für uns ist es eine wichtige Ergänzung unserer Printinformationen, die zudem Fernsehen und Internet integriert. Das ist auch hinsichtlich Umsatz interessant», sagt Direktor Thomas Maechler. Die Unterhaltung sei für die Businessgäste zentral. TV oder Video-on-demand in HD-Qualität auf Flatscreen sei im Vergleich zu früheren Angeboten «wie Tag und Nacht», so Maechler. Aktuell realisiert Quadriga gerade in Hotel President Wilson in Genf eine grössere Umstellung auf deren neue Kommunikationsplattform.

Check-in-Infos bringen spezifizierten Inhalt auf den Bildschirm

Der Otrum-Partner Hotelinnovativ AG vertreibt neu die In-Room-Infotainment-Technologie «Otrum Enterprise». Diese stellt zum Beispiel massgeschneiderte Inhalte bereit. Die Informationen, die via TV-Gerät im Zimmer zugänglich sind, können mittels Infos aus dem Check-in oder aus den Tätigkeiten vergangener Buchungen gästespezifisch zusammengestellt werden: Hat der Gast beim letzten Aufenthalt das Spa besucht, zeigt ihm der Screen dessen neueste Angebote, oder listet als Erstes die TV-Sender auf, die er damals am häufigsten gewählt hat oder die seiner Mutter

Potenzial für Ferienhotellerie

Im Online-Informationssystem reich sei gerade in der Ferien- und Freizeithotellerie Entwicklungspotenzial vorhanden: Auf dem Screen Partnerhäuser zu zeigen oder eine Golfschläger-Buchung anzubieten, soll laut Christen indirekt Einnahmen bringen. Das erste Schweizer Hotel, dass sich für Sensiq entschieden hat, ist das Beau Rivage in Neuchâtel. «Für uns ist es eine wichtige Ergänzung unserer Printinformationen, die zudem Fernsehen und Internet integriert. Das ist auch hinsichtlich Umsatz interessant», sagt Direktor Thomas Maechler. Die Unterhaltung sei für die Businessgäste zentral. TV oder Video-on-demand in HD-Qualität auf Flatscreen sei im Vergleich zu früheren Angeboten «wie Tag und Nacht», so Maechler. Aktuell realisiert Quadriga gerade in Hotel President Wilson in Genf eine grössere Umstellung auf deren neue Kommunikationsplattform.

«Personifizierte Inhalte werden in der Gästekommunikation immer wichtiger.»

Karin Toledano
CEO Hotelinnovativ AG

sprache entsprechen. «Personifizierte Inhalte werden immer wichtiger», sagt Karin Toledano, CEO der Hotelinnovativ AG. Die dafür verwendeten Daten werden verschlüsselt. Rolf Christen und Karin Toledano betonen beide, dass sich in Zeiten von Social Networks und Smartphones auch die Technologie für Hotel-TVs in diese Richtung weiterentwickeln muss – Apps, die direkt auf dem Bildschirm abrufbar sind, gehören dazu.

Das Grand Resort Bad Ragaz arbeitet mit «Otrum Enterprise». Vizedirektor Markus Müller schätzt neben der Vielfalt der Zusatzleistungen Video-on-demand auch «die hohe Flexibilität und Dynamik» des Angebots. Dazu gehört die Möglichkeit zu Inhouse-Werbung, des 5-Sterne-Hauses. Während der Gast einen Spielfilm schaut, wird das Bild alle 30 Minuten 20 Prozent kleiner, und über den Screen laufen Anlässe im Resort oder Tischreservierungs möglichkeiten.

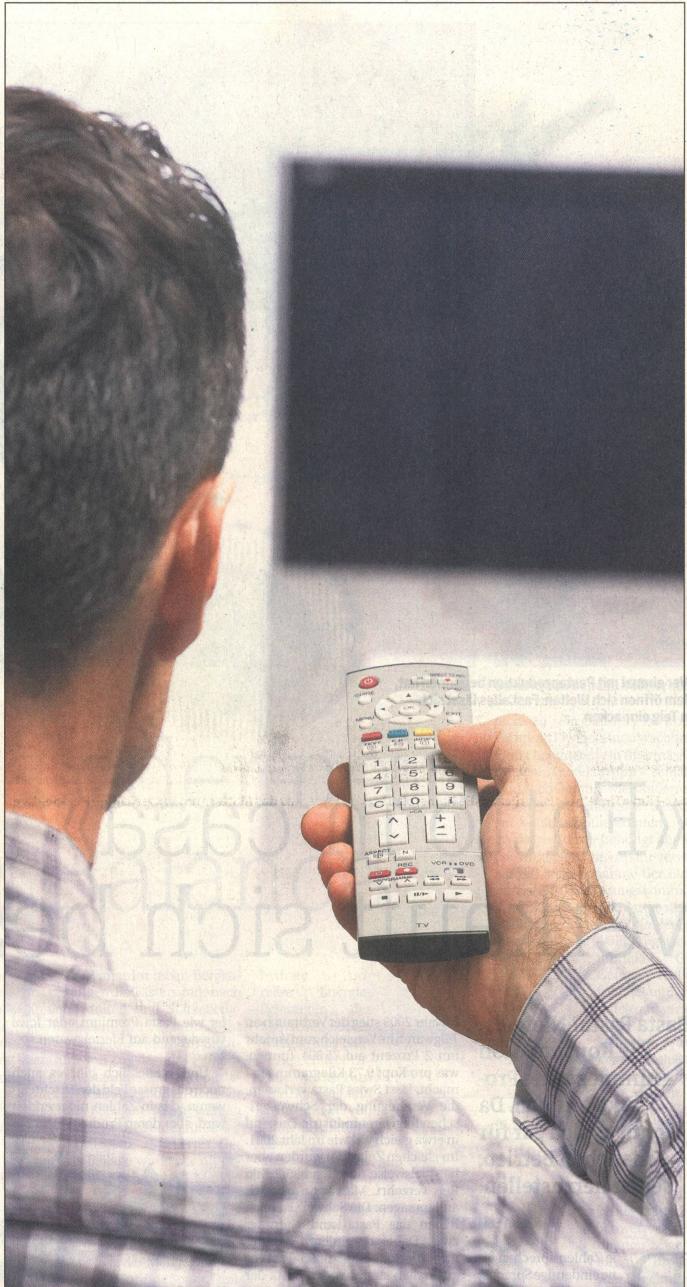
www.quadriga.com
www.hotelinnovativ.ch



Auf «Otrum Enterprise» kann der Gast die neuesten Videos schauen...



... und Infos zu Ausflügen in der Hotelumgebung erhalten.



Mit Komplettlösungen auf TV-Geräten erwarten den Gast nach dem Einschalten verschiedene Kommunikations-, Info- und Unterhaltungsmöglichkeiten.

Wireless: Schutz ist wichtig

Ein in ungeschützter kabelloser Internetzugang birgt für einen Hotelbetrieb grosse Risiken. Ein Merkblatt der Rechtsberatung von hotelieruisse greift diese Problematik auf: Werden Daten widerrechtlchen Inhalts (zum Beispiel rassistische Webseiten oder Kinderpornografie) heruntergeladen oder Daten in unzulässiger Art und Weise verwendet, ist bei ungeschütztem Wireless-Internetzugangs die Kontrolle über den Zugreifer nicht möglich. Die Haftung bleibt beim Besteller des Netzwerkgang, von dem die fehlbare Nutzung ausgegangen ist – beim Hotelier.

Zu beachten gilt es deshalb, dass es nach heute geltendem Recht möglich ist, Internethdelikte zuahenden. Die Koordinationsstelle zur Bekämpfung der Internet-

riminalität (Kobik) erstellt Verdachtsdossiers (nach eigenen Recherchen oder Meldungen) und leitet sie an die kantonalen Strafverfolgungsbehörden weiter. Jede Handlung eines Nutzers kann zurückverfolgt werden. Bei ungeschütztem Wireless-Zugang ist es für den Hotelier schwierig zu belegen, wer der fehlbare Nutzer ist, weshalb er eine Haftung riskiert.

Die Kontrolle der Zugriffe mittels personifizierter Passwörter macht die Rückverfolgung leicht möglich. Der Gast als Passwortberechtigter trägt die Verantwortung

für den Passwortgebrauch, auch wenn er es an Dritte weitergibt. hotelieruisse empfiehlt, dass der Hotelier bei der Passwortvergabe den Gast über allfällige Haftungsfolgen bei Missbrauch im Internet informiert. Anstatt eines Passworts kann der Hotelier dem Gast den Zugriff auch mittels USB-Stick gewähren, der die Zugriffscodes auf das Netzwerk enthält.

Die Rechtsberatung von hotelieruisse steht für weitere Fragen unter der Hotline Tel. 031 370 43 50 (ganzjährig von Mo–Fr 8.30–12.00 und 14.00–16.00 Uhr) zur Verfügung.

«Ein ungeschützter kabelloser Internetzugang kann für einen Hotelbetrieb grosse Risiken bergen.»

Kohlenhydrate. Pasta. Die Schweiz ist nach Italien Pasta-Land Nummer zwei: Ungeachtet der Low-Carb-Welle sind besonders hausgemachte Pasta und kleine Manufakturen sehr gefragt.



Bilder zvg

Wer einmal mit Pastaproduktion begonnen hat, dem öffnen sich Welten: Fast alles lässt sich in Teig einpacken.

«Fatto in casa» verkauft sich besser

Basta Pasta? Niemals: Die Konsumation nimmt zu, die Produktion auch. Da lohnt es sich gar für manchen Betrieb, selber herzustellen.

FRANZiska EGLI

Die Zahlen sprechen eine eindeutige Sprache: Herr und Frau Schweizer sind Pasta-Esser.

Im Jahr 2009 stieg der Verbrauch an Teigwaren im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozent auf 75'904 Tonnen, was pro Kopf 9,73 Kilogramm ausmacht, lässt Swiss Pasta verlauten, die Vereinigung der Schweizerischen Teigwarenindustrie. Das sind in etwa gleich viel wie im Jahr 2001. Im gleichen Zeitraum wurden aber beispielsweise nur gerade 5,2 Kilo Reis verzehrt. Man kann es auch anders sagen: Die Schweiz ist nach Italien das Pasta-Land Nummer zwei. Dabei dominieren bei der importierten und zu 95 Prozent aus Italien stammenden Pasta der «Typo Napoli», also Teigwaren ohne Eier, während inländische Hersteller

wie Pasta Premium oder Jowa vorwiegend auf Eierteigwaren setzen.

Und schliesslich gibt es auch noch das grosse Feld der Frischteigwaren, das in Zahlen nicht erfassbar wird, aber deren Produkti-

ler wie Pasta Premium oder Jowa vorwiegend auf Eierteigwaren setzen.

Und schliesslich gibt es auch noch das grosse Feld der Frischteigwaren, das in Zahlen nicht erfassbar wird, aber deren Produkti-

ler wie Pasta Premium oder Jowa vorwiegend auf Eierteigwaren setzen.

www.novena-pasta.ch

Pastificio, Poschiavo: Legendäre Pasta

Die meisten kennen die Firma der Verpackung wegen: Die blaue Packung mit dem gelben Streifzug ist legendär – und gehört zur Molino e Pastificio Poschiavo, die in fünf Generationen von Davide Fisler geleitet wird. Im Familienbetrieb werden nicht nur die in ganz Europa bekannten Spaghetti und Vermicelli

sowie die berühmten Puschlaver Pizzoccheri hergestellt: Das Mehl hierfür – Hart- wie Buchweizen – wird wie eh und je hier gemahlen.

www.pastificio.ch

Pasta Fresca, Leissigen: Sauerkraut-Ravioli

Zu Scala Gusti und Scala Vini in der S-Fabrik in Leissigen, der einstigen

Steuer-Fabrikhalle, gesellte sich vor zwei Jahren Reto Künzli und seine Pasta Fresca. Hier kreiert der Gastronom und einstige Chefkoch des Restaurant La Terrasse im Interlaken «Victoria-Jungfrau» Frischteigwaren von hoher Qualität und beliebt schweizweit. Restaurants wie Feinkostläden. Besonders beliebt sind dabei die Malfatti (von Hand gerollt und geschnittenen Gnocchi), und Kreationen wie Meerrettich-Ravioli im Peterliteig, Orangen-Ravioli mit rotem Pfeffer

Viele machen Nudeln und Gnocchi selber und kaufen Ravioli ein

Der Experte begrüßt es aber auch, wenn sich ein Restaurant an die eigene Produktion wagt: «Wenn ein Betrieb pro Tag sechs bis sieben Kilo Teigwaren verbraucht», meint er, «lohnt es sich durchaus, selber zu produzieren». Man müsse aber auch unterscheiden zwischen

Pasta, die als Hauptgericht gereicht, oder Pasta, die als Spezialität zubereitet werde:

«Wer zwar nur zwei Kilo täglich als Beilage serviert, sie aber mit Rossmilch oder Zitronenschalen anreichern will, für den lohnt sich alleweiß, 5000 Franken für eine Maschine auszugeben und selber herzustellen», findet der Spezialist.

Ob wird die Grenze von hausgemachter und eingekaufter Pasta in der Gastronomie zwischen gefüllter und ungefüllter gezogen. Die gefüllte sei nun mal aufwendiger herzustellen, heisst es hierzu im Restaurant Luce in Bern, das auf «Pasta di nostra produzione» setzt. Woche für Woche werden im «Luce» rund 40 Kilo ihrer hausgemachten Strozzapreti verspeist, der kurzen, geschwungenen Nudelspezialität aus der Emilia Romagna, welche sie zweimal monatlich herstellen. «Und alle drei bis vier Monate», erzählt Geschäftsführer Sergio Baglieri, «produzieren wir 200 Kilo Gnocchi». Für sie ist die «Pasta fatta in casa», ein wichtiges Aushängeschild: «Viele unserer Gäste kommen extra deswegen.» Gefüllte Teigwaren hingegen wie Ravioli oder Tortelloni beziehen sie auswärts, beispielsweise bei der Manufaktur La Marra, wo Orlando La Marra seit über 20 Jahren die Tradition seines Vaters Giovanni weiterführt und Teig-

waren nach Nonnas Gusto herstellt. Heute gebe es eine gute Auswahl an Frischteigwaren-Anbietern, sagt

... und Tortiglioni (von Ingredienza).

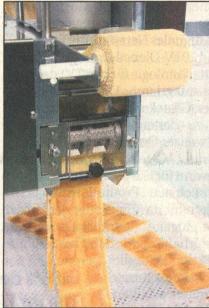
Baglieri vom «Luce», so dass sie je nach Angebot und Preis wählen könnten.

Befragte Produzenten spüren keine Einbußen

Dass die Kundschaft gefüllte kauft und ungefüllte selber macht, beobachtet man bei Ingredienza weniger. Die Berner Teigwaren-Manufaktur stellt täglich 500 bis 700 Kilo frische Teigwaren her und liefert davon über 90 Prozent in die Gastronomie. «Wenn jemand bei uns Frischteigwaren bezieht», konstatiert Inhaber Rolf Thalheim, «dann meistens von den Gnocchi bis zu den Ravioli». Dafür beobachtet er, dass «wohl weil wir nicht ganz günstig sind» – ihre Kundschaft weniger eine mediterrane ist, sondern



Beliebtes Gastro-Modell: Multipla (von Italgi, ab Fr. 12'750.–).



Die kleinere, günstigere Version: Modula (Italgi, ab Fr. 3'850.–).

sich mehr in der szenigen Gastronomie eines «Tibits» oder in der gehobenen Hotellerie eines «Victoria-Jungfrau» bewegt.

Einbußen etwa wegen des Low-Carb-Booms verzeichnet auch keiner der befragten Produzenten, im Gegenteil: Alle betonen eine Zunahme. Wer mal den Dreh raus habe, dem täten sich unendlich viele Möglichkeiten auf, schwärmt Farinato von der Pastaproduktion. «Man beginnt mit Pilzen zu experimentieren oder stellt Kakaonudeln her. Anders gesagt, es gibt keine bessere Werbung für ein Restaurant: Genau so kann man sich von der Konkurrenz unterscheiden».

Manufakturen

Ingredienza, Bern: Bunte Täschli und edle Tortelloni

Sie sind zum Essen fast zu schade: Die Berner Manufaktur Ingredienza produziert, nein, kreiert Pasta, die seinesgleichen sucht: vierfarbige Borsellini, die mit einer Lilienblüte verschönert werden. Tortiglioni, also Tortelloni, im schwarz-gelb-gestreiften Kleid und mit der beliebten Steinpilz-Frischkäse-Füllung. Vor über 20 Jahren hat der gelernte Koch Rolf Thalheim mit drei Sorten begonnen. Heute bietet Ingredienza über 20 Sorten, eine «Fatto-a-mano»-Linie sowie diverse saisonale Spezialitäten.

www.ingredienza.ch

Novena, Ulrichen: Eigenwillige Bio-Kreationen

In der Manufaktur Novena im Obergoms sind nicht nur fast 10 Prozent der 240-köpfigen Dorfbevölkerung tätig. Inhaber Roman Bernegger ist auch bekannt dafür, die Gourmet-Restaurants von Zermatt bis Zürich mit eigenwilligen Pastakreationen zu versorgen – schliesslich ist der



einige Hilcona-Mitarbeiter von Hause aus Lebensmittelgenieuer. So kreiert er auch schon Pasta mit Thai-Curry oder Algen. Zudem haben die Bio-zertifizierten und von Hand gefertigten Teigwaren oft themenorientierte Formen.

www.novena-pasta.ch

Pastificio, Poschiavo: Legendäre Pasta

Die meisten kennen die Firma der Verpackung wegen: Die blaue Packung mit dem gelben Streifzug ist legendär – und gehört zur Molino e Pastificio Poschiavo, die in fünf Generationen von Davide Fisler geleitet wird. Im Familienbetrieb werden nicht nur die in ganz Europa bekannten Spaghetti und Vermicelli



sowie die berühmten Puschlaver Pizzoccheri hergestellt: Das Mehl hierfür – Hart- wie Buchweizen – wird wie eh und je hier gemahlen.

www.pastificio.ch

Pasta Fresca, Leissigen: Sauerkraut-Ravioli

Zu Scala Gusti und Scala Vini in der S-Fabrik in Leissigen, der einstigen

Steuer-Fabrikhalle, gesellte sich vor zwei Jahren Reto Künzli und seine Pasta Fresca. Hier kreiert der Gastronom und einstige Chefkoch des Restaurant La Terrasse im Interlaken «Victoria-Jungfrau» Frischteigwaren von hoher Qualität und beliebt schweizweit. Restaurants wie Feinkostläden. Besonders beliebt sind dabei die Malfatti (von Hand gerollt und geschnittenen Gnocchi), und Kreationen wie Meerrettich-Ravioli im Peterliteig, Orangen-Ravioli mit rotem Pfeffer



oder die Sauerkraut-, Erbsen- und Sauerampfer-Ravioli.

www.scalagusto.ch

Pasta Farinato, Emmetten: Pasta-Botschafter

Giuseppe Farinato ist nicht nur Gründer der «Accademia della pasta» und bringt als «Pasta-Botschafter» Hobbyköchen und Küchenchefs das Einmaleins der Pastaproduktion bei. Er produziert auch selber: von Spaghetti und Penne über gefüllte Varianten wie Ravioli und Tortellini bis zu Gratin-Spezialitäten wie Lasagne und Cannelloni. Seine Spezialität: Erlässt seine Pasta bis zu 50 Stunden trocknen. fee

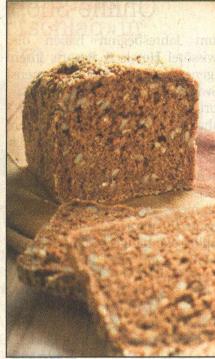
www.pastafarinato.ch

Kohlenhydrate. Low Carb. Auch Hotels spüren den Trend, auf Pasta & Co. zu verzichten. Er fordert eine flexible Bäckereibranche. Der deutsche Spitzenkoch Tim Raue verzichtet auf Stärkebeilagen – auch dem Aroma zuliebe.



Ganz im Sinne von Low Carb: Gebratener Fisch mit Gemüsebeilage, aber ohne Kartoffeln.

Bilder Fotolia



Gesund und beliebt: Vollkornbrot.

Kohlenhydrate ja oder nein – eine Frage der Balance.

Spitzenkoch Tim Raue verzichtet auf Stärkebeilagen, und «Low Carb» ist auch in Hotels beliebt. Die Quantität macht's aus, sagt die Ernährungsberaterin.

SABRINA GLANZMANN

Garantiert keine Pasta, auch nicht selbstgemachte, findet der Gast auf der Speisekarte im Restaurant Tim Raue. Der mit einem Michelin-Stern ausgezeichnete Berliner Spitzenkoch entschuldigt sich vor drei Jahren, in seiner Küche auf Stärkebeilagen gänzlich zu verzichten. Wie damals als Chef in den asiatischen Restaurants des Hotels Adlon, setzt er auch heute in seinem eigenen Restaurant in Berlin Kreuzberg auf dieses Gastronomiekonzept. Auch auf Zutaten wie weißer Zucker oder Mehl wird verzichtet (siehe Interview). Der Gault-Millau-Koch des Jahres 2007 will mit dieser Küche «Energie und Lebensfreude spenden und den Körper nicht unnötig belasten». Raues

Konzeption passt zum anhaltenden Trend, eine Ernährung mit wenig oder gar keinen Kohlenhydraten, zu denen Stärke und Produkte daraus gehören, zu verfolgen. Ein Blick in Buchhandlungen offenbart eine Vielzahl an Kochbüchern und Ratgebern zur «Low-Carb»-respektive «No-Carb»-Thematik, die sich oft im Diäten- und Abnehmbereich bewegt.

Essen und Ernährung: Immer eine Frage von Menge und Balance

«Die Nachfrage nach weniger Stärkebeilagen ist bei unseren Gästen auf jeden Fall da», stellt Werner Brugger, Küchenchef im Hotel Belvédère in Scuol, fest. «Man darf aber nicht vergessen, dass unser Hotel in einem Wintersportort

steht. Im Winter im rauen Bergklima verlangen die Gäste gerade nach Kohlenhydraten und Stärkebeilagen nach dem Schneesport.» Nicht in den Bergen, sondern im Stadtzentrum von Zug liegt das Parkhotel; das Restaurant führt als Spezialität ein Steak-Angebot, zu dem der Gast die Beilagen selbst wählen kann. Gemüse ist standardmäßig dabei. Trotzdem: «Sautiertes Gemüse als Beilage wird sehr oft gewählt», so Küchenchef Markus Aichhorn. Auch würden bei Salaten Nüsse und Croutons oft abbestellt.

«Beim Essen verhält es sich wie bei vielem anderen auch: es ist immer eine Frage der Menge und der Balance», sagt Corinne Spahr, Dipl. Ernährungsberaterin FH und Dipl. Erwachsenenbildnerin HF. Kohlen-

hydrate als primäre Energie lieferanten des Menschen seien wichtig, die Funktionen einiger Organe wie das Hirn zum Beispiel, sind sogar direkt von Kohlenhydraten abhängig. Aber die benötigte Menge hängt von vielen individuellen Faktoren wie etwa der körperlichen Betätigung ab. Obwohl Spahr Raues Konzept für etwas «extrem» hält, versteht sie die Intention dahinter, den Körper

nicht zu sehr belasten zu wollen: Während Eiweiß einen Wachhalteeffekt hat, macht ein übermässiger Kohlenhydratkonsum schlafig. Und auch Gemüse wie Renden oder Mais seien ja schließlich alternative Kohlehydratlieferanten. Und: «Weisser Zucker benötigt der Körper wirklich nicht.» Spahr verweist auf die Stellungnahme der Eidgenössischen Ernährungskommission (EKK) von 2009, in der sie sich für die Bevorzugung von Kohlenhydraten wie Vollkorngetreideprodukte, Obst, Gemüse, Hülsenfrüchte und Kartoffeln ausspricht.

Schweizer Brot-konsum konstant

Ein Stärkeprodukt, dessen Ruf es in «Low-Carb-Zeiten» nicht immer einfach hat, ist das Brot – auch Rau bietet in seinem Restaurant keines an. Die Schweizer Konsumenten zeigen in ihrem Brotkonsum Regelmässig-

keit: Laut der Brotdatenstatistik des Bundesamtes für Landwirtschaft lag der Brot- und Backwarenkonsument in der Schweiz zwischen 2000 und 2009 konstant zwischen 120 und 140 Gramm pro Person und Tag. Und der Branchenpiegel 2010 des Schweizerischen Bäcker-Konditorenmeister-Verbands (SBKV) zeigt, dass die Bäckereitumsse währing der letzten fünf Jahre nicht gesunken, sondern mit 769 000 Franken für 2005 auf 929 000 Franken für 2010 gestiegen sind. Aber auch für die Bäckereibranche ist der Low-Carb-Trend schon länger ein Thema. «Wir haben reagiert und Brote mit höherem Proteingehalt konzipiert, damit der Anteil Kohlenhydrate sinkt», so Andreas Dosserbach, Leiter Labor im Luzerner Kompetenzzentrum Riechmont. Auch Produkte auf Vollkornbasis seien für die Branche wichtig, da sie heute eben Teil einer ausgewogenen Ernährung seien. Die Gäste des Parkhotels Zug sind dessen offenbar bewusst: «Am Frühstückbuffet ist Vollkornbrot der Renner, ebenso wie Knäckebrot», sagt Markus Aichhorn.

Tim Raue: «Brot für Saucen? Dafür gibt es Löffel.»

Tim Raue, weshalb verzichten Sie in Ihrer Küche seit drei Jahren auf Stärkebeilagen?

Mehrere Reisen durch Asien hatten mir gezeigt, dass in einem Gericht ohne Stärkebeilagen die Aromen viel besser zur Geltung kommen – die Beigabe einer Kartoffel zerstört Säure oder Schärfe nur. Zudem entwickelte ich damals eine komplett neue Küche, die meinem Charakter entsprechen und als eine «Anti-Allergie-Küche» möglichst viele Gäste glücklich machen sollte. Deshalb kochen wir im Restaurant Tim Raue auch komplett gluten- und lactosefrei.

Eine Gourmetküche ohne Butter, ohne Mehl – kein Widerspruch?

Wenn sie auf der klassischen französischen Küche fußt, dann schon. Heute ist es längst wichtiger, sich auf frische regionale Produkte zu konzentrieren, als Creme fraîche zu verwenden, das beobachte ich gerade auch für die deutsche Spitzengastronomie.

Sie stehen für eine asiatisch inspirierte Küche. Gehört Reis da nicht dazu?

Diese Auffassung hat mit mangelndem Verständnis und Wissen zu tun.

Ein Gastgeber, der in

einem Top-Restaurant in Hongkong schlichten Reis servieren lässt, blamiert seine Gäste. Es bedeutet, dass sie für arm hält. Würde ich in Asien ein Restaurant führen und dort zu jedem Hauptgang eine Schüssel Reis stellen, würden die Gäste nicht wiederkommen. Reis ist ein Gericht der einfachsten Küche. In Japan gibt es Gerichte, für die Reis verwendet wird – dann hat er aber einen bestimmten Sinn und

ist nicht Beilage. Der Reis ist aber in der Tat ab und zu Diskussionspunkt bei uns, und es kommt vor, dass Gäste danach fragen, weil er nicht auf der Karte steht.

Wie reagieren die Gäste sonst auf Ihr Konzept?

Manchmal fragen sie, ob es nicht sinnvoll wäre, Brot für die Saucen zu servieren. Aber dafür wurde schliesslich der Gourmetlöffel erfunden. Und bei einem Menü von acht bis zehn Gängen ist Brot nicht notwendig; es füllt nur den Magen unnötig. Als ich vor drei Jahren mit meinem Konzept begann, haben sich viele gewundert. Aber man muss Beharrlichkeit an den Tag legen und etwas Neues konsequent durchzie-

hen, wenn man sich damit behaupten will. Mittlerweile gehört es für viele zu ihrer Ernährung dazu, nicht zu viel Stärkebeilagen zu sich zu nehmen.

Low Carb als Gebot der Stunde also?

Ich spreche eher von bewusster, ausgewogener Ernährung: von Gerichten, die einen unbelastet und leicht fühlen lassen.

Isst der private Tim Raue nie einen Teller Pasta?

Eher nicht, ich habe keinen Hang zum italienischen Essen. Ich liebe die chinesische Küche, zum Beispiel Dim Sum aus Reis. Leider aber esse ich sie nicht mittags, was gesünder wäre, sondern nach Feierabend um Mitternacht oder 1 Uhr. sag



Spitzenkoch
Tim Raue.

zvg

Hotellerie

Pinte de Meyriez setzt jetzt auf Landhausküche

Nach einer leichten Aufbruchung ist das Restaurant «La Pinte de Meyriez» als Dépendance des Hotels LeVieuxManoir am Murtensee wieder offen. Nach dem Weggang von John und Scotty Harper übernimmt der Küchendirektor des Hotels, Franz W. Faeh, zusammen mit Alexander D. Zahnd die Regie. Das Schwergewicht liegt auf Landhaus-Spezialitäten und Weinen der umliegenden Kantone Bern, Neuenburg, Waadtland und Freiburg. *eho*

Swissôtel lanciert einen Online-Shop

Zum Jahresbeginn haben die Swissôtel Hotels & Resorts ihren eigenen Online-Shop namens «Swissôtel at home» eröffnet. Das Sortiment des Online-Shops beinhaltet Produkte, die in den Swissôtel verwendet werden. Es reicht von Bettwäsche, über Handtücher und Bademäntel bis hin zu Accessoires des Schweizer Goldschmieds Sebastian Fässler, der eigens für die Hotelkette silberne Schlüsselanhänger, Manschettenknöpfe oder eine Silberbrösche kreiert hat.

www.swissotelathome.com

Event

Schmökern und geniessen nach Ladenschluss

Seit Dezember können Kunden die Buchhandlung Haupt am Berner Falkenplatz nach Ladenschluss mieten, um dort Events, zum Beispiel einen Apéro oder einen Lesezirkel abzuhalten. Das Motto lautet «Einschliessen und Geniessen». In der Buchbranche sei «Einschliessen und Geniessen» ein fixer Begriff, sagten die Besitzer Adela und Matthias Haupt gegenüber der «Berner Zeitung». Solche Zusatzangebote seien heute für Buchhandlungen notwendig, um im hart umkämpften Markt bestehen zu können. *esp*

Für die, die zu Hause bleiben



Sarah's

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

Viele Leute, die ich kenne, entschlossen sich in diesem Winter dazu, ihre Weihnachtsferien zu Hause zu verbringen. Berlin im Winter ist wie New York im Sommer. Alle verlassen die Stadt. Aber dieses Jahr, entweder um Geld zu sparen oder Stress zu vermeiden, zogen es viele Leute vor, nicht nach Süddeutschland oder Südfrankreich oder Südafrika zu gehen, sondern zu bleiben, wo sie waren.

Ich tat dasselbe und fand bald heraus, wie viele positive Seiten Ferien zu Hause mit sich bringen. Da war ich nun in meinen eigenen vier gemütlichen Wänden, einen Weihnachtsbaum schmückend und Zimtsterne essend, während ich erschreckende Nachrichten von Reisenden hörte, die die drei Nächte auf Flughafenboden schlafen mussten oder auf der Autobahn in einem Schneesturm stecken geblieben waren.

Nachdem ich zehn Tage lang die Vorteile des Nicht-Reisens überdacht hatte, hätte ich einen «Let's go»-Leitfaden für Menschen schreiben können, die nirgends hin gehen wollten. Eine Anleitung für die neue Sorte von Urlaubern – diejenigen, die zu Hause bleiben.

Wenn ich gleich denkende Freunde traf, schwärmen wir darüber, wie toll es war, nicht arbeiten zu müssen und Zeit zu Hause verbringen zu dürfen. Kein Packen in letzter Minute. Kein verzweifeltes Überfliegen von Internetseiten in der Hoffnung, die Wahrheit zu finden: Ist es wirklich möglich, dass ein Paar Schuhe super zu jedem Outfit und

jeder Reisesituation passt? Kein Koffer auspacken bei dem sich herausstellt, dass die vorsichtig eingepackten Weihnachtsgeschenke aussehen, als ob sie ein Hund durchgekaut hätte. Kein Herumsuchen nach Fremdwährungen oder Fremdsprachen. Kein besorgtes Nachfragen, ob man das Hahnenwasser trinken darf. Und den ganzen Tag Bett liegen bleiben, ohnesich über den Hotel-Putztrupp Sorgen zu machen, der vor der Türe lagert und darauf wartet, dass man aufsteht und ihn seine Arbeit tun lässt.

Aaah, Ferien zu Hause! Etwas lesen, viel essen und viele sentimentale Fernsehfilme, in welchen der lange abwesende Vater immer rechtzeitig an Weihnachten nach Hause kommt, und alle bekommen Hündchen mit einer Schleife um den Hals. Jeder Tag friedlich, jeder Tag derselbe.

Aber wann wird «dasselbe» zu «dieselbe alte Leier»? Um Neujahr herum öffnete ich meine Vorhänge am zehnten aufeinanderfolgenden Morgen, sah denselben grauen Himmel,

dieselben eisigen Straßen und stellte fest, dass ich in denselben Supermarkt gehen und dieselben Teigwaren kochen und mit denselben Spaghettisauce aufischen würde, die ich das ganze Jahr über kochte. Plötzlich fühlte ich einen stechenden und beschämenden Neid allen gegenüber, die in einem fremden Land gestrandet waren und auf unentzifferbare Schilder starren mussten; die Gerichte assen, deren Namen sie nicht aussprechen konnten und gefährliches Hahnenwasser tranken.

Der Glaube der Zuhausegebliebenen schwand sichtlich schnell. Wie sehnstüchtig meine Freunde aussahen, wie sie über die vereisten Gehsteige schlitterten und versuchten, nicht zu den fröhlichen Werbeplakaten hoch zu schauen, die glitzernd blaue Ozeane und Strandschirme zeigten! Was mich anbetrifft, ich sass an meinem Computer, gab vor, mich für meine Arbeit vorzubereiten und konnte es nicht unterlassen, E-Mail um E-Mail zu öffnen, die Schlagpreis-Angebote für Ferien auf Tahiti, Honolulu, Bali und jede andere Feriendestination enthielten, zu der ich hätte reisen sollen und es nicht getan hatte. Was ist denn so wundervoll daran, den ganzen Tag im Bett zu verbringen und Toast zu essen, dachte ich – besonders, wenn man die Brotkrümel am Ende doch selber wegwischen muss? Ferien bringen einen dazu, noch mehr Ferien zu wollen. Das ist die traurige Wahrheit.

Deutsch von Renate Dubach
Das englische Original:

www.htr.ch/sarah



impressum

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktorin: Elsbeth Hobmeier/eho.

Stellvertreterin: Simone Lehrer Fischer/ho.

Redaktion: Daniel Stämpfli (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Simone Lehrer Fischer/ls (Ressortleitung dolce vita); Eugenio D'Alessio/ed (Ressortleitung

cahier français); Alexandre Caldera/aca; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/ft; Gudrun Schlenzke/gsg; Karl Josef Verding/kv; Sabrina Glanzmann/sag.

Bildredaktion/Fotograph: Alain D. Boillat/adb.

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

Korrektur: Paul Le Grand.

Volontarin: Eveline Spahr.

Online Redaktion: Melanie Röth/rom

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku, (Leitung), Natalie

Allesch, Beatrice Gertschen

Verlag

Leitung: Barbara König.

Assistant: Alain Häni.

Stellenanzeige: Angela Di Renzo, Patricia Nobs.

Geschäftsanzeigen: Michael Müller.

Büro: Urs Schönenberger.

hotelpub: Denise Karam

Druck: Büchler Grafina AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-begläubigt 2009/10,

verkaufte Auflage: 9814; Gratauflage: 1065.

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelpreis

Fr. 4.50; Jahresabonnement Fr. 159.–.

ISSN: 1424-0440

Kontakte

Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Redaktion: Tel. 031 370 42 16;

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

Abonnement: 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

★ IHR HOTEL ALS FILMSCHAUPLATZ ...
INTERESSIERT? BEWERBEN SIE SICH JETZT ALS DREHORT.

WWW.SWISSHOTELFILMWARD.CH · EVA.STREBEL@HOTELLERIESUISSE.CH · TEL. 031 370 42 87

stars&hotels
Swiss Hotel Film Award

★ MEDIA PARTNER
htr hotel revue

★ PRESENTED BY
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Machen Kleider Gäste?

Der Dresscode im Hotel wird lockerer. Doch es gibt bereits einen Gegentrend: So kehrt das Gstaad Palace un längst zu strenger Regeln zurück, weil sich die Gäste beschweren.

EVELINE SPAHR

Kleidercodes sind fast so alt wie die Menschheit. Schon archaische Stämme grenzen sich durch spezifische Kleider voneinander ab. Im europäischen Mittelalter gab es Kleiderordnungen, die festlegten, welcher Stand welche Kleidung und welche Farben tragen durfte. Und spätestens seit Gottfried Keller ist bekannt: Kleider 'machen Leute'.

Sozialwissenschaftler betonen die verschiedenen Funktionen der Kleidung: Kleider transportieren nonverbale Signale und Codes, verschlüsselte Informationen. Kleider definieren soziale Räume und signalisieren Ausgrenzung aus und Zugehörigkeit zu einer Gruppe. Und Kleider- und Dresscodes widerspiegeln gesellschaftliche Veränderungen.

Das Jackett ist nicht mehr überall «required»

Der gesellschaftliche Wandel zeigt sich auch im Mikrokosmos der Luxushotellerie, wo sich Kleidervorschriften tendenziell auflösen. So erklärt Urs Bührer, Direktor vom Hotel Bellevue Palace in Bern: «Die Zeiten, als der Gast einen dunklen Anzug und eine Krawatte tragen musste, um empfangen zu werden, sind vorbei. Einen expliziten Dresscode gebe es im



«Die Zeiten, als der Gast Anzug und Krawatte tragen musste, sind vorbei.»

Urs Bührer
Bellevue Palace Bern

Want «Le Grill», im Verandarteil des «Le Restaurant» sowie an der «Bar du Grill» würden die Herren deshalb gebeten, ein Jackett zu tragen. Man kann schwarze Hosen und Jackets auch anleihen.

Im «Lenkerhof» an der Lenk dagegen herrschen lockere Sitten. «Wir geben dem Gaste kleinen Dresscode vor», sagt der neue Direktor Jan Stiller. Dies entspricht dem Konzept des Hotels, sich als «jüngstes 5-Sterne-Haus» zu positionieren. «Es ist uns wichtig, dass sich die Gäste in ihrer zweiten Haut wohl fühlen», betont Stiller. «Zu

Silvester hatten wir sowohl Gäste, die im Smoking erschienen als auch solche, die in eleganten Jeans feierten». All dies habe Platz im Hotel, erklärt Stiller, der selber in elegant-locker Kleidung zur Arbeit erscheint: «Ich kombiniere gerne eine schöne Jeans mit Hemd und Jackett. Eine Krawatte trage er normalerweise nicht. Das habe Tradition im

«Lenkerhof». Und: «Die Gäste wissen das zu schätzen.»

Dresscode im Casino gelockert

Auch im Casino sind Veränderungen spürbar. «In Schweizer Casinos gibt es keinen einheitlichen Dresscode, aber generell kann man sagen, dass sich die Bekleidungsvorschriften stark gelockert haben», sagt Marc Friedrich, Geschäftsführer vom Schweizer Casino-Verband. Gepflegte Kleidung werde in den meisten Casinos erwartet, mit Kittel und Krawatte zu erscheinen, würde aber nirgends mehr verlangt. Im Grand Casino Bern sei der Gast zum Beispiel auch mit einer eleganten Jeans und Turnschuhen willkommen. Friedrich führt dies auf gesellschaftliche Veränderungen zurück. Ähnlich argumentiert Jan Stiller: «Prestige war früher wichtiger. Es ging ums Sehen und Gesehen werden. Das ist heute anders. Kleider machen also nicht mehr überall Gäste.

Verschwundene Kakaosorte ist zurück

Eine lange als verschollen geglückte Kakaosorte wurde kürzlich wiederentdeckt und wird nun von einer Schweizer Confiserie auf den Markt gebracht: Die «Pure Nacional». Die Bäckerei-Konditorei-Confiserie von Rotz aus Cham verarbeitet die wiederentdeckten Kakao-bohnen nun zu Schokolade. Eine Pflanzenpest raffte die Kakao-bohne zu Beginn des 20. Jahrhunderts dahin, die «Pure Nacional» galt deshalb lange als ausgestorben. Vor zwei Jahren entdeckten zwei Amerikaner die Bohne jedoch zufällig in einer abgelegenen peruanischen Schlucht.

Sonderausstellung im Tropenhaus Frutigen

Im Tropenhaus Frutigen findet eine Sonderausstellung zu den Themen Geothermie, natürliche Strahlung im Gestein und Geologie statt. Dabeisollen unter anderem die Fragen beantwortet werden, warum die Erde warm ist, welchen Einfluss die Erdwärme auf die Bewegung der Kontinente und die Gebirgsbildung hat, woher das Erdöl kommt, wie lange es noch reicht und welche Energien künftig genutzt werden. Die Ausstellung wird am 29. Januar eröffnet und dauert bis zum 31. Oktober.

esp
www.tropenhaus-frutigen.ch

Neue Bücher

Enzyklopädie der Walliser Weine nun auch auf Deutsch

Das Walliser Weingebeir blickt auf eine lange Geschichte zurück. 30 Historiker, Ethnologen, Ampelografen, Geografen, Biologen und Archäologen haben die Historie unter Leitung des Walliser Reb- und Weinmuseums während sechs Jahren aufgearbeitet – von den Anfängen bis heute. Thematisiert werden etwa die Genealogie der Rebsorten, die Entwicklung der Weinbautechniken oder Riten und Traditionen rund um die Traubenelese. Nun liegt die Enzyklopädie auch auf Deutsch vor.



Walliser Reb- und Weinmuseum, *Rebe und Wein im Wallis. Die Geschichte von den Anfängen bis heute*, Infolio, 575 Seiten, ca. Fr. 85.–

Gilde-Köche präsentieren je drei Rezepte

Das Kochbuch der «Gilde etablierter Schweizer Gastrono-

men» porträtiert 29 Gastgeber, die je drei Rezepte verraten, etwa ein Kalbfleisch carpaccio mit Rohschinken und Panna Cotta



von grünen Spargeln oder einer Engadiner Bergheusuppe. Die Gerichte wurden vom Fotografen Marcus Gyger in stimmungsvollen Bildern festgehalten. esp

Annette Weber, *Selection Gilde. Gilde-köche verraten ihre Lieblingsrezepte*, Weber AG Verlag, 240 Seiten, ca. Fr. 79.–

Museen

Erfolgreiches Jahr für das Kunsthause Zürich

Das Jubiläumsjahr 2010 war für das Kunsthause Zürich ein voller Erfolg: Über 400 000 Besucher kamen, fast doppelt so viele wie im Jahr zuvor. Die Marke von 400 000 Eintritten überschritt das Kunsthause erstmals wieder seit 1989. Für den Erfolg verantwortlich zeichnen die beiden Ausstellungen «Van Gogh, Cézanne, Monet – Die Sammlung Bührle» und «Picasso», die mehr als 100 000 Besucher generierten. Für 2011 rechnet das Museum mit «rückläufigen Einnahmen». Geplant sind zwölf Ausstellungen, gerechnet wird mit ca. 300 000 Besuchern.

«Mord und Totschlag» in Bern



Zvg

Mit der Ausstellung «Mord und Totschlag» möchte das **Historische Museum Bern** in diesem Jahr Besucherströme generieren. Laut Museum soll die neue Exposition das Publikum dazu anregen, sich mit dem Wert des Lebens und moralphilosophischen Fragen auseinanderzusetzen. Die Ausstellung «Mord und Totschlag» beleuchtet das Phänomen Gewaltverbrechen in seiner historischen und aktuellen Dimension, hiesst an der Jahresmedienorientierung des Museums. Die Besucherzahl ging im 2010 stark zurück. Nur 80 773 Personen wurden gezählt, das sind deutlich weniger als in den letzten Jahren.

News

Nachhaltige KMUs ausgezeichnet

Die Zürcher Kantonalbank (ZKB) zeichnete zum zweiten Mal drei kleine und mittlere Unternehmen mit dem ZKB Nachhaltigkeitspreis aus. Bewertet wurden wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Aspekte. Den ersten Preis erhielten die Schweizer Jugendbergen. Auf dem zweiten Platz klassierte sich die Beck Glatz Confiseur AG, auf dem dritten Platz die Zünd Systemtechnik AG. Der erstmals verliehene Sonderpreis für Kleinstunternehmen ging an die Viridin + Partner AG.

Partnerschaft für mehr Bio auf dem Teller



Zvg

Bio Suisse und die Compass Group engagieren sich ab 2011 partnerschaftlich für die Verbreitung von Bio in der **Gemeinschaftsgastronomie**. Die Einführung des Konzepts «Knospe-Produkte-Küche» im Restaurant des Bundesamtes für Umwelt (BAFU) und die dadurch gewonnene Erfahrung hätten dazu geführt, dass man sich gemeinsam für mehr Bio-Angebote in der Gemeinschaftsgastronomie stark mache, teilen die Unternehmen mit. Das Konzept soll nun auf weitere Betriebe ausgedehnt werden. esp



Schreiben Sie Ihre Lehr- und Praktikums- stellen kostenlos auf hoteljob.ch aus!

hoteljob.ch

SUCHEN

LOGIN

REGISTRIEREN

KONTAKT

DE FR IT

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

F&B/CATERING/EVENTS

KÜCHE

SERVICE / RESTAURATION

Top Jobs

Leiter Club Härterei (100% / Festanstellung)
Festanstellung-Vollzeit
Region Zürich

Alle Jobangebote 183

Lehrstellen/ Praktikum 3

Bewerber-profile 51

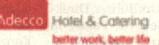
Alle Jobangebote 175

Lehrstellen/ Praktikum 3

Bewerber-profile

htr-Code 

Direktion / Geschäftsführung 44
Marketing/Verkauf/KV/IT 37
Reiseleitung/ Tourismus 0
Reception/Reservation 115
F&B/Catering/Events 51
Küche 183
Service / Restauration 175
Hauswirtschaft 32
Beauty/Wellness/Fitness 15
Diverses 20

 Hotel & Catering
better work, better life

 www.juzern-hotels.ch
Luzern

 HoREGA

htr **hotel revue**

cahier français

htr hotel revue No 3 / 20 janvier 2011



Formation

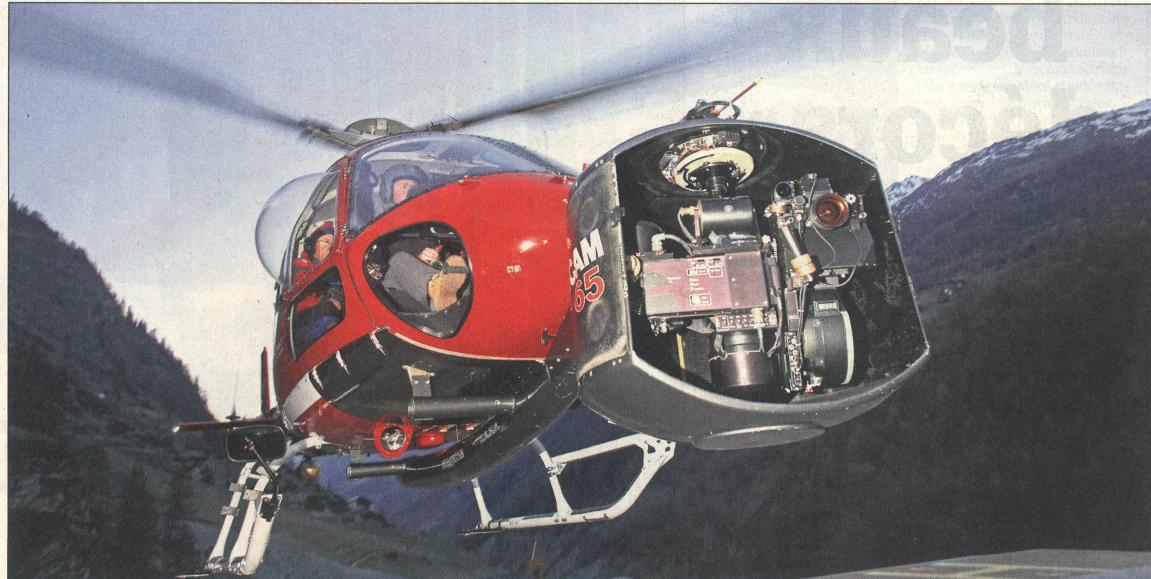
Les écoles César Ritz, à Brigue et au Bouveret, ont été vendues à Invision.

Page 21

Jura Tourisme

Le directeur a démissionné. Coup de projecteur sur l'avenir de l'organisation.

Page 22



A la différence de cet hélico muni d'une caméra utilisée pour le tournage en Imax de «The Alps», la promotion touristique de la Suisse comme terre d'accueil de films peine à décoller. Swiss-Image

La Suisse tourne à vide

Les instances politiques et touristiques peinent à promouvoir la Suisse comme lieu de tournages. Des sociétés de production s'engouffrent dans la brèche.

EUGENIO DALESSIO

Film Location Riviera, une antenne de la faitière zurichoise Film Location Switzerland, mène depuis 2003, cahin-caha, une politique d'accueil de tournages audiovisuels sur la Riviera, le Chablais vaudois et même Genève. Intégrée à la Ville de Vevey, cette association, qui regroupe des partenaires des milieux politique, culturel et touristique, tente d'agir sur différents créneaux: «Nous fournissons un soutien financier, un appui administratif visant à faciliter le bon déroulement d'un tournage, des

conseils sur les particularités de la région ainsi que des prix négociés auprès des hôtels ou des prestataires touristiques», explique Marie Neumann, adjointe à la culture de la Ville de Vevey.

Un budget de quelque 20 000 francs

Dotée d'un budget de 20 000 francs à peine, Film Location Riviera occupe un marché de niche, «certes porteur sur le plan de l'image, mais d'un impact limité en termes de rentabilité», confie Harry John. Et le directeur de Montréal-Vevey tourisme de préciser sa pensée: «La promotion de la région comme terre d'accueil de tournages est un secteur ponctuellement complémentaire à ceux, hédoniques, des congrès, du médical ou des festivals.»

Pour l'heure, il est vrai, Film Location Riviera n'est pas submergée de requêtes. Entre 2008 et 2010, l'association a traité seize dossiers

liés, pour la plupart, à des productions helvétiques. «Ces difficultés ne me surprennent guère dans la mesure où la Suisse est un pays du tiers monde en matière de promotion du cinéma à l'étranger, tempête Heinz Dill, membre du comité de Film Location Switzerland. Le manque de moyens financiers, de personnel et de vision politique nous barre la route des grands marchés internationaux comme Cannes.» Il y a deux ans, Film Location Geneva a succombé à ces maux endémiques: hormis une page web un rien décorative, l'association genevoise, phagocytée par Vevey et par sa grande sœur de Zurich, n'est plus qu'une coquille vide.

Sur cette vacance des structures politiques et économiques, des maisons de production privées se meuvent de plus en plus en sociétés d'accueil de tournages, avec une force de frappe promotionnelle à faire pâlir d'envie les acteurs touristiques.

Tipi'mages, codirigée à Genève par Francine Lusser et Gérard Monier, est de celles-là.

1. Quel type de tournages accueillez-vous?

Je participe surtout à des coproductions françaises, belges et luxembourgeoises dans le cadre de longs-métrages de fiction. J'ainamment cotoyé Claude Chabrol lors du tournage de «Merci pour le chocolat», réalisé à Lausanne en 2000.

2. Les cinéastes ou les techniciens qui viennent dans notre pays repartent-ils en visiteurs potentiels?

Assurément. Loin de l'image parfois négative qui assombrit la Suisse, ils regagnent le berceau pour la plupart enchantés. Ils découvrent des gens qu'ils qualifient de magnifiques, d'incroyables. Claude Chabrol, par exemple, tombait des nues. Le réalisateur français se disait impressionné, bouleversé même, par la disponibilité, la gentillesse des hôteliers, des

«Grâce aux bons contacts que nous avions noués en 2004 avec la Warner Bros lors du tournage de «Syriana»,



A chaud

Jean-Louis Porchet

Cofondateur de CAB Productions, une société installée à Lausanne depuis 1984. Il a près de 80 films à son actif. Ce Vaudois né en 1949 a collaboré avec des auteurs prestigieux comme Claude Chabrol ou Krzysztof Kieslowski.

avec les stars hollywoodiennes Matt Damon et George Clooney, nous sommes devenus la société de référence pour le géant américain en Suisse romande», glisse Francine Lusser.

A la mi-janvier, Tipi'mages a pu ainsi accrocher à son tableau de chasse l'organisation du tournage des scènes genevoises de «Contagion», le dernier film de Steven Soderbergh, avec l'actrice française Marion Cotillard. «Les prises de vue ont eu lieu au siège de l'OMS et à Genthod, où a été filmé un train des CFF. Après avoir soumis un budget à la Warner Bros, nous avons tout mis sur pied, des repérages à l'hébergement en passant par l'engagement de 40 techniciens et de 35 figurants helvétiques», souligne Francine Lusser. Et de marteler que la réussite de ces opérations de logistique est une magnifique carte de visite pour la Suisse touristique: «Quand tout se passe bien, les équipes de tournage étrangères reviennent en vacances dans notre pays.»

Une politique marketing axée sur les TV étrangères

«Nous disposons d'un service de presse chargé de favoriser les reportages de TV étrangères. Nous en accueillons une dizaine par année, notamment de France», déclare pour sa part Philippe Vignon, le directeur de Genève Tourisme & Congrès. S'il remue ciel et terre pour positionner la ville comme berceau des films documentaires ou à vocation commerciale, le patron du tourisme du bout du Léman avoue ne pas partir à la pêche aux tournages étrangers: «Nous n'avons ni budget pour mener à bien une telle entreprise. Mais à titre personnel, cette approche me paraît d'une magnifique efficacité.»

vertus qu'il ne retrouvait guère dans l'Hexagone.

3. Quels sont les principaux atouts de la Suisse comme terre de tournage?

Le pays compte des villes agréables où il est encore facile de stationner. Et les distances entre centres urbains sont courtes, un avantage quand on mobilise une équipe de plusieurs centaines de personnes. J'évoquerai également l'attrait de paysages étonnantes.

4. Les milieux politiques soutiennent-ils assez votre créneau?

Pas vraiment. J'ai au contraire le sentiment que la volonté politique fait défaut. Le manque endémique d'argent n'arrange guère les choses. Et je perçois un danger majeur: l'Autriche et l'Italie sont sur le point de nous supplanter.

Des images de la Suisse accessibles d'un clic

Suisse Tourisme propose du nouveau avec une bibliothèque de séquences touristiques. Un service pour les médias et bientôt aussi pour les destinations.

SIMONE LEITNER

La Vidéo Library de Suisse Tourisme était déjà connue sous le nom de Projet Innoutour, son rendement a été optimisé. Avec une grande banque de données de la dernière génération, ST met à disposition des médias du monde entier un matériel audiovisuel déjà monté.

Ces archives en qualité HD peuvent être utilisées pour des reportages ou pour des films publici-

taires. Un matériel de base qui peut se révéler très utile pour les équipes de télévision qui voudraient réaliser un reportage sur la Suisse.

La bibliothèque virtuelle fonctionne ainsi: l'utilisateur peut surfer sur les sélections et sélectionner ses thèmes à travers un masque de recherches. Ensuite il peut mettre les séquences choisies dans un panier, puis il reçoit un lien de ST.

«Comme cela on peut toujours savoir à qui téléchargé nos images», explique Rafael Enzler, chef du marketing à ST. La bibliothèque propose aussi des spots TV de Suisse Tourisme, de petits films thématiques et des films de promotion qui présentent les plus prestigieuses sites du pays.

Dès le printemps de cette année,

à disposition gratuitement des destinations en Suisse. Et une action spéciale sera mise sur pied pour permettre aux destinations de réaliser un court métrage. Son coût 15 000 francs, dont 5 000 seront assumés par ST, le reste devant être pris en charge par les destinations.

Le développement de la banque de données n'est pas la partie la plus coûteuse du projet, la production

de film était bien plus onéreuse. Tous les films sont réalisés dans la meilleure qualité HD.

«Nous avons opté pour une variante orientée vers le futur, car les développements technologiques dans ce domaine changent très vite», déclare Rafael Enzler.

ST donnera prochainement à Genève plus d'informations aux organisations touristiques.

En bref

Suisse

Des records à l'aéroport de Genève



L'aéroport international de Genève a battu ses propres records de fréquentation. La hausse du nombre de passagers a atteint près de 5%, à 11,8 millions de personnes, après un infime recul en 2009. Le directeur Bernard Stämpfli a estimé dans *Le Temps* que sans de nombreux impondérables exogènes comme l'éruption du volcan Eyjafjöll «nous aurions facilement dépassé les 12 millions de passagers».

Les nuitées en augmentation en novembre

L'hôtellerie a enregistré en Suisse 1,8 million de nuitées en novembre 2010, soit une augmentation de 4,8% (+81 000 nuitées) par rapport à novembre 2009, selon les résultats provisoires de l'Office fédéral de la statistique. Les visiteurs étrangers génèrent 916 000 nuitées, soit une croissance de 5,1% (+46 000 nuitées). Les hôtes indigènes affichent 817 000 nuitées, soit une hausse de 4,5% (+35 000 nuitées). En novembre 2010, les visiteurs du continent asiatique enregistrent une hausse de 21 000 nuitées (+18%) par rapport à novembre 2009. La Chine génère 8500 nuitées (+40%), soit la plus grande augmentation absolue de ce continent et de tous les pays étrangers. L'Amérique voit le nombre de ses nuitées croître de 7700 unités.

«Tpresso», le segment de luxe visé



«Tpresso» tel est le nouveau concept présenté la semaine dernière par Eric Favre et son épouse Anna-Maria, à Zurich et à Pékin. Il s'agit d'un service complet pour préparer du thé, telle est la nouvelle invention du Vaudois père de la capsule café «Nespresso». Les Favre visent avec ce nouveau produit le segment de luxe avec un ensemble (appareil, théière et verres) dont le prix s'approche du millier de francs. aca

Rectificatif

Précisions sur l'article du Signal Palace

Dans l'édition du jeudi 13 janvier 2011, l'article «Chez soi au palace», consacré au Signal Palace, spécifiait que la gestion opérationnelle du nouvel établissement serait confiée à Jean-Jacques Gauer. Une information relayée début décembre par la presse économique. Jean-Jacques Gauer tient toutefois à faire savoir qu'il n'en est rien et qu'il n'est aucunement impliqué dans ce projet. an

Films. Attractif touristique. Marc Forster, le réalisateur du dernier James Bond, évoque le rôle de la Suisse. Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme vient de lancer un nouveau concept.

«De très beaux décors»

Où le réalisateur d'un James Bond et nouvel hôtelier Marc Forster aimerait-il tourner?

htr l'a rencontré à l'Hôtel Matthiol, à Zermatt, dont il est copropriétaire.

ELSBETH HOBMEIER

Marc Forster, où tournez-vous de préférence?

Chaque nouveau lieu de tournage est pour moi une nouvelle expérience de vie, un nouveau défi. Je n'ai donc pas de lieu de tournage préféré, j'aime travailler partout dans le monde. Je viens de tourner mon dernier film «Machine Gun Preacher» en Afrique. Filmer dans des pays à ressources limitées est plus difficile, mais ce fut une expérience formidable.

Jusqu'à présent, en tant que cinéaste, vous avez contourné la Suisse. Vous offre-t-elle trop peu?

Un jour, j'aimerais bien tourner un film ici, mais je me dis: quant à choisir la Suisse, alors autant que ce soit quelque chose de spécial. La bonne histoire au bon moment, une vraie histoire suisse – mais cela doit se présenter. Un jour, dans les vingt prochaines années...

Vous n'avez vraiment aucune aversion particulière pour...

Absolument pas. La Suisse offre de magnifiques décors, de super lieux de tournages: des villes, des lacs. De vieux bunkers dans les montagnes. Ce qui pourrait m'attirer, c'est l'archi-

ture. Il y a des constructions très intéressantes, comme les thermes de Vals. Par brouillard, cette atmosphère mystique... Et de sublimes maisons construites par de grands architectes. Là, on pourrait trouver beaucoup de choses.

La Suisse en fait-elle assez pour soutenir financièrement et intellectuellement les cinéastes intéressés?

N'ayant jamais tourné ici, je ne sais pas ce qu'il en est de l'aide au cinéma et comment les fonds sont attribués. Mais je trouve très utile qu'un Etat fasse tout son possible pour favoriser et attirer des productions internationales. Il s'agit d'une excellente publicité pour le pays, qui trouve un écho favorable auprès d'un public planétaire.

Grâce à quelques avantages fiscaux, la Nouvelle-Zélande et le Canada attirent une foule de cinéastes. Même certains Etats américains, comme le Michigan et le Nouveau-Mexique, font beaucoup dans ce domaine. Et c'est bon pour le tourisme, car les équipes de tournage génèrent nombre de nuitées.

Quelle est l'aura de la Suisse à l'étranger?

l'image de la Suisse est trop marquée par le monde de la finance et l'UBS. Et trop peu par les paysages et l'architecture. Il faudrait redéfinir cette image.

James Bond a été votre dernière grande aventure de cinéma. Et la prochaine?

Je viens de tourner «Machine Gun Preacher» en Afrique et à Detroit. Nous sommes en plein montage à Los Angeles. Le film sortira en salles cet automne. Après cela, il y a encore beaucoup de choses qui me tentent:

j'aimerais bien tourner un film d'amour, une comédie musicale ou un film de SF. Mais rien n'est encore sûr. Tout est encore au stade de la conception.

Avec quels acteurs souhaitez-vous travailler?

Il y en a beaucoup. Mais c'est le projet et le thème qui décident du meilleur choix. J'ai déjà eu la chance de travailler assez souvent avec de très bons acteurs.

Y a-t-il un grand film que vous auriez aimé tourner?



Le réalisateur Marc Forster n'a jamais tourné de films en terre helvétique.

Alain D. Boillat

Il y en a plusieurs. Je pense à «Don't look now» («Ne nous retournez pas»), que Nicolas Roeg a tourné à Venise dans les années 1970 avec Donald Sutherland et Julie Christie.

Maintenant, en devenant copropriétaire du Matthiol à Zermatt, vous êtes pour ainsi dire devenu hôtelier... Quelle est en effet la raison?

Les Summermatt sont depuis longtemps des amis de ma mère. Et leurs projets d'hôtels-boutiques tout en pierre et en

bois, bénéficiant d'une situation privilégiée près du Cervin, m'ont intéressé. Je considère que c'est un bon investissement en ces temps d'incertitude économique. Et le résultat me plaît. Je suis un fan d'architecture et je vis aussi très souvent à l'hôtel. Tout particulièrement au One&Only aux Maldives. Ou au Mandarin Oriental à Tokyo ou sur les îles australiennes Whitsundays.

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

Estavayer se mue en studio à ciel ouvert

«Making of à Estavayer-le-Lac» permet aux hôtes de la cité broyarde de s'improviser metteurs en scène l'espace d'un weekend. Ce nouveau produit touristique vise les familles avec grands enfants.

EUGENIO D'ALESSIO

Coupler l'apprentissage des techniques audiovisuelles et les découvertes paysagères, culturelles et gastronomiques: c'est désormais une réalité avec le concept «Making of» qui vient de lancer Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme.

«Encadrés par une société de production locale, qui leur fournit le matériel et une instruction cinématographique de base, les participants réalisent leur propre film sur une thématique de

leur choix», explique Ann-Karin Richard, la directrice adjointe d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme. Qui précise: «Au terme de leur séjour, les visiteurs procèdent au choix des scènes et de la musique. Et une semaine plus tard, cerise sur le gâteau, ils reçoivent à domicile le DVD de leur film.»

«Making of», qui avait fait acte de candidature pour Milestone. Pris du tourisme suisse 2010, se présente sous la forme d'un forfait week-end de deux nuitées (290

francs par personne) dans des hébergements insolites tels que le Mais Hôtel à Estavayer-le-Lac ou les tipis du village lacustre de Glettenen. Il comprend le coaching de l'équipe de production et la mise à disposition du matériel de tournage.

Cette nouvelle offre touristique, commercialisée entre les mois de mai et de septembre, s'adresse en tout premier lieu aux familles avec adolescents.

«Nous avons misé sur l'intérêt,

les technologies de la communication et le multimédia exercent sur les jeunes générations», souligne Ann-Karin Richard. Et la directrice adjointe de souligner: «L'en-

gouement que suscitent le cinéma et l'univers de l'image en général sont de formidables vecteurs de promotion touristique.»

Quant au public cible, l'office du tourisme broyard entend puiser en priorité dans le réservoir de la clientèle régionale



«Les visiteurs réalisent leur film sur une thématique de leur choix.»

Ann-Karin Richard

Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme

«Nous avons misé sur l'intérêt, de la clientèle régionale



Les écoles César Ritz ont été rachetées par la société Invision. Ici, celle de Brigue.

Ecole Ritz cédées

Déjà propriétaire de SEG, Invision rachète les César Ritz, au Bouveret et en ville de Brigue.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Martin Kisseleff et Bernhard Schwestermann, uniques propriétaires des César-Ritz Colleges du Bouveret et de Brigue, ont cédé la totalité de leurs actions à Invision Private Equity, un groupe d'investisseurs suisses basé à Zoug pour une somme qui n'a pas été communiquée. La transaction concerne le campus de Brigue et toutes les af-

faires académiques des écoles affiliées au groupe; les bâtiments du Bouveret, dont deux en construction font l'objet d'un contrat de location.

Cette nouvelle acquisition fait d'Invision un grand opérateur suisse dans la branche de la formation hôtelière de haut niveau, puisqu'il est déjà propriétaire du Swiss Education Group qui comprend le SHMS (des campus à Caux et à Leyzin), le HIM (à Montreux) et le IHTTI (à Neuchâtel). Comme les César Ritz, toutes ces institutions sont reconnues par l'exigeante ASEH (Association suisse des écoles hôtelières).

«Nous avons appris à aimer le monde de l'éducation privée en rachetant SEG.»

Frank Becker
Membre de la direction d'Invision

res). Avec les campus de Brigue et du Bouveret, Invision compte désormais plus de 6000 étudiants, pour environ 1500 entrées par an. La direction des César-Ritz a été confiée à Ronan Fitzgerald, directeur académique de l'Hotel Institute de Montreux, depuis trois ans.

A 59 ans, atteint dans sa santé, Martin Kisseleff, président du conseil d'administration l'admet non sans quelque amerume: «L'affaire Leary» (du nom de ce directeur engagé en 2009 puis licencié presque immédiatement) a beaucoup pesé dans cette décision de vente. «J'aimais je ne m'étais autant trompé

sur les qualités de quelqu'un. Or, il manque aujourd'hui un dirigeant visionnaire, un stratège, cela demande un engagement et une force de tous les instants que je ne peux plus assumer», explique-t-il, en ajoutant «être convaincu d'avoir fait le bon choix de laisser aux nouveaux propriétaires suisses et déjà expérimentés une entreprise saine et en pleine croissance.»

Un bureau de représentation au Brésil va ouvrir bientôt

Ce que s'empresse de confirmer Frank Becker, «managing partner» et membre du comité de direction d'Invision: «Nous investissons dans des sociétés saines et nous sommes plutôt opposés au changement, précise-t-il. Nous avons appris à aimer le monde de l'éducation privée en rachetant SEG (en

Un «buzz» autour de jolis mensonges

La société des remontées mécaniques de Crans-Montana-Aminona a lancé une campagne publicitaire déjantée. Un véritable «buzz».

Réactions entre approbation et scepticisme.

CLAUDE JENNY

Surprendre. Eviter le déjà vu. La classique image du skieur ou du snowboardeur dans la poudreuse. C'est ce que voulait la direction des remontées mécaniques de Crans-Montana-Aminona (CMA) en lancant une campagne publicitaire dans le début d'année. «Nous voulons inciter une nouvelle clientèle à fréquenter nos installations, en lui montrant les investissements consentis ces dernières années – 40 millions en 4 ans – et l'attractivité de nos infrastructures», explique Arthur Clivaz, directeur de CMA. «Avec notre campagne, nous visons les pendulaires, en leur disant:

«venez une fois à Crans-Montana, profitez un jour de nos installations et vous verrez», ajoute le boss de CMA qui cible prioritairement la clientèle de l'Arc lémânique.

Cette campagne a été conçue sous la forme du «teasing»

Le moins que l'on puisse dire est que la campagne de l'agence Creative a, dans un premier temps, atteint son objectif. Elle a créé un véritable «buzz». Les pavés publicitaires étais dans le plus grand quotidien romand: «A Crans-Montana, les enfants ne sont pas les bienvenus»; «Les pistes ne sont pas plates»; «Il n'y a pas de soleil»; «Rien n'est fait pour les riders». Ils ont fait leur effet provocateur! Tout comme l'amusant montage autour du secret sur le site www.pchut.ch incitant même l'internaute à inventer les plus gros mensonges qui lui viennent à l'esprit!

«Cette campagne est suffisamment décalée pour être comprise au second degré.»

Hubert Bonvin
Crans-Montana Tourisme

Cette campagne a été conçue sous la forme du «teasing» qui veut qu'un message provocateur soit suivi d'une deuxième phase informative qui vient de démarquer. A Crans-Montana, cette campagne a suscité son lot de réactions mitigées, voire virulentes! Mais le choc passé, les réactions sont devenues toutefois plus nuancées!

Une hausse de fréquentation espérée par tous

«Cette campagne ne nous fait pas sauter de joie et me laisse personnellement perplexe, mais j'attends pour voir!» explique Dominique Mommer, président de la société des commerçants de la station. Hôtelier et ancien président de l'office du tourisme, Alain Morard est également agacé: «Je n'aurais jamais autorisé une telle campagne! On aurait pu utiliser plus utilement cet argent, par exemple pour baisser le



La deuxième phase de la campagne publicitaire de Crans-Montana propose une approche plus douce que la première.

prix des forfaits journaliers qui sont plus élevés chez nous que dans d'autres stations. L'impact aurait certainement été plus bénéfique.

Chez les professionnels par contre, les réactions sont plus enthousiastes. Président de Crans-Montana Tourisme, Hubert Bonvin applaudit: «Cette campagne me plaît parce qu'elle interpelle, elle est suffisamment décalée pour être comprise au second degré et elle suscite des réactions.» «Je trouve excellente l'idée de tourner un peu en ridicule des idées reçues» s'enthousiasme Martin Hannard, directeur du marketing de Sierre AnniversTourisme (SAT) et ancien directeur de plusieurs sociétés de remontées mécaniques. Actif à la

2008 et nous sommes persuadés que le système d'éducation hôtelière privée telle que pratiqué en Suisse est aussi important pour le pays que l'hôtellerie de luxe. Nous sommes tout autant persuadés que cette nouvelle acquisition sera profitable aux deux parties.»

Les deux anciens propriétaires restent au conseil d'administration

Et Frank Becker d'évoquer les synergies trouvées et à trouver entre les deux groupes d'écoles hôtelières: un ou deux marchés de l'emploi annuel commun réunissant les spécialistes de recrutement des plus grandes chaînes et une couverture des marchés optimisées.

Sans vouloir cependant entrer dans le détails, sachant que SEG et César Ritz couvrent peu ou prou les mêmes marchés du sud-est asiatique. Seule certitude annoncée en ce domaine: la prochaine ouverture d'un bureau de représentation au Brésil et des accents communs portés sur le marché chinois (toujours très tributaire d'amitiés ou de fâcheuses politiques) et l'Inde. Il appartiendra à l'Irlandais Roman Fitzgerald de définir au mieux cette politique de croissance en accord avec le nouveau conseil d'administration, qui compte deux représentants d'Invision: Frank Becker et Marco Martelli et les deux anciens propriétaires, Martin Kisseleff et Bernhard Schwestermann.

Malgré ce rachat, l'Ecole hôtelière de Lausanne reste le plus important complexe de formation hôtelière de haut niveau dans notre pays.

Partenariat. Un contrat non reconduit fin 2010

hotelleriesuisse, Les Roches et la société Gesthôtel SA ont pris la décision de ne pas reconduire leur contrat fin 2010. Il portait sur l'utilisation de la marque «hotelleriesuisse Affiliates School» et la remise du Swiss Hotel Association Diploma. Pour hotelleriesuisse, Les Roches aura été un partenaire privilégié en Suisse et à l'étranger. Mais vu le contexte de la politique de formation aujourd'hui et la neutralité d'hotelleriesuisse comme association de la branche, l'exclusivité n'est plus défendable.

En bref

Suisse

L'Hôtel Europa transformé en appartements

L'Hôtel Europa, un quatre-étoiles situé au cœur de la ville de Sion, a définitivement fermé ses portes, vient de révéler le quotidien «Le Nouvelliste». Pour mémoire, l'établissement avait été fermé au mois de mai 2010. Ces derniers temps, des rumeurs avaient fait état d'une possible reprise de l'activité. L'Hôtel Europa changera d'affection pour abriter quarante et un logements. Des travaux sont également planifiés pour transformer les sous-sols en caves et réaliser une verrière antihuit sur la terrasse du café «The Wolf», qui a remplacé le Grissini, ajoute «Le Nouvelliste».

Des journalistes français découvrent Villars



La station de Villars a accueilli récemment une délégation de journalistes français pour découvrir son domaine skiable et ses infrastructures. Les médias représentés étaient La Voix du Nord, Oopartir.com, VoyagerPratique.com, La Provence, La République Lorrain, Le Journal du Dimanche, L'Express, Canal+ et France Télévision, représenté par Nelson Montfort, présentateur sportif.

Ebookers.ch désormais sur smartphone

Le site de réservations en ligne ebookers.ch propose désormais une version pour smartphone. Elle ressemble à la version internet, cette mouture pour mobile est accessible depuis n'importe quel smartphone. Il suffit de taper l'adresse dans le navigateur. Hôtels, vols, voitures, tout peut être réservé depuis son téléphone comme depuis son site internet. L'interface est adaptée à l'écran du mobile. Une fois son choix opéré, on retrouve le détail de la facture dans le panier. Des offres spéciales et des coups de cœur sont aussi disponibles.

www.ebookers.ch

Joli succès pour le Brevet des Armaillis

Plus de 300 personnes viennent de participer à la 11e édition du Brevet des Armaillis, une randonnée populaire à raquettes à neige, non chronométrée, qui relie, sur quelque dix kilomètres, les Pacots à Moléson-sur-Gruyères, dans les Préalpes fribourgeoises. Les organisateurs se sont dits satisfaits, vu les conditions d'enneigement guère favorables.

En bref

Valais

La première radio anglophone commerciale

La première radio à 100% anglophone commerciale du pays vient de prendre ses quartiers à Verbier. Mountain Radio n'émet pas en FM, elle se trouve sur le câble (fréquence 96.0) ou sur internet. Son directeur et fondateur Connor Lennon est un ancien producteur de la BBC qui travaillait depuis trois ans à World Radio Switzerland. Depuis le 3 janvier, il émet 24 heures sur 24, depuis le sous-sol de son chalet de Lourtier. Pour l'heure deux émissions quotidiennes sont à l'antenne: une matinale et un après-ski. Lennon pense déjà à Crans-Montana.

www.mountainradioverbier.com

Un nouveau télésiège à Crans-Montana

Vendredi dernier, Crans-Montana a inauguré officiellement son nouveau télésiège avec la présence d'une légende du ski alpin, Alberto Tomba. Ce télésiège fonctionne depuis fin décembre, il peut transporter 1800 personnes à l'heure au sommet de la piste Bellalui. La marque horlogère Audemars Piguet possède l'exclusivité pour se vendre sur cette ligne. Ce télésiège a remplacé un téléphérique et un téléski.

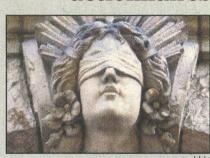
De grands chefs vont cuisiner au pied des pistes



Un nouveau rendez-vous gastronomique va naître à Châtel le 29 janvier, au pied des pistes. Douze chefs représentant chacun une des stations des *Portes du Soleil* s'affronteront. Chacun disposera de 45 minutes pour confectionner un plat avec de la fera et du fromage d'Abondance.

www.chatel.com

Litige financier important entre actionnaires



Le Tribunal cantonal condamne le patron de Télévessonnaz Jean-Marie Fournier à verser un million de francs à Pierre Delèze, ancien actionnaire de Télenendaz. L'avocat de Jean-Marie Fournier annonce un recours au tribunal fédéral contre «un jugement injuste et invraisemblable», dans «Le Nouvelliste». Pierre Delèze reproche à Jean-Marie Fournier et Philippe Lathion d'avoir passé secrètement un accord avec le groupe français Transmontagne, en occultant volontairement des faits. Cette plainte sera classée en 2008. Mais sur le plan civil Pierre Delèze avait déposé une action en paiement.



Malgré leurs nombreux atouts, les paysages jurassiens sont difficiles à vendre avec ou sans éoliennes.

Swiss-Image

Jura libre mais...

Le départ du directeur de Jura Tourisme met en lumière le long chemin que le tourisme jurassien doit faire pour s'affirmer.

MIROSLAW HALABA

Jura Tourisme doit se rechercher un nouveau directeur. Un épisode dont le tourisme jurassien est coutumier. Le départ de Philippe Flotiron porte, en effet, à cinq le nombre de directeurs et de directrices qui, en vingt ans, se sont succédé, dans des conditions assez semblables, à la tête de l'organisation faîtière. Dans l'annonce de son départ pour fin mars, Philippe Flotiron, qui a quand même passé sept ans à ce poste, soulève des problèmes de relations avec le canton. Son office, écrit-il, «manque d'indépendance financière» et est «de plus en plus» sollicité par le canton pour des projets qui ne sont pas toujours en phase avec la stratégie touristique

de la destination et qui ne correspondent pas à ses ressources. Il relève aussi que les rapports de confiance avec le service cantonal de l'économie «ne sont plus d'actualité».

Pierre Kohler pense que la tâche de l'office est difficile

Le canton ne s'est pas exprimé sur ces critiques, si ce n'est sur le profil que devra avoir le futur responsable de l'office. «C'est une personne qui devra être dans le terrain», a indiqué à la TSR, le ministre de l'économie, Michel Probst. Responsable du Centre de loisirs, de Saignelégier, André Willemin, est

du même avis: «Le futur directeur devra être beaucoup plus présent dans les bureaux d'accueil et aux manifestations.» Cette relative désignation du directeur ne signifie pas que le travail de l'office n'a pas été apprécié par les prestataires. «Je n'ai pas à me plaindre de la collaboration avec Jura Tourisme», note, par exemple, Trudy Vogt, la directrice de l'Hôtel National, à Delémont. Jean-Claude Cattin, l'un des initiateurs des «chemins du bio», lui emboîte le pas: «Nous avons toujours été satisfaits de la collaboration avec Jura Tourisme.»

Ils ne sont pas rares ceux qui, comme Pierre Kohler, le maire de

Delémont, estiment que Jura Tourisme a une tâche difficile. «Le tourisme n'est pas encore une activité économique qui est pleinement reconnue par tout le monde», dit-il. Ancien ministre jurassien de l'économie et actuel président de Suisse Tourisme, Jean-François Roth abonde dans ce sens: «Le tourisme jurassien revient d'assez loin. Pendant longtemps, le plus difficile a été le marketing interne, soit de faire prendre conscience à la population que le tourisme est un atout à exploiter».

La Transjurane et le Paris-Belfort pourraient désenclaver le canton

Ce départ à la tête de Jura Tourisme ne doit pas occulter les progrès du tourisme jurassien. «On fait du chemin, mais le chemin est long», note Jean-François Roth. Plusieurs réalisations sont là pour le montrer: création d'une Maison du tourisme, extension récente de l'offre du Centre de loisirs des Franches-Montagnes (cf htr du 13 janv.), ouverture d'un hôtel à Allé et, bientôt, d'un Ibis à Delémont. Depuis 2005, les nuitées ont progressé presque chaque année. Et des améliorations sont encore à venir. Jean-François Roth pense qu'un «grand saut» pourra être fait avec le désenclavement du canton provoqué par la Transjurane et le TGV Paris-Belfort.

Quelle sera la place de Jura Tourisme dans ce développement? Pour Philippe Flotiron, le succès du tourisme jurassien passe par la collaboration avec l'organisation de marketing Jura & Trois-Lacs. Cette organisation permet au canton du Jura d'être présent sur les marchés suisses et européens, dans les salons, dans les brochures à large diffusion. Elle a permis de multiplier par trois le budget de promotion sans apport de fonds publics supplémentaires. Une bonne chose serait, enfin aussi, que l'idée, déjà plusieurs fois évoquée, d'un contrat de prestation liant Jura Tourisme au canton devienne réalité.

Lauriers pour l'Ouest lausannois

Le Prix Wakker 2011 vient de tomber dans l'escarcelle des neuf communes de l'Ouest lausannois.

Patrimoine Suisse récomprend ainsi une vision urbanistique qui a débouché sur une mise en valeur intelligente du territoire.

EUGENIO D'ALESSIO

Grande première à l'occasion de la 40e édition du Prix Wakker: neuf communes, à savoir Bussigny, Chavannes, Crissier, Ecublens,

Prilly, Renens, St-Sulpice, Villars-Sainte-Croix et Lausanne, ont été distinguées simultanément. Aux yeux de Patrimoine suisse, les villes de l'Ouest lausannois ont mis sur pied, depuis une dizaine d'années, un concept urbanistique capable de renforcer l'esprit de quartier dans une région qui, a priori, ne projette guère une image identitaire.

Président de Patrimoine suisse et ancien conseiller d'Etat vaudois, Philippe Bieler estime que ce prix va métamorphoser la vision de l'Ouest lausannois, sans en faire, dans l'immédiat, une destination touristique de premier plan: «Cette région est marquée par sa dimen-

sion industrielle et son statut de zone parfois difficile. Or, depuis quelques années, les communes de l'Ouest lausannois se sont reprisées en main.» Et d'ajouter: «L'attribution du prix Wakker marque en fait le renouveau de ces neuf communes et renforcera l'attractivité globale des lieux. Et dans vingt ans, grâce aux nombreux projets en cours, elles présenteront le visage de villes de qualité où il fait bon vivre.»

Chargé de guider et d'accompagner ce développement urbanistique, le Schéma directeur de l'Ouest lausannois (SDOL) jubile. «Le prix Wakker est une reconnaissance pour la région et pour le travail d'in-



La nouvelle place du Marché au cœur de la commune de Renens.

G. Bally/Keystone/zvg

vestissement effectué récemment. Il marque le triomphe de la collaboration intercommunale, pivot

de notre philosophie», savoure Ariane Widmer, cheffe de projet au sein de la structure basée à Renens.

Le Geneva Pass est apprécié

A l'heure de dresser un premier bilan, Genève Tourisme & Congrès se montre très satisfait par son Geneva Pass. Ce dernier rencontre les faveurs des touristes et des partenaires.

ALEXANDRE NICOLIN



Geneva Pass a les faveurs des partenaires genevois.

Une des vocations de Genève Tourisme (GT), un de ses sacerdoces

qui l'amène à remettre chaque jour l'ouvrage sur le métier, est sans cesse de marteler qu'au-delà des organisations internationales et de la place financière, Genève est bel et bien «un monde en soi», pour citer la marque élaborée l'an dernier par GT afin de vanter la richesse de l'offre touristique genevoise. Lancé voici six mois, le Geneva Pass est une mise en pratique de cette mission.

Le séisme de Genève Tourisme s'est inspiré de Lyon ou Barcelone

«Le Geneva Pass promeut la diversité de notre ville. Il a créé un véritable effet boule de neige.

Grâce à lui, nos visiteurs découvrent des possibilités auxquelles ils n'auraient pas pensé», s'enthousiasme Militza Bodí, chargée de communication pour GT.

Le nombre de partenaires a augmenté ces derniers mois

Le séisme de GT, qui s'est installé de Lyon ou Barcelone, séduit par sa simplicité. A 25, 35 ou 45 francs, pour respectivement un, deux ou trois jours, vous vous procurerez auprès d'une antenne de GT ou auprès d'un partenaire, un petit guide sur lequel figurent les partenaires ainsi qu'une carte dotée d'un code barre et... la ville est à

vous. Musées gratuits, réductions pour des visites, spectacles à moitié prix ou voire même cadeaux etc. Tout ça à gogo (ou quasi).

Les partenaires, passés de 36 à 46 au cours des derniers mois, s'y retrouvent aussi. A l'instar des Corsoires, une société qui loue des vélos et organise des tours de ville en mini-train dont la gérante Nicole Urban déclare: «Ce passeport draine incontestablement du monde».

Et de poursuivre: «Ce qu'on perd d'un côté, par exemple GT nous rétrocéde quatre francs par course que nous facturons normalement huit francs à nos clients, on gagne de l'autre avec une fréquentation extrêmement dynamisée. Mais nous sommes certains de l'effet positif du Geneva Pass sur le long terme.»



Un service de thé du designer Thomas Kral réalisé dans le cadre du Master Luxe pour la marque Christofle.

«Tout est design»

En quinze ans, Pierre Keller a fait de l'ECAL une école connue dans le monde entier. Un master en design hôtelier en partenariat avec l'EHL sera lancé en octobre.

ALEXANDRE CALDARA

A six mois de la retraite, Pierre Keller bouillonne, directeur de l'Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL), n'a rien perdu de son enthousiasme:

«Notre école est une vitrine fantastique pour le Canton de Vaud. Rendez-vous compte, 30% de nos étudiants viennent de l'étranger et même 80% dans notre section Master Luxe. Notre école est très connue et très bien marché.» En effet, l'ECAL fait partie des dix écoles de design les plus réputées au monde et l'école pour une année coûte 1000 francs «quand bien même il faut débourser 30 000 dollars dans certaines

«The Hotel imaginé par Jean Nouvel, à Lucerne, est une réussite remarquable.»

Pierre Keller
Directeur de l'ECAL

Photos: idd

Mais Pierre Keller glisse quelques idées: «Chez nous, on peut développer un master suisse axé sur les chambres, la réception, les lumières. On va faire comprendre que tout est design, surtout l'accueil. Avec l'EHL, on peut créer un cours de sensibilisation à nos pratiques de designer.»

Lorsqu'il pense au monde hôtelier, son ami Jean-Jacques Gauer ne se situe jamais bien loin. Le directeur du Lausanne Palace & Spa est d'ailleurs un des partenaires



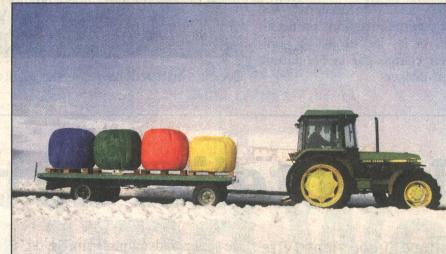
Le dessous de bouteilles imaginés par Martin Haldimann.



«Hang», les pièces modulables de Geoffroy Buthey.



Le bouillonnant Pierre Keller sur un trône de l'ECAL.



La vision de Manon Briad d'un cours sur les couleurs.

en incarner les valeurs et parfois c'est tellement minuscule, on n'arrive pas à bouger. Par contre The Hotel, imaginé par Jean Nouvel, à Lucerne est une réussite remarquable. L'actualité de l'ECAL se caractérise par deux expos à Paris, l'une à la Cité internationale des

«Mais il ne faudra pas me demander avis sur la dernière révision de l'AVS». Mais il se présentera pas au Conseil d'Etat: «C'est un peu tard, même si je serais peut-être plus à l'aise dans un exécutif.»

www.ecal.ch

Touche pas à mes pâtes... maison

La fin des pâtes? Jamais de la vie: la consommation est en hausse, la production aussi. Et parce que pour bien des établissements, la fabrication maison vaut vraiment le coup.

FRANZiska EGLI



Boom spectaculaire des pâtes fraîches.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes: les Suisses sont des mangeurs de pâtes. En 2009, par rapport à l'année précédente, la consommation de pâtes alimentaires a augmenté de 2%, pour atteindre 75 904 tonnes, soit 9,73 kg par personne, selon Swiss Pasta, l'Association des industries suisse des pâtes alimentaires.

Ce qui place la Suisse juste derrière l'Italie en tant que pays consommateur de pâtes. Et parmi les produits importés, à 95% en provenance d'Italie, les pâtes «Tipto Napoli», c'est-à-dire sans œufs, alors que les fabricants indigènes, comme Pasta Premium ou Jowa partent sur les pâtes aux œufs.

Ces chiffres n'englobent pas les pâtes fraîches dont la production connaît un boom spectaculaire depuis quelques années. «L'envie de «pasta fatta in casa» est forte»,

constate Giuseppe Farinato. Originaire d'Italie, ce dernier dirige non seulement le restaurant Wyden-Treff à Ebikon, mais se consacre aussi à la fabrication de pâtes. En récompense de son engagement au maintien de la tradition des pâtes, le ministère italien de l'économie et de l'agriculture l'a d'ailleurs élevé au rang de «Cavaliere». Il fournit Globus delicatessa, Jelmoli et plus de 50 restaurants. Pour les années 2009 et 2010, juge-t-il, ils ont enregistré une augmentation de 18 pour cent.

Dans la restauration, la frontière entre pâtes maison et achetées s'établit souvent entre pâtes farcies et pâtes simples. La fabrication des pâtes farcies est plus coûteuse, dit-on au Restaurant Luce, à Berne, qui mise sur les «pasta di nostra produzione». Semaine après semaine, on y consomme environ 40 kilos de

«strozzapreti» maison, fabriqués deux fois par mois. «Et tous les trois ou quatre mois, nous produisons 200 kilos de gnocchi», ajoute le directeur Sergio Baglieri. Les pâtes maison sont l'enseigne de l'établissement: «De nombreux clients viennent spécialement pour elles.»

Ingridenza, à Berne, produit journalièrement 500 à 700 kilos de pâtes fraîches et livre plus de 90 pour cent à la restauration, «le plus souvent des gnocchi jusqu'aux ravioli», relève Rolf Thalheim, le propriétaire de la fabrique de pâtes. «Vu que nous ne sommes pas si bien marché, notre clientèle est moins méditerranéenne, mais s'inscrit davantage dans la mouvance d'un Tibits ou de l'hôtellerie de luxe d'un Victoria-Jungfrau.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un article en page 14

Pêle-mêle

Une plasticienne d'elle-même à Gruyères



Swiss-Image

Des fictions photographiques pour sujet, l'esprit romantique du château de Gruyères comme écrit, Chantal Michel revient. L'accrochage joue des décalages de cette plasticienne d'elle-même. On pourra découvrir jusqu'au 15 mai quelques unes des œuvres de la créatrice, dont les natures mortes et les mises en dialogue avec Ferdinand Hodler, ainsi que des compositions inédites.

www.chateau-gruyeres.ch

Grandson: retour d'Othon III pour la Saint-Valentin

La Saint-Valentin sera célébrée dans les salons privés du château de Grandson, aux chandelles, le samedi 12 et le lundi 14 février. L'animation sera assurée par la troupe Lyric-Hic, trois chanteuses et un pianiste qui proposent un répertoire de chansons françaises. Des portraits de femmes: fatales, amoureuses, ingénues ou coquines. Les organisateurs rappellent qu'Othon III de Grandson s'est formé à la chevalerie et à la littérature et qu'il instaura la coutume de choisir sa dame de cœur à la Saint-Valentin.

www.amis-chateau-grandson.ch

Affiche glamour et inquiétante pour le Niffi

Le festival du film fantastique de Neuchâtel (Niffi) annonce un partenariat avec l'aéroport international de Genève. «Cette institution a été séduite par la qualité, l'originalité et la popularité du festival», annonce le Niffi dans un communiqué. L'affiche vient d'être dévoilée. Imaginée par l'agence chaux-de-fonnière Supero, elle présente une mise en scène glamour et inquiétante par un trucage classique. Cette onzième édition se déroulera du 1er au 9 juillet 2011.

www.niffi.ch

Un festival de BD bilingue prend ses quartiers à l'hôtel



idd

La deuxième édition du Comic-Festival BD bilingue aura lieu du vendredi 7 au samedi 9 octobre 2011 à Morat. Le festival aura pour cœur l'Hotel Murten et sa grande salle. Ce nouveau lieu offre un cadre et un charme idéal pour cet événement culturel au niveau national. Le programme se concentrera sur les thèmes du bilinguisme et du neuvième art et se déroulera en plusieurs endroits de la ville. Comic-Festival BD accueillera une vingtaine d'auteurs et de dessinateurs de tous horizons, des expositions et des débats autour du bilinguisme.

www.bd-bilingue.ch

la «der»

hter hotel revue No 3 / 20 janvier 2011

«Vu la situation du tourisme suisse, je suis presque obligé de passer mes vacances en Suisse.»

24

Christophe Darbellay Président du PDC

Russi, tsar de Villars

Villars a été le théâtre du «Snow for free» avec la légende vivante Bernhard Russi. Ou

quand un ancien champion de ski enseigne son art aux gosses des milieux urbains.

EUGENIO D'ALESSIO

Cette opération permet aux enfants des villes de passer une belle journée à la montagne, au lieu de rester plantés devant leur console de jeu. Et sur le plan touristique, tous ces jeunes sont des clients potentiels de notre destination.»

Serge Beslin, le directeur de Villars Tourism, ne cache pas son enthousiasme à l'heure de tirer le bilan du «Snow for free», qui s'est récemment tenu dans la station des Alpes vaudoises en présence de Bernhard Russi. A cette occasion, l'ancien champion olympique de Sapporo a encadré 84 adolescents âgés de 9 à 13 ans, pour la plupart

originaire de Lausanne. Ils ont pu goûter gratuitement aux joies de la glisse, comme le veut le concept mis en place par la Fondation Cleven-Becker et Bernhard Russi.

Responsable de l'événement dans les Alpes vaudoises, Marc-Henri Duc, le directeur de l'Ecole suisse de ski et de snowboard de Villars, partage l'engouement de Serge Beslin: «C'est vraiment sympa de voir skier gratuitement des jeunes issus de milieux urbains défavorisés. Assurément, le Snow for free est une belle et noble idée.»

En 2005, le concept peut compter sur un budget de 250 000 francs par saison. Chaque hiver, «Snow for free» emmène en station, quatre fois le mercredi après-midi, 2000 enfants de toute la Suisse au départ de huit villes: Lausanne, Morges et Saint-Prix pour la Suisse romande ainsi que Berne, Lucerne, Winterthour, Zurich et Saint-Gall pour la Suisse alémanique.

Sur place, les jeunes peuvent faire du ski sans bourse délier. Les coûts occasionnés par le transport en car postal, le matériel, les abonnements de remontées mécaniques et les leçons de ski sont pris en charge par la Fondation Cleven-Becker.



Bernhard Russi a accueilli à Villars plus de 80 enfants arrivés de Lausanne pour jouir des plaisirs du ski.



Quelques instructions bienvenues avant de sa lancer sur les pistes.



Des enfants lausannois alignés au garde-à-vous dans les Alpes vaudoises.

Un hôtelier de terrain pour Crans



Philippe Rubod prendra la barre de Crans-Montana Tourism en février.

Philippe Rubod vient d'être nommé à la direction de Crans-Montana Tourism. Ce Franco-Suisse succède à Dominique Fumeaux qui a été remercié en septembre dernier.

EUGENIO D'ALESSIO

«Je souhaite dynamiser l'image de la destination et contribuer à son développement en mettant en route de nouvelles synergies et en ouvrant de nouveaux marchés. J'ambitionne aussi de faire de l'accueil à Crans-Montana la nouvelle référence des Alpes suisses.» Philippe Rubod, qui prendra le gouvernail de Crans-Montana Tourism dès le 14 février, laboue avec précision les sillons de son action future.

Fort de ses trente ans d'expérience en Suisse romande et en Suisse alémanique, ainsi que dans le Golfe arabo-persique, le successeur de Dominique Fumeaux se profile comme un spécialiste en hôtellerie de luxe et en restauration. Ce Franco-Suisse de 54 ans est décret comme un homme de marketing et de communication, créateur de concepts et développeur de projets. Hôtelier de terrain, diplômé du General Managers

Program de la Cornell University, aux Etats-Unis, Philippe Rubod a dirigé, rénové ou planifié l'ouverture d'établissements ou de complexes hôteliers connus tels que le Bürgenstock Hotels & Resort (Les Quatre-Cantons) ou The Palace Ras al Khaimah (Emirats arabes unis).

Le nouveau directeur de Crans-Montana Tourism a également conçu et orchestré la rénovation historique de l'Hôtel d'Angleterre, à

Genève, rendez-vous de nombreuses célébrités, dont Michael Jackson, qui y séjourna plus de deux mois consécutifs.

Philippe Rubod est membre de l'European Hotel Managers Association et de l'Europe-China Hotel Management Experts Council. Chroniqueur gastronomique à ses heures, il se passionne pour l'histoire des palaces européens et pour la biographie de son modèle professionnel, le Valaisan César Ritz.

Le site hoteljob.ch offre un service adapté à ses clients

Des places d'apprentissage et de stage sont désormais accessibles gratuitement sur hotel-job.ch. Des avantages offerts tant aux demandeurs d'emplois qu'aux employeurs.

DANIEL STAMPFLI



Une plate-forme consacrée aux emplois dans l'hôtellerie.

Sur hoteljob.ch, la plate-forme consacrée aux emplois dans l'hôtellerie, la restauration et le tourisme, les entreprises peuvent désormais publier gratuitement leurs offres de places d'apprentissage et de stage disponibles.

Des avantages offerts tant aux demandeurs d'emplois qu'aux em-

ployeurs. Ainsi ces derniers ont un accès direct aux dossiers des postulants. Selon Barbara Koenig, directrice de la publication d'hotel revue, on dénombre chaque mois plus de 30 000 visites avec plus de 400 000 pages consultées. Les postulants peuvent publier leur candidature

gratuitement sur le site, attirant ainsi quotidiennement l'attention des employeurs sur leur profil. Grâce à un abonnement de recherche gratuit, ils sont également régulièrement tenus au courant des nouvelles offres publiées.

Sur le site www.hoteljob.ch, tous

les profils de formation et de perfectionnement sont de surcroît décrits de manière détaillée. Et le calendrier des cours est régulièrement mis à jour.

Enfin, autre service disponible: les offres d'emploi gratuites pour les métiers d'hôtellerie sont sur les pages des associations régionales.

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un texte en page 2

Un nouveau directeur pour GastroSuisse

Bernhard Kuster (photo) est le nouveau directeur de GastroSuisse. Le 1er février prochain,



ce docteur en sciences économiques de 36 ans succédera à Anton Schmutz, lequel avait jeté l'éponge en septembre dernier en raison de divergences sur la gestion de l'organisation. Bernhard Kuster travaille pour le compte de GastroSuisse depuis 2007.

Les gens

Vanessa Kellerhals sur le toit du monde

Vanessa Kellerhals, du Dolder Grand Hotel de Zurich, vient de remporter en Nouvelle-Zélande le David Campbell Trophy 2011, qui consacre la meilleure ou le meilleur réceptionniste sur le plan international. Ce concours est organisé depuis 1995 par l'Amicale



internationale des chefs de réception et sous-directeurs des grands hôtels (AICR).

Un coordinateur régional nommé aux CFF



Michel Berchtold accédera, dès le 1er mars, au poste de coordinateur général régional des CFF pour la Suisse nord-occidentale. Il sera l'interlocuteur des cantons d'Argovie, de Bâle-Campagne, de Bâle-Ville, de Soleure et du Jura en vue de la recherche de partenaires compétents. Michel Berchtold, 43 ans, a étudié l'économie d'entreprise à l'Université de Berne. eda

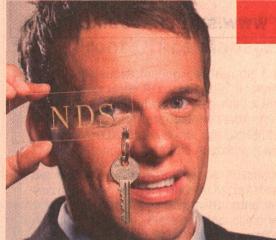
stellenrevue htr marché d'emploi

htr hotel revue Nr. 3 / 20. Januar 2011



Aktuell über 800 Hotel- und Gastronomiejobs in der Schweiz.

Besuchen Sie WWW.HOTEL-CAREER.CH



Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

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



Mitarbeiter suchen – Mitarbeiter finden

www.hoteljob.ch

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

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung	2
Direktion/Kaderstellen	3-5
Deutsche Schweiz	4-9
Suisse romande	10
Svizzera italiana	11
International/Marché international	10
Stellengesuche/Demandes d'emploi	-
Immobilien	12

Marketing

Web 2.0 und Social Media bringen neben vielen Veränderungen auch viele neue Chancen.



Bildautor

Social Media und Web 2.0



BRUNO BLUM

SOCIAL MEDIA BERATER
PARTNER VON BLUM, BRYANT AG
WWW.BLUMBRYANT.CH

Noch stehen wir am Beginn des neuen Jahres – und am Jahresanfang sollte man von Themen sprechen, die Grund zu Optimismus geben. Deshalb möchte ich in diesem Artikel von Social Media sprechen. «Ausgerechnet Social Media», werden bestimmt einige Leserinnen und Leser jetzt aufstöhnen. «Ausgerechnet jenes Thema, das uns Hoteliers mit den Bewertungs- und Buchungsplattformen unter zunehmenden Druck setzt und uns mit dem ganzen Gesturm um Facebook & Co. zusätzliche Arbeit beschert.»

Veränderungen

Zugegeben, die neuen Online-Distributionskanäle bringen Veränderungen ins Marktgefüge – nicht nur für Hotels, sondern auch für Destinationen. Sie verändern die

Evaluations- und Buchungsgewohnheiten der Gäste. Sie bringen neue Mittler und Vermittler ins Spiel, die mit Provisionsforderungen in die Wertschöpfungskette drängen. Sie schaffen eine Transparenz und unmittelbare Vergleichbarkeit, wie es sie bisher noch nie gegeben hat. Und sie wecken beim Gast neue Begehrlichkeiten bezüglich Kommunikation und Betreuung über den Aufenthalt vor Ort hinaus. Es sei hier nicht bestritten, dass die Entwicklung von Web 2.0 und Social Media – wie immer bei umwälzenden Veränderungen – mit Verunsicherungen, Umwegen und auch Mehraufwand verbunden ist. Und ganz gewiss wird sich das Gefüge mit all den neuen Kommunikations- und Distributionskanälen, mit den neuen Marktteilnehmern und Marktmechanismen noch ver-

ändern (müssen). Zugejagt das ganze Thema, als dass die aktuellen Parameter bereits als «State of the Art» für die Zukunft gelten könnten.

Direkter Marktzugang

Aber eines lässt sich für die Tourismusbranche jetzt schon sagen: Web 2.0 und Social Media sind eine einzigartige Möglichkeit, direkten Zugang zu den Märkten und zu den (potenziellen) Gästen zu erhalten. Gerade für die kleineren Hotels und Destinationen, die nicht über hoch dotierte Marketing-Budgets verfügen. Denn mit Web 2.0 und Social Media ist Distribution nicht mehr in erster Linie eine Geldfrage. Mehr Prospekte drucken und sich mehr Porto für Postmailings leisten zu können, verliert an Bedeutung als Wettbewerbsvor-

teil. Oder umgekehrt: zu wenig Budget für den Kauf von Inseraterräumen zu haben, wird weniger bedeutend im Kampf um Beachtung bei den Zielgruppen. Denn online fallen für die Distribution keine grossen Kosten an. Entscheidend für das Ankommen bei den Zielgruppen ist der Inhalt, sind die Angebote, die Ideen, ist die Fantasie, die Authentizität, die Spontaneität, das Überraschende, das Persönliche, das Einzigartige – aber auch der Fleiss: es gilt beharrlich, minutiös und kontinuierlich die verschiedenen Kanäle zu managen. Ich will damit keineswegs behaupten, Social Media Marketing sei billig. Aber die Kosten lassen sich zu einem schönen Teil mit der Währung «Cleverness» und «Engagement» bezahlen. Und in dieser Währung verfügen auch kleinere Anbieter oft über ganz grosse Budgets...

Alles über Aus- und Weiterbildung

www.hoteljob.ch



Sprachaufenthalte

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

Entdecken Sie den neuen hoteljob.ch – jetzt auch mit Aus- und Weiterbildung!

hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

LOGIN REGISTRIEREN KONTAKT DE FR IT

DIREKTION / GESCHÄFTSLEITUNG

Jobangebote per sofort 4
Alle Jobangebote 16

MARKETING/VERKAUF/KVIT

Jobangebote per sofort 6
Alle Jobangebote 14

REISELEITUNG/ TOURISMUS

Bewerberprofile 3
Alle Jobangebote 14

Direction / Geschäftsführung 16
Marketing/Verkauf/KVIT 14
Reiseleitung/ Tourismus 0
Reception/Reservation 35
F&B/Catering/Events 21
Küche 142
Service / Restaurants 135
Hausratschaff 12
Beauty/Wellness/Fitness 2
Lehrstellen/ Praktikum 8
Diverses 9

www.zuerich-hotels.ch

www.horega.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 Hohmeier

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

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

Anzeigen-Immendienst / Service des annonces: Angela Di Renzo Costa, Patricia Nobs Wyss, Alain Hänni

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

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

Anzeigenkatalog (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/quadrat CHF 2.10
– Stellenangebote / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadrat CHF 2.10
– Kaderrubrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadrat CHF 2.30

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

Immobilienrevue / marché immobilier – Kleinanzeigen / petites annonces

– Immobilien / immobilier – Kleinanzeigen / petites annonces CHF 1.60 4-farbig/quadrat CHF 2.10

1 GZD bis spätestens Freitag vor Erscheinen – zusätzliches GZD werden mit je CHF 30.– verrechnet.

Termine	Ausgabe / Numéro	Nr. 4/2011	Nr. 5/2011	Nr. 6/2011	Nr. 7/2011
– Erscheint / Parution	27.1.2011	3.2.2011	10.2.2011	17.2.2011	
– Anzeigenschluss / Délai	24.1.2011	31.1.2011	7.2.2011	14.2.2011	

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

Doppelnummern Numéros couplés Nr. 27/28 / 7.7.2011 Nr. 29/30 / 21.7.2011 Nr. 51/52 / 22.12.2011

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

Auflage WEMF-beglubigt 2010 / tirage contrôlé REMP 2010: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 9814 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 467 Ex.
Druckauflage / tirage imprimé: 13 000 Ex.

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.



Das neue Hotel Krone in Buochs / Nidwalden

Das komplett neu umgebauten Hotel Krone im Zentrum von Buochs sucht den/die Gastro Profi. Dieser trendige Betrieb mit neuem Design hat Ambiente, eine stilvolle Einrichtung und erlesene Materialien...eine Herausforderung für Macher!

- Buochserstube 70 Plätze
- Bar/Lounge 30 Sitzplätze
- Restaurant 54 Sitzplätze
- 16 grosszügige Zimmer
- 4 Longstay-Appartements
- 2.5-Zimmer Dachwohnung

Fairer Mietzins, Vermietung per April 2011. Fact Sheet und Bilder Rohbau auf www.katag.ch

Kontaktieren Sie Martin Küttel oder Stephan Kurmann und senden Sie uns Ihre Unterlagen.

KATAG TREUHAND AG
ARSENALSTRASSE 40, 6011 KRIENS
TEL. 041-317 37 37 / FAX 041-317 37 38
skurmann@katag.ch / www.katag.ch



Das Einstein St. Gallen**** liegt inmitten des wunderschönen und weltbekannten Klosterviertels der St. Galler Altstadt. Das Hotel verfügt über 113 Zimmer und Suiten, ein Panorama-Restaurant, eine Bar sowie im Kongresszentrum über verschiedene Räumlichkeiten für Bankette und Seminare bis 440 Personen und ein Café-Bistro.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen

Front Office Manager (m/w)

Zu Ihren Hauptaufgaben gehören die Führung und Organisation unserer Hotel Reception, die persönliche Gästebetreuung, das Arbeiten mit unserem Reservationssystem Protel, die Betreuung unserer Reservations-Plattformen, das Erstellen der Debitorenrechnungen sowie das Sicherstellen und Fördern des Qualitätsstandards und die Ausbildung eines KV-Lehrlings.

Sie haben eine entsprechende Ausbildung in der Hotellerie, vorzugsweise einem Hotelfachschulabschluss und konnten schon mehrere Jahre Berufserfahrung in einer gleichwertigen Position sammeln. Sie sind eine gastorientierte und kommunikative Persönlichkeit, welche es versteht, unsere Gäste zu begeistern und unsere Mitarbeiter zu führen und zu aussergewöhnlichen Leistungen anzuregen. Ausserdem beherrschen Sie die Sprachen Deutsch und Englisch sehr gut und verfügen über gute Französischkenntnisse.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:

Einstein St. Gallen AG
Frau Myriam Oberholzer
Berneggstrasse 2, CH-9000 St. Gallen
Telefon 071 227 55 80
myriam.oberholzer@einstein.ch
www.einstein.ch

Top neue Küche | 4-Stern-Superior Hotel | Profi-Management

Auf hohem Niveau kochen, den persönlichen Kontakt zum Hotel-/Restaurant-Gast aktiv pflegen, kreativ und vorausschauend Angebote planen sowie attraktives Präsentieren kulinarischer Köstlichkeiten sind die drei Schwerpunkte! Grössere Um- & Neubauten ermöglichen in Kürze die Einweihung einer top neuen Küche! Ort des Geschehens: Bestekanne, lifestyle-geprägte Feriendestination nur eine gute Autostunde von Zürich entfernt.

«Zeit für das Echte, Zauberhaft persönlich» Mit diesen beiden gelebten hohen Ansprüchen gelingt es unserem Auftraggeber immer wieder aufs Neue positiv zu überfliegen. Drei Restaurants – das Gourmet-Restaurant auf Stufe 15 GM – eine weit über 1000 m² grosse ausgezeichnete Wellness-Oase und eine insgesamt hervorragende Hotel-Infrastruktur mit gelungener Inneneinrichtung bilden ein harmonisches Ganzes.

Küchenchef/in mit Flair für Top Cuisine

oder starker Sous-chef mit Potential zur Führung der 16-köpfigen Brigade

In einem anerkannten Spitzenbetrieb haben Sie bereits einige Jahre Führungspraxis gesammelt. Diese wertvollen Erfahrungen in einem namhaften Hotelbetrieb umzusetzen sehen Sie gleichermassen als Chance und Herausforderung. Ihr Idealprofil: Exzellenter «Hands-on Chef de Cuisine» oder erfahrener starker Sous-chef mit entsprechenden Leistungsausweisen auf dem Sprung zum Executive Chef.

Weitere Highlights der Stelle: Ganzjährige Anstellung trotz saisonalen Charakters, kurze Entscheidungswege, Mitglied des Kaders, Freiraum für Direktkontakte zum Gast. Der Eintrittstermin kann flexibel gehandhabt werden. – Interessiert? Organisatorisch starke Küchenfachpersonlichkeiten informieren ich gerne! Idealweise vorab CV/Foto online senden oder anrufen. Ich freue mich auf das Gespräch mit Ihnen! **Angela Schäfer**

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00 · Fax +41 44 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
angela.schaefer@schaeferpartner.ch

1079-5072

Adecco Hotel & Catering
better work, better life

Aarau – Basel – Bern – Genève –
St. Gallen – Luzern – Lausanne – Zürich
0800 880 830 [adecco.ch](http://www.adecco.ch)

HOTEL LINDENHOF

Das 3-Stern-Erlebnis-Hotel am schönen Brienzersee mit 40 Themenzimmern und über 80 Betten, 2 Restaurants, grosse Seeterrasse, ideale Bonkt- und Seminarräumlichkeiten mit Hallenbad und Wellnessangebot. Alles in ruhiger, grosszügiger, grüner Umgebung, für Gäste, die das Besondere suchen!

Auf 1 April 2011 oder nach Vereinbarung suchen wir in Jähneshalle eine

Hauswirtschaftsleiterin (d/f)

Sind Sie diejenige Person, welche ...

... ein erfahrenes Team zielorientiert führen kann?

... mit diesem überdurchschnittliche Leistungen erbringt?

... unsere auszubildenden Hotelfachfrauen betreut und begleitet?

... was weiß ökologische Grundsätze sind?

... die wirtschaftlichen Zusammenhänge erkennt?

... eine effiziente Einsatzplanung praktisch umsetzt?

... das Departements-Netzwerk pflegt?

... als Teamleiterin motivierend am selben Strick zieht?

... häktäufig in Zimmer und Lingerie mithilfen kann?

... den Gästefreundlichkeit zum wirklichen Erlebnis macht?

Wenn Sie diese Person sind, freuen wir uns auf Ihre ausführlichen Unterlagen!

Hotel Lindenhof CH-3855 Brienz / 033 952 20 30 / www.hotel-lindenhof.ch

Bauschänzli



Für unseren geschickträchtigen und gleichzeitig äusserst lebendigen Betrieb **Bauschänzli** mit dem **Biergarten** und à la carte Restaurant **Limmatblick** auf der **Sommerinsel** in Zürich gelegen, suchen wir für die kommende Sommersaison professionell auftretende **Persönlichkeiten** (m/w) für folgende Positionen:

Einen **KÜCHENCHEF** per März/April 2011. Sie leiten unsere Küche und dazugehörige Grillstation im Free Flow mit 9 Mitarbeitern. Mit Souveränität und Begeisterung am Beruf bieten Sie unseren Gästen ein kulinarisches Erlebnis. Neben der Mitarbeiterführung legen Sie Wert auf einen kostenbewussten Mittelleisatz.

Einen **CHEF DE SERVICE** per April 2011. Als Verantwortlicher für das Restaurant und die Lounge mit 150 Plätzen stellen Sie einen reibungslosen Serviceablauf sicher. Ihre besonderen Fähigkeiten liegen in der Kommunikation und dem Umgang mit Gästen und Mitarbeitern.

Weitere Stellen per April 2011 oder nach Vereinbarung als

KOCH/ HILFSKOCH

SERVICEMITARBEITER

GRILLMITARBEITER

AUSHILFSMITARBEITER

Verfügen Sie über eine abgeschlossene Berufslehre und Erfahrung in den entsprechenden Funktionen, sowie gute Deutschkenntnisse? Teamfähigkeit, Zuverlässigkeit und eine hygienische Arbeitsweise gehören zu Ihren Stärken? Sie behalten auch in hektischen Momenten den Überblick? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

Fred Tschanz Management AG

Diego Salis, Personalleiter, 044 267 47 64, Limmatquai 2, 8024 Zürich
diego.salis@tschanz-management.ch
www.bauschaenzli.ch

1079-5073



Grand Hotel Villa Castagnola

Das Grand Hotel Villa Castagnola, einziges 5-Sterne-Superior-Hotel in Lugano, renommiert für Tradition und Prestige und direkt am Ufer des Lagonersees gelegen, öffnet seinen Gästen 60 Zimmer und 23 Suiten, drei Gourmet-Restaurants «Le Relais» mit der Terrasse im Garten und das «Galleria Arté al Lago» (1 Stern Michelin), Konferenz- und Bankett-Räume sowie 2 Rezidensien und ein Wellness Corner.

Um unser junges und dynamisches Team zu verstärken, suchen wir ab 1. März 2011

einen Junior F&B Manager (m/w) (Jahrestelle)

mit guten Sprachkenntnissen (I, D, E, F), Erfahrung mit dem PMS «Fidelio», gastorientiert, flexibel, qualitätsbewusst sowie Enthusiasmus im Umgang mit unseren anspruchsvollen Gästen.

Diese verantwortungsvolle Position verlangt profundes Fachwissen. Sie haben ausgewiesene Service-Erfahrung und sehr gute administrative Kenntnisse. Ebenfalls verkaufen Sie Seminare und Bankette, besprechen Menüs und Weine, betreuen unsere Kunden während den Veranstaltungen.

Wir bieten ein traditionelles Haus an bester Lage, gutes Arbeitsklima sowie interne Entwicklungsmöglichkeiten.

Es können nur Kandidaten, die dem gesuchten Profil entsprechen, berücksichtigt werden.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Foto und Zeugniskopien.

Ivan Zorloni, Direktor
Grand Hotel Villa Castagnola au Lac
Viale Castagnola 31, 6906 Lugano
Tel. 091 973 25 55
www.villacastagnola.com
hr@villacastagnola.com

gesucht wird unser/e neue Chef de Rezeption mit einem Flair für den Verkauf

Wir freuen uns auf Sie:

solide ausgebildet - organisiert - dreisprachig - gästebezogen - lösungsorientiert - teamfähig - flexibel - durchsetzungsfähig - selbstständig - kreativ - Fidelio und Buchungsplattformen erfahren

Wir bieten Ihnen:

eine Jahrestelle in einem interessanten und abwechslungsreichen Umfeld - sehr selbständiges arbeiten mit Ihrem Team - faire Arbeitsbedingungen - eine weitere Stufe auf Ihrer Karriereleiter

Eintritt: 1. März oder nach Vereinbarung

Fühlen Sie sich angesprochen und wollen Sie, diese Herausforderung annehmen, dann senden Sie Ihre kompletten Unterlagen an

Hotel Merian AG
Frau Elisabeth Füeg
Rheingasse 2
4058 Basel
elisabeth.fueeg@hotelmerianbasel.ch
www.hotelmerianbasel.ch

1079-5073



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

Service-Mitarbeiter/In mit Erfahrung (100%) und Koch (100%)

Perfekte Deutschkenntnisse sind Voraussetzung. Mitarbeiterzimmer sind vorhanden.

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

Carlton Zürich AG, Stephan Ramseier
Bahnhofstrasse 41, CH-8001 Zürich
Tel. +41 44 227 19 13 Fax. +41 44 227 19 27
E-Mail: ramseier@carlton.ch



Das Grand Hotel Villa Castagnola, einziges 5-Sterne-Superior-Hotel in Lugano, renommiert für Tradition und Prestige und direkt am Ufer des Ligeransees gelegen, offeriert seinen Gästen 60 Zimmer und 23 Suiten, die Gourmet-Restaurants «Le Relais» mit der Terrasse im Garten und das «Galleria Arté al Lago», Konferenz- und Bankett-Räume sowie 2 Residenzen. Um unser junges und dynamisches Team zu verstärken suchen wir

2. Gouvernante

Eintritt per 1. März 2011 (oder nach Vereinbarung)

Sie sind fachlich gut ausgebildet und haben Freude in einem 5***S Hotel zu arbeiten. Sie sind kundenorientiert, setzen auf Qualität, sind motiviert, belastbar und flexibel betr. Arbeitszeit und bewahren auch bei grossem Arbeitsaufwand die Ruhe.

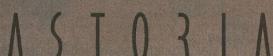
Neben Italienisch verfügen Sie auch über gute Deutsch- und Englischkenntnisse.

Sie haben bereits langjährige Erfahrung in gleicher Stellung und sind willig, die Gäste zu verwöhnen und den Teamgeist zu pflegen.

Wenn Sie eine neue Herausforderung suchen, Sie diese abwechslungsreiche und interessante Aufgabe ansprechen und Sie gerne in der Sonnenarena arbeiten möchten, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto und Zeugnissen senden Sie bitte via Post oder E-Mail an unten stehende Adresse. Es werden nur Bewerbungen in Betracht gezogen, welche die oben genannten Anforderungen erfüllen.

Ivan Zorloni, Direktor
Grand Hotel Villa Castagnola
Viale Castagnola 31
6906 Lugano
hr@villacastagnola.com



Willkommen im Mittelpunkt des Geschehens

Das Hotel Astoria ist das führende First Class Hotel mit 250 voll klimatisierten Hotelzimmern und 12 höchstdurchfluteten Tagungsräumen im Herzen der Stadt Luzern. Unseren Gästen bietet die Extraklasse eine einzigartige Atmosphäre. Im Thai Garden steht Ihnen ein einzigartiges Gault Millau ausgezeichnetes Königlich-thailändische Küche vom Feinsten. Im Trendlokal «Mekong» bekochen wir unsere Gäste mit heiß geliebtem asiatischem «Street-Food». Hausgemachte Pasta und Holzofen-Pizza servieren wir im wohl schönsten Restaurant der Stadt «La Cucina» mit 13 Punkten Gault Millau.

Wir suchen eine charakterstarke, dynamische und unternehmerisch denkende Persönlichkeit als

Vizedirektorin Rooms Division

Sie tragen die Verantwortung für die Organisation des gesamten Bereichs «Rooms Division». Sie bringen langjährige Erfahrung in einer ähnlichen Position in der gastronomischen Cateringbranche mit. Sie sind in einem modernen Housekeeping Front Office und Seminarbau bzw. Konferenzen. Sie sind es sich gewohnt, anspruchsvolle Küche professionell zu betreuen und Ihre MitarbeiterInnen stets zu schulen. Mit ihrem situativen Führungsstil motivieren Sie Ihr Team. Den Arbeitsleitern vermitteln Sie gerne ihr breites Fachwissen. Sie lieben Qualität und Präzision, sind ein guter Analytiker und Gaster und auch in der Lage, aktiv die verschiedenen Abteilungen zu unterstützen. Sie überzeugen durch Ihre Kommunikationsfähigkeit und beherzen Deutsch und Englisch. Ihre Organisationsgeschick, Ihre Flexibilität und Ihre Führungserfahrung kommen dabei vollumfänglich zum Tragen.

Wenn Sie als initiativ, kompetente und teamfähige Fachperson ein längerfristiges Engagement suchen freuen wir uns auf Ihr vollständiges Bewerbungsmuster mit Foto. Die vertrauliche Behandlung Ihrer Angaben ist für uns Pflicht und Selbstverständlichkeit. Eintritt nach Vereinbarung. Wir bieten Ihnen ein optimales Arbeitsumfeld und die Herausforderung, in einem sich immer weiter entwickelnden Hotelunternehmen tätig zu sein. Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche und anspruchsvolle Arbeit in einem dynamischen und aufgeschlossenen Team.

Neugierig? Freiher erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto. Frau Karine Schweizer freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme!

Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, 6002 Luzern
Tel. +41 (0)41 226 88 22, hrmanager@astoria-luzern.ch, www.astoria-luzern.ch

Gesucht per 1. April 2011

Sushi-Koch (m) 100%

Gelernter Sushi-Koch mit Erfahrung, Nationalität Japaner für japanisches Restaurant in der Stadt Bern

Bewerbungen bitte an:

Restaurant Kabuki
p. Adr. Shinji Tanaka, Stegretiweg 4b, 3110 Münsingen
E-Mail: stanaka@bluewin.ch www.tanaka-restaurant.ch



Planzer Gebäudereinigung AG

Seit 20 Jahren reinigen wir fröhlich-gründlich unzählige Zuger Haushalte und Büros und bieten massgeschneiderte Dienstleistungen im Bereich Facility Services an.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

**Teamleiter/in 100%
Führungs- und Organisationstalent**

Wir bieten Ihnen ein vielseitiges Aufgabengebiet, Entwicklungsmöglichkeiten und ein aufgestelltes Team. Sie planen die Einsätze Ihrer MitarbeiterInnen und übernehmen die Koordination mit den Kunden, führen Qualitätskontrollen durch, führen und schulen die MitarbeiterInnen und reinigen bei Bedarf auch selbst mit.

Sei haben einige Jahre Führungserfahrung in der Hotellerie, vorzugsweise als Fachfrau Hauswirtschaft, sammeln können und sind es sich gewohnt, Prioritäten zu setzen, Entscheidungen zu fällen und selbstständig zu organisieren. Idealerweise haben Sie bereits Erfahrungen in der Reinigungsbranche gesammelt.

Unsere Kunden erwarten eine gepflegte und kontaktfreudige Person, welche sich perfekt in Deutsch ausdrücken kann. Zudem sprechen Sie italienisch und/oder portugiesisch.

Interessiert? Zögern Sie nicht und senden Sie Ihr Dossier an Jacqueline Wüthrich, Planzer Gebäudereinigung AG, Hofstrasse 10, 6301 Zug, E-Mail: jacqueline.wuethrich@gruendlich.ch.

fröhlich-gründlich

Planzer Gebäudereinigung AG

Tel. 041 710 22 12 - fruendlich@gruendlich.ch - www.fruendlichgruendlich.ch

*****HOTEL KREUZ**

OBERE DORFSTRASSE 1
CH-5034 SUHR

Unser historisches Haus blickt auf eine 400-jährige Geschichte der Gastfreundschaft zurück. Doch wir schauen stets vorwärts und suchen auf April 2011 oder nach Vereinbarung einen

Küchenchef m/f

Sie sind motiviert, initiativ und tragen entscheidend zur Umsetzung des Konzeptes bei. Sie legen Wert auf gute Mitarbeiterführung und behalten in stressigen Situationen den Überblick.

Zudem suchen wir einen

Chef de Partie m/f

Haben Sie Freude an Ihrem Beruf? Verfügen Sie über eine abgeschlossene Berufslehre als Koch? Haben Sie den PW-Führerschein und evtl. bereits Cateringfahrung?

Wenn Sie eine dieser Herausforderungen anspricht und Sie diese Eigenschaften mitbringen, dann freuen wir uns über Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:

Hotel zum Kreuz; Daniel Goetschi

Obere Dorfstrasse 1,

CH-5034 Suhr (nahe Aarau)

www.kreuz-suhr.ch / goetschi@kreuz-suhr.ch

ein Betrieb der AARGAUHOTELS.CH

MY STOP

Die Gotthard Raststätte ist eine der führenden Autobahnstätten der Schweiz – auf der A2 im Kanton Uri – zwischen Luzern und Lugano/Locarno. In unseren Selbstbedienungsrestaurants beidseits der Autobahn erwarten unsere Gäste eine speditiv, abwechslungsreiche und qualitativ einwandfreie Küche. Im MY STOP SHOP bieten wir unsere Reisenden und Pendler ein attraktives Angebot von MY STOP Produkten, MY STOP REGIONAL Produkten, Frischwaren, Zeitungen und Magazinen, CDs und DVDs, Autopflegeprodukten und Souvenirs.

Für dieses interessante und abwechslungsreiche Umfeld suchen wir

eine/n Leiter/in Restauration

In dieser Position sind Sie verantwortlich für den reibungslosen Ablauf in unseren Selbstbedienungsrestaurants sowie der fortlaufenden Weiterentwicklung des F&B Angebotes. Als Vorgesetzter sind Sie ein Vorbild für Ihre Mitarbeitenden und unterstützen das operative Geschäft auch an der Front. Überdies sind Sie für die Sicherstellung einer einwandfreien Produkte- und Servicequalität verantwortlich.

Ihr Profil

Sie verfügen über eine abgeschlossene Hotelfachschule sowie mehrjährige fundierte Erfahrung in einer ähnlichen Position.

Unsere Anforderungen

Sie sind sich zielorientiertes Arbeiten gewohnt und verstehen es, Ihre Mitarbeitenden zu motivieren und zu führen. Sie sind flexibel und schätzen neue Herausforderungen, wobei Sie auch in hektischen Situationen die Ruhe und Übersicht bewahren.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf und Zeugnissen

Gotthard Raststätte, A2 Uri AG, 6467 Schatzdorf
Gaby Walker, Personalleitung
Tel. 041 875 05 90
gaby.walker@mystop.ch
www.mystop.ch



Die POSCOM Ferien Holding AG mit der Marke Ferienverein ist Eigentümer und Betreiber von vier Hotels in der Schweiz und zwei Ferienanlagen im Mittelmeerraum. Dank unserer konsequenten Mehrgenerationenausrichtung, einem hohen Anteil an Stammgästen und einer Infrastruktur, die in der Mittelklasshotellerie ihresgleichen sucht, verfügen wir über eine starke Marktposition. Weitere Informationen finden Sie unter www.ferienverein.ch.

Für die operative Gesamtleitung der Gruppe am Hauptsitz in Bern suchen wir eine Persönlichkeit als

VORSITZENDE/N DER GESELLSCHAFTSLEITUNG

Ihr Herausforderung

Mit dieser anspruchsvollen Aufgabe übernehmen Sie die Verantwortung für die operative Gesamtleitung der POSCOM Ferien Holding AG und ihrer Tochtergesellschaften. Sie setzen die langfristig ausgerichtete Strategie des Verwaltungsrates um. Ihnen obliegt die personelle Führung der zentralen Bereiche in Bern und der Direktoren unserer Hotel- und Ferienanlagen. Sie tragen gegenüber dem Verwaltungsrat die Verantwortung für die jährlichen Ertrags-, Kosten- und Investitionsbudgets aller Betriebe mit rund CHF 50 Mio. Umsatz. Sie bauen neue Vertriebskanäle und Key Accounts auf. Ihr Ziel ist es, den Ferienverein als Schweizer Hotelgruppe im 3-Sterne-Bereich mit ausgezeichnetem Preis-Leistungs-Verhältnis zu etablieren, eine mittelständische Kundschaft in der Schweiz und in westeuropäischen Ländern anzusprechen und als künftige wiederkehrende Gäste zu gewinnen.

Ihre Kompetenzen und Erfahrungen

Sie besitzen eine höhere Ausbildung, vorzugsweise in Betriebswirtschaft und Marketing. Sie sind **integriert** - und strahlen dies auch aus; sind **führungsstark** und **integrationsfähig** und ein **Verkaufstalent**. Sie denken und handeln **betriebswirtschaftlich**. **Ausgezeichnete Kommunikation** auf allen Ebenen zählt zu Ihren Stärken. In der deutschen Sprache sind Sie stilistisch und Sie verfügen über sehr gute Französischkenntnisse. Weitere Sprachkenntnisse (It. Sp. El) sind von Vorteil.

Unsere Leistungen

Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle, abwechslungsreiche und vielseitige Aufgabe in einem herausfordernden, spannenden und lebhaften Umfeld. Es erwarten Sie ein motiviertes Team am Hauptsitz in Bern und sechs äußerst kompetente Hoteldirektoren im in- und Ausland. Unsere Anstellungsbedingungen sind fortschrittlich und wir sind bereit, ein leistungsgeprägtes Gehalt mit einem zusätzlichen erfolgsabhängigen Anteil zu entrichten.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, die Sie bitte an folgende Adresse des Präsidenten des Verwaltungsrates richten:

RA Felix Rutschmann, Dufourstrasse 48, Postfach 269, CH-8024 Zürich
oder f.rutschmann@slawyer.com; T +41 44 217 70 10

www.ferienverein.ch



Just be as you are

Restaurants
Bars
Banketts
Events

Täglich geöffnet
ab 10 Uhr

Nach Vereinbarung suchen wir in Allschwil / Basel einen

Geschäftsführer/in

Unser Betrieb verfügt über 400 Plätze in den verschiedenen Restaurants, 300 Sitzplätze in der Gartenwirtschaft und beschäftigt 35 bis 40 Mitarbeiter.

Kernaufgaben:

Planen, organisieren und kontrollieren der Abläufe und Aktivitäten Operative Leitung der Restaurants und Bars Arbeitsplanung und Banketttofferten Budgetverwaltung und Controlling

Führen der Finanz- und Lohnbuchhaltung

Anforderungen:

Basisausbildung als Koch
Abgeschlossene Hotelfachschule
Fluorierende Muttersprache
Deutsch und Englischkenntnisse in Wort und Schrift
25 bis 35 Jahre alt

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@zic-zac-basel.ch | www.zic-zac-basel.ch

10380-5649

Zur Neueröffnung im April 2011 suchen wir

CHEF DE PARTIE m/w

KÖCHE m/w

SERVICEMITARBEITER m/w

Stellenantritt per 15. März 2011

Mehr Infos und weitere Jobangebote auf www.hotel-belvoir.ch



Das Hotel mit Seeblick für Mitarbeiter mit Weitblick.
Hotel Belvoir, Säumerstrasse 37, 8803 Rüschlikon
Telefon +41 44 723 83 83, info@hotel-belvoir.ch

10379-5623

CARLTON.

RESTAURANTS & BAR

Die Carlton Zürich AG ist seit 10 Jahren im Markt in Zürich etabliert und umfasst das Carlton Restaurant im Herzen von Zürich, das James Joyce Bar-Restaurant und das Restaurant Adlisberg. Die Carlton Zürich AG ist eine dynamische, innovative Firma welche sich sehr erfolgreich in einem spannenden Umfeld bewegt.

Buchhaltung & Mitarbeiter-Administration (100%)

Als Buchhalter und Verantwortlicher der Mitarbeiter-Administration sorgen Sie für einen reibungslosen Ablauf in den Bereichen Buchhaltung und Mitarbeiter. Zu Ihren Hauptaufgaben zählen:

Buchhaltung (60%)

- Buchung und Kontrolle von Kassen und Banken
- Führen der Kreditoren- und Debitorenbücher
- Monatsabschlüsse

Mitarbeiter-Administration (40%)

- Vorbereitung und Mithilfe bei der Rekrutierung
- Sämtliche administrativen Aufgaben im Bereich Mitarbeiter
- Vorbereitungen zur Lohnbuchhaltung

Sie sollten einen KV und/oder Hotelfachschul-Abschluss mitbringen. Selbständiges Arbeiten sind Sie sich gewohnt und Sie zeichnen sich durch Zuverlässigkeit sowie Loyalität aus.

Sind Sie an dieser abwechslungsreichen Aufgabe interessiert?
Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen! Der Eintritt ist ab sofort oder nach Vereinbarung.

Auch Wiedereinsteiger/innen willkommen.

Wir freuen uns auf Ihren Lebenslauf mit Foto
an dsegnueller@carlton.ch oder Ihren Anruf.

Carlton Zürich AG, Daniela Segmüller Bahnhofstrasse 41,
CH-8001 Zürich Tel. +41 44 227 19 19
www.carlton.ch

10437-4754

GAST RATHAUSKELLER

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung einen

Chef de partie in Jahresstelle/Vollzeit (m/w)

Für unseren neuen Betrieb, Restaurant Zugerberg.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte schriftlich an
Gasthaus Rathauskeller AG, Herr Kuno Trevisan,
Ober Altstadt 1, CH-6300 Zug. Telefon 041 911 00 56.
E-Mail: contact@rathauskeller.ch, www.rathauskeller.ch.

10484-5671



KANTONSSPITAL URI

Offene Lehrstellen: Diätköchin/-koch

Auf den Sommer 2011 bieten wir einem Koch/einer Köchin einen Ausbildungsort für die einjährige Zusatzausbildung zum Diätkoch/zur Diätköchin an.

Erfahrende Berufsbildnerinnen und Berufsbildner gewährleisten Ihnen eine vielseitige und gründliche Ausbildung.

Herr Bär, Personalchef, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte (Telefon 041 875 51 03).

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an das

Kantonsspital Uri
Herr W. Bär, Personalchef, 6460 Altdorf, (Telefon 041 875 51 03)

10395-5644

güterhof

Direkt am Rhein gelegen, ein toller Trendbetrieb mit schönem A-la-carte-Restaurant, Bankettraum, Terrasse, Innenhof, Caterings und einem sehr guten Küchenteam - der Güterhof, Gastronomie am Rhein. Ein Betrieb der prager.gastronomie ag.

Per 1. März haben wir zwei Stellen frei:

100%-Stelle als Commis de cuisine 100%-Stelle als Chef de Partie

Mit einer Küchenbrigade von Küchenchef, Sous-Chef, 4 ausgelernten Köchen, einem Hilfskoch und einem Lehrling wird in einer offenen Show-Küche alles angerichtet und geschickt. Die grosse Produktionsküche schafft Raum für Bankette & Produktion. Ein grosser A-la-carte-Betrieb mit 80-90 Sitzplätzen im Innenbereich, 170 Terrassenplätzen, Bankettraum für 90 Gäste, Caterings und vor allem eine grosse Spanne von Snacks bis zur sehr guten A-la-carte-Küche machen das Angebot des Güterhofs komplett.

Wir freuen uns auf tolle Bewerbungen per E-Mail an info@gueterhof.ch oder Linda Prager, Güterhof - Gastronomie am Rhein, Freier Platz 10, 8200 Schaffhausen. www.gueterhof.ch

10367-5662

HANS im Glück

MÄRCHENHAFT FRISCH

Wir suchen per 1. April 2011

Köchin/Koch 100%

Zusatzausbildung Diätkoch
oder Erfahrung in diesem Bereich

Die Stiftung Pigna führt in der Stadt Kloten das Gasthaus Hans im Glück. Ein modernes Restaurant, das sich der Verarbeitung von regionalen, saisonalen und biologischen Produkten verpflichtet. Die Besonderheit des Gasthauses liegt in der Zusammenarbeit von Menschen mit Behinderung und Gastronomieprofis.

Ihre Aufgaben:

Sie führen selbstständig einen Posten zusammen mit Lernenden und/oder Menschen mit Behinderung. Mithilfe bei der Angebotsplanung und mitdenken bei der Umsetzung ist für uns Selbstverständlichkeit.

Ihr Profil:

Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung als Koch. Eine Zusatzausbildung als Diätkoch oder Erfahrung in diesem Bereich ist wünschenswert. Eine grosse Sozialkompetenz und arbeiten mit und für Menschen sind neben Ihrer Fachkompetenz weitere Fähigkeiten, die Sie bei uns einsetzen wollen.

Ihr Profil:

Wir bieten Ihnen einen Arbeitsplatz in einem lebhaften Betrieb, faire und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen, zeitgemäss Entlohnung und fortschrittliche Sozialleistungen.

Fühlen Sie sich angesprochen, so müssen wir uns kennenlernen!

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:

Gasthaus Hans im Glück, Beat Schmid, Leiter Gastronomie, Graswinkelstrasse 54, 8302 Kloten, Telefon 044 800 15 18

10379-5655

Luzerner Psychiatrie

lups.ch

ambulant · stationär · kinder- und jugendpsychiatrie

Die Luzerner Psychiatrie ist die grösste Anbieterin von psychiatrischen Dienstleistungen im Kanton Luzern. Das Unternehmen ist an 21 Standorten vertreten und beschäftigt rund 850 Mitarbeitende

Für die Klinik St.Urban mit 228 Patientenbetten und für den gehobenen Bankettbereich des Ehemaligen Klosters St.Urban, suchen wir **nach Vereinbarung** einen / eine

Diätkoch / Diätköchin 100%

Ist Kochen Ihre grosse Leidenschaft? Verbindet Ihre Küchenphilosophie aussergewöhnliche Kreativität mit Qualitätsbewusstsein?

In unserer modernen Küche, bieten wir Ihnen als initiative, team- und leistungsorientierte Persönlichkeit eine interessante Stelle an, in welcher Sie unsere Patienten mit Ihrem Ideenreichtum verwöhnen können. Dienstleistungsbereitschaft sowie Flexibilität sind für Sie selbstverständlich.

Voraussetzung für diese Stelle ist eine abgeschlossene Lehre als Diätkoch / Diätköchin ergänzt mit Erfahrung in der klassischen Gastronomie.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an Marcel Pauli, Küchenchef, Telefon 062 918 50 71.

Luzerner Psychiatrie

Personaldienst

Schafmattstrasse 1
CH-4915 St. Urban
www.lups.ch



10377-5646

CONGREX

Congrex Travel gehört zur weltweit im Kongressmanagement tätigen Congrex Gruppe. Wir übernehmen für zahlreiche Kongresse als offizielle Agentur die Verantwortung für Hotelbuchungen und bieten zusätzliche touristische Dienstleistungen an.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir für unser Team in Basel eine/n

Hotel Accommodation Consultant

Sie sind verantwortlich für die Betreuung der Hotelbuchungen für nationale und internationale Kongresse und erledigen die damit verbundene Administration wie Buchungen, Bestätigungen, Fakturierung, Korrespondenz usw. Im Weiteren organisieren Sie touristische Dienstleistungen und begleiten unsere Anlässe europaweit vor Ort.

Wenn Sie eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem internationalen Umfeld suchen, an selbstständiges Arbeiten gewöhnt sind, in hektischen Situationen den Überblick behalten, über Organisationstalent und Teamgeist verfügen und den Umgang mit anspruchsvoller Kundschaft nicht scheuen, dann sind Sie bei uns richtig.

Ihr Profil:

- Ausbildung in der Hotellerie-, Tourismus- und/oder Kongressbranche
- Mehrjährige Berufserfahrung und/oder Weiterbildung in diesen Fachbereichen
- Stilisiertes Deutsch, fließend Englisch und Französisch, weitere Fremdsprachen von Vorteil
- Fundierte PC-Kenntnisse
- Reisebereitschaft

Wir bieten ein interessantes Aufgabengebiet in einem jungen und dynamischen Team. Zeitgemäss Arbeitsbedingungen, 5 Wochen Ferien und eine moderne Infrastruktur.

Wenn Sie unseren Anforderungen entsprechen, dann freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung vorzugsweise per E-Mail an: claudia.jeker@congrex.com
Claudia Jeker, Peter-Merian-Strasse 80, 4002 Basel
www.congrex.com



10368-5655

Stellenangebote



SwissDeluxeHotels.com

Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



CASTELLO DEL SOLE ASCONA

Das Castello del Sole ist eines der führenden Hotels der Südschweiz. Es wurde mehrmals ausgezeichnet, unter anderem im Hotelrating der Sonntagszeitung 2008/2009/2010 als Ferienhotel Nr. 1 in der Schweiz. Unser Restaurant «Locanda Barbarossa» (à la carte) ist mit 17 GaultMillau Punkten bewertet.

Im Sommer 2008 eröffnete das Haus den neuen Castello «SPA & Beauty» auf 2'500m² mit eigener Kosmetiklinie «Vineasole-Cosmetica» und eigener Körperlinie «VinoAqua-Therapie». Selbstverständlich werden noch andere Produkte angeboten. Für das Behandlungsangebot stehen den Gästen 8 bis zu 40m² grosse Behandlungsräume, SPA-Suiten, Wasserwelt, Saunas etc. zur Verfügung. Tauchen Sie ein in die Welt des Castello «SPA & Beauty» unter <http://www.castellodelsole.com>.

DIE SAISON 2011 DAUERT IM CASTELLO «SPA & BEAUTY» VOM 8. APRIL BIS 23. OKTOBER.

Für diesen exklusiven Bereich in unserem Hause suchen wir noch folgende erfahrene, teamfähige und immer freundliche Mitarbeiter:

EMPfang: **RÉCEPTIONIST/-IN D.E.F**

KOSMETIK: **KOSMETIKERIN**

Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau P. Hungerbühler, Leiterin Human Resources. Wir würden uns sehr freuen, Sie im «Castello-Team» aufnehmen zu dürfen.

GAULMILLAU
«GAULMILLAU HOTEL DES JAHRES 2007»
CASTELLO DEL SOLE

HOTEL CASTELLO DEL SOLE - CH-6612 ASCONA
TELEFON +41 91 791 02 02 - FAX +41 91 792 11 18
www.castellodelsole.com - info@castellodelsole.ch



Die 39 exklusivsten Luxushotels der Schweiz

www.swissdeluxehotels.com

STOP
NOV 2011

Marché de l'emploi



RAUM FÜR KARRIERE

Seit über hundert Jahren gehören wir zu den besten Adressen der Luxushotellerie im Machtzentrum der Schweiz. Heute pflegen wir unsere Traditionen, echte Gastfreundschaft und das permanente Streben nach Perfektion in der Collection mit 4 führenden Häusern der Schweiz.

Wir bieten einen innovativen, einzigartigen Arbeitsort mit Potenzial für eine engagierte, initiative Persönlichkeit als:

Stellvertretender Küchenchef

1. Mai 2011 oder nach Vereinbarung

Ihr Aufgabenbereich:

- Vertretung des Küchenchef, sowie Mithilfe bei der Angebotsgestaltung und beim Einkauf
- Führung und Ausbildung der Mitarbeiter und der Lernenden
- Umsetzen des Qualitätsmanagements
- Erreichen der Zielvorgaben

Sous Chef

1. Mai 2011 oder nach Vereinbarung

Ihr Aufgabenbereich:

- Operatives Einsatzfeld und Administration
- Mithilfe bei der Angebotsgestaltung und beim Einkauf
- Führung und Ausbildung der Mitarbeiter und der Lernenden
- Umsetzen des Qualitätsmanagements
- Erreichen der Zielvorgaben

Sie sind flexibel und belastbar und verstehen es, Ihre Mitarbeiter zu motivieren. Sie arbeiten gerne in einem Team, sind offen für Neues und bringen sich kreativ ein.

Falls Sie über eine abgeschlossene Berufsprüfung und Erfahrung in ähnlicher Position, sowie der Gourmet-Küche verfügen, wartet eine äusserst vielseitige Aufgabe auf Sie! Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Kochergasse 3-5, 3000 Bern 7, Schweiz
Leiterin HR, Fr Céline Constantin, Telefon +41 (0) 31 320 46 22
hr@bellevue-palace.ch, www.bellevue-palace.ch

VICTORIA-JUNGFRAU COLLECTION

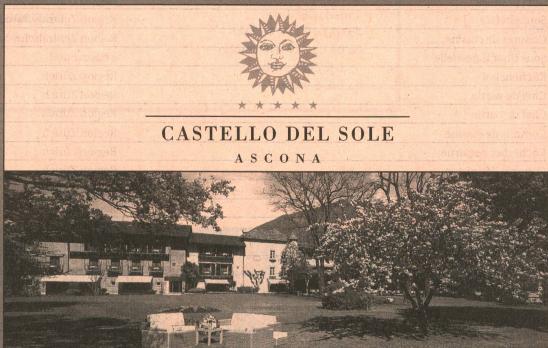


Stellenangebote



SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



Das Castello del Sole ist eines der führenden Hotels der Südschweiz. Es wurde mehrmals ausgezeichnet, unter anderem im Hotelrating der Sonntagszeitung 2008/2009/2010 als Ferienhotel Nr. 1 in der Schweiz. Unser Restaurant «Locanda Barbarossa» (à la carte) ist mit 17 GaultMillau Punkten bewertet. Der Exklusive SPA-Bereich verfügt über eine Fläche von 2'500m². Den Gästen werden 38 luxuriöse Suiten und Junior-Suiten sowie 43 Zimmer angeboten. Der einzigartige Resort umfasst 14ha.

**GESTALTEN SIE MIT UNS DIE SAISON 2011.
SAISONDAUER VOM 8. APRIL BIS 23. OKTOBER!**

Folgende Stellen sind durch kompetente und teamfähige Kadermitarbeiter zu besetzen:

EMPfang: **RÉCEPTIONIST/-IN D.E.F**
KÜCHE: **CHEF GARDE-MANGER**
CHEF ENTREMÉTIER
COMMIS DE CUISINE
RESTAURANTS: **CHEFS DE RANG**
COMMIS DE RANG

Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau P. Hungerbühler, Leiterin Human Resources. Wir freuen uns, mit Ihnen zusammen unsere anspruchsvollen Gäste empfangen und verwöhnen zu dürfen.

GAUTMILLAU

«GAUTMILLAU HOTEL DES JAHRES 2007»
CASTELLO DEL SOLE

HOTEL CASTELLO DEL SOLE - CH-6612 ASCONA
TELEFON +41 91 791 02 02 - FAX +41 91 792 11 18
www.castellodelsole.com - info@castellodelsole.ch

RELAIS &
CHATEAUX



Ist das nicht auch Ihr Wunsch? Kommen Sie zu uns! Wir suchen ab 1. März 2011 oder nach Vereinbarung eine

Direktionssekretärin

Sie sind dynamisch und belastbar. Sie sind sprachgewandt (D/F/E/I) und haben Persönlichkeit. Sie suchen eine längerfristige Mitarbeit. Sie unterstützen die Direktion und den Personalchef in der Administration und dem Personalwesen und haben eine fundierte Berufsausbildung.

Sie sind interessiert an einem einmaligen Stellenangebot und an einer ausbaufähigen Kaderposition, verfügen über ein hohes Mass an Qualitätsbewusstsein und arbeiten zielbewusst an Ihrer Karriere.

Richten Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf, Referenzen und Foto) schriftlich an Herrn Peter Korn, Personalchef, Suvretta House, 7500 St. Moritz.



★★★★★

★★★★★

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.



hoteljob.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!

Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Verantwortlicher Gastronomie	Region Bern	J23598
Leiter/in Gastronomie	Region Ostschweiz	J23614
Betriebsassistent/Stv. Geschäftsführung	Region Graubünden	J23646
Betriebsassistent/in	Region Zentralschweiz	J23654
Stv. Geschäftsführer	Region Zürich	J23655
Vizedirektor/in & Personalchef/In	Region Zürich	J23638
HR Leitung	Region Zürich	J23676

Marketing/Verkauf/KV/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Director Sales & Marketing (Malta)	International	J23633
VerkaufberaterIn	Region Bern	J23406
Sales Manager	Region Bern	J23615
Weitblick ist gefragt...Die Unesco Biosphäre	Region Zentralschweiz	J23353
Bankettkoordinatorin	Region Zürich	J23376

Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Réception (w)	ganze Schweiz	J23672
Leiter/in Besucherservice	Region Bern	J23364
Réceptionist/in	Region Bern	J23389
Empfangsleitung	Region Bern	J23605
Chef de réception	Region Bern	J23604
Mitarbeiter Reservation	Region Bern	J23602
Chef de réception	Region Bern	J23596
1. Receptionistin / stv. Chef de réception	Region Bern	J23648
Réceptionistin	Region Ostschweiz	J23595
Receptionist/in Spa	Tessin	J23402
Hotelfachfrau für Empfang/Service	Tessin	J23662
Receptionist/in	Tessin	J23667
Night Audit / Réceptionniste de nuit	Region Waadt/ Unterwallis	J23350
Chef de réception	Region Graubünden	J23658
Leiter/in Reception	Region Zentralschweiz	J23683
Réceptionist/in	Region Basel	J23657
60% Réception 40%Service	Region Basel	J23639
Chef de Rezeption	Region Basel	J23348
Chef de Rezeption	Region Basel	J23682
Réceptionist/in	Region Zürich	J22959
Receptionist/in	Region Zürich	J23386
Reservations-Mitarbeiter/in	Region Zürich	J23387
Receptionist/-In	Region Zürich	J23382
Réceptions-Praktikant/in	Region Zürich	J23626
Réceptions-Praktikant/in	Region Zürich	J23625
Praktikant/-en als Hotelfachfrau/mann	Region Zürich	J23624
Empfangsmitarbeiterin	Region Zürich	J23649
1. Bankettsekretärin	Region Zürich	J23668

F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Leitung Event	Region Bern	J23380
Betriebsassistent/in	Region Bern	J23601
Restaurationsfachmann/frau	Region Zürich	J23346
Convention Manager Assistent/in	Region Zürich	J23407
Teamleiter/in Bistro	Region Zürich	J23384
Praktikant/-en F&B	Region Zürich	J23623
Bankettorganisator/in	Region Zürich	J23621
F&B Verantwortliche/r	Region Zürich	J23622
Senior Convention	Region Zürich	J23677

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Jungkoch/ in	Region Schaffhausen	J23650
Küchenchef/in	ganze Schweiz	J23628
Sous-chef (Europa)	International	J23345
Chef pâtissier (Europa)	International	J23344
Chef de partie Catering (England - Region London)	International	J23378
Sous-chef Catering (England - Region London)	International	J23377
Demi-chef de partie (England - Buckinghamshire)	International	J23594
Küchenchef (Europa)	International	J23590
Chef de partie (Europa)	International	J23588
Sous Chef	Region Bern	J23620
Commis de cuisine	Region Bern	J23599
Sous chef	Region Bern	J23597
Sous-chef	Region Bern	J23659
Chef de Partie	Region Bern	J23688

Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Gourmetkoch	Region Ostschweiz	J23656
Chef Pâtissier	Region Neuchâtel/ Jura	J23368
Küchenchef	Region Graubünden	J23362
Chef de partie	Region Graubünden	J23592
Sous-chef	Region Zentralschweiz	J23361
Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J23588
Chef pâtissier	Region Zentralschweiz	J23653
Sous chef	Region Zentralschweiz	J23647
Commis de cuisine	Region Zentralschweiz	J23664
Sous Chef Tagessette	Region Basel	J23586
Küchenchef	Region Zürich	J23370
Chef de partie	Region Zürich	J23372
Chef de partie	Region Zürich	J23366
Commis de cuisine	Region Zürich	J23379
Koch/ chef de partie	Region Zürich	J23393
Commis de cuisine	Region Zürich	J23392
Chef de partie/Bankett	Region Zürich	J23391
Sous-chef	Region Zürich	J23388
Chinakoch	Region Zürich	J23619
Chef de Partie	Region Zürich	J23618
Sous-chef	Region Zürich	J23591
Executive Sous-Chef	Region Zürich	J23635
Commis de Cuisine	Region Zürich	J23680
Sous Chef	Region Zürich	J23679

Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Servicemitarbeiter(in)	Region Schaffhausen	J23652
Demi-chef de rang (Europa)	International	J23343
Chef de rang (Europa)	International	J23342
Barfachfrau/-mann (Europa)	International	J23341
Servicefachangestellte/r	Region Bern	J23600
Restaurationsfachfrau	Region Bern	J23631
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Bern	J23660
Aushilfe für Frühstücks-Service (Stundenlohn)	Region Bern	J17627
Hotelfachfrau für Service/Empfang	Tessin	J23661
Servicemitarbeiterin / Praktikantin	Tessin	J23671
Praktikantin für Service/Empfang	Tessin	J23670
Restaurationsfachfrau	Region Neuchâtel/ Jura	J23401
Chef de bar	Region Freiburg	J23666
Servicefachfrau	Region Graubünden	J23363
Barfachfrau	Region Graubünden	J23630
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Graubünden	J23629
Commis de rang	Region Zentralschweiz	J23587
Restauranteleiter/in	Region Zentralschweiz	J23385
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Zentralschweiz	J23593
Stv. Chef de service	Region Zentralschweiz	J23636
Chef de rang	Region Oberwallis	J23663
Stv. Teamleiter/in Service	Region Basel	J23369
Servicefachkraft	Region Basel	J23367
Stv. Chef de service Bankett	Region Zürich	J23375
Bankett-Aushilfen	Region Zürich	J23374
Kellner/Servicefachfrau	Region Zürich	J23390
Chef de Service	Region Zürich	J23383
Servicepraktikant/in	Region Zürich	J23627
Chef de Rang	Region Zürich	J23617
Bar- & Roomservicemitarbeiter 60%	Region Zürich	J23651
Serviceaushilfe	Region Zürich	J23632
Chef d'Etage (Room Service)	Region Zürich	J23669
Leiter/In Service/Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J23686
Chef de Rang/Servicemitarbeiter/-in	Region Zürich	J23681

Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Gouvernante	ganze Schweiz	J23349
Gouvernante 80-100%	Region Bern	J23347
Gouvernante	Region Bern	J23603
1. Gouvernante	Region Freiburg	J23665
1. Hausdame	Region Zentralschweiz	J23616

Beauty/Wellness/Fitness

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Masseur/in	Tessin	J23404
Kosmetikerin	Tessin	J23403
Kosmetikerin	Region Graubünden	J23634

3.2.1

„the blinker“ ist kein gewöhnliches Lokal, er ist einiges mehr. Gleichzeitig Beiz, Bar und Living Room, wo es sich gediegen luchnen, dinieren und clubben lässt. Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir für unser Team professionelle Unterstützung:

Chef Patissier m/w 100%

für das Lokal „the blinker“ und unser Catering „comme il faut“

Betriebsassistent/in 100%

für das Lokal „the blinker“ zur Unterstützung des Leiter Lokal und in der Funktion als Serviceleiter/in

Restaurationsfachangestellte/r 100%

für eine gepflegten, lockeren à la Carte Service

Sind Sie interessiert?

Senden Sie uns Ihre kompletten

Bewerbungsunterlagen an:

Hubert Erni

erni@3-2-1.ch

3.2.1 hubert erni ag
gewerbestrasse 9
postfach
ch-6330 Cham 2
fax +41-41 710 40 64
phone +41-41 710 40 60
contact@3-2-1.ch
www.3-2-1.ch

Für unser bekannter Restaurationsbetrieb mit grosser Seeterrasse direkt am Thunersee suchen wir für die Sommersaison mit Stellenantritt März/April folgende versierte und erfahrene Mitarbeiter:

Chef de partie m/w 100%

Servicefachangestellte m/w 100%

Aushilfe Frühstückservice (Teilzeit)

Sie haben eine abgeschlossene Berufslehre und verfügen über Erfahrung in einem Saisonbetrieb. Ihre Muttersprache ist Deutsch und Sie sind belastbar, motiviert und haben Freude an ihrem Beruf. Wenn Ihnen Teamwork in einer aufgestellten Crew wichtig ist, dann sind Sie bei uns am richtigen Ort. Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:

Hotel Seerose; Sibylle Maegli
Interlakenstrasse 87 - CH-3705 Faulensee
www.seerose-faulensee.ch
info@seerose-faulensee.ch

atrium-hotel blume

restaurante jugendstilsaal romberg

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung...

... eine gelernte Service- oder Restaurationsfachfrau

für unser gepflegtes à-la-carte-Restaurant mit internationaler Gästestruktur.

Sie haben Freude, in einem jungen Team selbstständig zu arbeiten?

Sie sprechen flüssig Deutsch und haben gute Englischkenntnisse?

Und Sie sind zwischen 22 und 35 Jahre jung?

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

atrium hotel blume

Herr Silvio Erne

Kurplatz 4, 5400 Baden

Tel. 056 200 0 200

www.blume-baden.ch

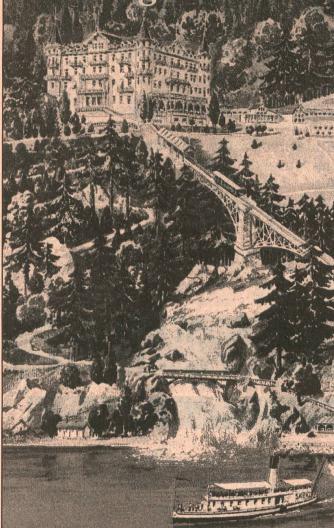
10872-9675



Grandhotel Giessbach

BRIENZ

180 Tage Sommer



Mit Ihnen gemeinsam möchten wir einen spannenden und erfolgreichen Sommer im Märchenschloss am Brienzersee erleben!

Ab Mitte April bis Mitte Oktober 2011 suchen wir:

RECEPTION (D/E/F)

- RéceptionistIn
- AnfangsréceptionistIn
- PraktikantIn

EVENTS/F&B (D/E/F)

- PraktikantIn Eventmanagement mit Serviceeinsatz
- F&B AssistentIn/PraktikantIn

SERVICE/BAR/BUFFET

- Chef de Service
- Chefs de Rang
- ServiceeinsteigerInnen
- Serviceaushilfen und Teilzeitmitarbeiter
- PraktikantInnen Service
- Bar-MitarbeiterIn
- Buffet/Stewarding-Mitarbeiter

KÜCHE

- Sous-Chef Gourmet-Restaurant
- Chefs de Partie Parkrestaurant und Gourmet-Restaurant
- Commis de Cuisine
- PraktikantInnen
- Casseroliers

HAUSWIRTSCHAFT

- 70 individuell eingerichtete Zimmer und Suiten
- Parkrestaurant Les Cascades (140 Plätze) mit grosser Terrasse gegenüber den Giessbachfällen
- Gourmet-Restaurant Le Tapis Rouge (40 Plätze / 14 Pkts. GM) mit der atemberaubenden Aussichtsterrasse
- Hotelbar
- Grosszügige Seminar- & Konferenzräume bis 100 Personen
- Bankettmöglichkeiten bis 250 Personen
- 22 Hektaren Garten und Park, Naturschwimmbad, Tennisplatz
- Europas älteste Standseilbahn
- Hauseigene Schiffsstation

Genauere Stellenbeschreibungen finden Sie unter Jobs auf: www.giessbach.ch

Auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto freut sich:
Grandhotel Giessbach, CH-3855 Brienz
Susanne Crillovich-Cocoglia, Leitung Personalwesen
Tel. +41 (0) 33 952 25 25 Fax +41 (0) 33 952 25 30
personal@giessbach.ch www.giessbach.ch

RESTAURANT FROHSINN

FROHSINN
Udigerwil

Gesucht per sofort
oder nach Vereinbarung

Koch
evtl. Jungkoch
in Spezialitäten-Restaurant
(ausserhalb der Stadt Luzern).

Wir freuen uns auf Ihren Anruf

Fam. Röthlin
Tel. 041 371 13 16

RESTAURANT GOLFPARK

Öffentliches Golfrestaurant mit schönstem Blick auf den oberen Zürichsee sucht für Sommersaison April – Oktober 2011, evtl. Jahresstelle, folgende fachkundige Mitarbeiter:

Chef de partie
Jungkoch
Servicefachangestellte
Serviceaushilfe

Senden Sie uns Ihre
Bewerbungsunterlagen an:

Restaurant Golfpark

z.H. Herr Felice Wipfli

Rütihof 3

CH 8855 Wangen

oder

info@golfpark-restaurant.ch

Wir suchen per 1. März oder früher

japanischen Sushi-Koch oder Sushi-Köchin für flexiblen Einsatz in Küche und Service (Tournant)

Anforderungen:

- Sie sprechen Japanisch, Englisch und Deutsch
- Sie haben Berufserfahrung in authentischer Zubereitung von Sushi
- Sie haben Berufserfahrung im Service
- Sie sind freundlich, fleissig, ehrlich, teamfähig, verantwortungsvoll und können selbstständig arbeiten

Wir bieten:

- 100% Arbeitsvertrag, 5 Wochen Ferien
- abwechslungsreiche Tätigkeit in einem kleinen Team
- selbstständiges Arbeiten
- Sonntag und Montag frei

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns kennenzulernen.

Bewerbungsunterlagen mit Foto bitte an:
ASAHI japanisches Restaurant, Kolinplatz 9, 6300 Zug

Schilthorn

Piz Gloria

Für unser international bekanntes Drehrestaurant suchen wir per 1. März 2011 oder nach Vereinbarung eine/n

Betriebsassistenten/in (70% Büro / 30% Front)

Ihre Aufgaben: Vielseitige Tätigkeit (Büro und Front). F&B, Eventorganisation, Bedienung von internationaler Kundschaft. Stellvertretung der Geschäftsführung.

Ihr Profil: Ausbildung und Erfahrung im Gastgewerbe (F&B), evtl. Handelschule, KV. Sehr gute Englisch- und EDV-Kenntnisse, deutsche Muttersprache. Flexibel, belastbar, zwischen 25 und 35 Jahre alt.

Ihre Chance: Abwechslungsreiche Tätigkeit in motiviertem Team, gute Anstellungsbedingungen, Tagesbetrieb.

Sind sie interessiert an einer dauerhaften Anstellung? Bitte senden Sie Ihr komplettes Bewerbungsdossier mit Foto an:

SCHILTHORNBAHN AG

Drehrestaurant Piz Gloria

Christine Hari, Geschäftsführerin

CH-3825 Mürren

Tel. 033 856 21 56

christinehari@schilthorn.ch

www.schilthorn.ch

10868-9672

Relais Châteaux en montagne recherche sa

collaboratrice en réception

Nous sommes une petite équipe dynamique et jeune et sommes tous au service de la clientèle. Si vous êtes dynamique, aimez les responsabilités, les contacts avec les clients, si vous aimez prendre des initiatives et si l'air de la montagne vous attire, si vous parlez français, anglais et allemand ou italien alors contactez nous.

Nous vous offrons un poste à durée indéterminée dans une ambiance familiale et dynamique.



Business Hotel au centre de Vevey avec 100 chambres, 2 restaurants, 2 bars, banquets, conférences et City Spa

nous recherchons une

GOUVERNANTE**Profil du poste**

Vous êtes responsable d'une équipe et du bon déroulement des opérations dans les domaines suivants:

- entretien des chambres d'hôtel
- entretien des locaux publics de l'établissement
- lingerie de l'hôtel

Qualifications requises

Pour ce poste nous recherchons une personne dynamique et résistante avec les qualifications suivantes:

- Formation de gouvernante
- Expérience dans poste similaire
- Capacité d'organiser et diriger une équipe
- Sens aigu des responsabilités et du travail bien fait
- Poste à 100%, F/E

Entrée en fonction de suite ou à convenir

Vous êtes priées d'envoyer votre dossier complet avec photo et certificats à l'attention de la direction à l'adresse ci-dessous

ASTRA HOTEL VEVEY
Place de la Gare 4
Case Postale 560
CH-1800 VEVEY

ou par mail à n.ming@astrahotel.ch
visitez www.astra-hotel.ch
«Your city hotel with a personal touch»

10683-5669

International

Sehen Sie Ihre Zukunft in Thailand?
Führendes Restaurant in Pattaya sucht nach Vereinbarung

erfahrenen Küchenchef

spätere Beteiligung möglich

SIE bieten:

- abgeschlossene Lehre als Koch
- Erfahrung als Küchenchef in erstklassigen Häusern mit Auslands erfahrung
- mehrjährige Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie und Gourmetküche
- ein hohes Mass an Kreativität, Innovation und Motivation
- ausgezeichnete Englischkenntnisse

WIR bieten:

Eine interessante Arbeitsstelle in einem der führenden Restaurants der gehobenen Küche in Pattaya. Nebst attraktiven Anstellungsbedingungen steht auch ein grosszügiges, vollständig möbliertes Apartment zur Verfügung.

Sie führen eine eingespielte Küchenbrigade mit 14 Mitarbeitern und verstehen es, diese zu fördern und zu schulen. Sie planen und gestalten ein saisonal wechselndes Angebot, sind verantwortlich für die Beschaffung, Lagerung und Verarbeitung der Lebensmittel sowie für die Berechnung und Kalkulation der Speisen und die Renditentwicklung. Sie bringen betriebswirtschaftlichen Denken mit, sind loyal und flexibel und können es sich vorstellen, Ihre Zukunft im wunderschönen Thailand zu verbringen. Während der Abwesenheit des Besitzers vertreten Sie ihn gekonnt an der Front. Eine Teilhaberschaft zu einem späteren Zeitpunkt ist wünschenswert.

Gerne erwarten wir Ihre vollständige Bewerbung mit Foto unter Chiffre 10864-5670 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

10684-5670



Zur Bereicherung unseres Teams suchen wir eine/einen
Stellvertretende/n Hausdame/Housekeeper

Wir:

- bieten Ihnen ein abwechslungsreiches und verantwortungsvolles Aufgabengebiet
- bieten leistungsgerechte Bezahlung und erstklassige Aus- und Weiterbildungschancen
- bieten dazu noch ein paar Extras, über die wir gerne persönlich mit Ihnen sprechen werden. Denn mit Ihnen möchten wir individuellen Kontakt pflegen, wie mit unseren Gästen.

Sie:

- suchen eine Herausforderung, die Sie auch langfristig ausüben möchten
- haben bereits mehrjährige Erfahrungen im Housekeeping der gehobenen Ferienhotellerie gesammelt
- sind von Herzen Gastgeber und haben Spass am Umgang mit einem anspruchsvollen Gästekreis
- fühlen sich fit im Fachlichen und möchten mit uns und für uns noch besser werden
- sind flexibel, belastbar und arbeiten gerne in einem sympathischen Team.

Wenn dies auf Sie zutrifft, freuen wir uns auf die Zusendung Ihrer vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Hotel Bareiss im Schwarzwald

Frau Tanja Broegger

Telefon: 0049-7442-47-344

Telefax: 0049-7442-47-330

E-Mail: tanja.broegger@bareiss.com www.bareiss.com

10772-5650

Weiterbildungsangebote

www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.



hoteljob.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!

Diverses**Position, Arbeitgeber**

Collaborateur technique (H/F)

Ort

Region Waadt/ Unterwallis J23351

Job-Code

Hautechimiker

Region Graubünden J23673

Cluster Chief Engineer

Region Zürich J23360

Technischer Allrounder

Region Zürich J23685

Lehrstellen/ Praktikum**Position, Arbeitgeber**

Hotelfachmann/-frau

Ort

Ganze Schweiz J5419

Job-Code

Koch/ Köchin

Ganze Schweiz J5422

Cuisinier/Cuisinière

Toute la suisse J5423

Employé/ de commerce HGT

Toute la suisse J5427

Kauffmann/-frau HGT

Ganze Schweiz J5423

Spécialiste en hôtellerie

Toute la suisse J5426

Restaurationsfachmann/-frau

Ganze Schweiz J5421

Spécialiste en restauration

Toute la suisse J5424

Réceptionspraktikant/-in

Region Zürich/ Schaffhausen J5337

Express Stellengesuche1 2
B329 Chef de service / Gastgeber3 4 5 6
54 AT per sofort D/F/E**Express Stellengesuche**

1 2

B948 Direktion, Geschäftsführung, Management

3 4 5 6

54 CH per sofort D/F/E

B872 Direktion Geschäftsführung

48 CH per sofort D/F/E/S/N

B1141 Direktion/Reception/Marketing

48 DE per sofort D/F/E/E

B1674 F&B Bereich, Service, auch Aushilfsweise

47 AT per sofort D/F/E

B1632 F&B/Event/Marketing/Direktionsassistent

28 CH per sofort D/F/E

B1364 Kellner

36 CH per sofort D/I

B350 Küchenchef

43 CH per sofort D/F/I

B731 Küchenchef

43 DE per sofort D/F/I/E

B1484 Manager mit Schwerpunkt Marketing/Verkauf/Kommunikation

42 CH per sofort D/E

B275 Marketingassistentin

29 CH per sofort D/F/I/E/S

B140 Personal, Geschäftsführung, Verwaltung

45 DE per sofort D/E

B1719 Reception/Betreuung von Gruppen

21 RU per sofort D/F/E/RU

B1574 Réceptionist/Back-Office

53 CH per sofort D/F/I/E

B1148 Servicefachangestellte

27 CH per sofort D

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

Stand per 17. 1. 2011. Aufgeführte Stellenangebote können zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Weitere Bewerberdossier finden Sie unter www.hoteljob.ch

...einfach fantastische "Aussichten"!

An fantastischer Aussichtslage über dem Lago Maggiore, inmitten mediterraner Parkanlage. Betrieb mit 52 Hotelzimmern und Appartements. Rustikales Tessiner Grotto und modernes à la carte Restaurant mit total 180 Sitzplätzen. Für die kommende Saison 2011 suchen wir per 15. April oder nach Vereinbarung die neue „rechte Hand“ des Küchenchefs, einen

erfahrenen Chef de Partie

...der mithilft, das kreative Konzept zu festigen und weiterzuentwickeln.
...der ein teamorientiertes Denken besitzt, ...der es versteht, flexibel und kommunikativ zu arbeiten.
...der belastbar ist.
...der seine Liebe zur Natur im Beruf ausleben will.

Es erwarten Sie:
...eine abwechslungsreiche Arbeit in einem aussergewöhnlichen Dreierste-Hotel im schönen Tessin.
...ein motiviertes Team, mit dem wir in der kommenden Saison neue Gipfel erklimmen werden.

Interesse? Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen
unter Chiffre 10292-5464 an htr hotel revue
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

1032-564



7 ways to dine...

Für unsere etablierten SEVEN-Restaurants in ungezwungenen Lifestyle-Atmosphäre in Ascona, suchen wir für die Sommersaison 2011 engagierte und front-orientierte Gastgeberpersönlichkeiten als ...

Stv. Chef de Service / Sommelier

Chef de Bar

Service / Barmitarbeiter

WAS SIE ERWARTET ...

Ein lebhafter, modern strukturierter Betrieb mit einer jungen und motivierten Brigade. Interessante Aufstiegsmöglichkeiten, zeitgemäße Anstellungsbedingungen an einem attraktiven Arbeitsplatz, faire Entlohnung.

WAS WIR ERWARTEN ...

Freundlichkeit, Aufgeschlossenheit, eine teamorientierte Persönlichkeit und den Willen, das Beste für unsere Gäste zu geben.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto & Referenzen.

Breuer & Co
Personalbüro
PF 892, CH-6612 Ascona
personal@seven-ascona.ch

SEVEN

seven ristoranti · bar · sea lounge CH-6612 Ascona
Tel. +41 (0)91 780 77 77 www.seven-ascona.ch

HOTEL
Casa Berno
ASCONA

Für die Sommersaison 2011

suchen wir für unser ****Ferienhotel an einmaliger Lage mit Panoramablick auf den Lago Maggiore und die Berge rund um Ascona folgende aufgestellte und qualifizierte Mitarbeiter/innen:

Empfang: Als Réceptionist/in (D/F/E) betreuen Sie unsere vielen Stammgäste professionell und charmant oder sammeln Sie als Réceptionspraktikant/in Ihre ersten Erfahrungen im Empfangsbereich.

Küche: Als Commis de cuisine freuen Sie sich, mit Ihren Kollegen unsere Gäste täglich mit kulinarischen Köstlichkeiten zu verwöhnen.

Restaurant: Als Servicefachangestellte/r gehört ein natürliches Lächeln zum Bestandteil Ihrer Arbeit (à la carte und Halbpension).

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit Zeugniskopien und Foto an:

SWISS
PREMIUM
HOTELS

Hotel Casa Berno
Bruno Carnetsch, Direktion
6612 Ascona
E-Mail: b.caratsch@casaberno.ch
www.casaberno.ch

Member of
swiss golf hotels

Switzerland 11



Für die Sommersaison 2011

(von ca. Mitte März bis Ende Oktober)

bieten wir Ihnen als **Sekretärin/Servicemitarbeiterin** eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem kleinen, jungen und gut eingespieltem Team.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit Zeugniskopien und Foto an:
Hotel Arancio
Direktion
6612 Ascona

1032-5655

Grand Hotel
Villa Castagnola

Il Grand Hotel Villa Castagnola au Lac, l'unico albergo 5 stelle superiore a Lugano, rinomato per la sua tradizione ed il suo prestigio è situato direttamente sulle rive del Lago di Lugano, offre ai suoi ospiti 60 camere e 23 suites, il ristorante gastronomico «Le Relais» con la terrazza sul giardino e il ristorante Galleria «Arté al Lago», sale banchetti e conferenze nonché 2 residenze.

Per rinforzare la nostra squadra giovane e dinamica, cerchiamo per la prossima stagione estiva:

Cucina: Commis di Cucina
Chef de Partie
Servizio: Commis di Sala
Chef de Rang
Piani: Portiere ai piani
Cameriera ai piani

Entrata: dal 1 marzo 2011 oppure data da concordare.

Siamo alla ricerca di persone che riescano il piacere dell'accoglienza, anticipando e superando le aspettative dei clienti. Desideriamo incontrare persone motivate, professionali, proattive, con affermata esperienza in strutture alberghiere di pari livello, capacità di lavorare in team e con forte attenzione al cliente.

La conoscenza, oltre all'italiano, del tedesco e dell'inglese costituiscono titolo preferenziale.

Pregiamo i candidati interessati di inviare la completa documentazione con foto e certificati via posta oppure via e-mail all'indirizzo sottostante. Non possiamo prendere in considerazione CV non in linea con i profili ricercati o documentazioni non complete.

Ivan Zoroni, Direttore
Grand Hotel Villa Castagnola
Viale Castagnola, 31
6906 Lugano
hr@villacastagnola.com

1032-5662

HOTEL
Sass da Grüm

Wir sind ein wunderschön gelegenes Familienhotel mitten im Kastanienwald an einem „Ort der Kraft“ im Tessin und suchen motivierte Mitarbeiter für die Saison 2011 (Anf. April bis Anf. Nov.)

KOCH/JUNGKOCH

Sie suchen eine neue Herausforderung, möchten eine neue Erfahrung machen und Sie interessieren sich für die vollwertige vegetarische Küche? Dann sind Sie bei uns genau richtig!

Sie arbeiten zu zweit oder alleine und können so Ihre Ideen einbringen und verwirklichen.

Wenn Sie zudem sportlich sind und Freude an der Natur haben zögern Sie nicht mehr!

HOTELFACHANGESTELLTE

selbstständig, für Zimmerreinigung.
Wir bieten eine vielseitige Tätigkeit in jungem, kollegialem Team, mit regelmässigen Arbeitszeiten und neuem Mitarbeiterhaus.

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

Hotel *Sass da Grüm* «Unique»
Gabriella und Stefan Büchi
6575 San Nazzaro
Tel. 091 7852171
www.sassdagruem.ch
info@sassdagruem.ch

1032-5670

HOTEL RESORT & SPA
ESPLANADE

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

Wir suchen per März / April 2011 Mitarbeiter/innen mit Erfahrung in 4* oder 5* Hotels für folgende freie Stellen:

COMMIS DE CUISINE m/w
PÂTISSIER m/w
CHEF DE BAR m/w
COMMIS DE RANG m/w
NACHTPORTIER 40% m/w
PORTEIER 60% m/w
MASSEUR 40% m/w

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen
ESPLANADE HOTEL RESORT & SPA

Via delle Vigne 149 • CH-6648 Locarno-Minusio
Email: sonja.nowaczyk@esplanade.ch • www.esplanade.ch

1032-5647

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. 3 / 20. Januar 2011

HESSE

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration
seit 35 Jahren

Wir sind die Drehscheibe für die Vermietung-/Verkauf von Hotels u. Restaurants und die Spezialisten für bessere Betriebsergebnisse

Wir erarbeiten vorgängig eine kostenlose Betriebsanalyse und Offerte

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



Exklusives Restaurant mit speziellem Ambiente zu verpachten!

Per Mai 2011 im Kanton Aargau (20 Minuten von Zürich)

300-jähriges Haus mit gewölbtem Keller

- Buurestube 25 Sitzplätze
- Gourmetstube 30 Sitzplätze
- Sternenstübli 16 Sitzplätze
- Sternensaal 60 Sitzplätze

Mit atemberaubender Gartenterrasse

Ernsthafte Interessenten können sich melden unter:

Tel. +41 52 222 28 24



Andermatt

Gesucht
in die aufstrebende Region
in der Zentralschweiz
ab 1. Juni 2011

Pächterin / Pächter

für das Hotel «Schwarzer Bären»
in Andermatt.



Sind Sie innovativ, möchten Sie mit Ihrem Konzept einem sympathischen, heimeligen Hotel Ihren Stempel aufdrücken, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung an:

Ursana AG
Bahnhofstrasse 33
CH-6490 Andermatt

Bundesverwaltungsgericht

Tribunal administratif fédéral

Tribunale amministrativo federale

Tribunal administrativ federal



Mit seinen rund 400 Mitarbeitenden bezieht das Bundesverwaltungsgericht Mitte 2012 den neuen Standort in St. Gallen und sucht einen externen

Betreiber Cafeteria

Für die Pausen- und Mittagsverpflegung stehen den Mitarbeitenden und Besuchern des Gerichts eine zentrale Cafeteria mit rund 110 Sitzplätzen mit Selbstbedienung sowie sechs dezentrale Kaffeestationen zur Verfügung.

Alle leistungsfähigen und interessierten Cateringanbieter aus den Bereichen Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung sind aufgerufen, sich am zweistufigen Evaluationsverfahren zu beteiligen.

Das Bundesverwaltungsgericht strebt eine langfristige und nachhaltige Zusammenarbeit mit dem externen Partner an.

Zur Anforderung der Unterlagen für den Teilnahmeantrag melden Sie sich bitte bei bvger@reflecta.ch unter Vermerk „Evaluation Cateringbetreiber Bundesverwaltungsgericht“.

Der ausgefüllte Teilnahmeantrag muss bis spätestens Freitag, 18. Februar 2011 eingegangen sein.

Das Bundesverwaltungsgericht beurteilt Beschwerden gegen Verfügungen von Bundesbehörden. www.bvger.ch.

Anzeigen

Das Auge isst mit . . .
Top-Glaswaren von
www.trend-line-one.ch

Schädlingsbekämpfung

Probleme mit Ungeziefer,
Tauben, Marder?
Wir befreien Sie davon!

RATEX AG

Servicestellen: Zürich, Basel, Bern,
Ostschweiz, Innerschweiz
Astrasse 38 8045 Zürich
www.ratex.ch info@ratex.ch

SCHNELL, DISKRET, GARANTIERT,
24H-PIKETT: 044 241 33 33

Liegenschaften verkaufen – neu auch online
www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue