

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2011)  
**Heft:** 9

## Heft

### Nutzungsbedingungen

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

### Conditions d'utilisation

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

### Terms of use

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

**Download PDF:** 01.01.2026

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



317

1002893  
Schweizer Nationalbibliothek  
Postfachdienst  
Heliportalstrasse 15  
3005 Bern  
0303 010 00546  
01 01 30

# htr hotelrevue

avec cahier français

3. März 2011

Nr. 9 Fr. 4.50 / € 2.90  
AZA/JAA - 3001 Bern/Berne  
www.htr.ch

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Heute mit 333 Stellenangeboten



## Linsen

Die Hülsenfrucht hat ihr verstaubtes Image abgestreift und inspiriert heute die Spitzenköche.

Seite 14

## Session

Der Rahmenkredit für Schweiz Tourismus steht in der Juni-Session an. Am Tag der Tourismuswirtschaft wurde gestern lobbyiert.

Bilder auf [www.htr.ch/lobbying](http://www.htr.ch/lobbying)  
Seite 2

## F & B

Der heutige Gast sei anspruchsvoller, versierter und gesundheitsbewusster, sagt ein langjähriger F & B Manager.

Seite 15

## Tessin

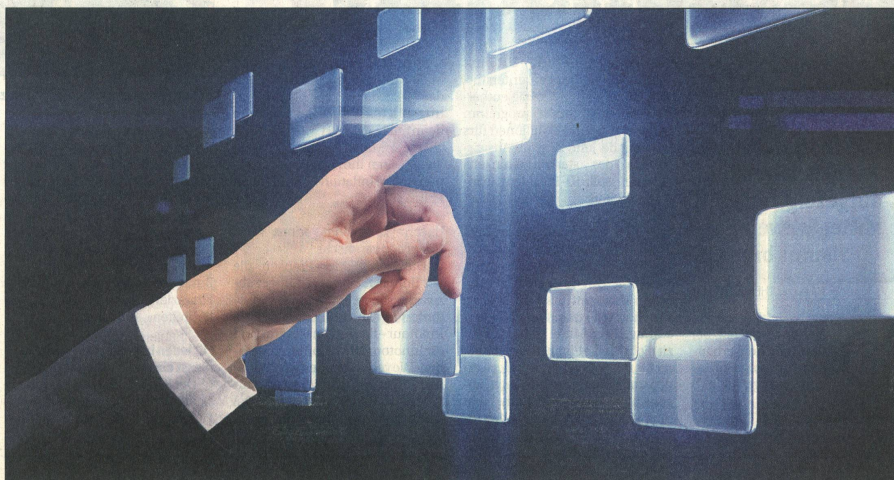
«Man sollte nicht die ganze Entwicklung über einen Kamm scheren. Wir haben regional sehr grosse Unterschiede.»

Seite 5

Patrick Lardi, Co-Direktor Ticino Turismo



# Gast wählt online



Wer heute in den Online-Kanälen und mit der eigenen Hotelwebsite attraktiv auftritt, wird von potenziellen Gästen gewählt und gebucht.

**Der Anteil der hotel-eigenen Kanäle hat in den letzten zwei Jahren abgenommen. Die Online-Portale gewinnen dafür zunehmend Boden.**

SIMONE LEITNER

Die neueste Studie der HES-SO zeigt klar: Die Schweizer Hotellerie setzte im Jahr 2010 weiterhin auf Online-Reiseportale. Geschätzte 850 Millionen Franken wurden über Online-Vertriebswege generiert. Dafür bezahlten die Betriebe rund 90 Millionen Franken an Kommissionen. Die Studie interpretiert dies so: viele Hoteliers hätten in Zeiten des starken Frankens und des wirt-

schaftlich unsicheren Umfelds den dominanten Online-Reiseplattformen gute Angebote bezüglich Preis und Verfügbarkeit zu kostenintensiven Bedingungen überlassen. Dadurch steigerte sich der Marktanteil dieser Plattformen markant. Als populärster Kanal erreichte Booking.com einen Verbreitungsgrad von 90 Prozent. Für 75 Prozent der befragten Schweizer Hoteliers nahm dieses Portal eine wichtige bis sehr wichtige Rolle

im Vertrieb ein, was dessen dominante Stellung klar unterstreicht.

Dennoch: Die hoteleigenen Buchungskanäle sind immer noch die mit Abstand wichtigste Verkaufsschiene und haben die Nase weit vorne. Aber der Abwärtstrend ist kontinuierlich erkennbar: Der Anteil der hoteleigenen Kanäle hat zwischen 2008 und 2010 von 75,4 Prozent auf 71,1 Prozent abgenommen.

Seite 7 bis 11

## Swissness

Der Tourismus hat den Wert längst erkannt

Patriotische Symbole wie die Schweizer Fahne werden marketingmässig eingesetzt, sei es in der Politik oder im Tourismus. Swissness kann aber auch mit Authentizität gleichgesetzt werden. Diesen Aspekt verwendet Schweiz Tourismus (ST) in der Werbung auch mit den Typically Swiss Hotels oder den Swiss Historic Hotels. «Authentizität ist ein Wert, den alle unsere Gäste schätzen», sagt die ST-Sprecherin Véronique Kanel. Heidi etwa habe bereits in der japanischen Kultur Wurzeln geschlagen. Gewisse Schweizer Clichés würden umso mehr geschätzt, je weiter sie von ihrer Entferntheit seien. eda/dst

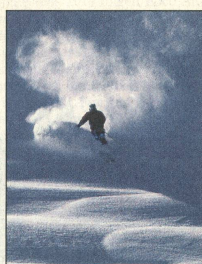
Seite 19

## Schneesituation

# Ostergeschäft wird zur Herausforderung

Die Messung der Schneehöhen wurde nach einem kritischen Artikel des «K-Tipp» zu einem viel diskutierten Thema. In der Folge fordert Zermatt Tourismus gegenüber Schweiz Tourismus, die Schneehöhenangaben grundsätzlich abzuschaffen. Dem widerspricht ST jedoch: Zahlreiche Partner würden die Wintersportberichte von ST übernehmen. Und diese Partner verlangten Angaben zu Schneehöhen. Auch Christoph Marty vom SLF hält das Messen der Schneehöhen in Wintersportorten für sinnvoll.

Kein Problem sollte die Schneehöhe zu Ostern werden,



Wer an Ostern solche Pisten anbieten kann, punktet.

obwohl diese heuer so spät sind wie noch nie: Denn erst im April erreicht auf 2000 Meter Höhe die natürliche Schneedecke ihre maximale Dicke. Das Problem ist nicht der fehlende Schnee sondern «das Kundenverhalten», so Christoph Marty vom Institut für Schnee- und Lawinenforschung SLF in Davos. Wenn der Frühling im Tal einzieht, bringe man die Gäste nicht mehr auf die Piste. Trotzdem sind noch 72% der Hotels offen. Mit Aktionen versucht man, dem Gast das späte Skivergnügen noch schmackhaft zu machen. gsg/dst

Seite 3 und 4

## Kommentar

Das närrische Fest: Chance für ursprüngliche Swissness



SABRINA GLANZMANN

Buntes Maskentreiben, kaphonische Guggenmusik, satirische Schnitzbänke und feine Piccoloklänge: Die Fasnacht steht für vielseitiges Schweizer Brauchtum. Gelebt wird sie von zahlreichen aktiven Gruppen und Massen von Zuschauern, die sich freuen, wenn ihre Region einmal pro Jahr richtig Kopf steht. Das ist lukrativ für die Gastronomie und interessant für die zwischen-saisonale Hotelauslastung. Aber auch für eine nachhaltige Imageförderung, schwärmen doch die

«Statt böse Geister zu vertreiben, könnte die Fasnacht gute Gäste anlocken.»

Tourismusorganisationen der Hochburgen Luzern und Basel von den vielen ausländischen Medienvertretern aus China, Russland oder den USA etwa, die jährlich über die Festivität berichten. Für die Destinationen – auch für international weniger bekannte – liegt hier die Chance, mit Follow-ups in den Märkten zu reagieren und «Swissness mal anders» zu verkaufen. Auch wenn eingefleischte Fasnachtler regelmässig Kritik an fasnachtstouristischer Entwicklung üben: Die Städte und Regionen präsentieren sich in der Narrenzzeit besonders abwechslungsreich. Und: Ursprünglich hatte die Fasnacht den Zweck, böse Wintergeister zu vertreiben. Es könnte ihr neuer sein, auch gute Sommergäste anzulocken.

Seite 13

## www.htr.ch

Adresse: Monbijoustrasse 130  
Postfach, 3001 Bern  
Redaktion: Tel: 031 370 42 16  
Fax: 031 370 42 24  
E-Mail: [redaktion@htr.ch](mailto:redaktion@htr.ch)  
Verlag: Tel: 031 370 42 22  
Fax: 031 370 42 23  
E-Mail: [verlag@htr.ch](mailto:verlag@htr.ch)  
Aboservice: Tel: 031 740 97 93  
E-Mail: [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch)



9 771662 334000 09

ANZEIGE

**SMART CUBE**

www.minibar.ch

**Ihre Social Media Spezialisten für Hotellerie und Tourismus.**

**blum, bryant**

www.blumbryant.ch

**SUN TOP 3100**

Windfest bis 75 km/h und 100 % wasserdicht!

**KÄSTLISTOREN**

Kästli & Co. AG  
Tel. 031 340 22 22  
www.kaestlistoren.ch

**Ihr Yield-Management Partner.**

besuchen Sie unsere Website:  
[www.hotelpartner.ch](http://www.hotelpartner.ch)

**HotelPartner**

BE PART OF OUR SUCCESS

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

**rebagdata**

hotel management solutions

8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • [www.rebag.ch](http://www.rebag.ch)

**protel**

hotelforware

Schweizerische Nationalbibliothek NR  
Bibliothèque nationale suisse BN  
Biblioteca nazionale svizzera BN  
Biblioteca nazionale svizra BN



Aus der Region

## Graubünden

Bundesrat  
sucht Lösung  
im Käsestreit

Die Bündner Käser stecken in einem Dilemma: Wenn die Bezeichnung «Bündner Bergkäse» als AOC-Marke geschützt würde, müssten bekannte Käsemarken mit anderen Bündner Ortsbezeichnungen im Namen aus den Regalen verschwinden. Das Problem spaltet die Branche. Nun sucht der Bundesrat eine Lösung. Ein Nebeneinander von Käse mit so genannter geschützter Ursprungsbezeichnung AOC und Käse mit etablierten, lokalen Namen soll möglich sein. Das schreibt der Bundesrat in seiner Antwort auf ein Postulat des Bündner Nationalrates Hansjörg Hassler (BDP).

Pontresina: Hotel  
Schweizerhof  
wechselt Besitzer

Auf Ende der laufenden Wintersaison kauft die Pontina One SA das Hotel Schweizerhof in Pontresina. Dies gaben Fredi Burkhalter, Präsident der AG Hotel Schweizerhof, und Antonio Bernasconi, einziger Verwaltungsrat der Pontina One SA, in einer gemeinsamen Erklärung bekannt. Die neue Besitzerin will das Hotel Schweizerhof erneuern und mit dem heutigen Direktor Riet Fedi weiterführen und weiterentwickeln. An der bisherigen Strategie soll sich nichts ändern.

## Kanton Bern

«Ermitage-Golf»  
in Schönried wird  
umgebaut

40 Millionen Franken investieren die Hoteliers Heiner Lutz und Laurent Schmid in den Um- und Ausbau des Hotels Ermitage-Golf in Schönried, wie der «Berner Oberländer» berichtet. Zu diesem Zweck schliesst das Fünfsternehotel am 20. März und wird dann wieder vor Weihnachten öffnen. Das Haupthaus soll durch einen Neubau ersetzt werden, und auf dem ehemaligen Beachvolleyballplatz wird ein zweites Chalet entstehen. Der Wellnessbereich des Hotels wird fast verdoppelt.

Gerangel um  
Finanzierung des  
Bärenparks

Voraussichtlich in diesem Monat beschäftigt sich das Berner Stadtparlament nochmals mit den erheblichen Mehrkosten des Bärenparks, der seit Herbst 2009 in Betrieb ist. Zum einen muss der Stadtrat den Untersuchungsbericht von Alt-Oberrichter Ueli Hofer zur Kenntnis nehmen, zum anderen legt der Gemeinderat dem Parlament eine Kreditabrechnung von 8,8 Mio. Franken vor. Der Kredit ärgert die Kommission für Finanzen, Sicherheit und Umwelt gewaltig, sagt die Präsidentin Corinne Mathieu. Denn das Parlament habe den Projektkredit 2004 mit dem Auftrag verbunden, die Finanzierung des Bärenparks nur über private Quellen sicherzustellen. **dst**

**Session. Tag der Tourismuswirtschaft.** Die Verbände lobbyierten gestern bei den Parlamentariern, damit der Finanzrahmen von Schweiz Tourismus nicht gekürzt wird.

Ordnung im  
Zahlensalat

**175, 191 oder 227 Millionen Franken: Am Tag der Tourismuswirtschaft haben die Branchenverbände aufgezeigt, wie viel Mittel Schweiz Tourismus braucht.**

THERES LAGLER

Der Bundesrat hat bei den Branchenverbänden für einige Irritation gesorgt. Er gab letzte Woche bekannt, dass er Schweiz Tourismus (ST) in der

Vierjahresperiode 2012–2015 mit 187 Millionen Franken unterstützen will. In diesem Betrag enthalten ist auch das Impulsprogramm in der Höhe von 12 Millionen für das kommende Jahr, das die Auswirkungen des starken Frankens dämpfen soll. ST-Präsident Jean-François Roth machte am gestrigen Tag der Tourismuswirtschaft vor den Parlamentariern klar, dass er gar nichts davon hält, wenn dieser Betrag einfach addiert wird. «Wir freuen uns über die 12 zusätzlichen Millionen für 2012, aber sie sind ein zweckgebundener Zusatzauftrag. Diese Mittel können explizit nicht für die Finanzierung unserer Präsenz verwendet werden und können deshalb nicht angerechnet werden», so Roth. Zieht man die 12 Millionen wieder ab,

bleiben 175 Millionen. Das sind 16 Millionen weniger als bisher, denn der ST-Kredit für 2008 bis 2011 betrug 191 Millionen. Roth betonte denn auch, dass 191 Millionen das absolute Minimum für ST seien, lieber wären ihm wegen der internationalen Inflation 227 Millionen Franken.

Nachfrage- und Innovations-  
förderung vermisch

Die 16 Millionen Franken, die der Bundesrat dem ST-Budget abzweckt, sollen in die Innovationsförderung im Tourismus – kurz Innoutour – fliessen. Insgesamt sind für Innoutour 20 Millionen vorgesehen. Die verbleibenden vier Millionen sollen im Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) haushaltsneutral kompensiert werden. Das reicht



Es kursieren zurzeit viele Zahlen zur Tourismusförderung.

Dominique de Buman, CVP-Nationalrat und Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, nicht: «Es ist falsch, für die Innovationsförderung den langfristig ausgelegten Finanzkredit von ST zu schmälern. Es geht um Innovationsförderung, nicht um Nachfrageförderung. Der Bund ist angehalten, alternative Finanzierungsvorschläge zu unterbreiten», so de Buman.

Für jeden investierten Franken  
fliesst ein Mehrfaches zurück

Der ST-Kredit kommt voraussichtlich in der Juni-Session ins Parlament. Rechtzeitig zum Start

der Meinungsbildung bei den Parlamentariern konnte ST-Direktor Jürg Schmid noch mit einer aktuellen Wirkungsmessung aufwarten. ST verfügte im letzten Jahr über ein Gesamtbudget von 87,5 Millionen. Mit diesem Geld beeinflusste ST 11,9 Millionen Logiernächte. Das sind 17 Prozent aller Übernachtungen im 2010. Sie generierten einen direkten Umsatz von 2,02 Milliarden Franken. Davon flossen in Form von Steuern und Abgaben 285 Millionen zurück an den Staat. Die Wirkungsmessung von ST wurde 2006 erstmals durchgeführt und von der Uni St. Gallen validiert.

## Entlastung für die Hotellerie

**Nach dem Nationalrat hat auch der Ständerat die Revisionspflicht für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) gelockert.**

THERES LAGLER

Die Revision der Jahresrechnung soll für viele Firmen billiger werden. Der Ständerat hat sich am Montag dem Nationalrat angeschlossen. Er hat die Schwellenwerte, die KMUs zu einer ordentlichen Revision verpflichten, er-

höht. Künftig müssen nicht-börsennotierte Firmen nur noch eine ordentliche Revision durchführen, wenn sie zwei der drei folgenden Kriterien erfüllen: eine Bilanzsumme von mindestens 20 Millionen, ein Umsatz von mindestens 40 Millionen, 250 Mitarbeiter oder mehr.

Profitieren von diesem Entscheid wird auch die immobilienlastige und personalintensive Hotellerie, die bisher überproportional von der Revisionspflicht betroffen war (die htr berichtete). Immerhin kostet eine ordentliche Revision gemäss Treuhand-Kam-

mer im Schnitt 32 000 Franken, eine eingeschränkte Revision 5000 Franken. Noch offen ist, ab wann die neuen Schwellenwerte gelten. Der Nationalrat möchte sie bereits auf den 1. Juli in Kraft setzen, der Ständerat möchte den Entscheid dem Bundesrat überlassen. Setzt er sich durch, dürfte die Änderung frühestens ab der Jahresrechnung 2012 greifen. Justizministerin Simonetta Sommaruga machte nämlich klar, dass sie nichts von einer rückwirkenden Inkraftsetzung hält: «Das wäre gegenüber Gläubigern eine nicht zu rechtfertigende Zumutung.»

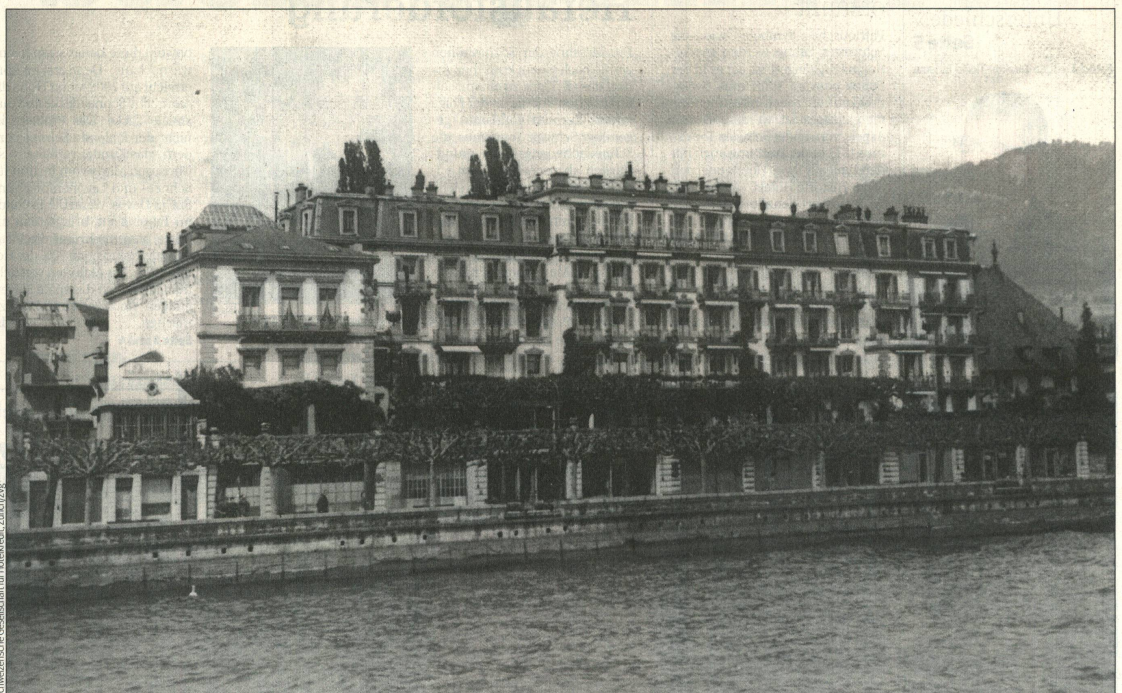
Ständerat unterstützt Gegenvorschlag  
zur Geldspiel-Initiative einstimmig

**Der Gegenvorschlag nimmt die Anliegen der Initiative auf, beseitigt aber gleichzeitig deren Mängel.**

«Wir stehen vor der wohl einmaligen Tatsache, dass die Initianten den Gegenvorschlag vollumfänglich unterstützen», betonte Ständerat Hermann Bürgi am Montag bei der Beratung der Initiative «Für Geldspiele im Dienste des Gemeinwohls». Das Lob für diese Einigkeit reichte Justizministerin Simonetta Sommaruga an ihre Vorgängerin Eveline Widmer-Schlumpf hatte eine Projektorganisation ins Leben gerufen, in welcher der

Gegenvorschlag zusammen mit den Initianten ausgearbeitet worden war. Wie die Initiative gewährleistet auch der Gegenvorschlag, dass die Erträge aus den Lotterien und Sportwetten für gemeinnützige Zwecke verwendet werden. Erstellt aber klar, dass dies nicht für die Erträge aus den Geschicklichkeitsspielen gilt. Wie in der Initiative würden die bisherigen Zuständigkeiten der Kantone in der Verfassung verankert. Für die Gesetzgebung wäre der Bund zuständig. **tl**

**Entrée:** Vevey (VD), Hôtel des Trois Couronnes. Mehr auf [www.htr.ch/hotelarchiv](http://www.htr.ch/hotelarchiv)



Schweizerische Gesellschaft für Hotelkultur, Zürich/Bo



# Messung oder Webcam?

**Gemessene Schneehöhen, Webcams, oder gleich beides? Um die Frage, wie die Schneesportler am besten informiert werden, ist eine Diskussion entbrannt.**

DANIEL STAMPF

Seit jeher messen die Wintersportgebiete die Schneehöhe und werben damit bei Schneesportlern. Nun kommt aber Bewegung in die Diskussion um den Sinn der Schneehöhenmessung – dies nachdem der «K-Tipp» behauptete, dass einzelne Destinationen bei der Schneehöhe auf www.myswitzerland.com falsche Angaben machen. Happpige Vorwürfe erhob das Blatt vor allem gegenüber Arosa.

«Wir sind weder Schummel noch Lügner, und unsere Angaben sind korrekt und entsprechen den Tatsachen», widerspricht Roger Meier, Leiter Marketing und Events bei den Arosa Bergbahnen, den Behauptungen des «K-Tipp». «Wir hatten Anfang Januar sehr kalte Tage und konnten entsprechend viel künstlich beschneien und mit Schneedeps arbeiten», so Meier. Die Pistendienstleistungen hätten hervor-

ragende Arbeit geleistet und dazu beigetragen, dass der Zustand der Pisten aufrechterhalten werden konnte. Das Arosai Skigebiet reicht von 1800 Meter bis auf 2650 Meter. «Es wäre ein sehr kurzfristiges Denken, falls nicht korrekte Angaben gemeldet werden», erklärt Daniela Bär, Sprecherin von Schweiz Tourismus (ST). Der Wintersportbericht als Dienstleistung für die Gäste lebe von der Glaubwürdigkeit. Sollten die Gäste das Gefühl haben, dass die Angaben falsch sind, könnten sie dies mit einer Feedback-Funktion melden. Die

Meldung geht an die entsprechende Destination mit Kopie an ST. «Erhalten wir wiederholte Reklamationen, streichen wir die Destination aus dem Wintersportbericht und publizieren somit die Angaben nicht mehr», sagt Daniela Bär.

**Live-Webcams vielmehr als Ergänzung denn als Alternative**

«Wir begrüssen die vom K-Tipp lancierte Diskussion über die Angaben der Schneehöhen auf den Internet-Plattformen», sagt Daniel Luggen, Direktor von Zermatt Tourismus. Zermatt fordert gegenüber ST, die Schneehöhenangaben grundsätzlich abzuschaffen, da sie für die Skipisten nicht relevant sei-

**«Es ist sehr kurzfristig gedacht, falls nicht korrekte Angaben gemeldet werden.»**

Daniela Bär  
Schweiz Tourismus

en. Das aktuelle Beispiel zeige, dass sie sogar irreführend sein können. «Entscheidend allein sind neben den Angaben über geöffnete Bahnen und Pisten die Live-Kameras, die sowohl auf Internet wie auch am TV eingesehen werden können», so Luggen weiter. Die Live-Webcams hält Daniela Bär für «eine wichtige Ergänzung», allerdings müssten diese gut aufgestellt sein und einen grösseren Teil der Piste abdecken.

«Die Schneehöhenangabe ist weniger ein Problem von ST selbst, als vielmehr eines der Distribution», sagt Thomas Winkler, Leiter Portalmanagement und E-Marketing. Zahlreiche Partner würden

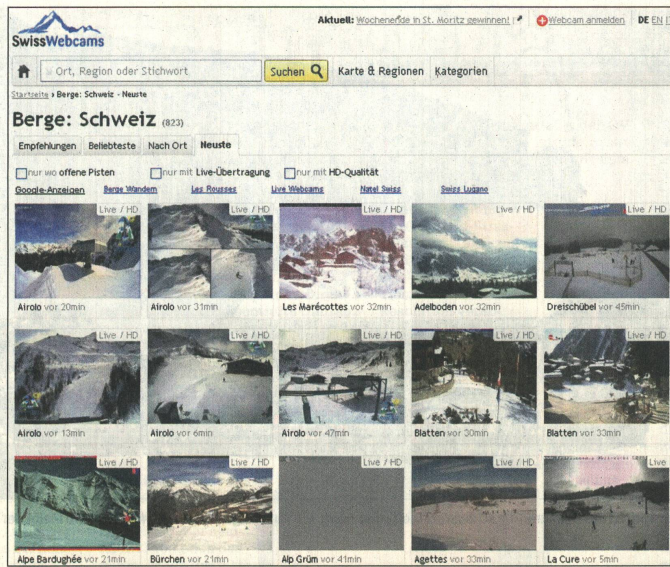
die Wintersportberichte von ST übernehmen. Und diese verlangten Angaben zu Schneehöhen. «Würden wir diese Angaben nicht mehr liefern, wären wir in den betreffenden Medien nicht mehr präsent», sagt Thomas Winkler.

**Freier wollen Angaben von Schneehöhen neben den Pisten**

«Grundsätzlich ist das Messen der Schneehöhen in Wintersportorten sinnvoll», sagt Christoph Marty, Klimatologe beim Institut für Schnee- und Lawinenforschung SLF. Allerdings müsse dies an repräsentativen Standorten geschehen, was leider nicht immer der Fall sei. Für richtig erachtet Marty die Messung des natürlichen Schnees in der Ebene. Für den Gast sei es nicht das Gleiche, ob er ein weisses Band in grüner Landschaft vorfinde oder eben nicht. Wichtig

sei auch, dass immer am gleichen Ort gemessen werde, und die messenden Personen nicht einmal auf- und einmal abrunden. Die Schneehöhenmessung sollte sicher nach jedem Neuschnee fallen, im Idealfall täglich. Marty erachtet die Installation von Webcams nicht als Alternative zur Schneehöhenangabe, sondern als Ergänzung.

Auch Marty ist der Ansicht, dass mit den heutigen technischen Möglichkeiten auch bei relativ wenig Schnee gute Pisten präpariert werden können. 10 Zentimeter natürlicher Schnee und ein Kunstschneeband von 30 Zentimeter könne dazu auf einer Wiese ohne felsigen Untergrund genügen. Da heute immer mehr Freerider unterwegs sind, sei die Angabe von Schneehöhen für die Gäste aber weiterhin entscheidend für die Wahl des Skigebiets.



Gut eingerichtete Live-Webcams sind eine ideale Ergänzung zu den Schneeberichten.

## Aus der Region

### Tessin

#### Widerstand gegen regionalen Naturpark

Der Nutzungsplan für den Naturpark in der Magadino-Ebene stösst nicht auf viel Gegenliebe. Laut «Tessiner Zeitung» geht er den Umweltschützern zu wenig weit, den Bauern, einigen Gemeinden und den Touristikern jedoch viel zu weit. Der regionale Verkehrsverein moniert, es sei nicht ein Nutz- sondern ein Schutzplan. Man wolle erfolgreiche und touristisch wertvolle Projekte einfach abwürgen.

#### Die Immobilie des «Giardino» ist auch verkauft



Alain D. Bolat

Der Immobilienfonds Credit Suisse Real Estate Fund Living Plus hat die Immobilie des Hotel Giardino in Ascona an die Centaurium Immobilien AG verkauft. Der Verkäufer möglicherweise die Eigentümerin der Immobilie und des Betriebs, teilen CS und das Hotel Giardino mit. Inhaber der Centaurium Immobilien AG ist Daniel Borer, Arzt und Erbe von Rolex Biel. Die Betriebsgesellschaft des «Giardino» hatte Borer bereits im Herbst 2009 gekauft.

### Ostschweiz

#### Wenig Chancen für Naturpark auf dem Seerücken

Die Idee eines regionalen Naturparks Seerücken West zwischen Untersee und Thur kommt nicht vom Fleck. Von den Gemeinden ist gemäss «St. Galler Tagblatt» kaum ein Bekenntnis zum Park zu vernehmen. Gegen die Pläne spricht sich die Landwirtschaft aus, die Einschränkungen befürchtet. Die Initianten des Projekts kritisieren aber auch fehlendes Engagement und Lobbying aus Tourismuskreisen.

### Wallis

#### Bergbahnen im Lötschental wollen ausbauen



ZVG

Die Lauchernalpbahnen im Lötschental wollen ausbauen. Laut «Thuner Tagblatt» ist geplant, die erste Sektion auf der Lauchernalp durch eine Sessel- oder Gondelbahn bis zur Talstation der Gletscherbahn auf Ganderegg zu ersetzen. Es wird mit Kosten von 20 Mio. Franken gerechnet. dst

# Scuol sagt Ja zum Ausbau

**Das Thermalbad in Scuol bekommt einen neuen Anstrich und einen grösseren Saunabereich: Das Stimmvolk hat sein Ja zum nötigen Kredit gegeben.**

GUDRUN SCHLENCZEK

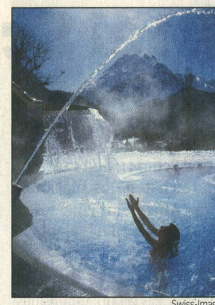
Scuol bekommt seinen Bad-Umbau: Die Stimmbevölkerung von Scuol hat mit 68 Prozent Ja-Stimmen bei der Abstimmung vom letzten Sonntag den 6,6-Millionen-Franken-Kredit für «Bogn Engiadina Scuol» gutgeheissen.

Nun kann die Bogn Engiadina Scuol SA wie geplant im Frühjahr mit der Sanierung des Innenbereichs beginnen. Hier geht es vor allem um optische Anpassungen des in die Jahre gekommenen Thermalbades: Das Bad in Scuol ist vor 17 Jahren erstellt worden. Für

diese erste Etappe wurden 2 Mio. Franken budgetiert. Vom 11. April bis 22. Mai sind in Folge der Renovierungsarbeiten das Bad und auch viele Beherbergungsbetriebe in Scuol geschlossen. «Für den Tourismus in Scuol ist das Bad zentral. Viele Hotels nutzen die Zeit deshalb gleich selbst für einen Umbau», so Niculin Meyer von der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG.

2012 folgt dann in einer zweiten Etappe ein Erweiterungsbau: Der Saunabereich wird verdoppelt,

was finanziell den grössten Brocken darstellt: 4,6 Mio. Franken. Spätestens 2014 folgen noch Anpassungen im Aussenbereich: Die dafür nötigen rund 600'000 Franken wird das Bad aus der eigenen Tasche zahlen. Zudem will man noch beim Bund einen Antrag für einen 2-Mio.-Franken Kredit stellen, der jenen der Gemeinde entsprechend verringern soll. Die Gemeinde müsste für die 2 Mio. Franken aber die Bürgschaft übernehmen. Auch das wurde vom Stimmvolk am Sonntag bejaht.



Swiss-image

**Facelifting für 2 Mio. Franken: Das Bad in Scuol, neu ab Sommer.**

# Marketing-Pakt im Heidiland

**Im Grenzgebiet zwischen dem St. Galler Oberland und Graubünden kommt es zur Zusammenarbeit zwischen Graubünden Ferien und der Heidiland Tourismus AG.**

KARL JOSEF VERDING

Graubünden Ferien und die Heidiland Tourismus AG haben eine Vereinbarung unterzeichnet, die per sofort eine Zusammenarbeit in der Vermarktung beinhaltet. Als Teil der Vereinbarung hat Graubünden Ferien die Informations-

stelle «La butia» in der Autobahn-raststätte Heidiland an die Heidiland Tourismus AG abgetreten.

Nach der Gründung der Tourismusorganisation Bündner Herrschaft/Fünf Dörfer im vergangenen Herbst und deren Kooperation mit der Heidiland Tourismus AG seit Jahresbeginn (siehe letzte hotelrevue), folgt nun ein nächster Schritt. Die Verantwortlichen der kantonalen Marketingorganisation Graubünden Ferien (GRF) sowie die Heidiland Tourismus AG (HLT) informierten am Dienstag an einer Medienorientierung in der Autobahn-raststätte Heidiland über die neue Zusammenarbeit.

«Mit der Schaffung neuer bzw. grösserer Strukturen mit klaren Ansprechpersonen und Verantwortlichkeiten ist die Region für Graubünden Ferien jetzt auch zu einem attraktiven Kooperationspartner geworden», so GRF-Präsident Andreas Wieland. Seit rund zwei Jahren besteht das Heidiland aus einem grösseren Gebiet, welches die Kreise Pizol, Flumserberge und Walensee umfasst. Die Ergänzung mit dem vierten Kreis, dem Bündner Rheintal, war der Auslöser für die kantonsübergreifende Zusammenarbeit, die zur Marketing-Kooperationsvereinbarung mit GRF und der Übernahme der «butia» führte.

#### SAC mit drittbestem Hüttenjahr der Geschichte

Nach dem Rekordjahr 2009 mit mehr als 359'000 Übernachtungen sind 2010 in den Hütten des SAC deutlich weniger Gäste gezählt worden. Insgesamt wurden rund 338'600 Logiernächte verzeichnet, 5,7% weniger als im Vorjahr.

#### Höherer Marktanteil von inländischen Spirituosen

Im Jahr 2010 erhöhte sich der Anteil der Inlands-Spirituosen von 13 auf 18 Prozent und erreichte wieder den Stand der letzten Jahre, wie die Eidg. Alkoholverwaltung mitteilt.

Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen bewegt sich seit bald zwanzig Jahren zwischen 1,5 und 1,7 Liter reinem Alkohol. Im Jahr 2010 liegt er bei 1,6 Liter reinem Alkohol.

#### Nordeuropa-Chefin von Gate Gourmet wurde entlassen

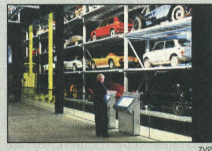
Amanda Jacobsen, Nordeuropa-Chefin der Schweizer Gate Gourmet wurde wegen Betrugs entlassen. Ihr wird vorgeworfen, Dokumente und Beträge gefälscht zu haben, um absichtlich interne Kontrollen zu umgehen. Das Unternehmen war innerhalb von drei Jahren um insgesamt 22 Mio. Franken erleichtert worden, wie es mitgeteilt hat. Der grösste Teil sei vor 2010 angefallen. dst

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



## Aus der Region

## Zentralschweiz

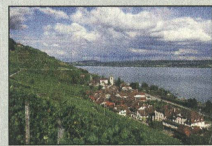
Verkehrshaus:  
Initiative verlangt  
Unterstützung

Der Bund soll das Verkehrshaus in Luzern längerfristig und nachhaltig unterstützen. Der Luzerner Regierungsrat hat dem Kantonsrat eine entsprechende Kantonsinitiative unterbreitet. Das Verkehrshaus sei faktisch «das nationale Museum für Mobilität», schreibt er. Beantragt wird unter anderem, dass die Bundeshilfe von jährlich 2,9 Mio. Franken bis 2015 vertraglich zugesichert wird.

Umbau des  
«Château Gütsch»  
verzögert sich

Mit dem Umbau des Luzerner Schlosshotels Gütsch kann nicht wie geplant im Frühling, sondern erst im kommenden Herbst begonnen werden. Grund dafür seien diverse strategische Planungen, wie Gabriela Hammer, Geschäftsführerin der Château Gütsch Immobilien AG, gegenüber der «Neuen Luzerner Zeitung» erklärte. Zurzeit stehe die Bauplanung still. Erneut machen Verkaufsgerüchte rund ums «Gütsch» die Runde. Gabriela Hammer will sich zu den Gerüchten nicht äussern. Mitte März soll offiziell informiert werden, wie es mit dem Schlosshotel weitergeht.

## Mittelland

Bielersee: Angst  
vor «gewaltigem  
Eingriff»

Falls der Bund den Umfahrungstunnel von Twann baut, droht dem linken Bielerseufer ein «gewaltiger Eingriff» in die geschützte Reblandschaft. Dieser Überzeugung sind die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz und der Berner Heimatschutz. Die beiden Organisationen haben deshalb ihre Einsprache gegen das Projekt an das Bundesverwaltungsgericht weitergezogen. Das Projekt sieht die Verlängerung des bestehenden Ligerstunnels um 1,8 Kilometer vor.

## Zürich

Hotel Alexander  
in Thalwil wird  
ausgebaut

Das Gasthaus am See soll um zwei Geschosse höher und die Anzahl der Zimmer auf 40 Zimmer verdoppelt werden, schreibt der «Tages-Anzeiger». Geplant seien auch ein 180 Quadratmeter grosser Seminarraum und im Untergeschoss ein Wellnessbereich. Die Terrasse gegen den See soll vergrössert werden. Ab heute liegen die Pläne für das Bauprojekt der Corim AG als Besitzerin beim Thalwiler Bauamt auf. dst



Im April ist das Skifahren am schönsten: Die Sonne warm, die Tage länger, Schnee genug. Doch wo bleibt der Gast?

## Frohe weisse Ostern

Viele Destinationen bangen 2011 ums späte Ostergeschäft und locken mit Aktionen. Dabei gibt's Ende Saison am meisten Schnee. Das Problem ist der Gast.

GUDRUN SCHLENZKE

So spät waren die Osterfeiertage noch nie: Vom 22. bis 25. April. Doch die Angst, dass es diese Ostern nicht mehr genug Schnee auf

den Pisten liegt, scheint unbegründet. «Auf gut 2000 Meter Meereshöhe erreicht die natürliche Schneedecke ihre maximale Dicke im April, also Ende Saison», weiss Christoph Marty vom Institut für Schnee- und Lawinenforschung SLF in Davos aufgrund langjähriger Messungen. Erst Mitte bis Ende April beginne in dieser Höhe der Schnee richtig zu schmelzen. Auch lange nicht alle Talabfahrten seien gefährdet, wenn diese im Frühwinter mit Kunstschnee präpariert wurden. Und der Schnee ist nicht alles, was

«Problem ist das Kundenverhalten. Man bringt den Gast nicht mehr auf die Piste.»

Christoph Marty  
SLF Davos

die Natur im April in den Bergen bietet. «Es ist weniger kalt, die Tage sind wieder länger und viele Bergbeizen laden auf ihren Terrassen zum Sonnenbaden ein», zählt Urs Zenhäusern, Direktor Wallis Tourismus, die Vorteile auf. Das Problem sei vielmehr das Kundenverhalten, so Marty: Der Gast wolle bereits im November Ski fahren, wenn man mit Kunstschnee nachhelfen muss. Wenn aber März und April im Mittelland der Frühling Einzug hält, dann «bringt man die Kunden nicht mehr auf die Piste», konstatiert Marty. Ähnlich tönt es in den Skigebieten selbst: In der Jungfrau-Region sind diese Ostern längst nicht mehr alle Bahnen in Betrieb, gut zwei Drittel der Hotels bereits geschlossen. «Der Hauptgrund ist die fehlende Auslastung», stellt Christoph Schlappi von den Jungfraubahnen klar.

## Trotz Schnee: Viele Hotels und Bahnen werden geschlossen sein

In Davos werden noch in zwei der sechs Skigebiete die Bahnen bedient und rund die Hälfte der Bergherbergungsbetriebe schon geschlossen sein. Von den Hotels aller Bergdestinationen sollen gemäss Schweiz Tourismus noch 72 Prozent über die Osterfeiertage ihre Zimmer vermieten. Und in Saas-

## Drei Schweizer unter den Top 15

Gemäss dem Performance Index von BAK Basel gehören Zermatt, Luzern und Scuol zu den 15 erfolgreichsten Destinationen der Alpen. Auf Platz 1 liegt das Grossarl (Salzburg).

DANIEL STAMPELI

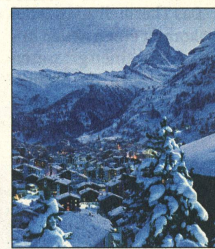
Die über das gesamte Tourismusjahr 2009 erfolgreichste Schweizer Destination ist erneut Zermatt (Rang 6). Der Walliser Ort erreiche die gute Platzierung vor allem dank

einer guten Auslastung über das ganze Jahr, schreibt BAK Basel. Im Vergleich zu 2008 und 2007 habe Zermatt jedoch einige Plätze eingebüsst. Wie in den Vorjahren ist Luzern (Rang 9) vorne dabei. Neu dazugekommen ist die Destination Scuol, welche sich vom 29. Rang in 2008 auf den 12. Rang in 2009 verbesserte. Anders als bei der Performance im Winter, wo die österreichischen Destinationen dominieren, ergibt sich im Sommer ein deutlich heterogeneres Bild. Unter den Top 15 finden sich fünf schweizerische, eine deutsche, drei italienische

und sieben österreichische Destinationen. Die Spitzenposition nimmt die Destination Achensee ein, vor der Destination Luzern, die bei allen Teilindizes gemäss BAK Basel überdurchschnittliche Ergebnisse erzielt. Rang 8 belegt Interlaken, Rang 10 Lago Maggiore e Valli, Rang 11 Scuol und Rang 13 die Region Lago di Lugano. Das Ranking für die Wintersaison wird von der Destination Lech Zürs angeführt. Insgesamt sind unter den ersten 15 nicht weniger als 11 Destinationen aus Österreich zu finden. In den Top 15 sind auch zwei Schweizer Destinationen zu finden. Samnaun erreicht als beste nicht-österreichische Destination den achten Rang. Nur knapp dahinter folgt auf Rang 10 Zermatt.

Gemäss dem «BAK Topindex» für Städtedestinationen ist Barcelona die erfolgreichste Stadt im Sample. Mit Zürich und Genf sind wie bereits im Vorjahr – zwei Schweizer Städte unter den ersten drei. Basel liegt ebenfalls über dem Durchschnitt des beobachteten Samples. Leicht unter dem Mittelwert liegen Lausanne und Bern.

Die ganze Studie: [www.htr.ch/bak](http://www.htr.ch/bak)



Zermatt: Laut BAK Basel erfolgreichste Schweizer Destination.

## Gnadenfrist für Fischstube

18 Gastronomen bewarben sich bei der Stadt Zürich um die Zwischennutzung des Seerestaurants Fischstube. Gewonnen hat ein Trio um den Fernsehkoch Erik Haemmerli.

VIRGINIA NOLAN

Holzpfähle, die im See stehen, tragen die «Fischstube» beim Zürichhorn. Das Ensemble aus Restaurant, Fischerhütte und Gartenbuffet ist ein Relikt der Landes-

ausstellung von 1939. Bald muss die Sommer-Gaststätte einem ganzjährig betriebenen Neubau weichen, der nach dem Vorbild des Originals gestaltet werden soll. Bevor die Bagger aufrollen, kommt noch einmal Leben in den maroden Bau. Aus 18 Gastronomen, die sich für die Zwischennutzung des Restaurants während der Sommersaisons 2011 und 2012 bewarben, hat ein Trio um den Zürcher Gastronomen Erik Haemmerli das Rennen gemacht. Haemmerli, bekannt aus der Sendung «Swiss Dinner», führt das Restaurant Bederhof

und die Old Fashion Bar. Zusammen mit Mike Gut, Betreiber der Bar 0015, und Marco Pfoster vom Restaurant Heugummen wird der Fernsehkoch ab Ostern die Geschichte der «Fischstube» leiten. «Wir wollen unsere Gäste mit gutbürgerlichen, preiswerten Gerichten verpflegen», sagt Haemmerli. Das Trio plant eine «fischlastige» Karte, die auch Vegetarier und Fleischliebhaber erfreuen soll. Einige der 200 Plätze wurden für einen Biergarten und eine Lounge reserviert. «Vom Umsatz», sagt Haemmerli, «haben wir noch keine Vorstellung.»

Neue Spielbank will in Zürich zum  
Touristenmagneten werden

Geschäftsreisende sollen zwischen den Sitzungen zum «Gambeln» animiert werden.

2012 erhält Zürich ein Casino. Fünf Bewerber buhlen um die A-Konzession. Der Zürcher Hotelierverein drückt der Swiss Casinos Gruppe die Daumen. Die Casinoanbieterin stellte ihr Projekt kürzlich der Presse vor. Das Unternehmen plant im Haus Ober an der Sihlporte das grösste Schweizer Casino. Von 124 Millionen Franken Spielern soll jährlich mindestens 1,3 Millionen in den Tourismus fliessen. In Schweizer Spielbanken machen Touristen gut 6 Prozent

der Besucher aus – Swiss Casinos will diesen Anteil im Haus Ober auf 12 Prozent erhöhen. «Gelingen soll das durch die enge Zusammenarbeit mit Zürich Tourismus und den Hoteliers», sagt Verwaltungsratsmitglied Peter Meier. Ausserdem plant Swiss Casinos Angebote, die Geschäftsreisenden die Wartezeit zwischen Terminen versüssen wollen – etwa einen Spiel-Apéro, der zwischen Sitzungsschluss und Abendessen keine Längeweile aufkommen lässt. vn



# «Zu wenig Mittel fürs Marketing»

Der Tourismus im Tessin kriselt. Als Co-Direktor und Marketing-Chef von Ticino Turismo ist Patrick Lardi gefordert.

GERHARD LOB

Patrick Lardi, seit Jahren schrumpft die Tessiner Tourismusbranche. In einem Jahrzehnt ging die Zahl der Logiernächte um 19 Prozent zurück. Wie wollen Sie das Blatt wenden? Ich muss zuerst einmal präzisieren, dass wir effektiv einen Rückgang an Logiernächten in Hotels hatten, weil wir es dort genau messen können. Aber wir wissen nicht, wie sich die Situation in Campingplätzen oder Ferienwohnungen entwickelt hat. Da haben wir nur vage Angaben. In beiden Segmenten gab es wahrscheinlich einen Zuwachs. Die Situation präsentiert sich somit uneinheitlich.

Ihr Chef Tiziano Gagliardi sprach in seiner Rede bei der jüngsten Versammlung jedoch von einer «schwierigen Situation». Das stimmt. Aber die Tessiner Hotellandschaft befindet sich in einem Wandlungsprozess. Eine Reihe kleiner Hotels hat geschlossen. Dort entstehen zum Teil Eigentumswohnungen. Es gibt aber auch Gegen-tendenzen mit einem Übergang von kleinen, familiären Hotels in grössere, kommerziell geführte Häuser. In Paradiso baut etwa die Accor-Gruppe ein neues Hotel mit 246 Zimmern.

Sie sind also nicht pessimistisch? Überhaupt nicht. Wenn ich die Investitionen sehe, die zurzeit im Tessin erfolgen, bin ich sogar zuversichtlich. Neben dem erwähnten Hotel in Paradiso erneuert die Tessel-Gruppe das Kurhaus Camedario. Auch in Agra

## Zur Person Vom Puschlav über Swiss Olympic ins Tessin

In wenigen Jahren hat Patrick Lardi bei Ticino Turismo eine steile Karriere gemacht. Vom Marketing- und Kommunikationschef wurde der 37-Jährige kürzlich zum Co-Direktor befördert. Aufgewachsen ist Lardi im Puschlav. Nach Abschluss der Höheren Fachschule für Tourismus in Samedan war er zuerst als Projekt & Product Manager für Swiss Olympic tätig. 2004 kam Lardi ins Tessin, um für Ticino Info den Relaunch der entsprechenden Plattform für Freizeit und Tourismus durchzuführen. Seit 2007 steht er in den Diensten von Ticino Turismo.

gl

entsteht ein neues Hotel. In Minusio renoviert die Giardino-Gruppe das Navegna. In Rivera wird zurzeit ein riesiger Acqua-Park mit Hilfe der Credit-Suisse gebaut. In Mezzovico soll ein neues Low-Budget-Hotel entstehen. Breuer und Kipp sind in Ascona aktiv. Wenn all diese Investitionen in Millionenhöhe durch Private getätigt werden, bedeutet das, dass es Potenzial gibt.

Trotzdem: Die Negativ-Tendenz der letzten Jahren lässt sich nicht wegdiskutieren. 2008 war der Kanton Tessin landesweit sogar die einzige Destination, die negative Zahlen bei den Logiernächten schrieb. Das ist doch bedenklich. Man sollte gleichwohl nicht die ganze Entwicklung über einen Kamm scheren. Wir haben regional sehr grosse Unterschiede. Das Locarnese hält sich recht gut, während die Probleme im Luganese grösser sind. Die Luxushotellerie läuft gut, während bei den Mittelklasse-Hotels die Strukturentwicklung voll im Gang ist. Wir hinken der Deutschschweiz in diesem Bereich hinterher. Im Vergleich zur Deutschschweiz ist unser Kundensegment zudem enger: Wir hängen zu 70 Prozent von Gästen aus der Deutschschweiz und Deutschland ab.

«Das Locarnese hält sich recht gut, während die Probleme im Luganese grösser sind.»

Patrick Lardi  
Co-Direktor Ticino Turismo

Kann Ticino Turismo nicht die Märkte ausweiten?

Unser Hauptproblem ist, dass uns zu wenig Mittel fürs Marketing zur Verfügung stehen. Wir haben für das ganze Tessin 4,8 Millionen Franken. St. Moritz verfügt alleine über zirka 8 Millionen oder Davos über zirka 6 Millionen Franken. Das ist die Realität. Mit unseren Mitteln erreichen wir viel, auch wenn man vielleicht noch etwas besser machen könnte. Das anerkennt auch Schweiz Tourismus.

Jetzt setzen Sie auch auf Kooperationen mit Privatfirmen. Was erhoffen Sie sich etwa von der Partnerschaft mit Salami-Fabrikant Rapelli?

Das Unternehmen baut auf Produkte, die eng ans Territorium gebunden sind, wie etwa den neuen Piora-Schinken. Und wir verkaufen das Territorium als Feriengegend. Wir haben also ähnlich gelagerte Interessen. Wer ein gutes Produkt aus einer bestimmten Gegend konsumiert, wird animiert, diese Gegend zu besuchen.

Eine von Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid präsentierte Umfrage zeigt, dass «der chaotische Verkehr» und «mangelnde Gastfreundschaft» von Feriengästen im Tessin als Negativ-Faktoren wahr genommen werden. Zu diesen Themen hört man von Ticino Turismo kaum etwas, während ständig über die Probleme am Gotthard gesprochen wird.

Das sind Probleme des Tourismus, aber nicht in erster Linie von Ticino Turismo. Wir sind für die Promotion des touristischen Produkts da, aber wir kreieren nicht selbst das Produkt. Trotzdem sind wir natürlich sensibel. Das Problem der «mangelnden Gastfreundschaft» nehmen wir ernst und haben das Projekt Enjoy lanciert. In Kürze werden Vorschläge vorliegen, wie die Gastfreundlichkeit erhöht werden

kann. Eine Touristenkarte für den ÖV entsteht ebenfalls. Der interne «chaotische Verkehr» fällt nicht in unserem Kompetenzbereich...

... genauso wenig wie der Gotthard-Stras-sentunnel. Doch zur Sanierung des Gotthard-Tunnels hat Ticino Turismo eine Resolution verabschiedet, nicht zum «chaotischen internen Verkehr». Das ist wahr.

In Bezug auf den Verkehr versuchen wir aber, die Hoteliers zu ermuntern, Wochenpakete anzubieten, die beispielsweise

weise von Mittwoch bis Mittwoch laufen. Ganz generell sollte man die Umfragen bei Feriengästen mit Vorsicht geniessen. Viele Touristen stören sich beispielsweise daran, dass es «zu viele Touristen» gibt. Wie soll man darauf reagieren?

«Der interne «chaotische Verkehr» fällt nicht in unseren Kompetenzbereich.»

Patrick Lardi  
Marketing-Chef Ticino Turismo

In Leserbriefen beklagen gerade deutsche Touristen eine zunehmende bauliche Verschandelung des Tessins. Wie dramatisch ist die

Situation?

Marco Solari hat seit der Übernahme der Präsidentschaft von Ticino Turismo im Jahr 2007 wiederholt auf die Folgen dieser Verbauung für den Tourismus aufmerksam gemacht. Dies können wir aber nicht wirklich beeinflussen. Ein schwacher Trost ist es, dass die ganze Schweiz von diesem Entwicklung betroffen ist. Schauen wir nur ins Engadin oder auf ein Dorf wie Pontresina. Unter dem Strich präsentiert sich das Tessin nach wie vor intakt. Es gibt herrliche Täler wie das Blenio-, Maggia-, Verzasca- oder Muggio-Tal, aber auch wunderschöne Seeufer bei den Städten, in Locarno oder Lugano. Und wenn in Lugano 2013 das neue Kulturzentrum öffnet, haben wir einen zusätzlichen Trumpf in der Hand.

Patrick Lardi, Co-Direktor von Ticino Turismo.



## Standortförderung ist eine staatliche Aufgabe



Standpunkt

CHRISTOPH JUEN  
CEO HOTELLERIESUISSE

Die Hochpreisinsel Schweiz ist eine Realität und nicht wegzuzaubern. Daran ist nicht nur die momentane Frankenstärke schuld, aber sie verschärft das Problem. Die Schweizer Hotellerie ist gezwungen, auf Qualität zu setzen und in der Premium League zu spielen. Dieser «Zwang» hat die Hoteliers in der Schweiz für den Qualitätsgedanken sensibilisiert und ist deshalb auch ein Glück. In der Hotellerie wird

renoviert, investiert, innoviert. Sie schafft sich so die nötige Grundlage, um im Qualitäts-wettbewerb zu bestehen. Die Schweizer Hotellerie ist also soweit gut gerüstet für die Herausforderungen des immer härter werdenden Preiskampfes. Diese Initiative Welle heisst es zu fördern. Der über Innoutour mitfinanzierte «Milestone. Tourismuspreis Schweiz» zum Beispiel bringt jedes Jahr Innovationsperlen aus der Schweiz ins Rampenlicht, nicht nur aus

«Es werden zwei tourismuspolitische Instrumente gegeneinander ausgespielt.»

der Hotellerie, sondern aus allen Bereichen des Tourismus. Nun schlägt der Bundesrat in seiner Botschaft zur Standortförderung vor, die Gelder für die touristische Landeswerbung in den Jahren 2012–2015

zu Gunsten von Innoutour um je vier Millionen zu kürzen. Da haben die für 2011 und 2012 zusätzlich gesprochenen 24 Millionen im Rahmen des ST-Impulsprogramms höchstens einen kurzfristigen Effekt und verlieren ihre nachhaltige Wirkung. Eine Kürzung der Mittel von Schweiz Tourismus ist mit Blick auf das tourismuspolitische Wachstumsprogramm des Bundesrats vom vergangenen Jahr geradezu absurd. Es werden zwei tourismuspolitische

Instrumente gegeneinander ausgespielt; auf der Strecke bleiben die touristischen Anbieter in der Schweiz. Was sie brauchen ist eine wirkungsvolle Standortförderung und eine schlagkräftige Vermarktung, so dass sich der innovative Geist der Branche auch im Portemonnaie bemerkbar machen kann. Der Schweizer Tourismus ist Premium, da müssen auch die Voraussetzungen für eine Premium-Vermarktung geschaffen werden.





«Wir wählen bewusst starke Persönlichkeiten als Mitarbeiter aus. Wir wünschen uns hier Lebendigkeit.»

Jan Stiller Direktor Lenkerhof Alpine Resort

## Stolz in Bubendorf

Aus Freude über die Erfolge ihrer «Osteria Tre» luden Tischhausers diese Woche ins Hotel Bad Bubendorf. Hoteliers, Touristiker, Politiker und Medien kamen zuhause.

ELSBETH HOBMEIER

Das Bauchgefühl von Direktor Roland Tischhauser war ein gutes, der Griff nach dem Küchenchef Gianluca Garigliano trotzdem ein kühner: Der Koch des Südtiroler Fünfsterneortes Vigilius hatte keine Zeit für ein Vorstellungsgespräch im Baselbiet, also heuerte ihn Tischhauser nach einigen Mails unbesenen an. Er hat es nie bereut – im Gegenteil: Stolz und dankbar für die vielen Auszeichnungen, welche Garigliano für die Osteria Tre in den letzten Monaten erkocht hat, luden Roland und Eveline Tischhauser zusammen mit dem Mitinhaber Felix Suhner (er baut gegenwärtig an seiner «Seerose» in Meisterschwanden weiter) zu einem grossen Diner ins Hotel

Bad Bubendorf. Sie waren wohl selber etwas erstaunt über den gewaltigen Zulauf. Denn nicht nur die gesamte Baselbieter Regierung war dabei, sondern auch viele Medien, Wirtschaftsvertreter und Touristiker liessen sich die Küche des Osteria-Teams und die Weintrouvaillen von Vini D'Amato aus Basel schmecken. Und alle waren danach voll überzeugt, dass Garigliano den neuen Michelin-Stern, die 15 Gault-Millau- und die 2 Feinschmecker-Punkte sowie den Spitzenplatz im Guide «Basel geht aus» rundum verdient hat. Das Hotel Bad Bubendorf gilt zudem als eines der besten Dreisternehotels der Schweiz.



Sie feierten (v.l.): Werner und Christine Schmid, Präsident Basler Hoteliers, BHV-Direktor Peter Malama und Tourismusdirektor Daniel Egloff.



«500 Positionen»: Sommelier Francesco Benvenuto.



Sie freuen sich am Erfolg ihres «Bad Bubendorf»: Direktionspaar Roland und Eveline Tischhauser und Mitinhaber Felix Suhner.



Bilder: Elsbeth Hobmeier

Gianluca Garigliano erkochte der «Osteria Tre» im Hotel Bad Bubendorf 15 Punkte, einen Michelin-Stern und dreimal Platz 1 in «Basel geht aus».

## Schnee und Stimmung bestens – am Pizol machte man ein Fest daraus

Ein Schneefest mit viel Action und dem einheimischen Schlagersänger und Heidiland-Botschafter Stefan Roos.



Sänger Stefan Roos; Marcella Looser-Paardekooper, VR-Präs.; Klaus Nussbaumer, CEO Pizolbahnen.

Am letzten Samstag wurde den Einheimischen und Gästen, die an das Schneefest am Pizol kamen, eine ganze Bandbreite von Aktivitäten zur Auswahl geboten. Sportliche konnten zwischen geführten Schneeschuh-Wanderungen, einer Packelabfahrt und Abendskifahren

wählen. Highlights für die Stimmung waren Auftritte von Schlagersänger Stefan Roos auf der Terrasse vor und nach Sonnenuntergang. An diversen Standorten im Gebiet hörte man während des ganzen Tages auch die wild gemischten Klänge der Knappä Guggä Sargans.



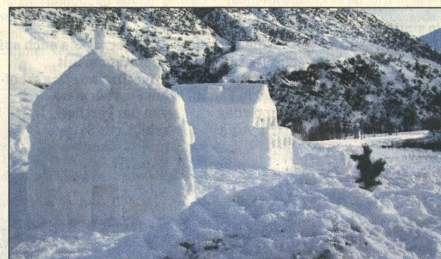
Stefan Roos sorgt für Stimmung auf der Terrasse des Restaurant Aurea auf Pardiell am Schneefest Pizol.

## Häuser und Schiffe aus Eis

Ein besonderer Schneepass wurde den Gästen von Andermatt und dem Urserntal geboten. Im ganzen Tal fand ein Schnee- und Eisskulpturen-Festival statt. Die Gäste konnten selber mit dem kalten Werkstoff gestalten.

KARL JOSEF VERDING

Ob Pyramide, Sofa, Schuh oder Schiff: Die Gäste sowie Teilnehmer aus Schulen konnten ihrer Fantasie freien Lauf lassen und bauten sogar ganze Häuser. In Realp steht jetzt die geplante Überbauung «Naturblick» ganz aus Schnee. Eine Woche lang waren alle eingeladen, im Tal Skulpturen aus dem kalten Element zu bauen. Andermatt Gotthard Tourismus vergass bei der Ausstattung des Events nicht die Musik und zwei Schneebars. Am letzten Samstag fand auf dem verschneiten Tennisplatz in Andermatt die Prämierung der schönsten Skulpturen statt.



In Realp wurden vier Häuser des Projekts «Naturblick» nachgebaut.

### Aufsteigerin Karin Vesti



Von Victor H. Zindel, der 12 Jahre lang die Geschicke der Zindel Golf GmbH in Maienfeld geleitet hat, übernahm per 1. März Karin Vesti die gesamte Geschäftsführung. Sie führte acht Jahre lang den Geschäftsbereich Swiss Golf. Die Abteilung Golf-Merchandising wird ausgelagert, die anderen Bereiche wie Golf-Events und Golf-Messe weitergeführt. Victor H. Zindel leitet seit dem 1. März den Vertrieb der Region Graubünden Nord bei der Rhätischen Bahn in Chur. Er bleibt aber Gesellschafter der Zindel Golf GmbH.

### Umsteigerin Karin Linnekogel



Per Ende März 2011 gibt es bei Beatenberg Tourismus einen Wechsel in der Geschäftsführung. Die in Spiez aufgewachsene Karin Linnekogel übernimmt die Leitung von Christian Rieder. Zuletzt hatte sie eine leitende Position bei der Nomad Aviation AG, einem Unternehmen der Privatfliegerei. Rieder, der seinen Rücktritt bereits im Herbst 2010 angekündigt hatte, nennt als Grund für seinen Weggang die Schwierigkeit, die Aufgaben mit einem kleinen Team professionell zu erfüllen – und nicht nur den Status quo zu erhalten.

### Vizedirektor und Resident Manager für das «Eden au Lac»

Anfang Jahr hat Michael Stühler (47, Bild) seine Tätigkeit als Vizedirektor / Resident Manager im Hotel Eden au Lac Zürich aufgenommen



und tritt damit die Nachfolge von Rolf Tinner an. Zuletzt war der gebürtige Deutsche, der seit einigen Jahren auch Schweizer Staatsbürger ist, Director Operations im Hotel Allegro/Kursaal Bern. Beat R. Stigg, Hoteldirektor des «Eden au Lac» und Managing Director der Victoria-Jungfrau Collection, begrüsst mit Stühler ein neues Geschäftsleitungsmitglied der Collection.

### Compass Group (Schweiz) AG: Neuer Head of Operations

Frank Keller (37, Bild) ist ab Juni der Head of Operations (COO) der Compass Group (Schweiz) AG. Er folgt auf Stephan Buchser, der



CEO bei der Villars Holding SA wird. Keller ist seit 2008 Geschäftsführer und Mitglied der Gruppenleitung der Gamma Catering AG.

### Leiterin für globales Marketing von TripAdvisor

Barbara Messing (39) verantwortet ab sofort als Chief Marke-

ting Officer die Entwicklung von TripAdvisor im Customer Relationship Marketing, Suchmaschinen-Marketing, Traffic-Akquisition und mobile Partnerschaften. Sie folgt auf Christine Petersen.

### SV Group neu mit einem Chief Marketing Officer

Die SV Group Schweiz hat die neue Position des Chief Marketing Officers mit Peter Lutz (44) besetzt. Er war zuletzt Managing Director und Vorsitzender der Geschäftsleitung der Unilever Foodsolutions.

### Neues Paar leitet Restaurant im Schloss Bottmingen

Naomi Steffen (32), aufgewachsen in Thun, und der Franzose David Picquenot (30) werden neue Geschäftsführer in dem mit 15 Gault-Millau-Punkten ausgezeichneten Restaurant Schloss in

Bottmingen BL. Ihre Vorgänger im Schloss, Ruth und René Gischig, sind in Pension gegangen.

### Sattel-Hochstuckli AG rüstet für Zukunft personell auf

Die Sattel-Hochstuckli AG ist vom Bergbahnbetrieb zum Tourismusunternehmen geworden. Seit 1. März ist die neue Funktion eines Geschäftsführers mit dem bisherigen Leiter Marketing und Kommunikation, Mathias Ulrich besetzt. Unterstützt wird er vom VR-Delegierten Rudolf Marty.

### Marc Tischhauser nun Projektleiter von San Gottardo

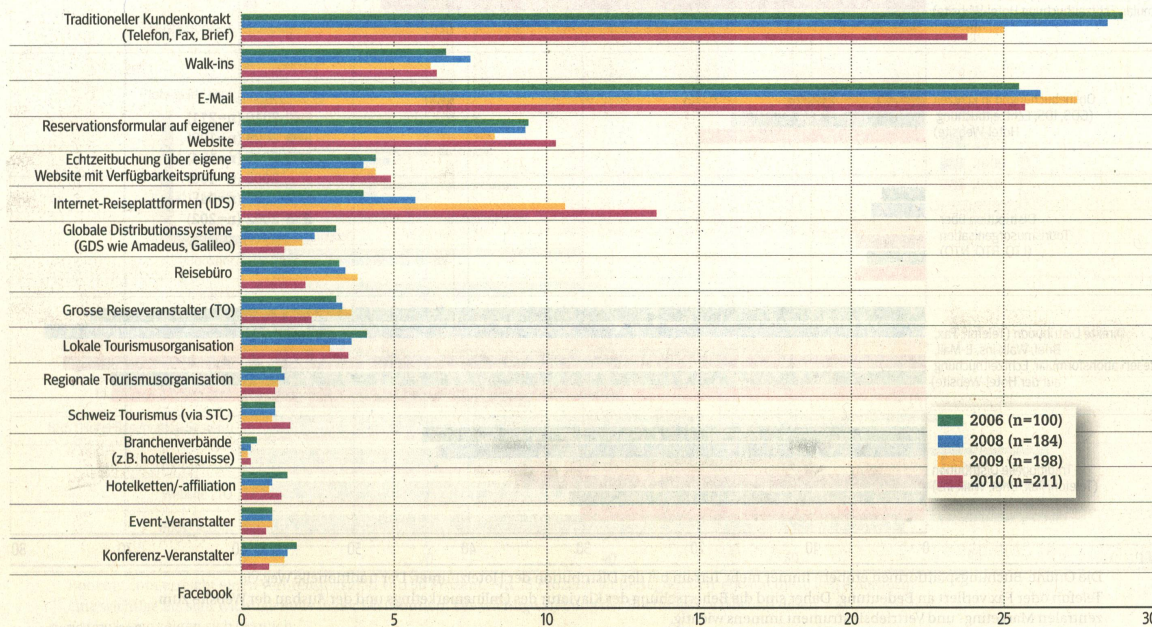
Der Bündner Marc Tischhauser hat am Dienstag den Walliser Jean-Daniel Mudry als Projektleiter von San Gottardo, Pilotprojekt der Kantone Uri, Tessin, Wallis und Graubünden abgelöst.



**Distribution: Inhalt muss kongruent sein** Seite 8; **Der smarte Bewertungsassistent** Seite 9; **Kommissionsarme Buchungskanäle** Seite 10; **Standortbezogene mobile Dienste im Trend** Seite 11

## Vertriebskanäle der Schweizer Hotellerie 2006 bis 2010

In Prozent (n = Anzahl erhaltene Antworten)



Direkte Buchungskanäle (Telefon, Fax, Walk-ins, E-Mail, Formular oder Buchungssystem auf der eigenen Website) sind die mit Abstand wichtigsten Verkaufsschienen der befragten Schweizer Hotels. Dies obwohl ihr prozentualer Anteil am Vertrieb zwischen 2008 und 2010 von 75,4 Prozent auf 71,1 Prozent abgenommen hat.

Quelle: HES-50/Grafik rwo, rg

# Die Goldgräber im Netz

**Informatik-Experte Walter Berger spricht Klartext: Die Goldgräberstimmung der Buchungplattformen müsse gestoppt werden.**

SIMONE LEITNER

**Walter Berger, wenn Sie ein Hotel buchen, wo und wie tun Sie das?**  
Ich google. Wie übrigens über 90 Prozent aller anderen potenziellen Gäste auch.

**Und dann buchen Sie über booking.com?**  
Wie kommen Sie denn zu diesem Schluss? Ich buche natürlich direkt auf der Website mei-

nes präferierten Hotels. Allerdings muss ich einschränken: Ich buche nur beim Hotel, wenn der Prozess vergleichbar schnell und unkompliziert ist wie beispielsweise bei booking.com.

**Also doch?**  
Klar. Das ist ja das grosse Problem in der Hotellerie. Nach wie vor ist das Buchungsprozedere auf der eigenen Internetseite nicht professionell genug. Ich spreche natürlich nicht von den grossen Häusern in der Schweiz, die sind in dieser Hinsicht eher



fit. Aber es gibt auch kleinere Betriebe, die genauso gebucht werden möchten. Es tönt simpel, aber mit einer modernen Website kann jedes Hotel, insofern das Produkt stimmt, im internationalen Markt bestehen.

**Sind alte, nicht aktuelle Websites bei den Schweizer Hotels denn immer noch ein Thema?**  
Leider ja. Damit wird eine grosse Chance vergeben: Fast al-

**Walter Berger, Rebag Data.**

le potenziellen Gäste suchen ein Hotel auf Google. Und landen vielleicht auf booking.com. Dann aber – das ist empirisch bewiesen – sucht der User das bevorzugte Hotel auf der eigenen Website auf. Und das ist die grosse Chance der Hoteliers:

### Zur Person Seit 25 Jahren den Fokus auf Informatik

Walter Berger ist Inhaber der Rebag Data AG in Horgen. Seit 25 Jahren entwickelt er Hotel-Softwarelösungen. Er gilt auch als kritischer Beobachter der ganzen Internet-Entwicklung. Sei es der Umgang mit Gästedaten oder mit internationalen Buchungssystemen, Berger berät seine Kunden. Der Betriebsökonom ist auch Publizist von Fachliteratur.

Bietet die Website alles, inklusive Echtzeitbuchungsmaschine, Preisparität und guten Inhalt, bucht der Gast direkt und das Ziel ist erreicht: Der Hotelier muss keine Kommission bezahlen.

**Die Kommissionen sind Ihnen ein Dorn im Auge?**  
Oh ja! Ich bin überzeugt, die Hotelbranche kann künftig ohne Internet Distribution System (IDS) leben. Wer bei Google eine gute Platzierung hat, sei es als einzelnes Hotel oder durch eine Kooperation, wird gefunden.

**Ist es nicht naiv zu glauben, die Schweizer Hotellerie könne auf Expedia, Booking und Co. verzichten?**  
Wenn alle Voraussetzungen für eine smarte Vermarktung erfüllt sind, dann nicht. Die Goldgräberstimmung dieser Unterneh-

men wird nicht mehr allzu lange anhalten. Das war schon im Airline Business so. Die anfänglichen Kommissionen waren plötzlich nicht mehr haltbar.

**Wie könnte Ihre Vision «Buchungen ohne Kommission» durchgesetzt werden?**  
Die Hoteliers müssten sich zusammenschliessen, sich mit der

**«Google Adwords sind auf jeden Fall nicht die beste Lösung, die sind teuer.»**

Walter Berger  
Inhaber Rebag Data AG

Materie auseinanderzusetzen, ihre Websites optimieren und die Kooperation unter anderem mit STC verstärkt nutzen. Allerdings kostet STC auch, da sollte aber der Kommissionsatz sehr klein gehalten werden können.

**Auf Google gut platziert zu sein, ist aber nicht einfach und sehr teuer. Schliesslich bezahlen IDS viele Millionen Dollar im Monat für ein perfektes Ranking?**  
Stimmt. Aber es gibt andere Parameter, die bei der Platzierung zählen. Google Adwords sind auf jeden Fall nicht die beste Lösung, die sind teuer.

**Und zu welchen Instrumenten raten Sie dem Hotelier?**  
Es braucht einen Anbieter wie Swisssguide, der regelmässig die Website für Suchmaschinen optimiert. Und die Plattform TrustYou, um auf einen Blick zu erkennen, wer mich wo bewertet. Damit sieht der Hotelier, welchen Ruf er in der Internet-Community geniesst. Zudem denke ich, wäre eine neutrale Beratungsstelle für E-Marketing eine echte Innovation. Zum Beispiel von einem Branchenverband.

**Das heisst, die Branche braucht vertiefte Information?**  
Natürlich. Der Hotelier kann sich doch nicht in allen Bereichen auf Anhieb fit halten. Er muss Gastgeber sein, Finanzspezialist und nun auch noch Internet-Sachverständiger.

ANZEIGE

**HÄFELE**  
FINDING BETTER WAYS

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

dia ock

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

**HOTELBEDARF**

Auserlesene Desserts und feine Gerichte für exklusive Häuser mit eleganter Einrichtung...

www.promotex.ch

**Kinderkarte Schweiz – so macht Wissen Spass!**

Lehrreich, spannend und liebevoll illustriert. Eine Entdeckungsreise für Jung und Alt. Illustrierte Karte für Kinder und Erwachsene mit Städten, Flüssen, Bergen, Persönlichkeiten, Tieren, Geschichte, Politik und übersichtlicher Legende.

Format 100 x 70cm, Fr. 25.-  
Im Buchhandel oder unter  
www.swisstravelcenter.ch  
erhältlich

Hallwag Kümmerly+Frey

**PISTOR Profit**

Qualität zu Top-Preisen

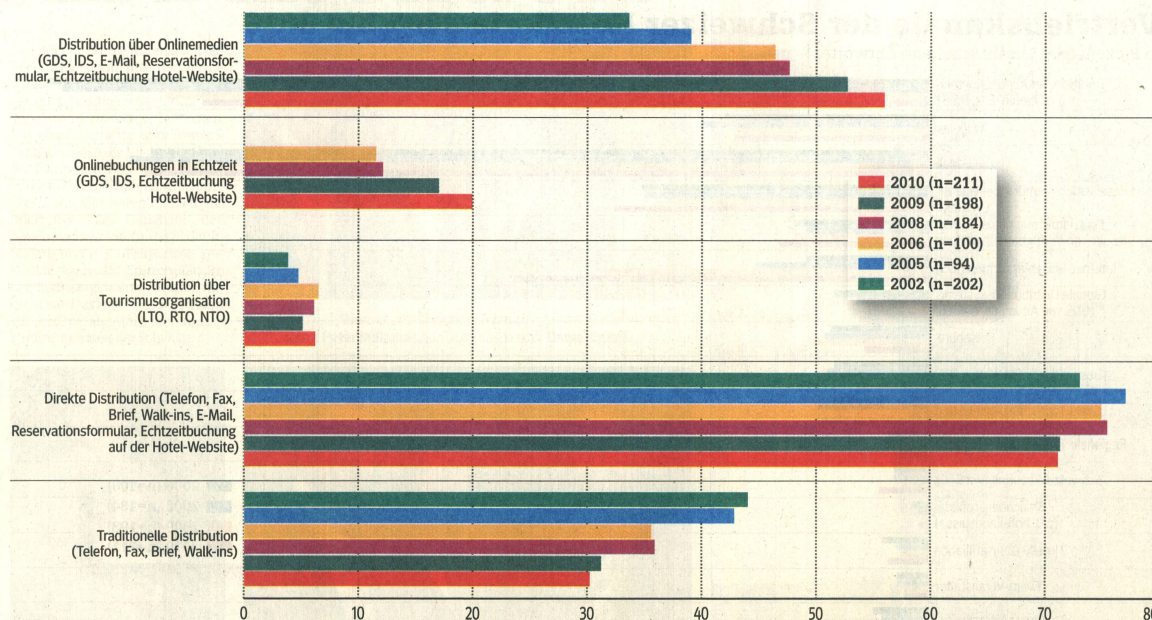
www.pistor.ch/profit



**Distribution. Content.** Der Preis ist für den Gast nicht immer ausschlaggebend: Ein einheitlicher Inhalt auf den Kanälen ist auch relevant. Eine Studie rund um Buchungsplattformen zeigt die Trends beim Vertrieb.

## Distributionstrends in der Schweizer Hotellerie 2002 bis 2010

In Prozent (n = Anzahl erhaltene Antworten)



Die Online-Buchungsplattformen erobern immer mehr Terrain bei der Distribution der Hotelzimmer. Der traditionelle Weg via Telefon oder Fax verliert an Bedeutung. Daher sind die Beherrschung der Kaviatur des Onlinemarketings und der Ausbau der Website zum zentralen Marketing- und Vertriebsinstrument immens wichtig.

Quelle: HES-SO/Grafik rwo, rg

**Der Hotelier muss mit Buchungsplattformen vertraut sein. Die Aufgabe, den Gast direkt zu erreichen, wird immer komplexer. Und die Konkurrenz schläft nicht.**

SIMONE LEITNER

Nach immer werden über 70 Prozent der Hotelbuchungen über direkte Distribution verkauft (siehe Statistik). Allerdings mit sinkender Tendenz. Nichtsdestotrotz ist das Terrain, um potenzielle Gäste ohne Umwege über eine Buchungsplattform ins Hotel zu locken, gross. Die Frage lautet nur: Wann wandert der Gast ab und bucht bei Hotel.de, HRS oder anderen Buchungsplattformen, so genannten IDS (Internet Distribution Systems)? Und die Antwort lautet immer gleich: Die Website muss auf den modernsten Stand gebracht werden. Die Entwicklung ist rasant und die Anforderungen, um auf Google gut gefunden zu werden, ändern sich stetig.

### Professionelle Optimierung der Website ist zentral

Das Zaubervort heisst daher: Search Engine Optimization (SEO), zu Deutsch Suchmaschinenoptimierung. «Dabei gilt es grundsätzlich zwischen der sogenannten Onsite-Optimierung und der Offsite-Optimierung zu unterscheiden», sagt Jürg Dangel vom SEO-Anbieter Swissguide AG. Bei der Onsite-Optimierung werde die Webseite eines Unternehmens nach den Kriterien der Suchmaschinenbetreiber so ergänzt und verändert, dass die Website über die wichtigsten Suchbegriffe und Suchbegriffskombinationen eines Unternehmens möglichst

### «Die Optimierung verlangt Kenntnisse über die Funktionsweise der Suchmaschinen.»

Jürg Dangel  
Swissguide AG

wie Google und Yahoo, welche bei kleineren Firmen oft nicht vorhanden sind», so Dangel weiter. Er empfiehlt daher, die Onsite-Optimierung mit einem auf SEO spezialisierten Berater durchzuführen.

Und wenn die Site optimiert, das Buchungssystem auf der eigenen Hotelwebsite eingebaut und die Preisparität auf allen Channels gewährleistet ist, dann braucht es noch den passenden Inhalt. «Der Content wird heute oft unterschätzt», sagt Bruno Blum, Mitinhaber der Social Media Marketing Agentur Blum Bryant in Solothurn. Schlechte Texte, nicht aktualisierte Menüs oder auch miserable Bildlegenden auf Hotelwebsites schrecken den Betrachter ab. Blum gibt zu bedenken: Wer diese Hausaufgaben gut macht und vor allem immer

wieder erneuert, der ist ganz vorne mit dabei.

### Die neuen Bühnen im Internet müssen beherrscht werden

Doch nicht genug. Heute kommen noch andere Auftrittsmöglichkeiten auf der Internetbühne dazu: Wer aktiv auf den Buchungsplattformen, Facebook oder Flickr dabei ist, muss auch hier einige Regeln beachten: «Es ist immens wichtig, den Auftritt auf allen Kanälen kongruent zu gestalten», weiss Bruno Blum. Denn das Buchungsverhalten der User ist mittlerweile be-

kannt; der potenzielle Gast sucht auf mehreren Kanälen nach demselben Hotel. Mit anderen Worten: Wenn der Internetbenutzer dabei nicht immer denselben Eindruck vom Hotel bekommt, ist er verwirrt. «Und Verwirrung kann in diesem Moment bedeuten, dass er das Hotel aus seiner Liste streicht.» Der Marketingexperte will damit aufzeigen, wie sensibel ein User bei der Hotelsuche speziell für seine Ferien ist. «Wenn nur das kleinste Detail in der Entscheidungsphase nicht stimmig ist, wird der Deal plat-

zen.» Denn Ferien können nicht wiederholt werden.

Bruno Blum ist Marketingexperte.



## Studie: Online-Kanäle sind im Vormarsch

Eine Umfrage zu Buchungsportalen zeigt: Der Marktanteil dieser Plattformen steigt signifikant. Dennoch: die hoteleigenen Distributionskanäle in der Schweizer Hotellerie haben die Nase noch klar vorne.

SIMONE LEITNER

Die Schweizer Hotellerie hat im Jahr 2010 weiterhin auf das Generieren von Kunden über Reiseportale gesetzt, dies ergibt eine Studie rund um Buchungsplattformen. Mehr noch: Der Marktanteil dieser Plattformen steigerte sich markant.

Dennoch, die hoteleigenen Buchungskanäle sind die mit Abstand wichtigsten Verkaufsschienen geblieben. Die Umfrage hat auch ergeben, dass im vergangenen Jahr geschätzte 850 Millionen Franken über Online-Vertriebswege erwirtschaftet wurden.

«Die von den Hotels geleisteten Kommissionszahlungen an Reisemittler belaufen sich auf fast 160 Millionen Franken, wobei knapp 90 Millionen Franken für die Online-Kanäle aufgewendet wurden. Die Online-Reiseplattformen (IDS) mit geschätzten 70 Millionen Franken haben hierbei den grössten Anteil», sagt Roland Schegg, Wissenschaftlicher Koordinator der HES-SO Wallis, Institut für Tourismus (ITO), und Leiter dieser Studie. Obwohl

direkte Buchungskanäle wie Telefon oder E-Mail noch überwiegen, zeigen die Zahlen einen Abwärtstrend: Der Anteil nahm zwischen 2008 und 2010 von 75,4 Prozent auf 71,1 Prozent ab. Im Schnitt werden heute über die Hälfte (55,9%) aller Buchungen über elektronische



Roland Schegg leitete die Studie zu den Buchungsplattformen.

Kanäle vermittelt, während traditionelle Buchungsarten an Bedeutung verlieren.

Echtzeitbuchungen, das heisst direkte Online-Verfügbarkeitsprüfung und -Buchungsabwicklung, erreichen durchschnittlich einen Anteil von rund 20 Prozent. Dennoch realisieren Schweizer Hotels im Schnitt nur gerade 4,9 Prozent aller Buchungen direkt auf ihrer eigenen Website. Viel häufiger buchen Kunden über Online-Reiseplattformen, die aktuell einen Anteil von 13,6 Prozent am Buchungsvolumen haben, was eine Verdoppelung in den letzten zwei Jahren darstellt.

Seit 2003 führen die Forscher der Fachhochschule Westschweiz (HES-SO Wallis) in Zusammenarbeit mit hotelleriesuisse Umfragen

zur Entwicklung der Buchungskanäle in der Schweizer Hotellerie durch. Die aktuelle Erhebung wurde im Januar 2011 bei über 2000 Mitgliedern von hotelleriesuisse

durchgeführt und basiert auf den Resultaten von 244 auswertbaren Antworten.

Der fokus (Seite 7 bis 11) wurde mit Statistiken aus dieser Studie illustriert.

### Glossar Begriffe aus der Welt der Online-Reiseplattformen erklärt

CRS Central Reservation System  
DMS Destination management systeme (wie beispielsweise Tomas oder Deskline)  
GDS Globale Distributionssysteme (wie beispielsweise Amadeus oder Sabre)  
IDS Internet Distribution System (Online-Reiseplattform wie Booking.com oder HRS)

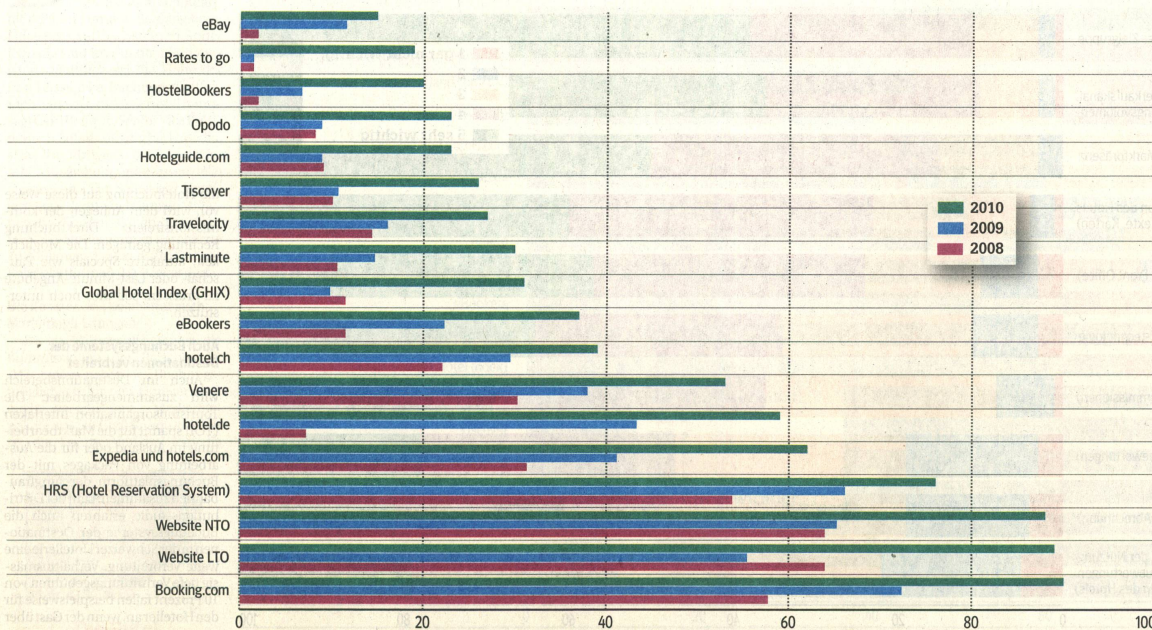
OTA Online Travel Agency (Online-Reiseplattform)  
PMS Property Management System (Hotelsoftware, Front Office System)  
SEM Search Engine Marketing (Suchmaschinenmarketing wie beispielsweise Google Adwords)  
SEO Search Engine Optimization (Suchmaschinenoptimierung) als



**Distribution. Bewertungsassistent.** Tools wie «TrustYou-Analytics» unterstützen Hoteliers beim Umgang mit Gäste-Feedback. Ein Vergleich von vier 5-Sterne-Hotels demonstriert, was die Analyse zeigt.

## Evolution der Nutzung von Online-Reiseplattformen 2008 bis 2010

In Prozent



Booking.com erreicht einen Verbreitungsgrad von 90 Prozent. Für 75 Prozent der befragten Betriebe hat diese Reiseplattform eine wichtige bis sehr wichtige Rolle in der Distribution. Die wichtige Stellung der Buchungsportale und deren Entwicklung zeigen sich deutlich.

Quelle: HES-SO/Grafik rwo, rg

der erste Schritt des TrustYou-Analytics-Konzepts. «Kennt der Hotelier die Stärken und Schwächen seines Hauses, muss er darauf reagieren», sagt Benjamin Jost, Geschäftsführer von TrustYou. Deshalb gehören zum Konzept auch Best-Practice-Tipps zum Umgang mit Kunden-Feedbacks oder Anleitungen dafür, welche Möglichkeiten die diversen Bewertungsportale zum aktiven Reputations-Management bieten.

**«Kennt der Hotelier die Stärken und Schwächen seines Hauses, muss er darauf reagieren.»**

Benjamin Jost  
Geschäftsführer TrustYou

Das 3-Sterne-Kids-Hotel Alpenhotel Flims benutzt das Analyse-Tool seit rund drei Monaten. Gastgeber Karl-Heinz Ammon sieht die Chancen für den Hotelier vor allem darin, dass die Sammlung der Bewertungen «ein objektiveres Bild abgibt als Feedback, das nur aus einer Quelle stammt». Natürlich sei auch der Marketingeffekt interessant: die Qualitätssens und das TrustYou-Gütesiegel fassen die Reputation zusammen und lassen sich auf der Hotelwebsite einbinden. Einen wichtigen Punkt nennt Ammon auch die Möglichkeit, die Online-Reputation der Mitbewerber zu beobachten. «Wir haben dafür den Benchmark so gesetzt, dass ein direkter Vergleich mit anderen Hotels vor Ort oder Häusern mit Familienangeboten möglich ist.»

### Kooperation von hotelieriesuisse mit TrustYou

Auch hotelieriesuisse arbeitet mit TrustYou zusammen. So profitieren zum Beispiel die Mitglieder-Hotels, indem sie das Tool zu Sonderkonditionen beziehen können. Ausserdem bereiten sich die Lead-auditoren künftig mit den TrustYou-Analysen auf Klassifikationsaudits vor und können aufgrund der Online-Reputation der Hotels beim Besuch allenfalls gezielte Schwerpunktfagen stellen.

Des Weiteren ist geplant, die Bewertungssens der Häuser im Hotelportal swiss-hotels.com zu integrieren. Diese Integration ist für jeden Hotelier freiwillig.

Technisch wird dies per Ende März 2011 möglich sein.



Benjamin Jost von TrustYou.

# Online-Image per Klick

**T**oller Blick vom Balkon oder «zu eng für Familienautos»: Hotelbewertungen auf Reiseplattformen, Blogs oder Facebook sind längst eine wichtige Orientierung für den nächsten potenziellen Gast. Und sie sind ihm eine Referenz für die Entscheidung, ob er buchen will. Jedes Hotel hat heute eine Online-Reputation, gebildet aus Meinungen und Kommentaren der Gäste. Einen Überblick darüber geben will die Social-Media-Auswertung von «TrustYou-Analytics». Diese richtet sich direkt an Hoteliers sowie Reiseveranstalter mit dem Ziel, das aktive Management des Hotel-Rufs im Internet zu unterstützen. Das Analyse-Tool basiert auf der Technologie der Meta-Suchmaschine «TrustYou», der Ent-

**«TrustYou-Analytics» fasst Online-Bewertungen zusammen und gibt Tipps für den Umgang damit. Das Tool hilft dem Hotelier beim Social-Media-Management.**

SABRINA GLANZMANN

wicklung des gleichnamigen jungen Münchner Unternehmens: Mittels der Google-ähnlichen Suchhilfe kann ein User seine Kriterien für die Hotelsuche eingeben. Die Suchmaschine liefert ihm eine Liste mit Hotelvorschlägen, die auf Basis von Gästebewertungen und -kommentaren in Social Media basieren.

Technologisch gesehen steckt die so genannte semantische Analyse dahinter: Deren Ziel ist es, die Bedeutung (Semantik) von Informationen für den Computer interpretier- und verwertbar zu machen. Die Suchmaschine kann damit erkennen, um welchen Inhalt es sich handelt und in welcher Beziehung dieser zu anderen Informationen steht. Ein praktisches Beispiel: Sucht der User ein familienfreund-

liches Hotel in Bern, durchforstet die Suchmaschine das Netz nach entsprechenden Hotelbewertungen («Nettes Familienhotel», «Unsere Kinder haben sich wohl gefühlt», «Perfekter Ort für eine Familie») und listet die Ergebnisse inklusive Bewertungszusammenfassung auf. Und: Die Buchungsanbieter werden ausserdem nach dem besten Preis durchsucht.

### Objektiveres Bild der Bewertungen und Benchmarking möglich

Auf den Suchmechanismus von TrustYou stützt sich nun TrustYou-Analytics. Es filtert mit Hilfe der oben beschriebenen semantischen Analyse Qualitätsaussagen über das Hotel aus den Bewertungen heraus. Der Hotelier bedient das Tool über die gängigen Web-Brow-

ser, wo ihm eine Zusammenfassung der kürzlich analysierten Quellen (wie beispielsweise booking.com, hrs.de, venere.com oder Expedia) geliefert wird und er die Notenverteilung sehen kann. Ein Bewertungsverlauf über die letzten Monate erlaubt einen direkten Vergleich mit Konkurrenzhäusern. Top- und Flop-Listen und News-Ticker liefern die neuesten Kommentare, und eine Übersicht zeigt, wie das Hotel auf News- und Blog-Seiten dargestellt wird. Die Beobachtung der Online-Reputation ist nur

## Vier Hotels im Test: Das zeigt das Tool

Die htr hotel revue hat Mitglieder der Kooperation «Swiss Deluxe Hotels» mittels «TrustYou»-Analyse verglichen.

SABRINA GLANZMANN

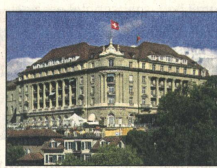
Die beiden Stadthotels wiesen am Vergleichsdatum (28.02.2011) deutlich mehr Bewertungen auf als das Ferienhotel Eden Roc Ascona (79 Bewertungen) und das Resort Grand Hotel Quellenhof & Spa Suites in Bad Ragaz (22): 301 waren es für das Hotel Bellevue Palace Bern und 254 für das Fairmont Le Montreux Palace. Bei der Gegenüberstellung der «Tops-und-Flops»-List-

ten zeigt sich, dass vor allem die Mitarbeitenden mehrfach positiv beurteilt wurden («Zuvorkommende Mitarbeiter», «hilfsbereites Personal» oder «durchweg freundliches Personal»). In den «Flops» wechseln sich bei allen 5-Sterne-Häusern konstruktive, weil konkrete Kritiken («kleiner nicht moderner Fernseher» oder «nicht frisches Frühstück») und weniger konstruktive («schlechtes Hotel», «nie wieder») ab. Zum «Quellenhof» liefert keine der Bewertungsquellen eine negative Kritik und somit keinen «Flop». Die detaillierte Analyse der sechs häufigsten Quellen sieht für die ausgewählten Hotels im Detail folgendermassen aus (in Klammern die jeweiligen Durchschnittsbewertungen, je nach Höchstpunktzahl):



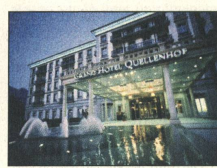
Fairmont Le Montreux Palace.

Anzahl der Quellen: 26  
Anzahl der Bewertungen: 254  
– 112 bei TripAdvisor (4.5/5)  
– 49 bei Booking.com (9/10)  
– 18 bei HolidayCheck (5.3/6)  
– 15 bei HRS.de (8/10)  
– 15 bei HRS.de (8/10)  
– 11 bei Hotel.de (9.1/10)



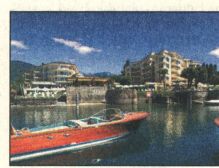
Hotel Bellevue Palace, Bern.

Anzahl der Quellen: 29  
Anzahl der Bewertungen: 301  
– 70 bei TripAdvisor (4.5/5)  
– 70 bei Venere.com (9/10)  
– 57 bei Booking.com (8.9/10)  
– 52 bei HRS.de (8.8/10)  
– 19 bei Expedia (4.6/5)  
– 8 bei Hotel.de (8.7/10)



Grand Hotel Quellenhof, Ragaz.

Anzahl der Quellen: 16  
Anzahl der Bewertungen: 22  
– 13 bei HolidayCheck (5.8/6)  
– 3 bei Ab-in-den-Urlaub (4.8/5)  
– 3 bei TripAdvisor (4.5/5)  
– 2 bei Zoover.de (9.8/10)  
– 1 bei VirtualTourist.com (95/100)  
– 0 bei IgoUgo (3/5)



Hotel Eden Roc, Ascona.

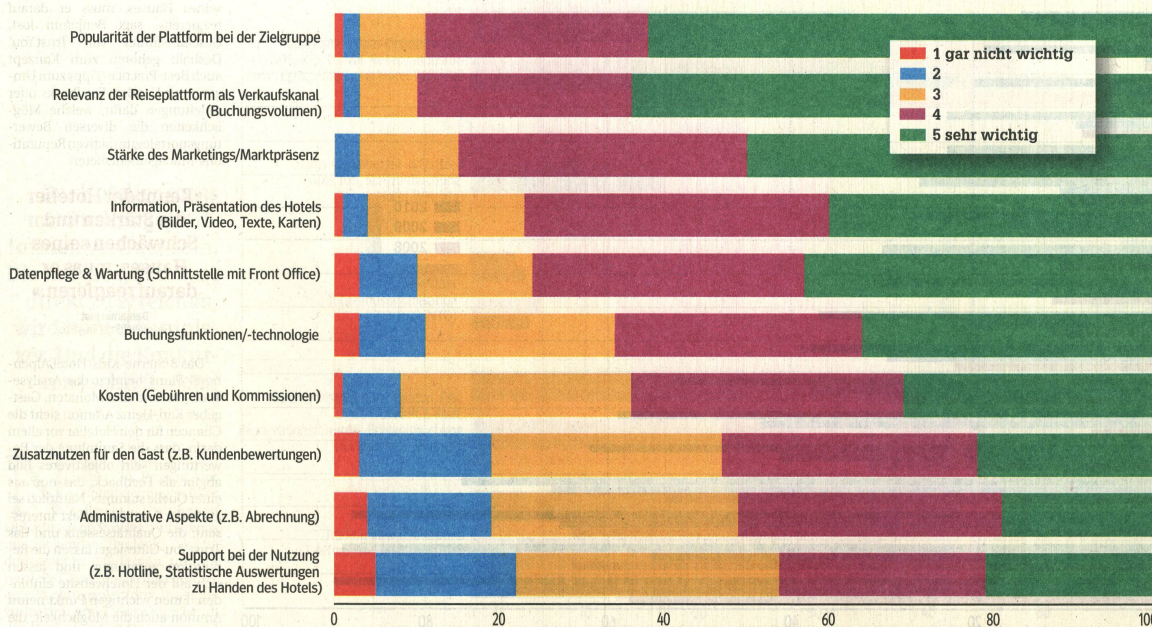
Anzahl der Quellen: 21  
Anzahl der Bewertungen: 79  
– 32 bei TripAdvisor (4.5/5)  
– 22 bei HolidayCheck (5.5/6)  
– 8 bei Hotel.de (9.1/10)  
– 6 bei Trivago.de (100/100)  
– 5 bei Trivago.co.uk (90/100)  
– 4 bei HRS.de (9.2/10)



**Distribution. Buchungskanäle.** hotellerieuisse und STC spannen für kommissionsarme Buchungen zusammen. Leukerbad Tourismus hat für den russischen Markt ein Reservationsportal lanciert.

## Diese Kriterien entscheiden über die Wahl der Online-Plattform

In Prozent



Die hohe Bedeutung der Verkaufs- und Marketingeffizienz von Online-Reiseplattformen wird auch bei den Entscheidungskriterien für die Wahl der Tools gut ersichtlich. Relevant für die Hoteliers sind vor allem das Buchungsvolumen und die Popularität bei der Zielgruppe. Statistische Auswertungen oder administrative Aspekte werden nur von rund 20 Prozent der Befragten als sehr wichtig beurteilt.

Quelle: HES-SO/Grafik rwo, rg

die Hotelbuchung auf diese Weise vor, wird dem Anliegen der kommissionsfreien Direktbuchung Rechnung getragen. Die Möglichkeit, attraktive Specials wie Pauschal- oder Last-Minute-Angebote zu erfassen, soll dies noch unterstützen.

### Auch Buchungssysteme der Destinationen verbreitet

Auch im Destinationsbereich wird zusammengearbeitet: Die Tourismusorganisation Interlaken (TOI) spannt für die Marktbearbeitung im Ausland oder für die Ausarbeitung von Packages mit der Buchungsplattform der Jungfrau-Bahnen zusammen. Laut der Distributionsstudie erfahren auch die Buchungssysteme der Destinationen in der Schweizer Hotellerie eine weite Verbreitung. Verhältnismässig tiefe Vermittlungsgebühren von 10 Prozent fallen beispielsweise für den Hotelier an, wenn der Gast über



**«STC beabsichtigt nicht, die Kommissionspolitik für Hotels und Destinationen zu ändern.»**

Rainer Blaser  
CEO STC

# Kleinere Kommission, grössere Rendite

**Kommissionsarme Plattformen werden gepusht. Synergieriche Partnerschaften verhelfen dem Hotelier zu mehr Rendite.**

SABRINA GLANZMANN

**S**wiss Travel Center (STC) gehört in einer Zeit, in der in der Schweizer Hotellerie mindestens 56 Prozent der Buchungen über elektronische Kanäle vermittelt werden, zu den verbreitetsten Reiseplattformen. Das belegt die neue Distributionsstudie des Instituts für Tourismus der Fachhochschule Westschweiz Wallis HES-SO (siehe auch Seite 7). Diese nationale Online-Buchungsplattform weiter stärken will die neue strategische Partnerschaft von STC und hotellerieuisse im Bereich des Online-Vertriebs.

«Schweiz Tourismus hat die Marketingkompetenz, STC die Buchungskompetenz und hotellerieuisse die Hotelkompetenz», erläutert Guglielmo L. Brentel, Präsident von hotellerieuisse, das Synergiepotenzial der Zusammenarbeit. Diese solle auch «kommissionsarme Buchungen fördern». Diesbezüglich ergänzt Rainer Blaser, CEO von STC: «STC hat nicht die Absicht, die Kommissionspolitik im Online-Vertrieb für Hotels und Destinationen zu ändern. Für die Hotelbetriebe wird weiterhin das bisherige, im Branchenvergleich tiefe, Niveau gehalten».

ten, was einer generellen Vermittlungskommission bis zu 10 Prozent entspricht. Zur konkreten Partnerschaft zwischen STC und hotellerieuisse gehört beispielsweise die Ausarbeitung einer Kooperationslösung für die Mitgliederbetriebe für die Nutzung eines Channel-Management-Systems, das STC anbietet.

### swisshotels.com: Direktbuchungen auf Hotelwebsites fördern

Mittelfristig ist es auch das Ziel, den Hotelführer swisshotels.com in die Partnerschaft zu integrieren.

Auf der Online-Plattform sind aktuell 2300 Hotels aufgeführt, die via Suchmaske ausgewählt und mit verschiedenen Themen-Büchern wie «Wellnesshotels» oder «Kinderland» den Gast zielgruppen- und bedürfnisgerecht inspirieren sollen – auch dazu, die direkte Buchungsanfrage an das betreffende Hotel zu tätigen. «Der USP von swisshotels.com ist die Verlinkung auf die Internetseiten der Hotels», verdeutlicht Daniel Beerli, Leiter Mitgliederservice und Kooperationen von hotellerieuisse, die Chancen für den Hotelier. Denn nimmt der Gast

das eigene Reservationssystem der TOI bucht. Die Jungfrau-Bahnen agieren laut Christoph Schlappi, Leiter Fachbereich Corporate Services, als Agent für Hotelbuchungen auf zwei Schienen und arbeiten dafür einerseits mit STC zusammen (13 Prozent Provision) und bei der Schnürung von Packages andererseits direkt mit den Hotels (Nettopreise mit entsprechender Marge). Hauptintention hinter der Buchungsplattform auf jungfrau.ch ist laut Schlappi aber, dass die Gäste auf einfache Art Bahnbillets der Jungfrau-Bahnen kaufen können.

# Der direkte Draht zum Reiseveranstalter

**Russland ist für Leukerbad ein wichtiger Herkunftsmarkt. Leukerbad Tourismus hat eine Reservationsplattform für russische Tour Operators lanciert.**

CHRISTINE KÜNZLER

Russland ist als Markt für die Reiseveranstalter stark gewachsen. Waren bis vor kurzen nur Hotels im 4- und 5-Sterne-Segment gefragt, steigt nun auch die Nachfrage nach Ferienwohnungen und nach 3-Sterne-Hotels. Kleineren Hotels und Fewo-Besitzern fehlt jedoch oft das professionelle Marketing-Know-how für den russischen

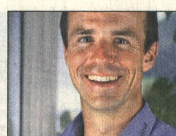
Markt. Dem trägt Leukerbad Tourismus Rechnung. Marketingleiter David Kestens hat auf der Basis von Deskline ein Reservationssystem geschaffen, auf welches russische Reiseveranstalter Zugriff haben.

### Viel Flexibilität für den Hotelier und Ferienwohnungsbesitzer

Die rund 765 klassifizierten Ferienwohnungen, welche auf der Site von Leukerbad Tourismus vermarktet werden, bezahlen der Tourismusorganisation 8 Prozent Buchungskommission. Die 20 Fewo-Besitzer und rund 10 Hotels, welche auf der Plattform für die russischen Tour Operators präsent sind, bezahlen eine höhere Kommission, «damit wir den Reiseveranstaltern 15 Prozent gewähren können», sagt

Kestens. Leukerbad Tourismus schliesst aber auch jene Leistungsträger nicht aus, welche nur 8 Prozent Kommission bezahlen. Solche Wohnungen und Hotels werden jedoch mit einem für den Tour Operator erkennbaren Signet gekennzeichnet: Er sieht sofort, bei welchen er 6 Prozent oder 15 Prozent einkassiert.

Der Fewo-Besitzer und Hotelier ist völlig flexibel: Er muss keine Kon-



**«Wir wollen nicht, dass der Gast über andere Kontakte günstiger buchen kann.»**

David Kestens  
Marketingleiter Leukerbad Tourismus

tingente oder Optionen abtreten. Der Reiseveranstalter hat ein persönliches Log-in und sieht sofort, welche Wohnungen und Hotelzimmer noch zu mieten sind. Er bietet in seinen Katalogen denn auch keine speziellen Ferienwohnungen an, sondern lediglich Objekte für zwei, vier oder mehr Personen. Die für den Gast ersichtlichen Endpreise sind auf allen Kanälen gleich. «Wir

wollen nicht, dass der Gast über andere Kontakte eine Wohnung günstiger buchen kann», erklärt Kestens.

### Immer mehr russische Gäste kommen nach Leukerbad

Der Reiseveranstalter vermittelt die Wohnungen inklusive Reinigung, Bettwäsche und Kurtaxe. Vertragspartner für ihn ist Leukerbad Tourismus. Die Organisation stellt auch die Rechnungen für die Gäste aus. Kestens besucht die Tour Operators regelmässig. «Ich schule auch deren Mitarbeitende.»

Neu kann der russische Reiseveranstalter auch gleich noch Ski- und Badepässe buchen. «Meines Wissens sind wir die erste Destination schweizweit mit einer solchen Plattform», so Kestens. «Wir haben

diese nur dank unserer aktiven Partner vor Ort verwirklichen können.» Inzwischen hat sich auch Saas-Fee zugeschaltet. «Alle Tourismusorganisationen, welche mit Deskline arbeiten, können beigezeichnet werden», so Kestens. Seit diese Plattform in Betrieb ist, buchen in Leukerbad wesentlich mehr russische Gäste. «Wir haben für 2011 schon 20 Prozent mehr Buchungen als im Vorjahr.» Im 2009 waren es 16,46 Prozent mehr als im 2008. Russland, der viertwichtigste Herkunftsmarkt für die Leukerbad Hotellerie und Parahotellerie, macht mit über 9 Prozent fast ein Viertel des wichtigsten ausländischen Herkunftsmarkts Deutschland aus. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer des russischen Gasts beträgt 7,25 Tage.



**Distribution. Globale Player.** Die grossen Online-Reiseportale gewinnen mehr Terrain und internationale Popularität. Und ein Trend: Standortbezogene Dienste auf mobilen Geräten im Tourismusmarketing.

Die grossen und mittleren Player im Online-Reisebüromarkt legen zu. Sei es an Popularität oder an Umsatz: Booking.com, Hotel Reservation System HRS oder Expedia sind international im Aufwind. Natürlich sei die Höhe der Kommission bei Buchungsplattformen ein viel diskutiertes Thema, sagt Cyril Ranque, Senior Vice President of Global Lodging bei Expedia. «Das ist übrigens bei jeder Geschäftsbeziehung eine essenzielle Diskussion.» Die Schweizer Hotellerie gab denn auch einige Millionen für Kommissionen aus: Laut HES-SO-Studie wurden geschätzte 70 Millionen Franken für Online-Reiseplattformen (IDS) investiert.

#### Die Kommission beinhaltet auch Marketingleistungen

Bis zu 30 Prozent betragen die Kommissionen der Reiseportale. «Wir bieten neben der Buchungsmöglichkeit für den Hotelier aber auch verschiedene Marketingpakete an», so Cyril Ranque, daher sei die Kommission bei Expedia



«Die Hotelbuchungen in der Schweiz sind 2010 um 0,3% auf 1,8% gestiegen.»

Cyril Ranque

VP of Global Lodging bei Expedia

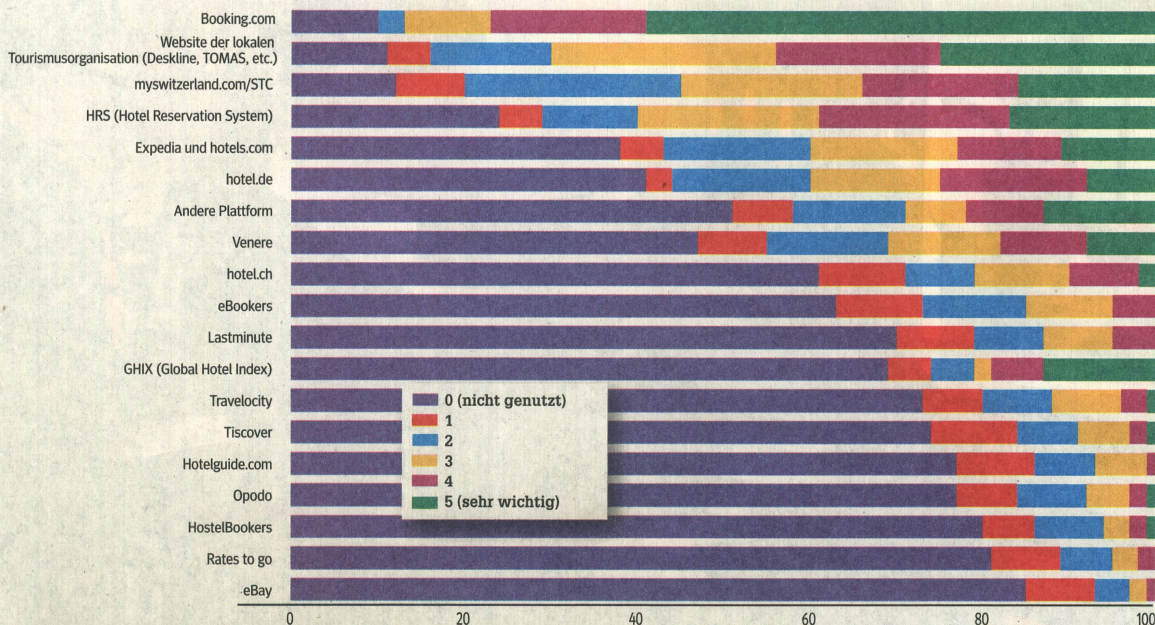
über 20 Prozent. Der Schweizer Markt entwickelte sich für das Unternehmen sehr gut. «Die Hotelbuchungen sind von 1,5 Prozent im Jahr 2009 auf 1,8 Prozent im vergangenen Jahr gestiegen.» Nach wie vor ist Expedia auch an den Schweizer Wintersportgebieten interessiert: «Wir werden für die nächste Saison mit einem neuen Package noch mehr Marketingaufwand betreiben», so Cyril Ranque.

#### Bewertungsportale sind auch Online-Reiseplattformen

Auch Holidaycheck ist mit dem Resultat des vergangenen Jahres zufrieden. Den Umsatz generierte das renommierte Bewertungsportal aber mit Buchungen. Fast alle Bewertungsplattformen verfolgen dieses Geschäftsmodell mit Buchungsoption. Oder: Der Anbieter lässt den Kunden, also den Hotelier, für jeden Klick, der ein potenzieller

## Die Relevanz der Online-Reiseplattformen für Schweizer Hoteliers

In Prozent



Booking.com, Hotel Reservation System (HRS), Switzerland Travel Centre (STC) und die Buchungssysteme der lokalen Tourismusorganisationen sind für Hoteliers die wichtigsten Kanäle: Diese Reiseplattformen werden in der Schweizer Hotellerie am häufigsten genutzt.

Quelle HES-SO/Grafik rwo, rg

# Buchungen und globales Marketing

**Die globalen Player im Online-Reisemarkt sind im Aufwind. Das freut deren Manager und beflügelt sie zu weiteren Marketingefforts.**

SIMONE LEITNER

Gast auf seinen Betrieb vornimmt, bezahlen.

#### Auf Bewertungen kann der Hotelier direkt online reagieren

An öffentliche Bewertungen im Internet haben sich die Hoteliers gewöhnt. Aber das ganze Geschehen nur aus der Vogelperspektive zu betrachten, diese Zeiten sind vorbei. Mitmachen und mitreden, lautet heute die Devise bei Holidaycheck: «Wir arbeiten mit den Schweizer Hoteliers sehr gut zusammen», sagt Georg Ziegler, Head

of B2B. Vor allem das kostenfreie Hotel-Manager-Tool, welches den Hotelier auf Bewertungseinträge direkt reagieren lässt, werde von der Branche sehr geschätzt. Dieser Bereich wurde beim Online-Unternehmen ausgebaut: «Der Hotelier kann neu auch eigene Bewertungspunkte zur Standardliste hinzufügen», erklärt Georg Ziegler. Will

**«Der Hotelier kann auch eigene Bewertungspunkte zur Standardliste hinzufügen.»**

Georg Ziegler  
Holidaycheck

Bewertungsformular aufnehmen. Heute empfehlen E-Marketing-Berater, Internet-Bewertungen von Holidaycheck oder Tripadvisor auf der eigenen Hotelwebsite zu zeigen

heissen: Wenn ein Golfhotel beispielsweise über seinen Pro-Shop mehr und spezifische Informationen möchte, könnte der Verantwortliche diesen Punkt in das

und damit mehr Transparenz zu schaffen. Dafür gibt es Software-Lösungen, die Meinungen verschiedener Portale einfließen lassen.

#### Vorsicht: Den Gast auf der eigenen Hotelwebsite nicht verlieren

Ein Punkt sollte aber beachtet werden: Das Fenster mit den Bewertungen dürfe für den User nicht zum Anklicken sein, denn die Gefahr, dass der potenzielle Gast auf den Plattformen weiter surfte und dort bucht, sei gross, so die Sachverständigen.

## «Darf ich Ihren Standort verwenden?»

**Die Mobilität von Smartphones oder Tablet-Geräten rückt den Kontext von Inhalten und Anwendungen im Netz in den Vordergrund: Auf den Standort des Users bezogene Dienste liegen im Trend.**

SABRINA GLANZMANN

Standortbezogene mobile Dienste, «Location Based Services» (LBS), stellen dem Nutzer selektive Informationen bereit, etwa unter Zuhilfenahme von positionsabhängigen Daten. Das heisst: Der Standort des Users bestimmt, welche Inhalte für ihn relevant sind. Christian Lau von

Wehmeyer + Heinrich, der Hamburger Kommunikationsagentur für die Tourismusbranche, formuliert es so: «Smartphones und Tablet-Geräte sind mittlerweile benutzbar und sexy geworden.» Sie böten den Nutzern die Möglichkeit zur Unterhaltung und zwar «in jeglicher Hinsicht. Zukünftig wird es mittels Geolokalisierung möglich sein, den Urlauber zum Hotel zu führen, ihm auf dem Weg dorthin die besten Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten zu offerieren und darüber hinaus auch Rabatte zu gewähren», so der Online-Consultant. Wehmeyer + Heinrich

**«Smartphones und Tablet-Geräte sind mittlerweile benutzbar und sexy geworden.»**

Christian Lau  
Online-Consultant

hat auf ihrem Blog eine Umfrage nach den Trends 2011 im Tourismusmarketing gepostet, die sie unter Kunden und Experten aus der Tourismus- und Marketingpraxis durchgeführt hat. Ein Begriff ist dabei omnipräsent: «Location Based Services» gehören zu den am häufigsten genannten Trends, und würden laut Einschätzungen der Fach- und Praxisleute in diesem Jahr zunehmend an Bedeutung gewinnen. Standortbezogene mobile Dienste seien für den Gast künftig vor allem auch während des Ferienaufenthalts relevant und würden dessen Verhalten vor Ort

beeinflussen. Neben den bisherigen Informations- und Empfehlungs-«Sharings» mit der Facebook-Community vor einer Reise kann der User von mobilen Geräten mittlerweile sein Wissen in Echtzeit direkt vor Ort beziehen und weitergeben.

In der Schweiz ist seit letztem Herbst der ortsbasierte Dienst «Places» von Facebook verfügbar. Facebook Places ist das «Einchecken» an beliebigen Locations, die aus einer Liste existierender Orte gewählt oder neu erstellt werden können. Wer den Dienst aktiviert, kann über sein Smartphone mitteilen, welches Restaurant oder Hotel er gerade betritt. Hier liegt die Chance für lokale Leistungsträger, die die neueste Facebook-Funktion «Deals» entgegenkommen will: Mit Face-

book Deals können die User Spezialangebote in ihrer unmittelbaren Umgebung finden. Wer die Facebook-App auf seinem Smartphone installiert hat, soll so von Gutscheinen, Rabatten und Werbegeschenken profitieren können. Besucht ein Gast zum Beispiel sein Lieblingsrestaurant, erhält er ein Getränk offeriert oder eine andere Ermässigung – vorausgesetzt, das Lokal macht bei Facebook Deals mit und kann den User so über seine aktuellen Angebote informieren.

In den USA wurde Facebook Deals vergangenen November lanciert. Nun soll auch Europa erobert werden. So arbeitet Facebook in Grossbritannien etwa mit Starbucks zusammen: Die User sollen ei-

erhalten, wenn sie auf Facebook Places bei Starbucks einchecken. Wann die Funktion in der Schweiz angeboten wird, ist noch nicht näher bekannt.



Online-Consultant  
Christian Lau.



# Drucken via Email – HP's ePrint Technologie im Mövenpick

Mövenpick Schweiz startet Druck-Pilotprojekt im Hotel Zürich-Airport



Rund 85% aller Smartphone-Benutzer möchten ohne lästige Treiberinstallation überall von ihrem Telefon aus drucken können. Im Mövenpick Hotel Zürich-Airport ist dies möglich: Dank dem ePrint-fähigen Drucker von HP, der den Hotelgästen neu zur Verfügung steht. Ein Service der von Geschäftsleuten rege genutzt wird.

Jeder Geschäftsreisende kennt die Situation: Das Businessmeeting im Hotel ist perfekt vorbereitet. Die finalen Präsentationen sind fertig und der Kunde ist auf dem Weg. Doch im letzten Moment braucht man schnell noch einen Ausdruck der Unterlagen. Früher musste der Geschäftsreisende das Rezeptionspersonal um Hilfe bitten. Er musste seine Dateien via USB Stick von Computer zu Computer transferieren oder aber den hoteleigenen Drucker auf seinem Laptop oder Tablet-PC installieren. Beide Varianten sind zeit- und nervenaufreibend.

Heute ist Drucken für die Hotelgäste des Mövenpick Hotel Zürich-Airport kinderleicht: Dank der ePrint-Technologie von HP. Damit kann jeder Gast mit seinem Smartphone oder Tablet-PC ohne lästige Treiberinstallation auf dem ePrint-fähigen Drucker von HP ausdrucken. Denn seit Ende 2010 ist als Pilotprojekt im Mövenpick Hotel Zürich-Airport ein ePrint-fähiger Drucker installiert. Katrin Wolf von Mövenpick findet ePrint ideal:

**«Das Druckproblem hat sich für unsere Gäste erledigt und unser Rezeptionspersonal nutzt die gesparte Zeit für andere Dienstleistungen. In der Vergangenheit war das Drucken – zum Beispiel von Boardkarten für Flüge – auch bei uns aufwendiger.»**

## HP's ePrint Technologie

ePrint ist eine komplexe Technologie mit einfachster Anwendung: Mit HP's ePrint kann jeder drucken, der emailen kann. Daniel Tschudi, Country Manager der Imaging und Printing Group von HP Schweiz, erklärt:

**«Ein User benötigt ein Email-fähiges Gerät, einen Internetzugang und einen ePrint-Drucker von HP. Komplizierte Treiberinstallationen fallen dank der HP Cloud Technologie weg. Besonders für Hotels mit vielen Geschäftsreisenden ist dieser Service ein gewaltiges Plus.»**

Die HP Cloud befreit den Anwender komplett vom technischen Vorgang des Druckens. Sie bereitet jede Email – also jeden Druckauftrag, der an die Emailadresse des Druckers gesendet wird – auf und gibt ihn weiter an den Drucker. Dieser druckt den Emailtext und Anhang – egal ob Microsoft Office-Dokumente, PDFs oder Fotos. Anschliessend erhält der Sender eine Bestätigungsmail. HP legt auch

Wert auf die Cloud-immanenten Sicherheitsvorkehrungen. Daniel Tschudi zum Thema Sicherheit:

**«Spamfilter und Nutzerlisten sorgen in der HP Cloud dafür, dass nur autorisierte Sender drucken können. Das ePrint-Center in der Cloud prüft alle Druckjobs und lehnt diese wenn nötig ab.»**

So verhindert die Cloud, dass Hotels plötzlich vor einer Papierflut hotelfremder Sender stehen. Und Hotelgäste wissen auch sensitive Geschäftsdaten in Sicherheit.

Wie wichtig Papier im Geschäftsleben auch heute noch ist, zeigt eine HP Studie aus dem Jahr 2009: Trotz der hohen Anzahl mobiler elektronischer Geräte gelten Ausdrucke immer noch als praktischer und unerlässlich für die Entscheidungsfindung. Für die Smartphone-Benutzer gut zu wissen ist, dass ePrint-Drucker je länger je mehr die Regel sind: HP Schweiz hat in den letzten 3 Monaten über 50 neue, ePrint-fähige Drucker lanciert.



«HP Schweiz verfügt über eine breite Palette von ePrint-fähigen Druckern, sowohl im Konsumenten, wie auch im Business Bereich. Im Mövenpick Hotel Zürich-Airport ist der HP Officejet Pro 8500 Wireless All-in-One im Einsatz.

Dieser ePrint-fähige All-in-One Drucker überzeugt durch seinen geringen Energieverbrauch, der sowohl die Kosten reduziert wie auch die Umwelt entlastet.

Das grosse, benutzerfreundliche Touchscreen-Display garantiert eine einfache und übersichtliche Steuerung der Funktionen.»







**Das Konzept**  
Das Restaurant «Too much»  
in Ostermündigen ist in den  
Händen von Lernenden.  
**Seite 17**

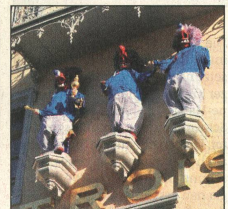


An den Luzerner Umzügen am «Schmutzigen Donnerstag» und am «Güdismontag» laufen gegen 2000 Fasnächtler mit. Ihre Masken werden «Grinde» genannt.

Elige Kennweg/zvg



Auch Solothurn ist bekannt für seine Fasnachtszeit.



Die «Trois Rois» des Basler Hotels werden an der Fasnacht Waggis.

## Ein Volksfest, das einschenkt



**Die Fasnacht – ein alter Brauch, der ab heute schweizweit während mehreren Tagen gelebt wird. Sie lockt vor allem lokale Zuschauer und regionale Gäste in ihre Hochburgen.**

SABRINA GLANZMANN

Die Herzen der aktiven Fasnächtler schlagen aktuell alle etwas höher. Sie nennen es die «schönste» oder auch «fünfte Jahreszeit», wenn etwa in Luzern am «Urknall» frühmorgens die Guggenmusiken in der Altstadt ertönen oder wenn im Solothurnischen dem Winter an der «Chesslette» mit

Rätschen und Trommeln der Gar-aus gemacht wird – die «drey scheenschte Dääg» stehen den Baslern noch bevor, genauso wie den Bernern oder anderen reformierten Kantonen deren närrische Zeit.

In den Hochburgen Luzern und Basel sprechen die Fasnachtskomitees von über 200 000 Personen, die die Tradition zu einem veritablen Volksfest machen. Den volkswirtschaftlichen Nutzen davon belegt eine Studie der Fachhochschule Nordwestschweiz von 2005 für Basel: 2004 generierten Fasnächtler und Besucher in der Rheinstadt einen Umsatz von 29 Millionen Franken, allein 13,1 Millionen davon machte die Konsumation aus.

**Fasnächtler als wichtige und treue Kundschaft**

Alois Keiser und sein Team vom «Stadtkeller» in Luzern werden heute an die 2000 Gäste bedienen und um die 1000 Kaffee fertig ver-



Die Laternen am Basler «Morgestraich» erhellen die Gassen.

zvg

kaufen. Viele Guggenmusiken haben in den Altstadtlokalen feste Auftrittszeiten, mitunter ein Grund, weshalb der «Schmutzige Donnerstag» auch im «Stadtkeller» zu den umsatzstärksten Tagen im Jahr gehört. Im «Roten Turm» in Solothurn, ebenfalls Schweizer Fasnachtsmekka, pflegt man mit den Fasnachtsgruppen den Kontakt wie mit Firmengästen, auch

durchs Jahr – die «wichtige treue Kundschaft» garantiert volle Tische, so Gastgeber Peter Basler.

«Wir gehen von einer Wertschöpfung von 10 Millionen aus», sagt Sibylle Gerardi, Kommunikationsleiterin von Luzern Tourismus. Neben dem vornehmlich einheimischen und regionalen Ziehe das Fest hauptsächlich Schweizer Besucher an, das Geschäft sei eher ein tagestouristisches – aber die gebuchten Logiernächte gut für die zwischenzeitliche Auslastung. Und: «Gerade ausländische Medien sind fasziniert» und würden helfen, das Brauchtum imagefördernd nach aussen zu tragen.

**Vor allem ein Fest der einheimischen Bevölkerung**

Daniel Egloff interpretiert es für Basel ähnlich: «Die Basler Fasnacht zieht viele Zuschauer an, die einen wesentlichen Teil der Faszination ausmachen. Aber in erster Linie ist sie ein Fest der lokalen Bevölkerung», so der Tourismusdirektor. Die Basler Schnitzelbanktradition habe viel mit Sprache zu tun, auch deshalb spreche sie vor allem Schweizer oder Besucher aus dem grenznahen Deutschland an. Diese Gäste seien es auch, die an allen Fasnachtstagen zu einer Auslastung von rund 80% in den Basler Hotels führten. Im Luzerner Art Deco Ho-



Die «Rotsee-Husaren» aus Ebikon am Luzerner Umzug.

Elige Kennweg/zvg

tel Montana sind Übernachtungen auch für Einheimische eine Option, für die die Fasnacht weniger «rüdig» ist: «Altstadtbewohner finden bei uns Ruhe oder Erholung vom Trubel» sagt Marketing-Verantwortliche Simone Staubli vom Art Deco Hotel Montana in Luzern.

Bern hat nach Basel und Luzern die drittgrösste Fasnacht. Auch in der Hauptstadt zieht sie vor allem lokales Publikum an, der Anteil ausländischer Gäste sei «gering», so Daniela Zehr, PR-Verantwortliche von Bern Tourismus. Die Fasnacht – ein Brauch, der die Städte belebt und der Gastronomie einschenkt.

## Narrenzeit als Kulturerbe?

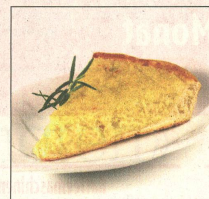
Die Fasnacht ist aktuell im Gespräch, als Kulturerbe gelistet zu werden. 2003 hat die Unesco die «Konvention zur Bewahrung des immateriellen Kulturerbes» verabschiedet mit dem Ziel, die kulturelle Vielfalt zu fördern. Das immaterielle Kulturerbe bezeichnet laut Bundesamt für Kultur BAK «lebendige, über Generationen weitergegebene Traditionen und Praktiken, die einer Gemeinschaft ein Gefühl der Identität und der Kontinuität vermitteln.» Dazu gehören mündlich überlieferte Traditionen und Ausdrucksweisen, darstellende Künste, gesellschaftliche Praktiken, Rituale und Feste, Wissen und Praktiken im Umgang mit der Natur und

dem Universum oder Fachwissen über traditionelle Handwerks-techniken. Das immaterielle Kulturerbe ist in stetiger Veränderung – im Unterschied

**Die «Konvention zur Bewahrung des immateriellen Kulturerbes» will die kulturelle Vielfalt fördern.**

zum materiellen Kulturerbe wie der Berner Altstadt zum Beispiel. Die Schweiz hat die Konvention 2008 ratifiziert und sich verpflichtet, ein nationales Repre-

toire der «lebendigen Traditionen» zu erstellen. Im Auftrag des BAK entwickelt ein Projektteam der Hochschule Luzern dieses Repertoire und arbeitet dafür mit den Kantonen und Kulturträgern zusammen. Zurzeit werden auf kantonaler und regionaler Ebene in mehreren Projekten Listenvorschläge vorbereitet – die Zentralschweiz und die beiden Basel deuteten bereits an, die Fasnacht auf ihren Listen zu führen. Im Mai 2011 entscheiden BAK und Kantone, welche Vorschläge im Schweizer Repertoire aufgenommen werden. 2012 sollen einzelne daraus für die Unesco-Listen des immateriellen Kulturerbes nominiert werden. [www.lebendige-traditionen.ch](http://www.lebendige-traditionen.ch)



**Das Rezept**  
«Zibelewaai» –  
Eine Basler  
Fasnachtsspezialität

Marc-André Dietrich, Küchenchef der Brasserie des «Trois Rois» in Basel, verrät sein Rezept für den lokalen Fasnachtswähen-Klassiker (berechnet für vier Personen).

### Zutaten

250 g Geriebener Teig, 10 g Butter, 10 g Weissmehl  
**Füllung:** 20 g Butter, 400 g Zwiebeln geschält, 250 g gereifter Gruyère (gerieben)  
**Guss:** 200 g Vollmilch, 100 g Vollrahm, 100 g Vollei pasteurisiert, 40 g Weissmehl, Salz, Pfeffer, Muskatnuss zum Abschmecken

### Vor- und Zubereitung

Kuchenblech mit Butter austreichen, mit Weissmehl austauben. Teig 2–3 cm dick auswalzen, in das Blech legen, einstechen und kühlen lassen. Danach bei 200 °C 10 Min. blind backen. Die Zwiebeln quer zum Wurzelansatz in feine Scheiben schneiden, in Butter sautieren, leicht bräunen und dann erkalten lassen. Danach auf dem Teigboden verteilen. Guss mit dem Gruyère verühren und in die Kuchenform verteilen. Bei 200 °C ca. 20 Minuten backen. sag



## Gastronomie

60 Grands Chefs  
kochen im Schloss  
Versailles

Relais & Châteaux lädt zu einer Premiere im Schloss Versailles in Paris: 60 Grands Chefs werden 650 Gästen am 6. April ein kulinarisches Erlebnis bereiten. Mit dabei sind unter anderem die Spitzenköche Johann Lafer und Martin Steiner (Deutschland), Hélène Darroze, Edouard Loubet und Michel Troisgros (Frankreich), Kiyomi Mikuni (Japan) und Daniel Humm (USA).

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

Schweizer Küche  
im Jungfrau Hotel  
Wilderswil

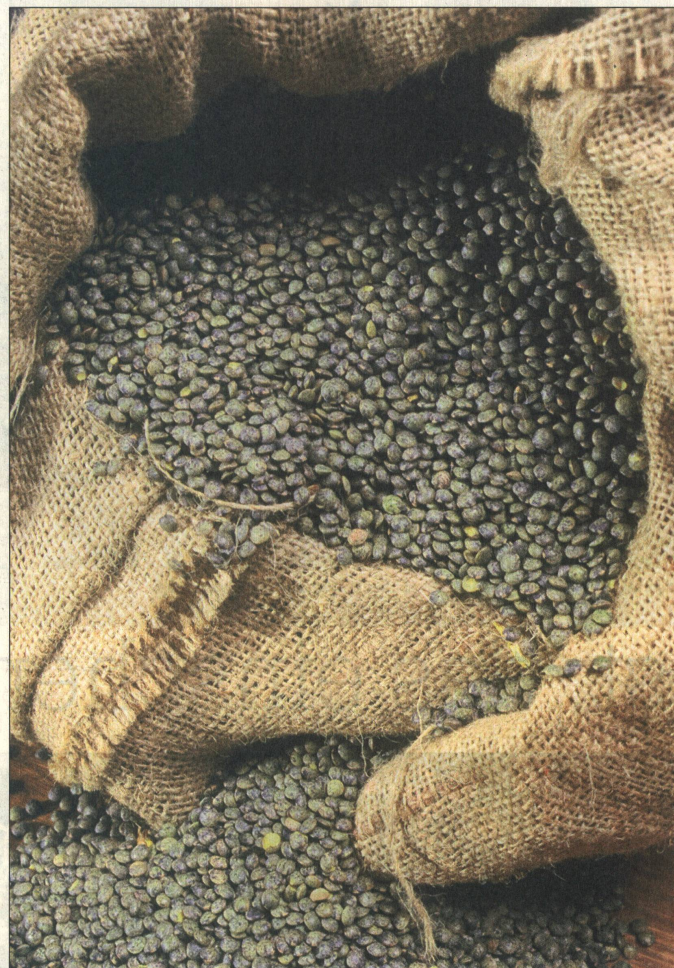
Die Küchen-Crew des Restaurants im Jungfrau Hotel in Wilderswil setzt neu auf traditionelle Schweizer Küche: Das Team des Drei-Sterne-Hauses hat hierzu verschiedene Schweizer Rezepte neu ausgearbeitet. Doch nicht nur die Speisekarte, auch der Raum hat eine Auffrischung erhalten. So wurde die Loggia neu gestaltet und mit Wandbildern des Künstlers David Flury ausgestattet.

[www.jungfrau-hotel.ch](http://www.jungfrau-hotel.ch)

Filini-Workshop  
im Radisson Blu  
Basel

Filini ist ein von italienischer Kulinarik inspiriertes Bar- und Restaurant-Konzept der Rezidor Hotel Group. Was vor wenigen Jahren mit den ersten Filini-Restaurants in Grossbritannien begann, findet sich heute in mehr als 20 Rezidor-Hotels in Europa, Afrika und dem Nahen Osten. Vom 7. bis 9. März treffen sich nun 16 Filini-Köche sowie Richard Williamson, Executive Chef von The Rezidor Group, im Radisson Blu Hotel Basel zum internationalen Filini-Workshop.

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

Kostbares  
Linsengericht

Die schmackhaften «Lentilles Vertes du Puy» sind Bestandteil der gehobenen französischen Küche.

Linsen haben ihr  
verstaubtes Image  
längst abgestreift.  
Heute bereichern die  
Hülsenfrüchte oft  
Menüs von  
Spitzenköchen.

SUSANNE WAGNER

Sie strotzt vor gesunden Nährstoffen, schmeckt aromatisch und wird von Spitzenköchen heiss geliebt. Es ist nicht etwa von einer neu entdeckten exotischen Pflanze die Rede, sondern von der guten alten Linse. Nach Jahrzehnten im Schatten hat sie nun den Sprung in die Gourmetküche geschafft. Für Tobias Funke haben Linsen immer noch etwas Bodenständiges. Der 28-Jährige erkochte 2010 im Restaurant Funks Obstgarten in Freienbach 16 Gault-Millau-Punkte. Er verwendet Linsen schon seit Jahren und schätzt deren Vielseitigkeit: «Ob als Püree, als Salat, ob mit Pfefferminz abgeschmeckt, ob heiss oder kalt – den Möglichkeiten, Linsen zuzubereiten, sind keine Grenzen gesetzt.» Ausserdem sei die Linse sehr gesund, fügt der Gault-Millau-Aufsteiger des Jahres hinzu: «Sie hat viele Vitamine und sehr viel Eiweiss.» Tobias Funks Favorit ist die kleine, schwarze Beluga-Linse, die nach ihrer Ähnlichkeit mit Kaviar benannt wurde.

Die «Chesery» führt sechs bis acht  
Linsengerichte auf der Karte

Auch Robert Speth vom Restaurant Chesery in Gstaad (18 Gault-Millau-Punkte) bestätigt, dass Linsen «en vogue» sind. Auf seiner Karte gibt es derzeit sechs bis acht Linsengerichte. Braune Linsen aus Süddeutschland verarbeitet er vorwiegend zu Pürees oder Suppen. Robert Speth: «Grundsätzlich gilt die Regel: je kleiner die Linse, desto exklusiver ist sie und desto weniger Stärke gibt sie ab.» Linsen passen seiner Ansicht nach sehr gut zu Rebhuhn, Fasan oder Taube. Oder zu Fisch. So serviert Speth etwa einen Steinbutt mit orientalischen Linsen, gewürzt mit Kreuzkümmel und Chili, auf einem Beet aus Frühlingzwiebeln und Lauch. «Auch die schwarze Beluga-Linse harmonisiert mit Fisch und setzt farblich einen schönen Kontrast», so Speth. Spitzenkoch André Jaeger kennt gar, ein «Riesenan von Linsen» zu sein: «Linsen sind etwas Magisches und hatten bei Insidern

schon immer einen grossen Stellenwert.» Die Linse sei ein wunderschönes Produkt mit so vielen Facetten, dass sie die Kreativität einfach beflügeln müsse. Es sei unverständlich, weshalb die Linsen so viele Jahre lang auf das Abstellgleis gestellt worden seien. Eine Küche ohne Linsen könnte sich der 19-Gault-Millau-Punkte-Koch überhaupt nicht vorstellen.

André Jaeger serviert Linsen  
anstelle von Wildreis

Im Restaurant des Hotels Fischerzunft in Schaffhausen serviert André Jaeger die schwarzen Beluga-Linsen anstelle von Wildreis. Oder er bereitet aus Linsen



Das Pflänzchen der dunkelgrünen Linse von Le Puy.

kleine Crêpes oder Blinis zu. «Auch die feine Lentille Verte du Puy schätze ich sehr. Sie ist weniger nahrhaft, eleganter und stilvoller», schwärmt Jaeger. Ein Linsengemüse mit Tomaten und Zucchiniwürfeln, Schalotten, Schnittlauch und einem Spritzer Rahm schmeckt laut dem Spitzenkoch ausgezeichnet zu Poulet, Kalbsschnitzel, einer Wachtel oder einem Edelfisch.

Fakten Das  
«vegetarische  
Beefsteak»

Linsen gehören zu den ältesten Nahrungsmitteln der Menschheit. In arabischen Ländern und in Indien hat die Hülsenfrucht eine grosse Bedeutung und wird oft mit Chili, Ingwer oder Knoblauch gewürzt. In der französischen Region Auvergne wird seit Jahrhunderten eine besonders schmackhafte Linsensorte angebaut: die kleine dunkelgrüne Linse von Le Puy. Sie ist Bestandteil der gehobenen französischen Küche und wird scherzhaft «vegetarisches Beefsteak» genannt. Als erstem Gemüse überhaupt ist der «Lentille Verte du Puy» die Auszeichnung AOC (Appellation d'origine contrôlée) verliehen worden.

sw

Marktplatz –  
immer am ersten Donnerstag  
im Monat

## Gastro-Einrichtungen

LADEN- UND  
GASTROBAU  
**jung.**

Worbstrasse 180  
3073 Gümligen  
T 031 951 23 73  
1008 Prilly-Lausanne  
T 021 625 92 50  
[www.ladenbau-jung.ch](http://www.ladenbau-jung.ch)

## Storen und Markisen

## REVI Storenservice

Terrassenüberdeckung  
bei Sonne und Regen

Freiburgstrasse 385a  
3018 Bern  
Tel. 031 382 40 45  
[www.revistoren.ch](http://www.revistoren.ch)



## Gastropapiere

## WIDA Papiere AG

Servietten- und Papierwarenfabrik



3000 Bern 5  
[www.wida.ch](http://www.wida.ch)  
[info@wida.ch](mailto:info@wida.ch)  
Tel: 031 381 83 33  
Fax: 031 381 83 83

## Kaffeemaschinen

**cafina**  
Kaffeemaschinen für  
Gastronomie und Betriebsverpflegung

Cafina AG  
Römerstrasse 2  
5502 Hunzenschwil  
Tel. 062 889 42 42  
Fax 062 889 42 89  
[info@cafina.ch](mailto:info@cafina.ch), [www.cafina.ch](http://www.cafina.ch)



## Hotelzimmer/Innenausbau



Gastrobau  
Restaurant  
Bar- und Buffetanlagen  
Hotelausbau

Strasser AG Thun [info@strasserthun.ch](mailto:info@strasserthun.ch)  
Biergutstrasse 18 [www.strasserthun.ch](http://www.strasserthun.ch)

## Ihr Marktplatz-Eintrag in der htr hotel revue

1 Feld 54mm x 45mm = CHF 190.-- pro Einschaltung  
Doppelfeld 112mm x 45mm = CHF 415.-- pro Einschaltung

## Weitere Informationen und Buchungen

Tel. 031 370 42 42  
[inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)



**Food & Beverage. Jubiläum.** Der heutige Gast sei kritischer, sagt F & B Manager Frank Reutlinger. Vor 30 Jahren ist die Food & Beverage Management Association gegründet worden.

# F & B im Umbruch

**Frank Reutlinger, langjähriger F & B Manager, spricht über den Wandel seines Berufs: Die Produktvielfalt sei gestiegen, ebenso die Ansprüche und das Wissen der Gäste.**

EVELINE SPAHR

**Frank Reutlinger, Sie sind seit rund 14 Jahren als F & B Manager tätig. Hat sich die Beziehung zu den Gästen verändert?**

Ja, der Alltag des F & B Managers war früher geprägt vom persönlichen Kontakt zum Gast. Auch unsere Zulieferer haben wir oft persönlich gekannt. Heute ist der Beruf stark beeinflusst von betriebswirtschaftlichen, strategischen und administrativen Aufgaben. Zudem hat sich die Wertschöpfungskette



**«Früher haben wir die Produkte nur bezogen. Heute beeinflussen wir sie aktiv.»**

Frank Reutlinger  
Grand Resort Bad Ragaz

gewandelt: Wir haben eine enorme Vielfalt an Produkten, die Artikel wechseln häufiger. Und die gesetzlichen Richtlinien sind strenger geworden. Ich denke etwa an die Hygienevorschriften oder an das neue Rauchergesetz.

Also sind die Anforderungen an den F & B Manager gestiegen? Richtig. Und sie haben sich verändert. Die Aufgaben sind komplexer und anspruchsvoller geworden. So ist es heute nötig, eine Hotelfachschule und Zusatzausbildungen zu absolvieren. Früher reichten in der Regel eine Lehre und praktische Erfahrung.

**Es gibt immer weniger F & B Manager. Warum?**

In grossen, komplexen Restaurationsbetrieben gibt es nach wie vor F & B Manager. Der Beruf hat sich jedoch stark diversifiziert. Viele ehemalige F & Bs nennen sich heute nicht mehr so, sondern

vielleicht Vizedirektor oder Betriebsleiter. Sie führen die gleichen Aufgaben aus wie früher, aber die Berufsbezeichnung hat gewechselt.

**Mit andern Worten: Der F & B Manager wurde nicht werrationalisiert?**

Nein, aber der Beruf wurde umfunktioniert, die Aufgaben verteilt. In 3-Sterne-Häusern gab es früher einen Direktor, einen Vizedirektor und einen Restaurantleiter. Heute findet man einen Direktor und einen Betriebsassistenten, der auch die Restaurantleitung übernimmt, den Einkauf macht und den Direktor vertritt.

**Und die Gäste: Sind sie schwieriger geworden?** Schwieriger nicht, aber anspruchsvoller. Der Gast reist heute mehr und ist interessierter. Und er weiss mehr. Dies hat



Die Wahl des richtigen Weins durch den Sommelier: Der F & B Manager wird heute von verschiedenen internen und externen Beratern bei seiner Arbeit unterstützt.

damit zu tun, dass man sich einfacher informieren kann: Der heutige Gast lädt sich bequem am Tisch per i-Phone Informationen zu einem Produkt herunter.

**Was erwarten die Gäste heute von Lebensmitteln?**

Die Ansprüche der Gäste an Qualität und Vielfalt der Lebensmittel sind enorm gestiegen. Der Trend geht hin zu Lokalem, biologisch Produziertem. Auch auf eine gesunde

Ernährung wird Wert gelegt. Im Grand Resort Bad Ragaz wird das F & B deshalb von Ärzten und Ernährungsberatern unterstützt.

**Und wie behält man als F & B Manager im Produkt-Dschungel den Überblick?**

Im Grand Resort Bad Ragaz findet monatlich ein Forschungs- und Entwicklungsmeeting statt, an dem Mitarbeitende aus verschiedenen Bereichen teilnehmen. Wir besprechen

neue Produkte, Trends und Ideen. Dabei unterstützen uns auch verschiedene interne und externe Berater, wie beispielsweise Weinberater, Restauranttester und Lebensmittelinspektoren.

**In dieser Hinsicht hat sich ebenfalls viel verändert?**

Ja. Früher haben wir die Produkte nur bezogen. Heute beeinflussen wir sie aktiv und geben auch Produkte-Ideen in Auftrag.

## Zur Person Ein reiches berufliches Portfolio

Frank Reutlinger ist seit zwei Jahren Vizedirektor der Grand Hotels und F & B Direktor im Grand Resort Bad Ragaz. Der gelernte Koch war auch als Bäcker/Konditor, im Weinhandel und in der Tabletop-Industrie tätig. Später folgte das Diplom an der Hotelfachschule Luzern sowie ein Executive MBA. Er war unter anderem Direktor im Hotel Sonnenwendhof Engelberg und zehn Jahre Vizedirektor und F & B Manager im Hotel Palace Luzern. Zudem sass Reutlinger einige Jahre im Vorstand der FBMA. esp

## «Wir wollen das Gras wachsen hören»

**Die Food & Beverage Management Association (FBMA) feiert in diesem Jahr ihren 30. Geburtstag. Der Verein ist ständig auf der Suche nach den neusten Trends.**

EVELINE SPAHR

Fast drei Jahrzehnte ist es her: Am 25. März 1981 trafen sich F & B Manager und Zulieferer aus der ganzen Schweiz im Hotel Storch in Zürich und gründeten die Food and Beverage Management Association (FBMA). Der Verein verfolgte laut dem Protokoll der Gründungsversammlung folgende Ziele: Förderung des Berufsstandes, Erfahrungsaustausch, Vernetzung, Schulung und Weiterbildung. «In den ersten zehn Jahren legten wir viel Wert auf Bildung, diese war damals noch nicht institutionalisiert», erklärt Hans Bühlmann, Prä-

sident der FBMA. Heute orientiert sich der Verein weiterhin an den Gründungszielen, gleichzeitig sei man ständig auf der Suche nach neuen Trends, Ideen und Konzepten. Hans Bühlmann formuliert es so: «Wir versuchen, das Gras wachsen zu hören.» Dabei schaut die FBMA auch über die Landesgrenzen. Einmal im Jahr unternimmt der Verein

eine Trendtour ins Ausland, letztes Jahrganges nach München. Zudem findet einmal im Monat ein Vereins-Anlass statt.

**«Mit F & B Managern alleine können wir den Verein nicht mehr am Leben erhalten.»**

Hans Bühlmann  
Präsident FBMA

Die Systemgastronomie im Glattzentrum Wallisellen wird dabei ebenso unter die Lupe genommen wie das Tropenhaus Frutigen oder die Abfüllerei von Allegras. Die FBMA zählt zurzeit 325 Mitglieder aus der ganzen Schweiz.

Diese müssen beruflich mit Essen und Trinken zu tun haben und kommen aus Hotellerie, Gastronomie und Zulieferbranche. Etwas hat sich jedoch geändert. Bühlmann: «Mit F & B Managern alleine könnten wir den Verein nicht mehr am Leben erhalten.» Denn heute gebe es schlicht zu wenig F & B Manager. «Der Beruf hat sich stark diversifiziert, F & B Manager finden sich heute primär in 5-Sterne-Häusern.» Aus diesem Grund wurde die FBMA in den 1990er-Jahren umbenannt in Food & Beverage Management Association.

## News

**Domaine Grillette geht an Luzerner Weinimporteur**



Weil Jean-Pierre Mürset für sein Weingut Grillette Domaine De Cressier SA keine familieninterne Nachfolge finden konnte, verkaufte er den Betrieb an das Luzerner Weinunternehmen Scherer & Bühler. Die Grillette zählt mit 21 ha zu den grössten Weinbaubetrieben des Kantons Neuchâtel und wirkte öfters als Pionierin: 1964 wurde hier der erste Schweizer Chardonnay gekeltert, es folgten Sauvignon blanc, Viognier und Malbec. eho

**Familotel spendet für Schule in Äthiopien**

«Gemeinsam viel bewirken» möchten die Mitglieder von Familotel. Die Kooperation für Familienhotellerie in Europa engagierte sich mit «Spitzenköche für Afrika» zugunsten von «Menschen für Menschen». 2011 kommt mit jeder Buchung bei Familotel ein Euro der Äthiopienhilfe zu Gute. Ziel ist der Bau einer Primarschule in Südwest-Äthiopien. Mit einem Spendenticker informiert Familotel Gäste und Interessierte über den aktuellen Stand der Spendensumme. fee

<http://gibmir5.familotel.com>

**Motel One Group zieht positive Jahresbilanz**



Fünf neue Hotels, 1654 neue Zimmer und ein Umsatzplus von 63 Prozent – das ist die Jahresbilanz von Motel One. Im letzten Jahr generierte die Low Budget Kette einen Umsatz von 90,7 Millionen Euro, im Jahr zuvor waren es 55,6 Millionen Euro. Der Gewinn der Motel One Group stieg von 7 Millionen Euro im Jahr 2009 auf 18,3 Millionen Euro im Berichtsjahr. Und die Auslastung lag bei 70,9 Prozent. «Es ist schön, dass unser Konzept so viel Zuspruch erfährt», freut sich Dieter Müller, CEO der Motel One Group.

**Bistrotische mit integriertem Heizkörper**



Rechtzeitig zur Freiluftsaison gibt es für die Outdoor-Gastronomie einen Bistrotisch, der den Gast laut Hersteller vor kalten Füßen bewahren soll. Die Heiztische von Mensa Heating wurden speziell für die Gastronomie entwickelt und verfügen über einen im Tischbein integrierten Heizkörper. Es stehen zwei Modelle zur Auswahl. esp

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



## Eröffnung

Süssigkeiten in allen Formen und Farben



Willisau hat bald einen neuen Süssigkeiten-Laden: die EusiBonBon-Fattoria, die am 5. März ihre Türen öffnet. Die Fattoria führt über 200 Süssigkeiten wie Bonbons und Lutscher in allen Formen und Farben. Auch massgeschneiderte Hochzeitsbonbons stehen zur Auswahl. Alle Süssigkeiten sind handgefertigt.

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

# Seelachs – ein Genuss



## Arne's

**Arne van Grondel** (56) leitete fast 30 Jahre lang die Michel Comestibles AG in Interlaken. Er schreibt für die htr eine Kolumne.

Der Seelachs, einst Köhler genannt, ist bedeutend besser als sein Ruf. Sein Fleisch hat, im Gegensatz zu den übrigen Mitgliedern seiner Familie, der dorschartigen Fische, einen sehr ausgeprägten, ja fast pikanten Geschmack. Die weniger appetitliche, dunkle Farbe seiner Filets lässt ihn, als Frischfisch, nicht so begehrt erscheinen. Dabei eignet sich das saftige grätenfreie Rückenfiletstück, in reichlich Butter, besonders gut zum Braten. Dadurch kann der Seelachs sein kräftiges Aroma hervorragend entfalten. Interessanterweise wird sein braungraues Fleisch beim Garen hell. Daher eignet sich der Seelachs sehr gut in der Küche der Gastronomie.

Mit seinem eigentlichen und fachlich einwandfreien Namen, dem Köhler, hat die Fischindustrie, aus der Zeit vor der Lachszeit, den aus zoologischer Sicht eher irreführenden Namen Seelachs als verkaufsfördernder angesehen.



Der Seelachs hat einen ausgeprägten Geschmack.

hen, obwohl der als solcher bezeichnete Fisch gar nicht zur Familie der Lachse zählt. Der Seelachs ist ein Schwarmfisch und lebt in kalten und gemässigten Meeresregionen in grundnahen Wasserschichten des Nordatlantiks. Dort lebt der Fisch in den Gewässern um Island, Spitzbergen, Norwegen und in der Nordsee. Durch das Skagerrak dringt er in das nördliche Kattegat vor. An Grossbritannien vorbei zieht der Seelachs bis in die iberischen Gewässer.

Fotolia

Sonderkonditionen für Mitglieder von hotellerieuisse unter dem Code: 11836764

TOURISMUS  
FORUM  
ALPENREGIONEN

## Alpine Horizonte

trends, brands & a quantum of solar

21. TourismusForum Alpenregionen  
4. – 6. April 2011 in Lech Zürs am Arlberg (A)

Lech  
Zürs  
ARLBERG

## Über den Tellerrand hinausblicken.

### «Anleitung zur sexuellen Unzufriedenheit» INKLUSIVE!

Die renommierte Austauschplattform der Branche lockt in die TOP-Destination Lech Zürs am Arlberg.

«10 vor 10»-Moderator Stephan Klapproth führt hochkarätige Referenten zum Olymp! Mit von der olympischen Partie sind:

- Finanz- & Wirtschaftsexperte Kurt Schilltknecht
- Markenschöpfer und -führer Klaus-Dieter Koch
- «Das Service-Kamasutra» präsentiert Mindness-Hotelier Bernd Reutemann.
- Das 1. Plusenergiehotel Muottas Muragl zeigt, was & wie es richtig geht.
- Einmaliges Burgenland Resort – Hotelier des Jahres Karl J. Reiber führt mit Musterbrüchen

- Best Practice, Trends und Wegweiser von Christoph Engl, Südtirol Marketing und von Deutschlands Ferieninsel Nr. 1, Sylt
- Männer finden ihn Kult – Frauen lieben ihn: den MiniE – präsentiert vom BMW-Chefentwickler persönlich.
- Der Schnee lockt, die Ski wollen raus – auf den traumhaften Weissen Ring. Herzliche Urlaubsgrüsse aus der Steckdose – E-Roller und E-Autos mit Probefahrten.
- Die Sterne vom Himmel schmecken – Feinste Haubenküche beim Gourmet-Hopping durch 3 TOP-Hotels.

Lernen, erleben, austauschen, Kontakte pflegen und gewinnen.

Programm & Online-Anmeldung unter  
[www.tourismusforum.ch](http://www.tourismusforum.ch)

grischconsulta AG Sägenstrasse 8 CH-7000 Chur Tel. +41 (0)81 354 98 00 [www.tourismusforum.ch](http://www.tourismusforum.ch)

Der Seelachs ist ein gefräßiger Räuber. Hauptsächlich ernähren sich die Fische von Heringen und Sprotten und verfolgen ihre Beute zuweilen über lange Strecken bis in Strandnähe. Der Seelachs wird in der Regel bis zu 70 Zentimeter lang. In Ausnahmefällen erreicht der Fisch eine Länge von 130 Zentimeter mit einem stattlichen Gewicht von bis zu 40 Kilogramm und kann gut und gerne 25 Jahre alt werden. Der Seelachs fällt durch seinen langgestreckten Körperbau von eleganter Erscheinung auf. Sein Rücken ist fast pechschwarz und von einem wunderschönen dunkeloliv glänzenden Schimmer überzogen. Die Maulhöhle, mit seinem auffallend weit vorstehenden Unterkiefer, ist schwarz gezeichnet. Die Flossen sind von gräulicher Färbung und die Bauchseite ist silbrig weiss.

Der Seelachs besitzt in Deutschland, bei der Versorgung mit Fisch, eine grosse wirtschaftliche Bedeutung und spielt traditionell eine wichtige Rolle mit einem hohen Marktanteil unter den Top 10 der Speisefische. Bei Fish and Chipsscheiden sich bekanntlich die kulinarischen Geister.

Versuchen Sie es trotzdem, denn frische Seelachs-Schwanzfiletstücke, von einem schaumig aufgeschlagenen pikanten Ausbackteig fein umhüllt, in heissem Öl knusprig frittiert und mit gebackenen Kartoffeln serviert, erfreuen jeden Fischkenner. Das ist wirklich eine feine Sache. Dabei ist zu beachten, dass der Ausbackteig mit einem dunklen Altbier angerührt, pikant mit Tabasco und edelstem Paprikapulver abgeschmeckt wird, und das steif geschlagene Eiweiss darf wirklich erst kurz vor dem Ausbacken untergezogen werden, damit Luft und Lockerheit in den Teig kommt.

## Impressum

### htr hotel revue

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

### Herausgeber/Éditeur

hotellerieuisse  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

### Redaktion

Chefredaktion: Elisabeth Holmberger/eho.

Stellvertreterin: Simone Leitner Fischer/sls.

Redaktion: Daniel Stampfli/dst (Ressortleitung aktuell); Christine Künzler/ck (Ressortleitung fokus); Simone Leitner Fischer/sls (Ressortleitung dolce vita); Eugenio D'Alessio/eda (Ressortleitung cahier français); Alexandre Caldaraj/ac.

Franziska Egli/fee; Sabrina Gianmann/sag; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenker/gsg; Karl Josef Verding/kjv.

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Bollat/adb.

Layout: Roland Gerber/rgr; Regula Wolf/rwo.

Korrektorat: Paul Le Grand.

Volontär: Eveline Spahr/esp.

Online-Redaktion: Melanie Roth/rom.

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku, Natalie Alesch, Beatrice Gertschen

### Verlag

Leitung: Barbara König.

Assistent: Alain Hänni.

Stelleninse: Angela Di Renzo Costa;

Patricia Nobs Wyss.

Geschäftsanzügen: Michael Müller;

Béda Urs Schönenberger;

hoteljob.ch; Denise Karam.

Druck: Buehler Grafico AG, Druckzentrum Bern.

Auflage: WEMF-begleitet 2009/10,

verkaufte Auflage: 9814; Gratisauflage: 1065.

Verkaufspreise (inkl. MwSt.): Einzelnummer

Fr. 4.50; Jahresabonnement Fr. 159.–;

ISSN: 1424-0440

### Kontakte

Adresse:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Redaktion: Tel. 031 370 42 16,

Fax 031 370 42 24; E-Mail: [redaktion@htr.ch](mailto:redaktion@htr.ch)

Abonnemente: Tel. 031 370 42 16,

Fax 031 370 42 23; E-Mail: [inserte@htr.ch](mailto:inserte@htr.ch)

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

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und

Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Nous déclinons toute responsabilité pour les

documents envoyés sans concertation préalable.



**Das besondere Konzept** Wie werden Lernende optimal auf Beruf und Leben vorbereitet? Mit Verantwortung, zeigt das Lehrlingsrestaurant «Too much» in Ostermündigen BE.

FRANZISKA EGLI



«Hier bin allein ich für meine Fehler verantwortlich»: Klaudia Kiraly, 17, Serviceangestellte im «Too much» und im 2. Lehrjahr.

Bilder Alain D. Boillat

## Junge spielen Chef

Er war sehr nervös, gesteht er. Adrian Hofmann, Koch im 3. Lehrjahr und mit seinen 26 Jahren wahrlich kein Greenhorn in Sachen Lebenserfahrung, hatte Ängste ausgestanden: «Was, wenn etwas nicht klappt? Wenn etwas anbrennt, nicht gelingt, versalzen ist?» Dann ist er ganz auf sich gestellt, und was dann? Heute steht er selbstbewusst am Herd in der Miniküche, die ganz allein sein Revier ist, wenn er «Too much»-Dienst hat, und bereitet ein Menü für eine Gesellschaft von 20 Personen zu.



Adrian Hofmann, 26, «Too much»-Koch im 3. Lehrjahr.

fanden sie das zuerst schon ein bisschen «too much», erzählt Hofmann. So kam es zum Namen.

Hernach wurde der Raum von der renommierten Architektin und guten Bekannten des Hauses Pia Schmid umgebaut. Entstanden ist ein buntes Lokal mit 30 Plätzen, wo die «Bären»-Lernenden ihre eigenen Chefs sind und von dienstags bis freitags, mittags wie abends ihre Gäste verwöhnen. Klar erhalten sie Stützkräfte, Tipps und Anweisungen. Aber im Endeffekt «können wir die Servietten so falten, wie es uns gefällt», erklärt Hofmann, und auch die Speisekarte mit Salat mit Redbull-Dressing und Wasabi-Risotto entspricht ihrem Gusto. Dies, obwohl ihre Kundschaft längst nicht nur aus Jungen besteht.

### Protokolle schreiben, Kritik annehmen, Termine einhalten ...

«Ab dem zweiten Service- und dem dritten Koch-Lehrjahr werden die Lernenden im «Too much» eingeteilt», erklärt Bernhard Marti das Konzept. Ab da verbringen sie rund die Hälfte ihrer Arbeitszeit im regulären Betrieb, wo sie unter Aufsicht ihrer Arbeit nachgehen, die andere Hälfte im Lehrlingsrestaurant, wo sie am eigenen Leib erfahren, was es in einem Betrieb neben Kochen und Servieren auch noch zu tun

gibt: Protokolle schreiben, Termine absprechen, Bestellungen machen, sich um Ersatz kümmern, wenn man ausfällt. «Der ganze Prozess wird einem so richtig bewusst», sagt Adrian Hofmann. «Man lernt, die Augen wirklich offen zu halten», ergänzt die 17-jährige Klaudia Kiraly, schliesslich sei sie hier ganz allein auch für ihre Fehler verantwortlich.

«Es macht die Lernenden leistungsfähiger», ist Bernhard Marti überzeugt. Aber gibt er auch zu bedenken, das Projekt sei «sehr betreuungsintensiv. Wir werden von

den Lernenden nicht mit Ideen überhäuft. Eher muss man sie immer wieder kitzeln und herausfordern». Das sei nicht unanstrengend, gibt er unumwunden zu.

### 15 Berner Firmen stehen finanziell und ideell hinter dem Projekt

Aber noch dann und auch wenn die Auslastung manchmal allzu schwankend sei, zweifelt Marti kein Moment am Projekt. Mittlerweile stehen 15 Berner Firmen von Emmi bis Prodega, von Auto- bis Bauunternehmen finanziell dahinter, was einen Lehrlings-

austausch zur Folge hatte. Und nicht zuletzt fragte sich Marti nach den letzten, guten Lehrabschlüssen, ob das vielleicht auch am «too much» gelegen haben könnte.

Vor allem aber ist er nach wie vor überzeugt, dass Eigenverantwortung die jungen Menschen besser auf Berufsleben wie auch aufs Leben überhaupt vorbereitet. Das danken ihm seine Lehrlinge, die bei allem Stress und Lampenfieber stolz sind auf ihr Projekt, mit Eigenständigkeit: «Es ist schön zu arbeiten, wenn einem der Chef mal nicht über die Schultern guckt.»

## Nachwuchs an die Macht

Lehrlingsrestaurants gibt es in der Schweiz nicht viele. Das bekannteste ist wohl das Restaurant Koch & Kellner in Neuhausen am Rheinfall. Es wurde 2007 vom Gastronomen Daniel Ciappioni ins Leben gerufen und sogleich mit dem «Best of Swiss Gastro Award» in der Kategorie Restaurant mit seinen 30 Plätzen schreibt heute schwarze Zahlen. Ciappioni rund 12 Lernende sind vom ersten Tag weg nicht nur im

Restaurant Schlössli Wörth und im Schaffhauser Theater-Restaurant, sondern auch im «Koch & Kellner» eingeteilt. «Da lernen sie neben Selbstständigkeit auch Sozialkompetenz», erzählt Ciappioni. Sein Stolz: dass seine Lernenden die besten Abschlussprüfungen vorweisen konnten.

Ein weiteres Lehrlingsprojekt, das Restaurant Lin Langenthal, ist zurzeit im Schlafmodus, erklärt Michel Ferrari, Chef de Service des Langenthaler Unternehmens

Gastro Elemant. Ihr Konzept bestand darin, dass die Lernenden für Themen-Events wie «Afrika-Woche» oder «Astrologie» von der Idee bis zum Empfang allein verantwortlich waren. Die Anlässe seien bei den Gästen wie auch bei den Lernenden sehr gut angekommen, sagt Ferrari. Trotzdem hätten sie vor lauter Umstrukturierungen und Lehrabschlüssen das Projekt etwas aus den Augen verloren. Es sei aber nicht vom Tisch, betont er.

## 40 Jahre Schweizer Wein-Liebling

Wenn der Schweizer zu einem spanischen Wein greift, dann oft zum «Marqués de Cáceres». Der Erfolgswein aus dem Rioja wurde 40-jährig.

ELSBEH HOBMEIER

Eine Erhebung bestätigte ihm 2008 den Status des «am meisten bekannten Weins Spaniens». Aber er ist nicht nur bekannt, sondern wird auch schon fast spektakulär gut verkauft: in den USA, in Norwegen und in Frankreich ist er der absolute Verkaufsschlager unter den spanischen Weinen. Auch die Schweizer

Weintrinker lieben ihn – und machen die Zürcher Firma Albert Reichmuth seit 36 Jahren zum glücklichen Generalimporteur. Wir sprechen vom Wein aus der Bodega Marqués de Cáceres, gewachsen in der hügeligen Landschaft der Rioja Alta auf einer Höhe von 450 bis 500 Metern über Meer. Die Sierra de Cantabria schützt die Reben vor dem kühl-regnerischen Klima des Atlantiks, die Sierra de la Demanda vor der drückenden südlichen Hitze.

Diesen Ort wählte Enrique Forner für seine Bodega aus, als er nach vielen Jahren in Frankreich wieder nach Spanien zurückkehrte und sein im Bordeaux erworbenes Weinwissen gewinnbringend einsetzen wollte. In Frankreich gehörten der Familie die Châteaux Camensac und Larose Trintaudon.

Innert vierzig Jahren gelang eine für das Rioja-Gebiet beispiellose Karriere – der Wein gilt als bemerkenswert verlässlich und bekömmlich, er ist fruchtbetont, nicht zu schwer und nicht zu voluminös, mit gut integriertem Holz und sanften Tanninen. Kurz, ein idealer Essensbegleiter.

Im Jahr 2007 zog sich der Gründer Enrique Forner zurück, mit seiner Tochter Cristina übernahm die nächste Generation das Ruder. Letzte Woche stellte sie im Restaurant Greulich



Die Reserva 2004, ein Spitzenreiter.



Cristina Forner führt das Gut seit der Retraite ihres Vaters Enrique.

in Zürich auf Einladung der Weinhandlung Reichmuth ihre ganze Palette vor. Sie ist gross und vielfältig, auch preislich gesehen, und reicht vom Blanco (Fr. 10.– Listenpreis) über den Rosado (Fr. 11.–) zum Crianza (Fr. 13.80), Reserva (Fr. 29.50), Gran Reserva (Fr. 36.–), MC (Fr. 49.–) zum Spitzenprodukt Gaudium (Fr. 76.40).

Aus Anlass des 40. Geburtstages der Bodega bietet Reichmuth einige dieser Weine zu interessanten Spezialkonditionen an. Einer dieser Renner ist das «Paradeppferd» Crianza 2007 aus 85% Tempranillo und 15% Garnacha-Trauben, vollmundig, samtig und elegant. Und als grösster Jahrgang der letzten 20 Jahre gilt die Reserva 2004, welche 22 Monate in französischen Eichenfässern und anschliessend noch zwei Jahre in der Flasche gereift ist. Dieser tiefkühle Rioja überrascht mit einem Bouquet von reifen Pflaumen und Himbeeren, gepaart mit delikaten Vanillearomen. Ebenfalls im 2004 geerntet wurde der kräftige und gleichzeitig elegante Gaudium Marqués de Cáceres, der von 90-jährigen Rebstocken stammt – sein Jubiläum liegt 20% unter dem Listenpreis.

### Wettbewerb

#### Schweizer Köche holen Silber in Wales

Die Schweizer Kochnationalmannschaft hat am internationalen Wettbewerb «Battle of the Dragon» in Wales unter Führung von Kilian Michlig Silber gewonnen. Gesiegt hat das walisische Koch-Nationalteam, den dritten Platz belegte die Mannschaft aus Finnland. Die Kochteams hatten die Aufgabe, in fünf Stunden ein Dreigang-Menü für 85 Personen zuzubereiten. Die «Battle of the Dragon» fand bereits zum sechsten Mal statt. Organisiert wird der Wettbewerb von der Welsh Culinary Association. esp

### Genuss

#### Exklusives Wagyu Beef im Dolder Grand



zv8

Im März werden im Garden Restaurant des «Dolder Grand» in Zürich Gerichte mit Wagyu Beef angeboten. Das Wagyu ist eine uralte japanische Rinderrasse, deren Fleisch als sehr zart und gesund gilt. Entsprechend exklusiv kommt auch die Menükarte daher. Vorspeisen sind etwa Wagyu-Tatar mit Macallan-Whisky oder Wagyu-Carpaccio. Als Hauptgerichte werden Rib Eye, Entrecôte und Filet gereicht. Ein Hauptgericht kostet je nach Gewicht des Fleischstücks zwischen 110 und 180 Franken.

#### Rapelli und Ticino Turismo feiern den Vatertag

Anlässlich des Vatertages, welcher am 19. März stattfindet, haben Ticino Turismo und Rapelli SA eine Aktion entwickelt, welche die Väter nördlich des Gotthards in Begleitung ihrer Kinder in das Tessin locken soll: Vom 14. bis 20. März erhalten Väter in allen Migros-Filialen beim Kauf des «Salame Rapellino Classico» einen SBB-Railbonn im Wert von 14 Franken. Auf die ersten 180 Väter wartet zudem eine Gratisübernachtung im Tessin. Ziel ist es, das beliebte Fest, welches im Tessin gross gefeiert wird, auch in der Deutschschweiz und der Roman-diebekannter zu machen. fee

#### Neu: Bio-Tees mit dem Logo des eigenen Hotels



zv8

Die Teemanufaktur Bioteaque aus Chiengau (Deutschland) bietet neu individuelle, auf das jeweilige Hotel abgestimmte Bio-Tee-Ausstattungen an. Die Buffetstation für Bio-Tees kann dabei mit dem Logo des jeweiligen Hauses versehen werden. Bioteaque bietet insgesamt über 30 biologische Teesorten. Zur Auswahl stehen schwarzer, weisser oder grüner Tee, Rooibos-Tee, Kräuter- oder Früchtetee. Angeboten werden Buffetteller mit einer Etikette in den Farben Altholz, Buche und Weiss. esp

www.bioteaque.com



# Mit dem Newsletter der htr hotel revue verpassen Sie keine News mehr. Registrieren Sie sich kostenlos unter [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

## Schon gespannt? Die Themen von morgen.



**Können Sie es kaum erwarten, die hotel revue in Ihren Händen zu halten? Hier erfahren Sie bereits jetzt, welche Themen Sie morgen lesen.**

### aktuell

Savognin hat am Montag Ja gesagt zum Parc Ela. Bei einem Nein wäre der Park in zwei Teile aufgespalten worden. Das hätte der Bund bei der Vergabe des Naturpark-Labels nicht akzeptiert. Auch der Naturpark Thunersee-Hohgant kämpft mit einem Wegbrechen der Gemeinden. Es sind die Bergbahnen und Bauern; die Vorbehalte anmelden.

### fokus

Reicht es, wenn eine für Mitarbeitende wichtige Mitteilung am Schwarzen Brett hängt? Oder soll man sie besser per Mail verbreiten? Und, falls es um die direkte mündliche Ansprache geht: Müssen die Gesprächspartner ein Formular ausfüllen und visieren? Gerade in der Hotellerie gibt es viele Kommunikations-Schnittstellen. Eine gut funktionierende interne Kommunikation ist deshalb wichtig.

### dolce vita

Für eine Hotelkette ebenso ungewöhnlich wie für ein Stadthotel: der hauseigene Kräutergarten. Das «Radisson Blu» in St.Gallen hat den Versuch gewagt. Rund hundert Quadratmeter sind es, die auf dem eher kargen Vordach des Hotels mitten im Geschäftsviertel von St.Gallen jährlich bepflanzt werden.

### cahier français

La multiplication des éoliennes dans l'Arc jurassien fait débat. Si Tourisme neuchâtelois se dit inquiet, les autres OT de la région ne voient pas ces constructions d'un trop mauvais œil.

**Alles zu diesen Themen und vieles mehr erfahren Sie morgen in der htr hotel revue. An Ihrem Kiosk oder direkt in Ihrem Briefkasten.**

## Die htr auf Facebook und Twitter



Bereits folgen viele Followers der hotel revue auf Twitter, die Facebook-Seite der Branchenzeitung zählt 383 Facebook-Mitglieder. Sind Sie schon dabei? [mehr »](#)

## Was verdienen Sie?



Über 1000 Lohnempfängerinnen und Lohnempfänger haben bereits an der anonymen Lohnumfrage 2010 von fit (Frauen im Tourismus) und VSTM (Verband Schweizer Tourismusmanager) mitgemacht.

Nehmen auch Sie sich zehn Minuten Zeit. [mehr »](#)

## Salle Modulable: Entscheid folgt Ende Jahr



Ob das Musiktheaterhaus Salle Modulable in Luzern realisiert wird, ist seit dem Rückzug der Gönner offener denn je. Die Vision einer künftigen Musikstadt Luzern wurde durch

die Planungsarbeiten aber gestärkt. Bis Ende Jahr soll über die Machbarkeit des Projekts entschieden werden. [mehr »](#)

## Deutscher Wein wird teurer



Deutscher Wein wird wegen dramatischer Ernteeinbussen in diesem Jahr voraussichtlich teurer. Die deutschen Weinbauer werden diesen Herbst voraussichtlich die

Kleinste Ernte seit 25 Jahren einbringen. [mehr »](#)

## Piloten-Mangel: Traumberuf im Sinkflug

**htr hotel revue**





**Neuchâtel**  
Une société basée à Marin  
propose des visites  
d'ateliers horlogers.  
**Page 21**



**Genève**  
«Les nouveaux bistrots»,  
le parcours subjectif  
de deux personnalités.  
**Page 23**



Un lanceur de drapeau lors de la Fête fédérale de yodel de Lucerne, en juin 2008. Le succès de cette manifestation donne toute la mesure de la nouvelle fièvre patriotique que connaît la Suisse actuellement.

## Patriotisme, une poule aux œufs d'or

Dans notre publicité, le lanceur de drapeau sur fond de canyon ou de plage thâle symbolise le Suisse heureux intégré dans un environnement de vacances. Et il correspond à l'actuelle fierté d'être helvétique. Prisca Huguenin-dit-Lenoir, porte-parole d'Hotelplan, met le doigt sur une des tendances lourdes qui traversent la société de nos jours: le patriotisme est devenu un levier marketing majeur dans des champs aussi différents que la politique ou le tourisme. Et la suisse est un trend qui résonne désormais comme une poule aux œufs d'or.

Chez Suisse Tourisme, le patriotisme prend les couleurs de l'authenticité. Il s'exprime dans la promotion des Hôtels typiquement suisses, des Swiss historical hotels ou dans la campagne qui met en scène deux montagnards porteurs de pierre. «L'authenticité est une valeur essentielle que recherchent tous nos hôtes. Le personnage d'Heidi, par exemple, est enraciné dans la culture japonaise», explique Véronique Kanel. Des images d'Épinal? «Ces clichés, plus on s'éloigne de la Suisse, plus ils sont appréciés», rétorque la porte-parole de Suisse Tourisme.

### Un besoin accru de retrouver ses racines

L'organisation se défend d'être le cheval de Troie d'une quelconque forme de nationalisme. «Bien au contraire, Suisse Tourisme évoque toujours les valeurs traditionnelles et l'authenticité sur un mode moderne et avec humour, c'est-à-dire avec une certaine distance», glisse Véronique Kanel.

Qui avance une explication à la nouvelle vague de patriotisme: «Dans un monde aseptisé, les gens ont besoin de retrouver leurs racines. Cette quête est perceptible dans l'engouement pour les fêtes populaires ou le yodel, fréquentés aussi bien par des locaux que par des visiteurs étrangers.»

Dans le monde de l'hôtellerie, le groupe Swissôtel, qui gère 28 établissements de luxe dans le monde, dont trois en Suisse (Genève, Zurich et Bâle), joue à fond

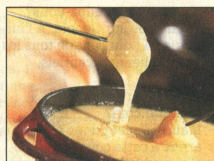
**Le patriotisme est la valeur qui monte dans toutes les activités sociales. Le tourisme exploite avec vigueur ce filon de la suisse.**

EUGENIO D'ALESSIO



**«L'authenticité est une valeur essentielle que recherchent tous nos hôtes.»**

Véronique Kanel  
Porte-parole de Suisse Tourisme



La fondue, pilier de notre cuisine.



La cloche, symbole de la patrie.

la carte helvétique depuis plus de trente ans. La suisse est telle que la conçoit la chaîne hôtelière transparaît dans le slogan «Une passion pour la perfection», fondé sur l'idée d'une efficacité, d'une fiabilité et d'un art de l'accueil typiquement helvétiques. Parmi les nombreuses marques du cachet suisse de Swissôtel, les portiers étrennent une nouvelle livrée avec des accessoires au design helvétique créés par la dessinatrice de mode Ida Gut.

### La quête de l'excellence gastronomique

«Il ne faut toutefois pas comprendre notre suisse comme une forme de patriotisme, mais bien comme la volonté de mettre en avant des qualités typiquement suisses que nous puissions dans nos racines helvétiques», avertit Eva-Maria Panzer, la directrice de la communication de Swissôtel.

Et de poursuivre: «A nos yeux, la suisse n'est pas forcément liée à la fondue ou au port du costume traditionnel. Elle passe également par l'élégance du design, la quête d'une qualité supérieure ou l'excellence gastronomique.»

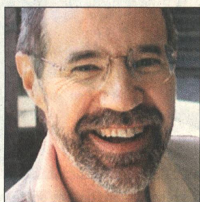
Dans le champ de la gastronomie justement, l'Association suisse des AOC-IGP, qui a pignon sur rue à Berne, se veut le fer de lance de la défense du terroir. «Par terroir, nous entendons des produits qui ont une âme, une authenticité et une histoire liées à leur région d'origine et qui, de par ces qualités, fonctionnent comme des symboles touristiques», explique le directeur, Alain Farina. Cette suisse des papilles «vise à sauvegarder le patrimoine culinaire de la Suisse en mettant en avant le goût», précise le jurassien.

### Une série de spots télévisés vont être diffusés

L'Association suisse des AOC-IGP lancera d'ailleurs en avril des spots TV qui chanteront les louanges du terroir sous un triple aspect: le paysage comme expression des racines du produit, l'artisan comme révélateur du savoir-faire et le produit en tant que tel comme ferment de l'authenticité.

**1.** Comment expliquez-vous le regain de patriotisme dans les champs de l'activité sociale et économique? Confrontée, comme la plupart des pays, à des processus d'unification culturelle et économique à l'échelle mondiale, la Suisse a besoin de montrer symboliquement qu'elle est différente. La suisse s'exprime dès lors dans cette foison de drapeaux ou de tee-shirts flanqués de la croix blanche.

**2.** Le mythe montagnard comme composante de l'identité suisse reste prégnant. Dans l'imagerie traditionnelle, la Suisse reste un pays de montagne. La commercialisation des signes de la suisse passe logiquement par la promotion des paysages montagnards, même si, paradoxalement, trois quarts des Suisses vivent désormais en milieu urbain.



**A chaud**  
François Walter

**Professeur d'histoire** à la Faculté des lettres de l'Université de Genève depuis 1986. Auteur de 11 livres et de plus de 140 articles scientifiques, François Walter mène, entre autres, des recherches sur la production des identités sociales.

**3.** Que vous inspire la campagne d'Hotelplan? Elle inscrit les signes de la suisse dans un environnement exotique comme la plage. Ce message sert à tranquilliser les Suisses. Dans l'actuel climat d'incertitude où notre pays n'est plus forcément admiré et respecté à l'étranger, où les dangers potentiels – je pense notamment au terrorisme – suscitent de l'anxiété, il est bon de savoir qu'on va se retrouver entre Suisses partout dans le monde.

**4.** Comment a évolué la transmission de l'image touristique de notre pays? De nos jours, le marketing privilégie la tradition, avec le terroir ou le folklore, alors que dans les années 50 et 60, l'imagerie touristique conciliait modernité et tradition. On voyait par exemple des voitures qui serpentaient dans la montagne.



Le groupe hôtelier de luxe Swissôtel, ici l'établissement situé en ville de Genève, se réclame à fond des valeurs de la suisse.



La comédie musicale «Heidi» au bord du lac de Walenstadt.



## En bref

**Suisse****Le Ragusa fait toujours un carton**

Avec 3470 tonnes de chocolat vendu en 2010, **Camille Bloch** a vu son chiffre d'affaires croître à 58 millions de francs. Un chiffre en hausse d'un demi-million de francs par rapport à l'année 2009. L'entreprise de Courtelary a exporté 25% de sa production. Le produit phare de Camille Bloch reste le Ragusa, avec 1390 tonnes vendues.

**Swiss veut créer 250 nouveaux emplois**

Swiss veut créer 250 emplois cette année. La compagnie aérienne helvétique, qui est en mains de Lufthansa, est à la recherche de personnel navigant et de pilotes, déclare son patron Harry Hohmeister dans «Migros Magazine». Swiss recherche une centaine de pilotes tant pour les vols court-que long-courrier. En raison du manque de pilotes Swiss devra supprimer des vols durant la première semaine de mars. Dans l'interview, Harry Hohmeister donne aussi une estimation des coûts engendrés par la crise politique en Egypte. Le manque à gagner se situe entre un et deux millions de francs, Swiss ayant maintenu son offre malgré les événements, explique-t-il.

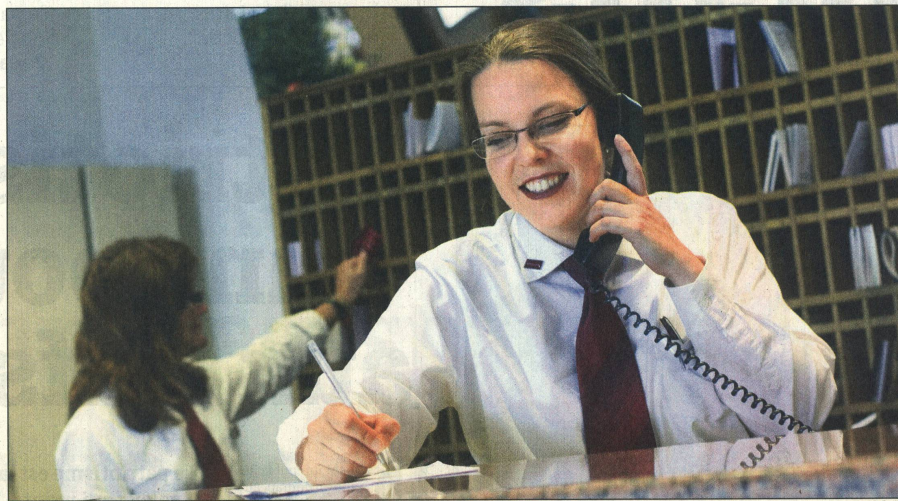
**Les cabanes marchent très fort**

La nouvelle **cabane du Mont-Rose** a hébergé plus de 10 600 personnes. Un chiffre qu'aucune autre n'avait atteint. Avec 338 000 nuitées, les cabanes du Club Alpin Suisse ont réalisé l'an dernier le troisième meilleur résultat de leur histoire. Mais le résultat est en diminution par rapport à 2009. La baisse se répercute dans tous les cantons sauf en Valais et au Tessin.

**Les biscottes craquent pour la croissance**

Biscuisse, association faitière de l'industrie de la biscuiterie et de la biscotterie a annoncé avoir renoué avec la croissance l'an dernier, aussi bien en termes de volume que de valeur. Le chiffre d'affaires du secteur a progressé de 3,6% à 480,3 millions de francs. En volume, les ventes ont augmenté de 3,1% à 48 687 tonnes. La branche a réalisé des progrès tant en Suisse qu'à l'étranger. 23 000 personnes sont employées dans les 23 entreprises suisses de cette industrie. En moyenne, chaque Suisse engloutit, l'an passé, 6,9 kilos de biscuits, soit 200 grammes de plus qu'en 2009. aca

**Hôtellerie. Réservations en ligne.** Le conseiller en informatique Walter Berger plaide pour des sites internet modernes. La part de marché des transactions on-line croît.



cas. Tout à coup, les commissions préalables ne tenaient plus la route.

**Comment votre vision des «réservations sans commission» pourrait-elle aboutir?** Les hôteliers devraient unir leurs efforts, se familiariser avec la matière, optimiser leurs sites web et renforcer la coopération avec le Swiss Travel Center (STC). Certes, le STC coûte aussi, mais là le taux de la commission devrait être maintenu très bas.

**Etre bien référencé sur Google n'est cependant pas facile et très coûteux. Finalement, les IDS paient plusieurs millions de dollars par mois pour un parfait ranking sur Google.** C'est vrai. Mais il y a d'autres paramètres qui comptent dans le référencement. De toute façon, le nouveau module Google Adwords qui permet d'obtenir des prévisions de trafic pour de nouveaux mots-clés n'est pas la solution, ces derniers étant beaucoup trop onéreux.

Alain D. Bollat

Chaque hôtel peut exister sur le marché international, si son site internet est bon.

# Le contenu prime

**Le conseiller en informatique Walter Berger le dit: il faut faire cesser cette ruée vers les plates-formes de réservation. Avec des sites internet d'hôtels modernes.**

SIMONE LEITNER

**Walter Berger, quand vous réservez un hôtel, où et comment procédez-vous?** Je cherche sur Google. A l'instar de 94 pour cent de tous les autres clients potentiels.

**Puis vous réservez via booking.com?** Mais comment donc êtes-vous arrivé à cette conclusion? Je réserve bien sûr directement sur le site de mes hôtels

préférés. Avec une restriction, cependant: je ne réserve sur le site de l'hôtel que si le processus est comparativement aussi facile et rapide qu'il peut l'être sur booking.com par exemple.

**Donc c'est bien ça?** Bien sûr. C'est aussi le gros problème dans l'hôtellerie. La procédure de réservation sur les sites internet individuels des hôtels n'est pas toujours suffisante, disons pas assez pro. Bien sûr, je ne parle pas des grands établissements en Suisse qui, à cet égard, sont parfaitement dignes. Mais il y a aussi de petits établissements qui aimeraient être tout aussi bien référencés. Cela paraît simple, mais avec un site web moderne, dans la mesure où un produit est bon, chaque hôtel peut «exister» sur le marché international.

**Trouve-t-on encore de vieux sites obsolètes dans l'hôtellerie suisse?**

Malheureusement, oui. Et ainsi on laisse passer une vraie occasion: presque tous les clients potentiels cherchent un hôtel sur Google. Et par conséquent peuvent se retrouver sur booking.com. Puis – c'est empiriquement prouvé – l'utilisateur cherche l'hôtel qu'il a privilégié sur le propre site web de ce dernier. Et c'est ça la grande chance des hôteliers: si le site offre tout, y compris un moteur de réservation en temps réel, la parité des prix, et un bon contenu, alors le client réserve en direct et le but est atteint: l'hôtelier ne doit payer aucune commission.

**Les commissions vous hérissent-elles toujours?** Oh oui! Je suis convaincu que le secteur hôtelier peut se passer des IDS (Internet Distribution System). Il est facile de trouver un hôtel qui est bien référencé sur Google, que ce soit à titre individuel ou par le biais d'une coopération.

**N'est-il pas naïf de penser que l'hôtellerie suisse peut se passer d'Expedia ou de Booking and Cie?**

Si toutes les conditions d'un marketing intelligent sont remplies, alors non. La ruée vers ces sites n'a que trop longtemps duré. Dans le secteur du transport aérien, c'est déjà le

**Une expérience de 25 ans en informatique**

**Walter Berger.** Propriétaire de Rebag Data AG à Horgen, il développe depuis 25 ans des solutions informatiques pour les hôtels. Il est également considéré comme un observateur critique du développement de l'Internet dans son ensemble. Berger conseille ses clients, qu'il s'agisse de la gestion des données clients ou de plates-formes de réservation internationales. L'économiste de 58 ans publie également de la littérature spécialisée. sls



**«Un organisme neutre de conseil pour l'e-marketing serait une réelle innovation.»**

Walter Berger  
Conseiller en informatique

**Et quels instruments tenez-vous à recommander à l'hôtelier?**

La plate-forme TrustYou qui permet d'identifier un clin d'œil ses forces et ses faiblesses. Et Swissguide, un fournisseur qui optimise régulièrement le site pour les moteurs de recherche. Je pense également qu'un organisme neutre de conseil pour l'e-marketing serait une réelle innovation. Par exemple, par le biais d'une association professionnelle.

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

## Succès des portails de réservations en ligne

**Un sondage montre que la part de marché des portails de réservation augmente de manière significative. Les canaux propres aux hôtels sont pourtant toujours en tête.**

SIMONE LEITNER

En 2010, le secteur hôtelier suisse a poursuivi sa quête de clients au moyen des portails de voyage: il en résulte une étude sur les plates-formes de réservation. Plus encore: la part de marché de ces plates-formes a nettement augmenté. Pourtant, les canaux de réservation propres aux hôtels sont restés de

loin les canaux de vente les plus importants. L'enquête a aussi révélé que l'an dernier, quelque 850 millions de francs ont été générés par les canaux de distribution en ligne.

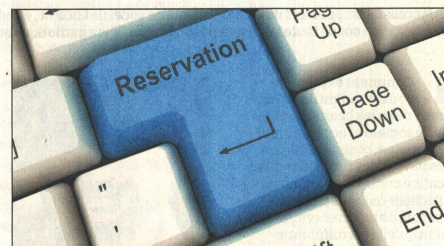
**Une manne de 160 millions**

«Les paiements de commissions effectués par les hôtels à des médiateurs de voyage se montent en tout à presque 160 millions de francs, dont 90 millions de francs ont été alloués aux canaux en ligne. Avec quelque 70 millions de francs, ce sont ces plates-formes de voyage

**L'enquête a révélé qu'en 2010, 850 mio. ont été générés par les canaux de distribution en ligne.**

en ligne (IDS) qui s'approprient la plus grande part», souligne Roland Schegg de la HES-SO Valais, Institut du tourisme (ITO), et directeur de cette étude.

Bien que les canaux de réservation directs comme le téléphone, le fax, ou la messagerie électronique prédominent encore, les chiffres montrent une tendance à la baisse: entre 2008 et 2010, en effet, la proportion a passé de 75,4% à 71,1%. En moyenne, plus de la moitié (55,9%) de toutes les réservations transitent par voie élec-



Fotolia

**Les réservations on-line ont le vent en poupe.**

tronique, tandis que depuis quelques années, les transactions traditionnelles perdent de leur importance.

**Des chercheurs à pied d'œuvre**

Les réservations en temps réel atteignent environ 20 pour cent. Et, en moyenne, les hôtels helvétiques ne réalisent que 4,9% de toutes les réservations directement sur leur propre site. Depuis 2003, des chercheurs de la Haute Ecole de Suisse

occidentale (HES-SO Valais), en collaboration avec hôtellerie-suisse, enquêtent sur le développement des canaux de réservation dans l'industrie hôtelière suisse.

L'enquête actuelle a été menée en janvier dernier auprès de plus de deux mille membres d'hôtellerie-suisse. Elle s'appuie sur les résultats de 244 réponses exploitées.

Adaptation Françoise Zimmerli  
sur la base d'un article en page 8



# Un tour avec la montre

**Une nouvelle société basée à Marin, Swiss Watch Tours, propose aux touristes de visiter des ateliers de manufactures horlogères, très rarement ouverts au public.**

VALÉRIE MARCHAND

Certes, dans le canton de Neuchâtel, il est possible de participer à la Journée du patrimoine horloger et de pénétrer dans le monde très fermé des manufactures horlogères de La Chaux-de-Fonds et du Locle. Mais cette manifestation, organisée tous les deux ans, au mois de novembre, draine essentiellement la population locale.

Pour les touristes, Swiss Watch Tours, dont les activités ont été lancées l'année dernière à Marin, organise un forfait de quatre jours pour les amoureux de belles pièces. «Notre concept est différent de celui de la Journée du patrimoine horloger. En effet, les touristes ont l'opportunité de voir la réalisation des designs, l'assemblage des montres et les opérations de contrôle. Par ailleurs, ils peuvent aussi bénéficier d'un historique exposé par un spécialiste du Musée international d'horlogerie et dialoguer

avec Françoise Tschudin, expert de la Société Suisse de Gemmologie depuis 1985», explique Roy Slater Hill, fondateur de la société Swiss Watch Tours. Ancien industriel du domaine pharmaceutique, Roy Slater Hill, vivait auparavant à Edimbourg et est collectionneur de montres. Actuellement, sa société compte trois employés, Natalie Jeandupeux, Myriam Hügli et Marc Bell.

## Des marques anciennes et renommées

Ensemble, ils préparent des séjours pour des groupes de maximum 15 personnes pour un montant de 3000 francs. Pour cette somme, elles séjourneront dans un établissement cinq étoiles, à l'Hôtel Palafitte ou à l'Hôtel Beau-Rivage, par exemple. Le déplacement, les repas, les boissons, les nuitées, les visites de musées et d'ateliers horlogers sont compris dans le prix. «Mais attention, il ne sera pas possible d'acheter des montres au sein des entreprises. Les intéressés seront ensuite conduits chez des détaillants», tient à préciser Roy Slater Hill. Les manufactures disposées à ouvrir leurs portes font partie des marques très anciennes et très renommées, ainsi que des entreprises qui fabriquent des séries limitées et numérotées. Les program-

mes varieront tout au long de l'année.

## Le plus souvent des Anglais ou des Américains

Les circuits peuvent aussi amener la clientèle à proximité de la Maison Blanche et de la Villa Turque, afin qu'elle découvre, de l'extérieur, les œuvres du Corbusier. «L'essentiel est de veiller à ce que les touristes profitent au maximum de leur séjour, qu'ils puissent s'imprégner de la région et qu'ils respectent le milieu horloger. Il est

indispensable qu'ils soient conscients que certaines parties des ateliers leur seront parfois interdites. En effet, je ne veux pas leur faire de promesses que je ne pourrais pas tenir», indique le collectionneur.

Ouvert à toutes propositions, il n'exclut pas de collaborer avec des agences de voyage pour ceux qui souhaiteraient loger plus longtemps sur place et également de travailler avec différentes catégories d'hôtels. «Il va de soi que les passionnés de montres font partie d'une clientèle plutôt riche et exigeante. C'est pourquoi je suggère tout d'abord des cinq-étoiles.» Ces amateurs de créativité et de minutie sont le plus souvent anglais ou américains.

www.swisswatchtours.com

**«Les touristes ont l'opportunité de voir l'assemblage des montres.»**

Roy Slater Hill  
Fondateur de Swiss Watch Tours



Fotolia

Les touristes pourront assister à plusieurs étapes de fabrication.

# Trous luxueux de Gruyère au golf

**Le Golf Resort La Gruyère subira une métamorphose pour le doter d'un hôtel cinq étoiles et d'un golf tout niveau. Le groupe français Benedetti arrive en Suisse.**

CLAUDE JENNY

Cent cinquante millions de francs. Pour sa première implantation en Suisse, le groupe Benedetti n'entend pas lésiner sur le volume de son investissement pour transformer le Golf Resort La Gruyère - construit dans un superbe écrin naturel sur les rives du lac de la

Gruyère - en un luxueux et imposant complexe multiservices. Jugez plutôt.

Le petit hôtel d'aujourd'hui (10 chambres) sera agrandi en un établissement de 110 clés offrant un niveau 5 étoiles avec restaurant haut de gamme. Il sera complété d'un spa de 2500 m<sup>2</sup> et d'un vaste centre d'affaires. Sur le même site seront érigés divers types de résidences : hôtelières, de vacances et de logement.

Quant aux parcours de golf, il sera lui aussi amélioré. «Le golf actuel ne répond pas à toutes les attentes. Nous voulons y remédier en installant un 1 PAR 72 de 6000 mètres de longueur qui soit une attraction

pour les golfeurs», explique Urs Müller, administrateur de la société exploitante et chargé de piloter cet imposant projet.

Le mandat a été confié au bureau bullois Olivier Charrière avec une mission impérative : «Nous tenons à préserver la beauté de ce site exceptionnel. Les nouvelles constructions devront donc parfaitement s'insérer dans ce cadre privilégié», confie Urs Müller, qui refuse toutefois pour l'instant de divul-

guer une maquette ou un montage du futur complexe.

Il faudra attendre le mois de mai pour connaître les détails du projet

**«Nous avons trouvé ici une opportunité de diversification géographique.»**

Urs Müller  
Administrateur de Benedetti

du propriétaire, qui avance un calendrier : «Comme nous possédons déjà l'entier du domaine foncier nécessaire, nous espérons

lancer les travaux dans le courant 2012 avec pour objectifs d'ouvrir le nouveau golf et l'hôtel agrandi pour l'été 2014 ou au plus tard au printemps 2015. Les diverses résidences quant à elles devraient être disponibles entre la fin 2015 et le courant 2016».

Spécialisé dans l'implantation de golfs, le groupe Benedetti vise une réalisation exemplaire : «Nous avons trouvé ici une excellente opportunité de diversification géographique et nous visons une implantation durable», commente Urs Müller, qui ne cache pas que cette réalisation doit servir de carte de visite pour d'autres projets en Suisse.

## En bref

### Valais

#### Les nuitées de Martigny en léger recul

Pour la première fois depuis l'an 2000, les nuitées dans les hôtels de Martigny passent sous la barre des 100 000. Les 98 053 nuitées se répartissent comme suit avec trois mois en augmentation par rapport à 2009 : + 1000 nuitées en janvier dues à Agrovina, + 400 nuitées en juin et plus de 1200 nuitées en octobre, obtenues grâce à des manifestations comme la Foire et le Rallye du Valais. La perte hôtelière par rapport à 2009 est de 3600 nuitées, soit une baisse de 3,5%. Deux mesures principales seront prises pour 2011 : promouvoir des produits concrets pour les groupes et baisser les prix du forfait art & culture pour les individuels.

#### La TSR va continuer à filmer les reines



Les quatre sponsors principaux de la finale nationale des combats de reines ont renouvelé leur soutien. La BGV, Getaz Romang, Devillier et «Le Nouvelliste» ont signé un contrat de quatre ans. L'Etat du Valais a également signé un nouveau partenariat avec la Télévision Suisse Romande qui sera en direct d'Après ces trois prochaines années. Le canton apporte une contribution de 80 000 francs pour cette retransmission.

### Vaud

#### Les producteurs d'Etiwaz veulent agrandir

La coopérative des producteurs de fromage d'alpage de l'Etiwaz se modernise. Il est prévu de démolir le grenier datant de 1934. Il s'agit de reconstruire une cave qui pourrait contenir 10 000 pièces, contre 3000 à l'heure actuelle. Le grenier aurait une capacité de 5000 pièces, soit 2000 de plus qu'aujourd'hui. Ce projet, encore au stade de la mise à l'enquête publique, est dévisé approximativement à 5 millions de francs. Entre 2002 et 2010, la production annuelle de la coopérative est passée de 330 à 450 tonnes.

#### Lausanne se rapproche de son record de 1964



Lausanne affiche plus d'un million de nuitées hôtelières en 2010, le deuxième record de son histoire. Avec exactement 1 016 000 nuitées Lausanne signe son meilleur score après 1964, année de l'exposition nationale, qui avait comptabilisé 1 216 000 nuitées. A Lausanne, deux touristes sur trois ne sont pas suisses. Le tourisme d'affaires représente deux tiers des nuitées. aca

# Tout Genève dans un Salon

**Le Salon de l'auto de Genève prend ses quartiers à Palexpo jusqu'au 13 mars. Une 81e édition qui marque le retour des beaux jours dans l'industrie automobile. L'hôtellerie se frotte les mains.**

ALEXANDRE NICOLINI

Les gros nuages qu'avait fait planer la crise de 2009 semblent avoir définitivement disparu. Avec un Salon de l'auto de Genève qui

devrait accueillir plus de 260 exposants, 700 marques provenant de 31 pays et quelque 700 000 visiteurs, l'industrie automobile affiche même une éclatante santé et cette édition sera sans conteste celle des superlatifs. Cerise sur le gâteau genevois, 170 nouveaux modèles y seront dévoilés.

## Une importante présence médiatique

«Une aubaine pour nous, se réjouit Paul Müller, le président de la Société des hôteliers de Genève, car qui dit nouveautés, dit importante présence médiatique. Il faut savoir que pour notre branche, le

véritable temps fort est constitué par les deux journées presse qui précèdent le lancement du Salon. Elles drainent à elles seules chaque année 10 000 journalistes venus des quatre coins du monde».

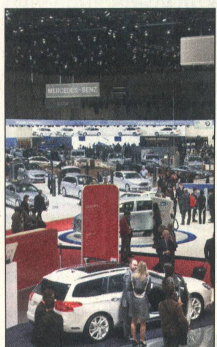
Et cette cuvée ne devrait pas déroger à la règle. «C'est une longue histoire entre l'industrie hôtelière genevoise et le Salon de l'auto. Il s'agit incontestablement d'un des moments forts de l'année», insiste Paul Müller.

Ce d'autant plus que, contrairement à nombre de ses concurrents tels que le Mondial de l'automobile de Paris ou le Salon de l'automobile de Francfort, qui ne se tiennent

qu'un an sur deux, la manifestation genevoise revient elle chaque année. Pour cette cuvée 2011, nombre d'exposants potentiels se sont d'ailleurs retrouvés sur le carreau, la direction n'ayant pu satisfaire leur demande faute de place.

## Près de 6500 mètres carrés de surface dès 2013

Mais dès 2013, les 6500 mètres carrés de surface supplémentaire de Palexpo devraient permettre d'accueillir tout le monde. Pour sûr, l'histoire entre le Salon de l'auto et l'industrie du tourisme du bout du Léman a un bel avenir devant elle.



Gérard Chardonnet/Id  
Le Salon de l'auto de Genève attend 700 000 visiteurs.



# actuel – pour vous forger une opinion 10 semaines pour 29 francs

Lisez des avis de professionnels pendant 10 semaines, pour 29 francs seulement. Ou alors choisissez de vous abonner à l'hotel revue htr au prix de 159 francs tout en profitant de 30% de rabais par rapport à la vente au numéro.

Téléphone 031 740 97 93, [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch), [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**htr** hotel revue



«Les nouveaux bistrots de Genève» connaît un beau succès en librairies. Nicolas Burgy et André Klopmann ne cessent de sortir et de commenter.

ALEXANDRE CALDARA

Il était une fois la disparition de la clause du besoin, on ne la date pas au carbone quatorze, cela fait douze ans. Alors dans ce contexte effervescent, un duo d'habitues du zinc décide de dégainer sa subjectivité dans «Les Nouveaux bistrots de Genève», éditions Slatkine. Ils viennent de sortir la sixième édition. Et cela donne ceci: «Srotant là une infusion thym, miel et basilic, les yeux dans les yeux d'un griffon, on se plaît à détailler les animaux chimériques, anges et guerriers qui peuplent cette pâtisserie gothique (tendance Bram Stoker) et l'on finit surpris par lui trouver des qualités», à propos du Cottage Café. Un duo de copains qui sort tout le temps, côté cravate, André Klopmann haut fonctionnaire et écrivain, côté blouson, Nicolas Burgy journaliste, à la TSR. Un goût com-



«Le Pied de Cochon» en vieille ville de Genève.



«Au Cheval Blanc», à Puplinge, les auteurs du livre y conseillent les spaghetti aux oursins.

Olivier Vogelsang/ltd

## Zigues de zincs

mun pour l'ironie, Klopmann a aussi écrit «La diplomatie en 120 formules ou comment exprimer courtoisement ses sentiments quand il nous prend des envies de meurtres.» Et Burgy a produit «Verso», sommet d'impertinence ca-

thodique, où Fidel Castro disait en boucle aimer tous les Suisses. Ils revendiquent un amour des gens encore plus que des bistrots. «On aime l'ambiance, les mouvements, on raconte des climats», explique André Klopmann. Sur «Quelque part», ils notent: «Oui, on est à l'aise chez Monique et Sylvie. Libre de rire, libre de lire, libre de causer ou de se taire. Comme il se doit dans les vrais bistrots de quartier – ces familles recomposées.»

Une année pour commenter, l'autre pour écrire

Dès qu'une adresse est à remettre, ils guettent la suivante pour arriver à plus de 180 bons plans. Une aventure qui touche les lecteurs puisque le livre figure dans les palmarsés des meilleures ventes en Suisse romande. Les photographies pudiques d'Olivier Vogelsang complètent l'offre. Le duo revendique son côté régo: «On paye tou-

jours la note, les restaurateurs le savent. On a chroniqué le restaurant de ma propre fille. Elle nous engueulait parce qu'on n'y allait pas, puis finalement elle nous a engueulé parce qu'elle n'aimait pas le texte», raconte Klopmann.

Le climat d'une vraie brasserie

Chaque version du livre leur a demandé deux ans, un an pour commenter, un autre pour finaliser l'écriture: «Moi, je rends les textes très tôt, lui très tard», s'amuse Klopmann. Et au chapitre des différences... «Nicolas est bien plus branché que moi». Alors quand Burgy s'enflamme, ça donne: «Sur trois étages aérés, des niches, des coins – et du rhum, hisse et haut! Pas n'importe quels

rhums. Une gamme formidable, de 11 à 30 francs. Des Cuba libre et du rhum encore... Au mètre! Kesako, le rhum au mètre? Ce sont dix verres de 2 centilitres, pour 55 francs. Des vins dont un seul genevois, des bières, des whiskies. Bon assez bu, mangeons», au sujet du Café Cuba. Et à l'inverse, voici le climat d'une vraie brasserie populaire: «Avec ses tables en formica, son comptoir Feldschlösschen et ses vieilles affiches sympa. On ne va pas au Bois-Gentil pour frimer c'est sûr, mais qu'est-ce qu'on s'y sent bien.»

On y trouve aussi en vrac: du rock'n'roll canonique, une sublime cervelle de veau panée, des Botero de pacotille et une bouillabaisse sans arêtes.

«Libre de rire, libre de lire, libre de causer ou de se taire, comme il se doit...»

Burgy et Klopmann  
«Les nouveaux bistrots de Genève»

### Pêle-mêle

A Neuchâtel, on peut payer ses achats en batz

Le batz: la monnaie du Millénaire de Neuchâtel a été mise en circulation la semaine dernière. Soixante mille pièces ont été frappées pour l'occasion. Les commerçants peuvent disposer d'affiches, flyers et autocollants afin de décorer leurs vitrines et d'annoncer: «Ici, on paye en cinq batz.» Ils signent une convention de distribution par laquelle ils s'engagent à accepter la pièce de cinq batz pour paiement et à la proposer comme monnaie de retour. Des promotions spéciales batz seront proposées. Les commerçants peuvent aller chercher leurs pièces à l'hôtel de Ville de Neuchâtel.

Relais & Châteaux invite des chefs à Versailles



Relais & Châteaux invitera au Château de Versailles 60 grands chefs, venus du monde entier, dont le Français Edouard Loubet et le Japonais Kiyomi Mikuni. Ils cuisineront pour 650 invités privilégiés. Ce repas de gala dans une atmosphère royale doit rendre hommage au «repas gastronomique des Français» qui, depuis novembre dernier, fait partie du patrimoine culturel immatériel de l'humanité. Des places sont encore disponibles.

[www.relischateaux.com/versailles](http://www.relischateaux.com/versailles)

Des roses géantes à Verbier pour la «Résidence»

La première édition de la «Résidence» culturelle de Verbier présentera les roses géantes de Will Ryman, dès la fin mai. Des œuvres célèbres pour avoir été exposées à New York. Une dizaine d'artistes seront les hôtes de Verbier à l'invitation de Madeleine Paternot. Les artistes devront créer une sculpture de grand format qui sera exposée sur les pistes ou dans la station avant d'être remise à l'un des sponsors de l'événement. La «Résidence» est programmée du 21 mai au 25 juin. Son centre névralgique sera situé sous une tente qui sera érigée au cœur de la station.

La gastronomie suisse raquettes aux pieds



Dans le Val d'Illeize, la raquette et les rôtis font bon ménage. La station de Champoussin inaugure un sentier gourmand et instructif ce jeudi. Une petite balade de deux heures, permet de découvrir la simplicité et la délicatesse de la fameuse spécialité culinaire suisse. L'autre sentier didactique se nomme Ecotrace. Entre les Crossets et Champoussin 31 kilomètres de pistes balisées et sécurisées sont proposés pour les amateurs de raquette à neige. Des pistes accessibles aux novices et d'autres idéales pour les randonneurs initiés: «Courtes, longues, pentues, aisées», précise la station. aca

## L'Ibis donne des ailes au tourisme jurassien

Accor muscle la capacité hôtelière du Jura avec l'ouverture d'un Ibis à Delémont. Le premier hôtel du groupe français sur le territoire de la République compte 78 chambres.

EUGENIO D'ALESSIO

Le Jura dispose enfin d'un grand hôtel capable, en théorie, de favoriser son essor touristique. Handicapé par la modestie de son infrastructure hôtelière, boudé par les autocaristes qui peinent à héberger des grands groupes, le canton

se découvre de nouvelles ambitions avec l'Ibis de Delémont, ouvert depuis lundi dernier.

L'établissement dispose de deux suites

Edifié sur cinq étages à un jet de pierre de la gare, équipé d'un parking souterrain de 20 places, cet établissement de 78 chambres, dont cinq chambres pour personnes à mobilité réduite et deux suites, est désormais le poids lourd de l'hôtellerie jurassienne. Il caracole devant le Cristal de Saignelégier (41 chambres) et le National de Delémont (27 chambres). Les tarifs par chambre et par nuit de l'Ibis de Delémont s'établissent à 99 fr. en semaine et 89 fr. le week-end. Quant à la suite, elle revient à 179 francs.

«En puisant dans la clientèle de loisirs et d'affaires, nous visons un taux d'occupation de 60%. D'ailleurs l'hôtel affiche quasi complet

pour la période de Baselworld, entre le 24 et le 31 mars», lâche la directrice de l'établissement, Myriam Schmid, qui dirige une équipe de douze collaborateurs.

Pierre Kohler, le maire de Delémont, se réjouit lui aussi du capital de développement qu'offre le deux-étoiles: «Notre ville pourrait se positionner comme base arrière de Bâle. Grâce à son ancrage Accor, en effet, l'Ibis permettra à Delémont d'apparaître sur les cartes hôtelières de la planète.» Et le démocrate-chrétien d'ajouter: «Dans un contexte de progression de l'agritourisme et du tourisme doux en terre jurassienne, l'avènement de ce nouvel hôtel tombe à pic.»

Dans la foulée, Pierre Kohler révèle que Delémont et le canton du Jura projettent de transformer l'actuelle Halle des expositions du chef-lieu, un brin vétuste, en centre de congrès, «une manière de favo-



Le bar de l'Hôtel Ibis de Delémont, qui a ouvert ses portes lundi dernier.

riser l'organisation de séminaires et d'événements en tout genre.»

L'Ibis delémontain appartient à l'Avenue delagare SA, chapeautée par Luc Chételat, Philippe Kiener et Paul Dubrulle, cofondateur d'Accor. La construction de l'hôtel, lancée le 6 juillet 2009, a coûté 9,5 millions de francs. Accor est lié à l'établissement par un contrat de management. «Nous sommes payés pour amener des clients et gérer l'hôtel», explique Georges Schneider, directeur général d'Accor Suisse. Le Lausannois rappelle que son employeur est le premier opérateur hôtelier du monde, avec

4200 établissements et près de 500 000 chambres dans 90 pays. En 2010, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de quelque 6000 millions d'euros (+8,4% par rapport à 2009).

Présent en Suisse avec 44 établissements

Dans notre pays, Accor est présent avec 44 hôtels (environ 4800 chambres), dont 21 Ibis. «Le développement du parc hôtelier en Suisse reste une des priorités du groupe. La construction d'un Ibis de 80 chambres à Bulle sera d'ailleurs achevée en juin prochain», souligne Georges Schneider.





«Je n'imagine pas qu'on conçoive nos expositions avec du marketing, mais avec une politique comme Malraux.»

Jean-Paul Cluzel Musées nationaux (France)



Sur le tournage de «T'es pas la seule!», l'actrice Isabelle Caillat interprète Eve, une citadine qui décide de reprendre l'exploitation d'un vignoble vaudois.

Photos Erika Immer/ld

## L'Oscar au vignoble

La série TV «**T'es pas la seule!**» a été tournée au domaine viticole de Serreaux Dessus, sur La Côte vaudoise. Ou quand la vigne tient les premiers rôles.

EUGENIO D'ALESSIO

**D**iffusée depuis le 18 février dernier sur la TSR, la série «T'es pas la seule!», coproduite par la Radio télévision suisse (RTS) et la société genevoise Rita Productions,

transforme l'univers bachique en diva du petit écran. Au-delà de sa trame – une jeune mère citadine reprend au pied levé l'exploitation d'un vignoble hérité d'une tante décédée – ce feuilleton en vingt épisodes de vingt-six minutes magnifie la viticulture et les travaux de la vigne.

«Les vignerons font un travail remarquable»

Plantées pendant les étés 2009 et 2010 au cœur du domaine de Serreaux Dessus, à Begnins, les caméras du réalisateur Pierre-Antoine Hiroz ont tissé les fils d'un poème agreste matiné de fable moderne. «Les vignerons font un travail remarquable et évoluent

dans des paysages magnifiques. Avec cette série, nous avons voulu leur rendre hommage et mettre en avant le terroir helvétique», argumente la productrice Pauline Gygy. Et de préciser: «Ce feuilleton marque un retour à la nature par la vigne et révèle un phénomène social très actuel: les vigneronnes sont de plus en plus nombreuses.»

Isabelle Caillat, qui interprète le rôle principal, celui d'Eve, garde un souvenir ému de son expérience au milieu du vignoble de Begnins. «Je suis surtout citadine. Avant le tournage de «T'es pas la seule!», je ne connaissais guère la campagne. Or, le monde de la vigne a été pour moi une belle découverte.» La jeune actrice genevoise poursuit: «J'ai



Une scène emblématique du feuilleton avec la comédienne genevoise Isabelle Caillat et l'acteur français Sagamore Stévenin.

trouvé fascinant de découvrir le travail des vignerons, d'être à l'écoute de la nature, sans compter que tant de beauté environnante m'a apporté un grand apaisement. Au final, j'ai même appris deux ou trois choses sur la viticulture! Et la comédienne de souligner la gentillesse avec laquelle l'équipe de tournage a été accueillie à Serreaux Dessus.

Un domaine qui mêle art et viticulture

Antoine Nicolas, un des exploitants du domaine vaudois avec André Monnard, n'a eu aucune peine à donner son feu vert à la réalisation de la série sur ses terres. «Nous abritons déjà plusieurs manifestations culturelles comme des représentations théâtrales et un festival rock qui a lieu depuis six ans le dernier week-end d'août. Art, culture et vignoble font chez nous bon ménage.»

Le domaine de Serreaux Dessus, au cœur de La Côte, comprend 8,5 hectares de vignes et 5 hectares de prés et de forêts. «Parmi la douzaine de nectars que nous commercialisons, le chasselas est notre vin phare, ancrage vaudois oblige. Quant à notre vignoble, il produit quelque 75 000 litres par année», glisse Antoine Nicolas.



Les actrices Isabelle Caillat (à gauche) et Elodie Frenck.



Le réalisateur Pierre-Antoine Hiroz à pied d'œuvre pendant l'été 2010.

## Nicolas Zapf quitte l'Union fribourgeoise du tourisme

Nicolas Zapf, le directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT), vient d'annoncer sa démission. Il sera resté moins de deux ans à la tête de l'association touristique cantonale.

EUGENIO D'ALESSIO

«Mon retrait découle d'une réflexion personnelle et professionnelle. J'ai besoin de relever un nouveau défi et de retrouver le contact avec les clients.» Après à peine une année et demie – ils s'étaient installés sur son fauteuil de directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT) le 1er octobre 2009 –, Nicolas Zapf tire sa révérence. Au terme de son mandat, fin août, il prendra la responsabilité du Musée des chemins de fer du Kaeserberg, à Granges-Paccot.

Ce départ résonne comme une surprise de taille dans le ciel du tourisme fribourgeois, d'autant



Nicolas Zapf aura dirigé l'UFT moins de deux ans.

plus que Nicolas Zapf avait lancé, fin janvier, le processus d'adhésion du canton de Fribourg à l'ambitieux programme Enjoy Switzerland (htr du 3 février).

«Que les choses soient claires: ma démission n'est pas liée à des problèmes de personne, à des tensions internes ou à des divergences de vue», précise Nicolas Zapf. Qui poursuit: «En fait, ma fonction me frustrait un peu dans la mesure où dans nombre de dossiers, je ne peux pas aller au fond des choses, au bout des processus. Je ressens maintenant le

désir de faire autre chose pour mieux me réaliser, mieux m'épanouir.» Et de conclure: «Une petite structure telle que le Musée des chemins de fer du Kaeserberg, avec ses cinq collaborateurs contre 25 à l'UFT, devrait combler ce besoin.»

A l'image des principaux acteurs du tourisme fribourgeois, Jean-Jacques Marti, le président de l'UFT, regrette le départ de Nicolas Zapf. «C'est pour nous une grosse perte. Nicolas Zapf est unanimement considéré comme un grand professionnel du tourisme. Il était l'homme de la situation au bon endroit», Dino Demola, membre du comité de l'UFT et président de l'Association fribourgeoise des hôteliers, est sur la même longueur d'onde: «Le directeur de l'UFT a effectué un excellent travail.»

Par ailleurs, le comité de l'UFT a nommé Christophe Renevey au poste de sous-directeur de l'association. «Cette promotion et le départ de Nicolas Zapf ne sont pas liés», souligne Jean-Jacques Marti.

## Aigle et Leysin, une association touristique forte

L'Association touristique Aigle-Leysin-Col des Mosses (née de la fusion des Offices du tourisme) a une année. Le municipal aiglon Frédéric Pernet a exprimé sa satisfaction pour les résultats de sa commune. Les nuitées hôtelières ont bondi de 28% entre 2009 et 2010, un résultat qui doit beaucoup au tourisme d'affaires. Le nouveau site internet enregistré 11 000 visites depuis le mois de mai.

www.aigle-tourisme.ch

## La raclette d'Anniviers AOC vient d'arriver

La Raclette d'Anniviers AOC est désormais disponible. Les sociétaires de la coopérative fromagère l'ont dégustée en primeur. Ils ont trouvé le fromage «onctueux, moelleux et velouté». Le fromage d'Anniviers fait partie de la première volée des fromageries certifiées.

www.fromagerie-anniviers.ch

## Les gens

### La direction des opérations change chez Compass

Frank Keller (photo) prendra le poste de Head of Operations chez Compass Group Suisse SA. Il remplacera Stephan Buchser qui sera le nouveau chef holding chez



Villars Holding SA. Frank Keller est actuellement directeur chez Gamma Gatering AG depuis 2008.

### Un nouveau directeur pour Fully Tourisme

Eric Hamon. D'origine bretonne, mais installé en Valais depuis cinq ans. Il sera le nouveau responsable de Fully Tourisme et a

pris ses fonctions le 1er mars. Il succède à David Arlettaz, responsable de l'OT depuis 2005, parmi ses réussites la progression de la Fête de la Châtaigne, qui est désormais une manifestation nationale.

### Président de Swiss Granum nommé Agro-Star

John Dupraz. Président de Swiss Granum et ancien conseiller national, le Genevois a été nommé Agro-Star Suisse 2011 à l'exposition Tier & Technik à Saint-Gall.



Cette distinction a été remise pour la sixième fois et pour la première fois à un romand. John Dupraz s'est beaucoup engagé pour la branche céréalière.



# stellenrevue htr marché d'emploi

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

htr hotelrevue Nr. 9 / 3. März 2011



Aktuell über 1.100 Hotel- und Gastronomiejobs in der Schweiz.

Besuchen Sie  
[WWW.HOTEL-CAREER.CH](http://WWW.HOTEL-CAREER.CH)

## 4-wöchiger Intensivkurs Réception

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

**3. Oktober bis 28. Oktober 2011**

Verlangen Sie bitte unser Kursprogramm oder besuchen Sie uns auf unserer Homepage  
[www.hotelschule-loetscher.ch](http://www.hotelschule-loetscher.ch)

**HOTELSCHULE LÖTSCHER**

Färblstrasse 18, 7270 Davos Platz · Fon: 081 420 65 26 · E-Mail: [info@hotelschule-loetscher.ch](mailto:info@hotelschule-loetscher.ch)



## Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung .....	1
Direktion/Kaderstellen .....	3-4
Deutsche Schweiz .....	4-8
Suisse romande .....	-
Svizzera italiana .....	9
International/Marché international .....	9
Stellengesuche/Demandes d'emploi .....	9
Immobilien .....	10

## Gesundheit

«Die Mitarbeitenden sind unser wichtigster Erfolgsfaktor!» Es gilt, dem Wohlbefinden und der Gesundheit der Mitarbeitenden Sorge zu tragen.



Alain D. Boillat

# Leistungsfähige Mitarbeiter



**PETRA ESTERMANN**  
REGIONALLEITERIN  
MOVIS AG

Wenn sich alles um die Zufriedenheit der Gäste und deren unvergessliches Erlebnis dreht, tragen die Mitarbeitenden hauptsächlich zum Erfolg eines Betriebes bei. Der Tourismus – ein lebhaftes, spannendes, internationales, dynamisches und attraktives Arbeitsfeld! Doch bringt es auch Belastungen mit sich, die Mitarbeitende fordern und leider auch überfordern können: unregelmässige Arbeitszeiten, körperlich anstrengende Tätigkeiten, psychischer Druck durch überanspruchsvolle Gäste, Konfrontation mit Alkoholkonsum, lange und ständige Präsenzzeiten – um einige Beispiele zu nennen. Es gilt, die Motivation und Gesundheit zu erhalten, so dass die Belastungen nicht in reduzierter Leistungsfähigkeit oder schlimmstenfalls in schwerwiegenden Krankheiten enden.

Erkennen die Vorgesetzten frühzeitig Veränderungen im Verhalten von Mitarbeitenden, sich anbahnende oder bereits häufigere Absenzen und suchen sie in diesen Situationen das Gespräch, so ist bereits ein grosser Schritt getan.

## Vorgesetzte als Schlüsselpersonen

Die Mitarbeitenden sollen Wertschätzung erfahren und ernst genommen werden. Dies trägt erwiesenermassen entscheidend zum Wohlbefinden und zur Motivation bei. In vielen Unternehmen etabliert sich das sogenannte «Absenzmanagement», um den Mitarbeitenden Unterstützung in schwierigen und belastenden Lebenssituationen zu bieten. Was sich zuerst nach einem Trend für Grossbetriebe

anhört, ist in einer unkomplizierten, einfachen und pragmatischen Weise auch in kleinen und mittleren Betrieben gut umsetzbar. Stellen Sie sich vor, sie sind einige Tage krank, kehren an den Arbeitsplatz zurück – und keiner nimmt es wahr. Oder stellen Sie sich vor, Sie nehmen die Arbeit wieder auf und Ihr Chef begrüsst Sie mit einem «Schön, dass du wieder da bist, wir waren ganz schön aufgeschmissen ohne dich! Geht es dir wieder gut?» So einfach, schnell und selbstverständlich es sich anhört, so häufig gehen diese Gespräche im Alltag unter. Und je komplexer und belastender die Problemlage eines Mitarbeitenden ist, desto wichtiger wird auch die Möglichkeit der Unterstützung durch den Arbeitgeber, im Sinne eines präventiven Angebotes. Private Sorgen belasten dann den Arbeitgeber,

wenn Mitarbeitende dadurch nicht mehr ihre volle Leistungsfähigkeit erbringen.

## Unterschätzte Kosten von Absenzen

In den Betrieben wird immer häufiger erkannt, welche Kosten Absenzen und reduzierte Leistungsfähigkeit verursachen. Nicht nur die direkten, effektiven Lohnkosten, sondern auch die indirekten Kosten, wie z.B. das Organisieren einer Ersatzperson, die zusätzliche Teambelastung, der administrative Aufwand, allfällige unzufriedenere Gäste, etc. fallen an. Die gute Ausbildung von Vorgesetzten ist Erfolgsfaktor und kann diese Kosten markant reduzieren. Damit die Mitarbeitenden weiterhin gesund sind und sich engagiert und motiviert ihren Gästen widmen können.

# Alles über Aus- und Weiterbildung

## [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)



# Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

## hoteljob.ch

Finden Sie Ihren Traumjob mit hoteljob.ch!

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

Viel Erfolg bei der Suche!

### Direktion / Geschäftsleitung

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Betriebsleiter/-in	Region Basel	J25378
Restaurant Manager	Region Mittelland (SO,AG)	J25596
Geschäftsführer (-Paar)	Region Zürich	J25645
Operativer Leiter/in	Region Zürich	J25692
Betriebsleiter	Region Zürich	J25694
Leiterin / Leiter Finanzen und Controlling	Region Zürich	J25699

### Reception/Reservation

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Praktikant/in Rezeption	Region Basel	J25646
Réceptionist	Region Bern	J25630
1. Concierge	Region Bern	J25670
Empfangsmitarbeiterin	Region Bern	J25623
Réceptionist/in	Region Bern	J25615
Réceptionist/in	Region Bern	J25608
Réceptionist/in 60-80%	Region Bern	J25558
Rezeptionist/in	Region Bern	J25589
Front Office Manager	Region Bern	J25662
Assistant Front Office Manager	Region Bern	J25660
Réceptionist/in	Region Graubünden	J25668
Chef de Réception	Region Graubünden	J25664
Direktionsassistent/in	Region Graubünden	J25674
Praktikant/in Réception	Region Mittelland (SO,AG)	J25654
Chef de réception	Region Oberwallis	J25647
Rezeptionist/in	Region Oberwallis	J25401
Réceptionspraktikant/in	Region Ostschweiz	J25365
Telefonistin	Region Zentralschweiz	J25657
Night Auditor (40%)	Region Zentralschweiz	J25384
ReceptionistIn	Region Zentralschweiz	J25648
Mitarbeiter/in Reservation	Region Zentralschweiz	J25352
Chef de Reception	Region Zürich	J25682
Nachtportier Aushilfe 40-60%	Region Zürich	J25346
Cluster Sales Manager Leisure	Region Zürich	J25335
Chef de réception	Region Zürich	J25331
RezeptionistIn	Region Zürich	J25662
Nachtportier (ca. 40%)	Region Zürich	J25406
Guest Relation / Front Office Mitarbeiter/in	Region Zürich	J25644
Receptionistin	Region Zürich	J25679
Réceptionist/in	Region Zürich	J25676
Praktikant/in 60-100 %	Region Zürich	J25656
Front Office Manager	ganze Schweiz	J25684
Rezeptionist	International	J25325
Chef de reception	Tessin	J25583
Receptionist (w)	Tessin	J25381
Chef Réception (w)	Tessin	J25382

### Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Diätkoch	Region Basel	J25372
Junger Küchenchef	Region Basel	J25370
Saucier	Region Basel	J25368
Köchin 75% mit admin. Aufgaben	Region Basel	J25353
Junior Sous Chef	Region Basel	J25383
Küchenchef	Region Basel	J25374
Anfangs Sous-Chef	Region Basel	J25373
Commis de cuisine	Region Bern	J25402
Demi-chef de partie	Region Bern	J25403
Jungkoch	Region Bern	J25599
Koch	Region Bern	J25601
Sous-chef	Region Bern	J25602
Koch	Region Bern	J25603
Privatkoch	Region Bern	J25611
Küchenchef	Region Bern	J25613
Jungkoch	Region Bern	J25617
Commis de cuisine	Region Bern	J25622
Sous-chef	Region Bern	J25626
Koch (mit Sous-Chef Ambitionen)	Region Bern	J25624
Chef de partie	Region Bern	J25632
Stv. Küchenchef	Region Bern	J25582
stv. Küchenchefdirektor	Region Bern	J25671
Sous-chef	Region Bern	J25669
Chef de Partie	Region Bern	J25661
Koch	Region Bern	J25598
Gardemanger/Pâtissier	Region Graubünden	J25666
Commis de Cuisine Tournant	Region Graubünden	J25667
Küchenchef	Region Graubünden	J25651
Chef de réception	Region Graubünden	J25673

### Küche

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Köchin/Koch	Region Graubünden	J25575
Commis de cuisine	Region Graubünden	J25675
Leiter/in Produktion	Region Mittelland (SO,AG)	J25387
Commis de Cuisine	Region Zentralschweiz	J25347
Chef de partie	Region Zentralschweiz	J25326
Mediamatiker/in / EDV- Support	Region Zentralschweiz	J25349
Küchenchef	Region Zürich	J25678
Jungkoch	Region Zürich	J25653
Tournant	Region Zürich	J25581
Koch / Köchin EFZ	Region Zürich	J25652
Koch	Region Zürich	J25691
Chef de partie	Region Zürich	J25587
Chef de Partie	Region Zürich	J25672
Koch	Region Zürich	J25649
Koch	Region Zürich	J25689
Koch / Köchin (ca. 40-50%)	Region Zürich	J25390
Commis de cuisine/Jungkoch	Region Zürich	J25345
Küchenchef (Catering)	Region Zürich	J25332
Sous Chef	Region Zürich	J25568
Jungkoch/-köchin	Region Zürich	J25688
Koch	ganze Schweiz	J25366
Chef de partie	International	J25586
Chef pâtissier (England - Region Dorset)	International	J25584
Chef Pâtissier	International	J25681

### F&B/Catering/Events

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Leiter Take away & Catering	Region Bern	J25621
Schichtleiter/in Verkauf	Region Bern	J25620
Verantwortliche/r Take away	Region Bern	J25618
Restaurationsfachgestellte/ Sommelier	Region Bern	J25695
Teammitglied Anlagersorganisation	Region Mittelland (SO,AG)	J25655
Facility-Mitarbeiter/Set-up Mitarbeiter 50%	Region Ostschweiz	J25359
Ausbildungsplatz zum Fachmann/frau Betriebsunterhalt	Region Zentralschweiz	J25348
F&B Projektmanager	Region Zürich	J25594
Servicemitarbeiterin	Region Zürich	J25334

### Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Chef de Rang	Region Basel	J25377
Servicemitarbeiterin	Region Basel	J25375
Servicemitarbeiterin	Region Basel	J25376
Restaurantfachmann /-frau	Region Basel	J25367
Leiter Restauration	Region Bern	J25610
Commis de Bar	Region Bern	J25659
Chef de Service	Region Bern	J25658
Chef de Bar	Region Bern	J25663
Chef de service Bankett	Region Bern	J25600
Servicefachgestellte/r	Region Bern	J25604
Serviceangestellte/r	Region Bern	J25605
Servicemitarbeiter/in	Region Bern	J25609
Serviceangestellte 60-80%	Region Bern	J25612
stv. Restaurantleiter/in	Region Bern	J25614
Chef de service	Region Bern	J25616
Teamleiter Take away	Region Bern	J25619
Restaurantleiter	Region Bern	J25628
Chef de rang	Region Bern	J25629
Servicefachgestellte/r	Region Bern	J25631
Commis de Rang	Region Bern	J25560
Servicefachgestellte/r	Region Bern	J25590
Servicefachgestellte/r	Region Bern	J25591
Chef de rang	Region Bern	J25396
Servicemitarbeiter/in	Region Graubünden	J25665
Chef de rang	Region Graubünden	J25580
Servicefachkraft 60-70%	Region Graubünden	J25576
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Mittelland (SO,AG)	J25677
Chef de rang	Region Oberwallis	J25398
Chef de rang	Region Oberwallis	J25400
Commis de rang	Region Oberwallis	J25588
Barfachfrau/-mann	Region Oberwallis	J25397
Chef de Rang	Region Ostschweiz	J25355
Barpraktikant/in	Region Ostschweiz	J25700
Chef de Rang	Region Ostschweiz	J25363
Chef de Brigade	Region Ostschweiz	J25362
Demi-Chef de Rang	Region Ostschweiz	J25360
Commis de Rang	Region Ostschweiz	J25356
VIP-Serviceaushilfe	Region Zentralschweiz	J25686





Select Service Partner gehört weltweit zu den führenden Betreibern in der Verkehrsgastronomie. In der Schweiz führt SSP verschiedene Gastronomiebetriebe an Flughäfen und Bahnhöfen in Zürich, Genf, Basel, Biel und Aarau. Nebst den bekannten Marken Café Ritz, MONTREUX JAZZ CAFE und Upper Crust sind auch lokale Konzepte wie die Center Bar oder das Restaurant Altitude Teil des vielfältigen Portfolios von SSP.

Für unseren Standort am Flughafen Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

### Junior Human Resources Manager/in

#### Ihre Hauptaufgaben:

In dieser herausfordernden, vielseitigen Tätigkeit sind Sie verantwortlich für die Personalgewinnung der Fachkräfte auf allen Stufen. Als Profi in Ihrem Aufgabengebiet und als Ansprechpartner für sämtliche administrative Angelegenheiten unterstützen Sie rund 250 Mitarbeiter/innen in ihren Anliegen. Unter anderem begleiten Sie die Mitarbeiter-Einführungsprogramme sowie auch die jährlichen Mitarbeitergespräche und koordinieren die Aus- und Weiterbildungsbedürfnisse. Sie sind der Human Resources Managerin direkt unterstellt und bieten aktive Unterstützung in allen Belangen der Personaladministration in Zusammenarbeit mit der internen und externen Lohnbuchhaltung.

#### Ihr Profil:

Sie haben eine kaufmännische Ausbildung und/oder einen Hotelfachschulabschluss und haben Ihr Wissen zusätzlich mit einer Personalfachausbildung vertieft. Zudem verfügen Sie über mehrjährige Erfahrung im Bereich Personalwesen / Human Resources. Sie sind teamfähig und haben ein hohes Mass an Selbstmanagement. Freude am Umgang mit Menschen aus verschiedenen Kulturen sowie Flexibilität und Belastbarkeit sind für diese nicht alltägliche Tätigkeit unerlässlich. Sie haben berufliche Erfahrung in der Gastronomiebranche und die Sprachen D/F in Wort und Schrift sind für Sie eine Selbstverständlichkeit.

#### Wir bieten Ihnen:

Eine sehr selbständige und spannende Aufgabe in einem dynamischen, internationalen Umfeld. Sie arbeiten in einem jungen Team, in welchem Sie Ihre Fachkenntnisse und Fähigkeiten einbringen und in die Tat umsetzen können. Dank Ihrer Erfahrung unterstützen Sie die Kultur und somit auch die SSP (Schweiz) AG auf Ihrem Erfolgskurs.

#### Wir freuen uns auf Sie!

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Select Service Partner (Schweiz) AG

Frau Barbara Meier

Postfach 2472, 8060 Zürich-Flughafen



### Spital Männedorf

Als Schwerpunktspital mit 160 Betten und einem Personalbestand von rund 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind wir für die Akutversorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet des rechten Zürichseufers verantwortlich.

Für unsere anspruchsvolle und vielseitige Spitalgastronomie suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/einen

### Stv. Küchenchef/in

Sie sind eine überzeugende Persönlichkeit und aufgrund Ihrer mehrjährigen Führungserfahrung in der Lage, ein Team von 20 Mitarbeitenden zu führen. Komplexe Aufgabenstellungen lösen Sie umsichtig und präzise. Als Stv. Küchenchef/in kennen Sie die Spitalgastronomie und als Köchin/Koch schlägt Ihr Herz für das Wohl der Patientinnen und Patienten, der Mitarbeitenden wie auch für weitere Gäste. In der Zusammenarbeit mit den Bereichen Ernährungsberatung und Gastronomie stellen Sie sicher, dass die Kundenbedürfnisse erkannt und erfüllt werden. Sie sind innovativ und zukunftsorientiert und tragen damit als Teilbereich aktiv für die Weiterentwicklung der Spital-Hotellerie bei.

#### Ihr Profil

Sie bringen eine abgeschlossene Berufsausbildung als Köchin/Koch und die Zusatzausbildung Diätköchin/-koch mit. Als Weiterbildung haben Sie die/den dipl. Gastro-nomiekoch erfolgreich abgeschlossen. Ihr ganzheitliches Denken sowie Ihr dienstleistungsorientiertes Handeln und Ihr hohes Qualitätsbewusstsein zeichnen Sie aus. Sie verfügen über ausgeprägte Führungs- und Organisationsfähigkeiten und überzeugen damit das gesamte Küchenteam. Ihr umfassendes Fachwissen macht Sie für unsere Lernenden in der beruflichen Praxis zu einer wichtigen Ansprechperson. Mit Ihrem Engagement und Ihrer Motivation erbringen Sie eine konstante und qualitativ hochstehende Leistung.

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, herausfordernde Tätigkeit mit zeitgemässen Anstellungsbedingungen. Herr Rolf Baumberger, Küchenchef, gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte, Tel 044 922 22 70.

Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse, Foto, etc.) richten Sie bitte bis spätestens 31. März 2011 an: Spital Männedorf, Frau J. Slade, Postfach, 8708 Männedorf.

Wir behandeln Ihre Bewerbung mit der erforderlichen Diskretion.

www.spitalmaennedorf.ch

11579-6001

### Die Gastronomiegruppe



Die ZfV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit rund 120 Betrieben in der Schweiz sowie mehr als 2'000 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZfV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für die von uns im Auftrag geführte

### Gastronomie im Verkehrshaus Luzern

Lidostrasse 5, 6006 Luzern

suchen wir per 01. Juli 2011 einen

### Stv. Betriebsleiter/in

**Ihre Aufgaben:** Sie unterstützen die Betriebsleitung bei der gesamten Führung und Organisation des Betriebes sowie der Umsetzung und Sicherstellung der Qualitätsstandards und Richtlinien. Sie sind für die Führung, Schulung sowie Einsatzplanung der circa 80 Festangestellten und Aushilfen mitverantwortlich und unterstützen den Betriebsleiter bei der Rekrutierung neuer Mitarbeitenden. Sie sind zudem für das Bestell- und Inventarwesen, die Öffertierung von Spezialanlässen und Banketten sowie für die Pflege der Homepage zuständig. Im Weiteren übernehmen Sie diverse Projektaufgaben und arbeiten während der Servicezeiten aktiv an der Front mit. Sie arbeiten in der Regel an 5 Tagen zwischen Montag und Sonntag je nach Arbeitsplan und Anlässen im Betrieb.

**Ihr Profil:** Wir wenden uns an eine selbständige, flexible und dienstleistungsorientierte Persönlichkeit, welche über einen Hotelfachschulabschluss sowie gute Deutsch- und Französischkenntnisse verfügt. Zudem bringen Sie Erfahrungen in der Systemgastronomie sowie im Bankettbereich und mindestens 2 Jahre Führungserfahrung mit. Sie zeigen eine hohe Leistungsbereitschaft und erkennen rasch die wesentlichen Elemente. Durch Rückschlüsse lassen Sie sich nicht bremsen. Sie vermitteln eine wohlwollende Atmosphäre, beteiligen sich an der Erarbeitung gemeinsamer Ziele und fördern aktiv die Integration neuer Teammitglieder. Zudem achten Sie auf die Arbeitssicherheits- und Hygienierichtlinien sowie den Gesundheitsschutz der Mitarbeitenden. Sie delegieren Verantwortung und Aufgaben, entwickeln neue Ideen und stimmen sich mit denjenigen Bereichen ab, die von einer gemeinsamen Aufgabe betroffen sind.

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

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

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

#### ZfV-Unternehmungen

Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich

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

info@zfv.ch, www.zfv.ch

11579-6001

### Empfangschef/in eines unkonventionellen Luxus Hotels

Eines der modernsten, unkonventionellsten Luxus-Hotels Europas und eine der grössten Wohlfühl-Landschaften der Schweiz verschmelzen zu einem ganzheitlichen Ansatz. Dies inmitten einer bekannten Deutschschweizer Feriendestination, wunderschön gelegen, vor herrlicher Alpenkulisse. Eine gut eingespielte 18-20-köpfige Empfangs-crew verwöhnt die anspruchsvollen Gäste rund um die Uhr. Willkommen bei unserem Auftragsgeber, einem mehrfach international ausgezeichneten Top-Betrieb der Branche. Ziel der attraktiven Ganztagesstelle: Guter Auslastungsgrad, geschickte Führung des Teams und smarte Organisation des Check-in & -outs.

### Front Office Manager als Mitglied des Führungsteams w/m Renommiertes Best-Performance Hotel Resort & Spa 5\*\*\*\* Superior

Idealprofil: Sprachlich gewandte sympathische Hotelfachpersonlichkeit Typ Gastgeberin mit Praxis als 1. oder 2. Chef de Réception. Aspekte wie «how to manage rates» und Bewirtschaftung von Buchungsportalen sind Ihnen vertraut. Führungserfahrung und gute E- & F-Kenntnisse bringen Sie mit; weitere Fremdsprachen von Vorteil. – Sehen Sie sich in der Rolle des sicher auftretenden Chef de Réception? Interessieren Sie weitere Infos zum aussergewöhnlich breiten Aufgabengebiet? Dann sind wir gespannt auf Sie! Optimal für den Erstkontakt: CV/Foto per E-Mail senden oder anrufen. Ausserhalb der Bürozeiten und am Wochenende: Mobile +41 79 402 53 00.

Ralf-Ansgar 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](http://www.schaeferpartner.ch)  
[ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch](mailto:ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch)

11540-6001

### Ein bekanntes und beliebtes Bergrestaurant im Oberwallis sucht auf die kommende Wintersaison 2011/2012 ev. auf die Sommersaison 2011

### Einen Gastgeber/Gastgeberpaar als Geschäftsführer

welcher/welches die anspruchsvolle Aufgabe als Berggast-nom mit viel Freude und Elan übernehmen möchte.

Voraussetzung nebst Fachwissen und entsprechender Erfahrung ist die Bereitschaft, sich mit der kulinarischen wie auch mit der für die Berggastronomie eigenen Seite eines schönen Bergrestaurant zu identifizieren und die erfolgreich aufgebaute Ausrichtung weiterzupflegen.

Die Geschäftsleitung der Bergbahnen lassen einem innovativen Unternehmer/paar viel Spielraum für eigene kreative Ideen. Falls Sie sich als Berg-Gastprofi bezeichnen und das Gefühl haben, Sie könnten sich in den Walliser Bergen wohlfühlen, sollten wir uns unbedingt kennenlernen.

Möchten Sie gerne mehr erfahren? Wir freuen uns über Ihre detaillierten und vollständigen Bewerbungsunterlagen.

#### GASTRO ALPIN GmbH

Joe Hug, Altdorfstrasse 37 / Haus Angelos, 6354 Vitznau

[joe.hug@gastroalpin.ch](mailto:joe.hug@gastroalpin.ch)

Telefon 041 638 05 05 oder 079 348 48 47



11540-6001



EINSTEIN ST. GALLEN \*\*\*\*  
CONGRESS HOTEL SPA

Das Einstein St. Gallen\*\*\*\* liegt mitten im weltbekannten Klosterviertel in der pittoresken St. Galler Altstadt. Mit 113 Zimmern und Suiten, dem Panorama Restaurant, einer Bar, einem Café-Bistro, einem Fitnesspark sowie modernsten Räumlichkeiten für Bankette und Seminare bis 440 Personen begeistern wir sowohl Business- wie auch Privatgäste und festigen unseren Ruf als erstes Haus am Platz.

Für unsere gepflegte Gastronomie suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen engagierten

### Maître d'hôtel

Sie sind verantwortlich für die herzliche, effiziente und innovative Führung der Serviceabteilung. Die Durchführung grosser Bankette bis 350 Personen gehört ebenso zu Ihren Aufgaben wie die Leitung des A-la-carte-Service. Als begeisterter Gastgeber liegen Ihnen die Zufriedenheit und das Wohl unserer anspruchsvollen Gäste besonders am Herzen.

Sie verfügen vorzugsweise über einen Hotelfachschulabschluss und konnten schon mehrere Jahre Berufserfahrung in einer gleichwertigen Position sammeln. Ein hohes Qualitätsbewusstsein, Organisationsstärke und Teamfähigkeit zeichnen Sie ebenso aus wie gute Sprachkenntnisse in Deutsch und Englisch. Sie verstehen es, Ihre Mitarbeiter zu motivieren, arbeiten aktiv im Service mit und gehen mit Know-how und stilvollem Auftreten als Vorbild voran.

Ergreifen Sie jetzt diese aussergewöhnliche Chance und werden Sie Teil des dynamischen Einstein-Führungs-Teams. Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:

Einstein St. Gallen  
Myriam Oberholzer  
Berneggstrasse 2, CH-9000 St. Gallen, Telefon 071 227 55 80  
[myriam.oberholzer@einstein.ch](mailto:myriam.oberholzer@einstein.ch)

11406-5870



Für Sie als hoch motivierten Küchenchef mit Ehrgeiz bietet sich die einzigartige Gelegenheit, Ihr Können in einem aussergewöhnlichen Hotelkonzept auf höchstem Niveau in den Schweizer Alpen unter Beweis zu stellen.

### KÜCHENCHEF

#### Ihr Berufsprofil

- Sie sind idealerweise zwischen 35 und 45 Jahre jung
- Sie besitzen mindestens 5 Jahre Berufs- und Führungserfahrung als Küchenchef in einer Gourmetküche
- Sie haben sich Gault-Millau-Punkte und/oder einen Michelin-Stern erarbeitet
- Sie sind willens, ein bestehendes Team zu übernehmen und weiterzuentwickeln
- Sie arbeiten nach HACCP und wissen, wie Sie Ihr Team in der Umsetzung fördern
- Sie besitzen ein gutes Zahlenverständnis und haben ein gutes Kosten-Nutzen-Gefühl
- Sie kochen ehrlich und authentisch, kennen die Trends und können diese richtig einschätzen
- Ihr Streben nach Qualität ist konsequent

#### Ihre Aufgabe

Sie führen den gesamten Food-Bereich des Hotels mit Restaurants & Veranstaltungen. Sie sind verantwortlich für den Einkauf, die Angebotsentwicklung, -Planung und -Umsetzung sowie für die Kalkulation. Sie führen und fördern Mitarbeiter mit Sozialkompetenz. Sie sind verantwortlich für die Umsetzung von HACCP im gesamten Betrieb. Sie arbeiten selbstständig in Ihrer Abteilung und verstehen es, als Teamplayer mit Service und Rezeption engen Kontakt zu halten. Sie lieben die Berge und können sich das Leben in einem Alpen-Tourismusort vorstellen.

#### Es erwarten Sie

Eine herausfordernde Position als Küchenchef in einem einzigartigen Hotelkonzept auf höchstem Niveau in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis. Ein interessantes Salär mit der Möglichkeit der Erfolgsbeteiligung. Platz für kreatives Weiterentwickeln des ehrlichen und authentischen Speiseangebotes. Sie sind Mitglied des Führungsteams und sind direkt der Hotelleitung unterstellt. Idealerweise können Sie die Stelle ab November 2011 antreten.

Gerne senden Sie uns Ihre aussagekräftige, vollständige Bewerbung mit Foto, Stärke-/Schwächeprofil und Zeugnissen schriftlich zu. Unvollständige Dossiers oder E-Mail-Zuschriften werden nicht beantwortet.

**stalders**  
projects

staldersprojects sagl  
www.staldersprojects.ch

Via Muraccio 120 - Case al Sogno  
6612 CH-Ascona

1188-6025

Die Gastronomiegruppe



Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit rund 120 Betrieben in der Schweiz sowie mehr als 2'000 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZFV-Unternehmungen gehören die Sorelli Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Zur Ergänzung unseres Teams im

### Restaurant Sesta im Strandbad Lido

Lidostrasse 6, 6006 Luzern

suchen wir vom 20. April bis 30. September 2011 einen

### Stv. Küchenchef (w/m)

**Ihre Aufgabe:** Ihr Aufgabengebiet umfasst die selbstständige Mitarbeit in allen Bereichen der Küche sowie die Unterstützung des Teams bei Banketten. Bei Abwesenheiten des Küchenchefs übernehmen Sie zudem die Führung und Schulung der 3 Mitarbeitenden sowie die Verantwortung für den Tagesbetrieb. Die Überprüfung, Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien zählen ebenfalls zu Ihren Tätigkeiten.

**Ihr Profil:** Neben einer abgeschlossenen Kochlehre verfügen Sie über einige Jahre Berufserfahrung sowie gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift. Sie sind flexibel, offen für Neues und auch bereit Mehrarbeit zu übernehmen. Zudem verlieren Sie auch in hektischen Momenten die Ruhe und Übersicht nicht, bringen eigene Ideen ein und arbeiten gerne im Team. Ein hohes Qualitätsbewusstsein sowie eine sehr selbstständige Arbeitsweise runden Ihr Profil ab. Die Arbeitseinsätze erfolgen gemäss Arbeitsplan zwischen Montag und Sonntag. Es handelt sich hierbei um einen befristeten Arbeitseinsatz vom 20. April bis 30. September 2011.

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

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

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

ZFV-Unternehmungen  
Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
info@zfv.ch, [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

1188-6087

### Hotel-Restaurant Römerhof

sucht ab sofort oder nach Übereinkunft

### Servicemitarbeiter mit Berufskennntnissen Réceptionistin oder Büropraktikantin

D Muttersprache, F/E erforderlich, KV-Abschluss, PC-Kenntnisse.

Schriftliche Bewerbungen sind zu richten an:

Frau Bayer-Loretan  
Hotel Römerhof  
Rathausstrasse 16  
3954 Leukerbad

1188-6075



Der Landgasthof Sternen Muri mit 44 Zimmern ist bekannt als Seminar- und Geschäftshotel. Unsere Restauration umfasst Gaststube, A-la-carte-Restaurant Läubli, Gartenterrasse sowie Bankett- und Seminarräumlichkeiten bis zu 300 Personen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir nach Vereinbarung:

### Front Office Manager (D/F/E)

Sie suchen eine interessante Herausforderung mit viel Verantwortung und werden von einem gut eingespielten Team unterstützt.

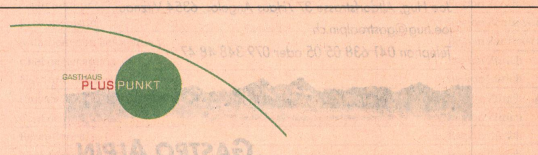
### Réceptionistin in resp. Front Office Mitarbeiter/in (D/F/E)

Wenn Sie eine vielfältige Tätigkeit in einem interessanten Umfeld suchen, freuen wir uns darauf, Sie kennenzulernen. Sie bringen eine abgeschlossene Ausbildung mit und suchen eine neue Herausforderung. Teamwork und das Wohl der Gäste liegen Ihnen am Herzen. Zudem bewahren Sie auch in hektischen Situationen einen kühlen Kopf.

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto (auch per E-Mail möglich).

Landgasthof Sternen Muri  
Thomas König  
Thunstrasse 80, 3074 Muri  
031 950 71 11  
direktion@sternenmuri.ch

1188-6090



Das Gasthaus PLUSPUNKT in Brunnen legt grossen Wert auf eine exklusive Küche und bietet einen gepflegten Service. Unsere Gäste verwöhnen wir mit Frischprodukten aus der Region und erlesenen Weinen aus unserem Keller. Mit unserer Philosophie verbinden wir Herzlichkeit, Genuss und Freude.

Wir sind als ein aussergewöhnliches Restaurant bekannt, auch über die Kantons-grenze hinaus schätzen die Gäste unsere Küche und Service.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per Mai/Juni 2011 eine/n

### Chef de Service 100% (w/m)

#### Aufgabengebiet

- Betreuung und verwöhnen unserer Gäste
- Führung des Serviceteams
- Erstellung der Speise- und Getränkekarten
- Verantwortung für den Getränke- und Weineinkauf
- Erstellung der Arbeitspläne
- Förderung und Schulung der Mitarbeiter und Lernenden
- Einhaltung der Hygiene- und HACCP-Richtlinien
- Organisation und Durchführung von Banketten

#### Anforderungsprofil

- Gastgeber- und Führungspersönlichkeit
- Abgeschlossene Servicelehre und mehrjährige Berufserfahrung
- Freude, Lernende auszubilden
- Erfahrung im gepflegten A-la-carte- und Bankettservice
- Organisatorisches Geschick und kostenbewusstes Handeln
- Gute Weinkenntnisse
- Sehr gute MS-Office-Kenntnisse
- Sicheres und gepflegtes Auftreten
- Flexibel, belastbar und teamfähig
- Sie arbeiten gerne am Abend, an Wochenenden und an Feiertagen

#### Ein PLUSPUNKT für Sie

Wir bieten Ihnen ein vielseitiges, interessantes und kreatives Aufgabengebiet, zeitgemässe Anstellungsbedingungen und fortschrittliche Sozialleistungen. Zusätzlich profitieren Sie von internen und externen Weiterbildungsangeboten. Sie arbeiten in einem jungen, motivierten, aktiven und kooperativen Team.

#### Auskunft

Christian Meier, Leiter Gasthaus PLUSPUNKT, Brunnen, Tel. 041 825 11 80.

Interessiert? Dann senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto bis 25. März 2011 an:

BSZ Stiftung  
HR Beratung & Services, Daniela Eller, Postfach 169, 6423 Seewen SZ  
daniela.eller@bsz-stiftung.ch, [www.pluspunkt.ch](http://www.pluspunkt.ch)

1188-6084



3704 Krattigen über dem Thunersee

Möchten Sie in einem kleinen, ausgestell-

ten Team mitarbeiten?

Ist Ihnen das Wohlbefinden der Gäste

wichtig?

Wir brauchen per sofort Verstärkung und

suchen deshalb

**aufgestellte/n**

**Service-Mitarbeiter/in**

dem/der sein/Ihr Beruf Freude macht

und über perfekte

Deutschkenntnisse verfügt.

So sind Sie für uns der/die richtige Mitar-

beter/in.

Interessiert! So melden Sie sich bei Frau

Baumann,

Telefon 033 654 29 69.

Dienstag und Mittwoch Ruhetag.

1188-6085

Wir sind ein \*\*\*\* Wellness-, Golf- & Seminarhotel mit 120 Betten und einer grosszügigen Wellnessanlage mit alpinem Solebad 34°C. Freundlichkeit und Qualität werden deshalb bei uns gross geschrieben. Wir begeistern unsere Gäste!

Zur Unterstützung unseres engagierten Teams suchen wir per Anfang Juni oder nach Vereinbarung in Jahresstelle eine aufgestellte und motivierte

### Gouvernante (d/e)

Wir erwarten eine Grundausbildung in der Hotellerie oder in der Hauswirtschaft oder Führungserfahrung in einer ähnlichen Position. Sie sind flexibel, belastbar und möchten neue Erfahrungen sammeln im Wellnessbereich?

Sind Sie interessiert und wollen Sie Ihre Gäste durch Freundlichkeit und Qualität begeistern? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung.



Schwandstrasse 91, CH-6390 Engelberg  
Marion Vogel, Betriebsassistentin  
Tel. 041 637 18 22, Fax 041 637 43 21  
[www.waldegg-engelberg.ch](http://www.waldegg-engelberg.ch)

1188-6086



Für unsere wunderschön gelegene Jugendherberge in Zofingen suchen wir per sofort eine

## Betriebsleitung

Die Jugendherberge Zofingen – direkt am Rande eines grünen Parkes – ist ein idealer Standort für Familien, Individualgäste, Vereine, Sportgruppen und Schulwochen. Insgesamt stehen 58 Betten, vorwiegend in Mehrbettzimmern, zur Verfügung.

**Ihr Aufgabengebiet** In dieser herausfordernden und vielschichtigen Tätigkeit sind Sie verantwortlich für die operative Führung der Jugendherberge. Die Aufgaben umfassen Arbeiten in den Bereichen Administration, Reservierung, Verkauf, Mitarbeiterführung, Hauswirtschaft, Unterhalt, Einkauf und Küche.

**Ihr Profil** Sie sind es gewohnt, Verantwortung zu übernehmen und bringen erfolgreiche Führungserfahrung aus der Gastronomie und/oder Beherbergung mit. Die Lust, ausserordentliche Dienste im Umgang mit den Gästen zu leisten, inspiriert Sie. Teamfähigkeit ist nicht nur ein Schlagwort für Sie, Sie sind über-

zeugt, dass ein teamorientierter Führungsstil Erfolg bringt. Fremdsprachenkenntnisse in Englisch und Französisch runden Ihr Profil ab.

**Was bieten wir Ihnen** In dieser lebhaften, nicht alltäglichen Aufgabe werden Sie von der Geschäftsstelle der Schweizer Jugendherbergen in vielen Belangen aktiv unterstützt. Sie erhalten die Chance, in einem vielsprechenden Bereich Ihre Ideen einzubringen und neue Akzente zu setzen. Die Betriebsleiterwohnung befindet sich in der Jugendherberge. Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit aktuellem Foto: Schweizer Jugendherbergen | René Levy | Schaffhauserstrasse 14 | 8042 Zürich | [rl Levy@youthhostel.ch](mailto:rl Levy@youthhostel.ch) | Tel. 044 360 14 36 |

Mehr Infos über die Jugendherberge Zofingen finden Sie unter: [www.youthhostel.ch/zofingen](http://www.youthhostel.ch/zofingen)



Schweizer Jugendherbergen. So muss es sein.

1188-6083



## EINTRETEN UND TRÄUMEN...



**HOTEL CENTRAL AM SEE  
WEGGIS**

Für unser Ferienhotel mit À-la-carte-Restaurant und Seeterrasse suchen wir noch Mitarbeiter/innen, die mit Herz und Seele im Gastgewerbe tätig sind. Unser Haus liegt direkt am Vierwaldstättersee, am Fusse der Rigi, im wunderschönen Weggis.

**Réception**  
Empfangssekretärin D/E/F Mai 2011 Saison

**Service**  
Servicefachmitarbeiter/innen D/E/F März/April/Mai 2011 Saison  
für unser Restaurant oder nach Vereinbarung

Servicefachmitarbeiter/innen D/E/F April/Mai 2011 Saison  
für die Betreuung unserer Hotelgäste oder nach Vereinbarung

Haben Sie Lust, dort zu arbeiten, wo andere Ferien machen? Sind Sie flexibel und teamfähig und lieben Sie den herzlichen Umgang mit Gästen, dann senden Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Familie Stephan und Diana Meyer.

Hotel Central am See • CH-6353 Weggis • Tel. 041 392 09 09  
Fax 041 392 09 00 • E-Mail: info@central-am-see.ch  
Internet: www.central-am-see.ch

Ein Betrieb der Gamag Management AG • www.gamag.ch

**PARKHOTEL** \*\*\*  
*Schwert*

Für unsere neue Brasserie „Du Lac“, direkt am wunderschönen Walensee, suchen wir zur Verstärkung unseres Teams per sofort oder nach Vereinbarung

**Hotelfachfrau/-mann  
Servicefachangestellte/n**

Sind Sie teamfähig, haben Berufserfahrung und behalten in hektischen Zeiten den Überblick und einen kühlen Kopf? Dann freut sich Herr Donath Anhorn, Geschäftsführer, auf Ihre schriftliche Bewerbung per E-Mail (anhorn@parkhotelschwert.ch) oder Post.

Hauptstrasse 23 8872 Weesen  
Tel. +41 (0)55 616 14 74 Fax +41 (0)55 616 18 53  
www.parkhotelschwert.ch info@parkhotelschwert.ch

**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 **per 1. Mai 2011 und 1. August 2011** 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

## Lake Side

LUNCHING | DINING | MEETING

Das Lake Side liegt direkt am Seeufer und nahe dem Stadtkern. Das À-la-carte-Restaurant (13 GaultMillau-Punkte) verfügt über 130 Innenplätze sowie 120 Terrassenplätze und 30 Plätze an der Bar. Zusätzlich bietet unser Selbstbedienungsrestaurant Lake Away auf unserer Terrasse 200 Gästen Platz. Im Obergeschoss befinden sich unsere Bankett-, Seminar- und Kongressräumlichkeiten mit einer Kapazität bis zu 500 Personen. Die Küche bietet ein vielfältiges mediterranes-euroasiatisches Angebot und im Restaurant befindet sich unsere bekannte Sushi-Bar.

Nach Vereinbarung suchen wir einen

**Event- und Bankettmanager Front (w/m)**  
**Event- und Bankettverkäufer**  
**Administration (w/m)**  
**Chef de Service (w/m)**

Sie sind eine charmante und belastbare Gastgeber-Persönlichkeit mit dem notwendigen Auge fürs Detail. Ein hoher Dienstleistungsgedanke und Zielorientierung zeichnen Sie ebenso aus wie Ihre soziale Kompetenz. Für die Stelle im Bankettbereich sind Sie ein Profi mit ausgeprägtem Organisationsflair, unternehmerischem Denken und Weitsicht.

Suchen Sie eine neue Herausforderung in einem dynamischen Umfeld und in einem grossen Gastronomieunternehmen, das Ihnen Perspektiven bieten kann, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung an:

Kramer Gastronomie, Restaurant Lake Side, z. Hd. Frau Karin Frunz, Bellerivestrasse 170, 8008 Zürich, Tel. 044 385 86 26, www.kramergastronomie.ch

## ZÜRICH AMBIANCE

**Wir suchen  
ein paar richtig  
gute Leute für  
Service, Küche  
und Réception.  
Fix oder für den  
Sommer am See.**

Wir sind die **Marina Lachen** am Oberen Zürichsee mit rund 80 Mitarbeitenden, vier Gastrokonzepten am Wasser, Designhotel, Seminar- und Bankettabteilung sowie Cateringaktivitäten. Eine tolle Adresse für ebenso tolle Fachleute. Surfen Sie mal rein unter [www.marinalachen.ch](http://www.marinalachen.ch) und schicken Sie uns Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen. Wir freuen uns auf Sie und Ihr Können!

**Marina Gastro AG**  
Frau Bettina Römer, Hafenstrasse 4, CH-8853 Lachen  
Tel. +41 (0)55 451 73 73, bettina.roemer@marinalachen.ch



## LA POSTE

RESTAURANT LA POSTE VISP

**Erstklassiges Speiserestaurant im Kultur- und Kongresszentrum La Poste in Visp**

Zur Ergänzung unseres Küchenteams suchen wir nach Vereinbarung einen erfahrenen

**Chef de Partie**

Wir erwarten von Ihnen selbstständiges und motiviertes Arbeiten in einem jungen, dynamischen Team.

Bitte senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Foto und Zeugnissen per E-Mail oder Post.

**Restaurant La Poste**  
Flavio Seematter, Küchenchef  
La Poste Platz 2, CH-3930 Visp

Telefon: 027 948 33 88, Telefax: 027 948 33 89  
E-Mail: restaurantlaposte@visp.ch

Die Gastronomiegruppe **(zfv)**

Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomieunternehmen mit rund 120 Betrieben in der Schweiz sowie mehr als 2'000 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZFV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Zur Ergänzung unseres Teams in der

**Zweigstelle Bern sowie am Hauptsitz**

Flüelastrasse 51 in Zürich-Albisrieden

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

**Personalassistentin**

**Ihre Aufgabe:** Sie sind verantwortlich für die aktive Mitarbeit bei der Personaladministration unter Einhaltung der gegebenen Ablaufprozesse sowie Qualitätsstandards, das Führen von Vorstellungsgesprächen sowie die Mitarbeit bei konzeptionellen und organisatorischen Aufgaben. Sie arbeiten grundsätzlich von Montag bis Mittwoch jeweils selbstständig in unserer Zweigstelle in Bern und unterstützen am Donnerstag und Freitag das Team in Zürich.

**Ihr Profil:** Sie sind eine motivierte, selbständige und verantwortungsbewusste Person, welche über eine kaufmännische Grundausbildung verfügt. Von Vorteil bringen Sie bereits Erfahrung in ähnlicher Funktion – vorzugsweise in der Branche – mit und können zudem gute PC-Kenntnisse vorweisen. Zudem sind Sie zweisprachig aufgewachsen und verfügen somit über versierte mündliche sowie schriftliche Französischkenntnisse und ein stilvolles Deutsch. Sie handeln stets im Interesse der Unternehmung, bleiben auch in schwierigen Situationen ruhig und besonnen und setzen die vorgegebenen Qualitätsstandards konsequent um. Den betrieblichen Gegebenheiten passen Sie sich an und erkennen rasch die wesentlichen Elemente und Zusammenhänge.

**Wir bieten:** Eine interessante, abwechslungsreiche Aufgabe im Gastronomiebereich mit Freiraum für Ideen und Kreativität sowie vorteilhafte und partnerschaftliche Anstellungsbedingungen.

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

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

**ZFV-Unternehmungen**  
Flüelastrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
info@zfv.ch, [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

## www.kreuz.ch

Der Massstab für Topleistung und Ausbildung im Gastgewerbe  
Topstellen für junge Schweizer Gastroprofis mit eidg. Fachausweis

**Betriebsassistent/in für lebhaftes Réception und Administration**

**Hotelfachfrau für Zimmer, Lingerie und Housekeeping**

Wir freuen uns auf deine Bewerbung.  
Also, bis bald im «Chrüz z'Egerkinge»

[louis@kreuz.ch](mailto:louis@kreuz.ch) Fon 062 398 03 33 Fax 062 398 43 40

Kreuzfidele Grüsse: Mimi, Louis & die Kreuz-Crew



**Aus Spass am Genuss!**





Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com  
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

## RAUM FÜR VISIONEN



und preisgekrönte Räume im Angesicht von imposanten Bergen, prächtigen Seen, für Wellness, Fitness & Schönheit, Meetings, Kongresse, Familienfeiern, kulinarische Höhepunkte oder einfach für Entscheidungen mit Weitsicht.

Unser zukünftiger

### Leiter Human Resources w/m

sollte eine kommunikative, unternehmerisch denkende und lösungsorientierte Persönlichkeit mit gutem Durchsetzungsvermögen, diplomatischem Geschick und hoher Sozialkompetenz sein. Eine exakte und vorausschauende Arbeitsweise ist für Sie selbstverständlich. Zusammen mit Ihrem Team sind Sie für sämtliche Bereiche des Mitarbeiterwesens zuständig, inklusive der Lohnverarbeitend und Budgetierung. Sie stehen Führungskräften und Mitarbeitenden beratend zur Seite. Dafür haben Sie erfolgreich Erfahrungen im HRM, idealerweise in der Hotellerie, gesammelt und sind in sämtlichen Personalthemen auf neuestem Stand. Als Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung sind Sie bereit, die Zukunft unseres erfolgreichen Unternehmens mitzubestimmen.

Haben wir Ihr Interesse für diese vielseitige und spannende Herausforderung geweckt? Unter [www.victoria-jungfrau.ch](http://www.victoria-jungfrau.ch) finden Sie alle weiteren Informationen zum Unternehmen.

Ihre aussagekräftige Bewerbung richten Sie bitte direkt an Herrn Hans-Rudolf Rütli, Direktor.



Höheweg 41, 3800 Interlaken  
Herr Hans-Rudolf Rütli, Direktor  
Telefon 033 828 28 28  
[hr@victoria-jungfrau.ch](mailto:hr@victoria-jungfrau.ch)  
[www.victoria-jungfrau.ch](http://www.victoria-jungfrau.ch)



VICTORIA-JUNGFRAU COLLECTION



Unser Hotel zählt zu den renommiertesten Schweizer Luxushotels. Mit 173 Zimmern, darunter Luxus- und Junior-Suiten ist das Kulm Hotel St. Moritz heute die bevorzugte Engadiner Adresse für anspruchsvolle Gäste aus aller Welt. Auf dem weitläufigen Hotelgelände befinden sich der legendäre Cresta Run, der Olympia Bob Run St. Moritz-Celerina und der alpine 9-Loch-Golfplatz, drei Tennisplätze sowie Eisplatz im Winter.

Informieren Sie sich über unsere sechs Restaurants, drei Bars und unseren Club unter: [www.kulm-hotel-stmoritz.ch](http://www.kulm-hotel-stmoritz.ch)

### F&B Director

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir eine führungsstarke Persönlichkeit, die über einen angemessenen Zeitraum professionelle Erfahrung in der Luxushotellerie als F&B Director gesammelt hat. In dieser Position sind Sie Mitglied der Geschäftsleitung und aktiv an den strukturellen Veränderungen beteiligt.

Sie sind sich der hohen Anforderungen und Ansprüche der Tätigkeit eines F&B Directors bewusst und in der Lage, klare Ziele in Ihrem Bereich zu definieren und umzusetzen.

Ihre konzeptionelle, selbstständige und initiative Arbeitsweise sowie ein hervorragender Führungsstil zeichnen Sie aus.

Als F&B Director tragen Sie die Verantwortung für alle F&B-Abteilungen, d.h. Service, Küche, Kongress und Event, Controlling, Einkauf, Lager, Economat und Stewarding. Ihr Team besteht aus 95 Mitarbeitern während der Sommersaison und 190 Mitarbeitern während der Wintersaison.

Sie verfügen über einen Abschluss einer international anerkannten Hotelfachschule sowie über eine fundierte betriebswirtschaftliche Ausbildung. Sie sprechen fließend Englisch und Französisch, Italienischkenntnisse sind von Vorteil.

Belastbarkeit, Überzeugungskraft sowie Innovationsfähigkeit sind für Sie selbstverständlich. Sie sind der geborene Gastgeber und haben Freude an Ihrer Aufgabe.

Unser Ziel ist es, mit Ihnen gemeinsam unsere Restaurationen und unsere exklusiven Veranstaltungen in der Top-Liga zu optimieren.

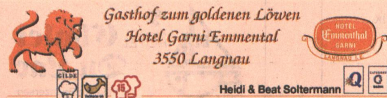
Wir bieten Ihnen ein äusserst interessantes und abwechslungsreiches Arbeitsumfeld im bezau-bernden Engadin in Jahresanstellung und eine weitere Stufe empor auf Ihrer Karriereleiter.

Eintrittstermin: nach Vereinbarung

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf, Foto, Zeugnisse). Für Fragen vorab steht Ihnen gerne Herr Dominique N. Godat zur Verfügung: Tel. + 41 81 836 8000.

Kulm Hotel St. Moritz  
Herr Dominique Godat, Direktor  
Via Veglia 18, 7500 St. Moritz, Switzerland  
E-Mail: [hr@kulmhotel-stmoritz.ch](mailto:hr@kulmhotel-stmoritz.ch) [www.kulmhotel-stmoritz.ch](http://www.kulmhotel-stmoritz.ch)





Fein essen, gut schlafen

Zur Ergänzung unseres motivierten Teams suchen wir gelehrte und begeisterte

**Servicefachangestellte**

Teil- oder Vollzeit,  
Eintritt nach Vereinbarung  
Eintritt nach Vereinbarung  
mit Erfahrung, für Freitag-  
und Samstagabend

**Jungkoch  
Bardame (Teilzeit)**

**Wir bieten:**

Interessante, abwechslungsreiche Tätigkeit, junges Team  
gutes Arbeitsklima, auf Wunsch möbliertes Zimmer.  
Aufstiegsmöglichkeiten, gepflegter, schöner Arbeitsplatz,  
normalerweise jeden Sonntag frei.

Bewerben Sie sich schriftlich bei Heidi und Beat Soltermann,  
Gasthof z. goldenen Löwen, Güterstrasse 9, 3550 Langnau

Für Fragen und Auskünfte Telefon 034 402 65 55

1192-003

## club zur geduld

Ein Haus – ein Lebensstil  
Ein Club nach angelsächsischem Muster, einen in höchstem  
Mass kultivierten Ort privater Geselligkeit und der älteste  
noch bestehende Club der Schweiz.  
Im Club zur Geduld in Winterthur trifft sich alles, was Rang  
und Namen hat – sei es in Politik, Wirtschaft,  
Kultur oder Wissenschaft.

Für unser Haus der internationalen Spitzenklasse suchen wir  
fachlich ausgewiesenen und einsatzfreudigen

**Chef de Partie**

per 1. April 2011 oder nach Übereinkunft  
Sie haben Teamgeist, eine grosse Portion Liebe zum Kochen,  
sind gewohnt selbstständig zu arbeiten, mit Freude an  
internationaler Spitzenküche.

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

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

1192-001

Die Gastronomiegruppe



Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsge-  
richtetes Gastronomieunternehmen mit rund 120 Betrieben in der  
Schweiz sowie mehr als 2'000 Mitarbeitenden, denen wir Raum für  
Kreativität, Entfaltung und Perspektiven lassen. Zu den ZFV-Unter-  
nehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants,  
Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von  
Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in  
Zürich.

Zur Ergänzung unseres Teams in der

**Gastronomie im Verkehrshaus Luzern**

Lidostrasse 5, 6006 Luzern

suchen wir per Ende März 2011 oder nach Vereinbarung einen

**Koch (w/m)**

**Ihre Aufgabe:** Ihr Aufgabengebiet umfasst die selbständige Mitar-  
beit in allen Bereichen der Produktionsküche sowie die Unterstüt-  
zung des Teams bei Banketten. Zudem helfen Sie auch im à la carte  
Restaurant Piccadilly während den Sommermonaten im Strand-  
bad Lido mit. Die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und  
Arbeitssicherheitsrichtlinien zählen ebenfalls zu Ihren Aufgaben.

**Ihr Profil:** Neben einer abgeschlossenen Kochlehre verfügen Sie  
über einige Jahre Berufserfahrung sowie gute Deutschkenntnisse in  
Wort und Schrift. Sie sind flexibel, offen für Neues und auch bereit  
Mehrarbeit zu übernehmen. Zudem verlieren Sie auch in hektischen  
Momenten die Ruhe und Übersicht nicht, bringen eigene  
Ideen ein und arbeiten gerne in verschiedenen Teams. Ein hohes  
Qualitätsbewusstsein sowie von Vorteil Erfahrung in der Systemgastronomie  
runden Ihr Profil ab. Die Arbeitsinhalte erfolgen  
gemäss Arbeitsplan zwischen Montag und Sonntag meist ohne  
Zimmerstunde.

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

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

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

**ZFV-Unternehmungen**  
Filielstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
info@zfv.ch, [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

1101-007

## Lake Side

LUNCHING | DINING | MEETING

Das Lake Side liegt direkt am Seeufer und nahe dem Stadtkern. Das À-la-  
carte-Restaurant (13 GaultMillau-Punkte) verfügt über 130 Innenplätze sowie  
120 Terrassenplätze und 30 Plätze an der Bar. Zusätzlich bietet unser Selbstbe-  
dienungsrestaurant Lake Away auf unserer Terrasse 200 Gästen Platz.  
Im Obergeschoss befinden sich unsere Bankett-, Seminar- und Kongressräum-  
lichkeiten mit einer Kapazität bis zu 500 Personen. Die Küche bietet ein vielfäl-  
tiges mediterranes-euroasiatisches Angebot und im Restaurant befindet sich  
unsere bekannte Sushi-Bar.

Zum Auftakt der Sommersaison und zur Eröffnung unserer Sommer Lounge  
suchen wir noch folgende Mitarbeiter per Eintritt März/April 2011 oder nach  
Vereinbarung in Saison- oder Jahresstelle:

**Chef de Rang  
Barmitarbeiter  
Chef Saucier  
Chinakoch**

Suchen Sie eine neue Herausforderung in einem dynamischen Umfeld und  
in einem grossen Gastronomieunternehmen, das Ihnen Perspektiven bieten  
kann, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung an:

Kramer Gastronomie, Restaurant Lake Side, z. Hd. Frau Karin Frunz, Belleri-  
strasse 170, 8008 Zürich, Tel. 044 385 86 26, [www.kramergastronomie.ch](http://www.kramergastronomie.ch)

## ZÜRICH AMBIANCE

1145-006



Die "Waldegg", nicht einfach ein Restaurant,  
sondern ein Gesamterlebnis. Eingebettet in  
einer wunderbaren Landschaft, pflegen wir die  
traditionelle appenzelische Gastfreundschaft  
mit einer gutbürgerlichen Küche, Tag für Tag,  
seit mehr als einem halben Jahrhundert.

Zurzeit sind folgende Stellen frei:

**- Koch  
- Chef de Partie  
- Restaurationsfachfrau/mann  
- Küchenhilfe**

Überzeugen Sie uns von Ihren Qualitäten  
und vielleicht überzeugen Sie schon bald  
unsere Gäste. Wir freuen uns auf Ihre  
schriftliche Bewerbung.

Niklaus und Anita Dörig  
Aussere Egg 977, CH-9053 Teufen AR  
Telefon +41 71 333 12 30  
[www.waldegg.ch](http://www.waldegg.ch)

1152-001



Für unser Restaurant/Hotel  
und Bankettbetrieb suchen wir für die  
Sommersaison April/Mai-September

**Jungkoch/Koch 100%  
Servicefachangestellte(r) D/F 100%**

Ihre Bewerbung senden Sie an:  
**Schloss Salavaux GmbH**  
Doris Loretan/Martin Zbinden  
Route Villars-le-Grand 16  
1585 Salavaux  
Tel. 026 677 89 20  
[info@schloss-salavaux.com](mailto:info@schloss-salavaux.com)

1167-002

## Wollen Sie Ihren Gastrovirus während den normalen Büroarbeitszeiten leben?



**Wir machen es möglich!**

Falls Sie der Meinung sind, dass ein geregeltes Familienleben und viel Freizeit  
bei einem verantwortungsvollen Job als

**Sous-Chef (m/w)**

Eintritt nach Vereinbarung

nicht möglich ist, dann sollten Sie unbedingt weiterlesen!

Das Graf-Z befindet sich im Parterre des Bürohauses «Portikon». Es umfasst  
ein Restaurant mit einem Selbstbedienungs- und einem À-la-carte-Bereich  
mit 200 Sitzplätzen und grosser Terrasse mit 240 Sitzplätzen, ein Bistro/Take-  
away sowie das Catering für die Stockwerkverpflegung, Konferenzen und  
Sonderveranstaltungen. Der Betrieb ist mehrheitlich auf die Büroöffnungs-  
zeiten ausgerichtet.

Haben Sie Erfahrung in der Systemgastronomie und in der À-la-carte-Küche  
und sind interessiert auch etwas mehr an Verantwortung zu übernehmen?  
Sind HACCP, Menügestaltung, Rezepturen und Bestellwesen keine Fremd-  
wörter für Sie?

Sie lieben Ihren Beruf und konnten sich in der Kochkunst bereits unter Be-  
weis stellen, speziell auch in der «Cook & Chill»-Produktion. Sie suchen eine  
Herausforderung und sind bereit im Team neue Wege zu gehen. Sie sind en-  
gagiert, kreativ, qualitätsbewusst und pflegen ein hohes Verantwortungsbewusstsein.  
Einsatzbereitschaft ist für Sie kein Fremdwort und Ihre aufgestellte  
Art motiviert Sie im Team zu Höchstleistungen.

Senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen und Sie kommen  
schon bald in den Genuss von geregelten Arbeitszeiten, hoher Eigenverant-  
wortung und attraktiven Anstellungsbedingungen

**Graf Z AG, Thurgauerstrasse 130, 8152 Glattpark**  
[info@graf-z.ch](mailto:info@graf-z.ch), Frau F. Yancy, Tel. 058 680 34 14

1152-005



Wir suchen PER SOFORT oder nach Vereinbarung einen

**Entremetier**

Sind Sie jung und ehrgeizig, 17 GMP und einen Michelin-Stern  
mit unserem kleinen Team zu verteidigen?  
Sie haben Ideen, die Sie gerne umsetzen möchten?  
Dann sind Sie genau unser/e Mann/Frau. Wir freuen uns auf  
Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

[info@adler-nebikon.ch](mailto:info@adler-nebikon.ch) [www.adler-nebikon.ch](http://www.adler-nebikon.ch)  
Raphael Tuor, Vorstätt 4, 6244 Nebikon Tel. 062 756 21 22

1199-002

## \*\*\*HOTEL AAREHOF

BAHNHOFSTRASSE 5  
CH-5103 WILDEGG

Das Hotel Aarehof ist ein neu renoviertes 3\* Hotel  
mit einer jungen Führungscrow. Zur Unterstützung  
suchen wir folgende Team-Mitglieder

**Sous Chef (per April)**

Sie sind motiviert und initiativ und unterstützen und  
vertreten unseren Küchenchef bei der Umsetzung  
des mediterranen Konzeptes und legen Wert auf  
gute Mitarbeiterführung.

**Front Office Mitarbeiter (n.V.)**

Sie sind charmant, Gästeorientiert und zielstrebig  
und möchten unseren Hotelgästen das erste  
Lächeln in unserem Haus schenken.

**Servicefachangestellte (per sofort)**

Sie sind eine aufgestellte Persönlichkeit, die es  
liebt, unsere Gäste an vorderster Front zu  
verwöhnen und zu umsorgen. Sie arbeiten  
selbstständig und sind dennoch ein Teamplayer.

Wenn Sie eine dieser Herausforderungen anspricht  
und Sie diese Eigenschaften mitbringen, dann  
freuen wir uns über Ihre Bewerbung.

**Hotel Aarehof Wildegg**

Harald Raab

Bahnhofstrasse 5 ; 5103 Wildegg

062 887 84 84

[administration@aarehof.ch](mailto:administration@aarehof.ch)

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

Ein Betrieb der

**AARGAUHOTELS.CH**

1199-003



Das Hotel Schützen Lauterbrunnen ist ein traditionelles, typisch  
schweizerisches \*\*\*Chalethotel mit 27 Zimmern, heimeligem,  
neu renoviertem Restaurant & Speisesaal mit 80 Sitzplätzen,  
rustikalem Grill-Stübel mit 25 Sitzplätzen sowie Gartenrestaurant  
mit rund 100 Sitzplätzen und atemberaubendem Ausblick auf  
die grandiose Bergwelt.

Ab sofort oder ab Mitte Mai suchen wir zur Verstärkung unseres  
Teams ein/e/n

**Direktionsassistent/-in**

Wir können nur gut sein, wenn Sie gut sind. Deshalb suchen wir  
Mitarbeiter, die an sich selbst die höchsten Ansprüche stellen.

- Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung im  
Hotelfach und konnten bereits Erfahrungen in dieser Position  
sammeln
- Mit Ihrer strukturierten Arbeitsweise und Ihrer Koordinationsfä-  
higkeit unterstützen Sie die Geschäftsleitung bei allen anfallen-  
den administrativen Aufgaben
- Sie führen selbstständig die Buchhaltung und die Personal-  
administration
- Sie übernehmen die Leitung und die Organisation des Rezep-  
tionsteams und arbeiten dort operativ mit
- Vertretung der Direktion bei Abwesenheit
- Mit Ihrer offenen Kommunikation und natürlichen Ausstrahlung  
sind Sie ein aufmerksamer Ansprechpartner für unsere Gäste
- Sie verfügen über MS-Office- und Protel-Kenntnisse, Topal  
und Mirus/Mirela von Vorteil
- Sie sprechen Deutsch, Englisch und eine weitere Fremd-  
sprache

Wollen Sie uns unterstützen und begleiten? Dann freuen Sie sich  
auf:

- Arbeiten in einem zukunftsorientierten und aufstrebenden  
Hotel in Jahresstelle
- Verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Aufgaben
- Ein engagiertes und qualifiziertes Team
- Ein kommunikatives, offenes Arbeitsklima
- Die einzigartige Jungfrau-Region
- Unterbringung und Verpflegung sind im Haus möglich

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Hotel & Restaurant Schützen Lauterbrunnen Tel. 033 855 50 50  
Andreas von Allmen, Inh. Fax 033 855 29 50  
Führen 439 [bewerbung@hotelschuetzen.com](mailto:bewerbung@hotelschuetzen.com)  
3822 Lauterbrunnen [www.hotelschuetzen.com](http://www.hotelschuetzen.com)

1152-008



## Sunneziel



Seniorenzentrum Sunneziel, Meggen  
Wir suchen einen versierten/eine versierte  
**Koch/Köchin**  
Weitere Informationen unter  
[www.sunneziel.ch](http://www.sunneziel.ch)

## GRINDELWALD

Hotel Kreuz & Post, zentral, international, genial  
Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 20. Mai  
eine/n motivierte/n, flinke/n

### Servicefachangestellte/n

Sie führen selbstständig eine Station, sprechen D/E/evtl. F  
Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Aufgabe in unserem  
lebhaften A-la-carte-Restaurant mit Terrasse.  
Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!  
Hotel Kreuz & Post, Frau Helena Konzett, 3818 Grindelwald  
Telefon 033 854 54 92 / [www.kreuz-post.ch](http://www.kreuz-post.ch)

## HOTEL OKTOGON

### Jungkoch w/m gesucht

**Ihr Motto**  
Jung, fröhlich, persönlich

**Unser Stolz**  
23 Hotelzimmer, 1 Restaurant, 1 Bar,  
1 Smokers Lounge, 1 Seminarraum

**Ihre Leidenschaft**  
Herzblut bei der Arbeit!

**Wir bieten** eine marktfrische und  
saisonale Küche, kombinieren mit  
verschiedenen Lebensmitteln, ein-  
fach und doch ein bisschen anders,  
frisch und mit guter Qualität.

**Wir setzen voraus** Berufsausbil-  
dung als Koch/Köchin, ein bis zwei  
Jahre Berufserfahrung, qualitätsbe-  
wusst und engagiert.

Auf Ihre Bewerbung per Post oder  
E-Mail freuen wir uns.

Hotel Oktogon  
Denise Jaeger, Stallikerstrasse 1  
8906 Bonstetten  
[d.jaeger@hotel-oktogon.ch](mailto:d.jaeger@hotel-oktogon.ch)  
[www.hotel-oktogon.ch](http://www.hotel-oktogon.ch)



**Zermatt –**  
einer der bekanntesten Ferienorte der  
Alpen bietet für Berg- und Schnee-  
begeisterte mit seinen zahlreichen  
Freizeitaktivitäten den idealen Ort für  
eine Jahresstelle.

Unser traditionelles 4\*\*\*\*-Romantik-  
Hotel Julen wurde durch herzliche  
Gastlichkeit und ungezwungenes  
Ambiente zur Legende.

Um unsere anspruchsvollen Gäste  
auch weiterhin hervorragend  
verwöhnen zu können, suchen wir noch  
folgende qualifizierte und motivierte  
Mitarbeiter/innen:

ab sofort oder nach Vereinbarung  
**Servicefachangestellte/r**

### Chef de Partie

und ab 1. April 2011

### Réceptionist

jeweils in Jahresstellung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung  
mit Foto und Lebenslauf an folgende  
Adresse:

Romantik-Hotel Julen  
Familie Daniela und Paul Julen  
CH-3920 Zermatt  
Telefon +41 27 966 76 00  
Telefax +41 27 966 76 76  
Internet: [www.julen.com](http://www.julen.com)  
E-Mail: [info@julen.com](mailto:info@julen.com)



### Für unser Team 2011 suchen wir noch junge, aufgestellte Berufsleute

Eintritt per sofort oder  
nach Vereinbarung

**Service** (deutschsprachig)  
**Serviceangestellte** (m/w)  
**SEFA / REFA / GAFA** (m/w)  
**Serviceassistenten** (m/w)  
**Praktikant** (m/w)  
**Buffetmitarbeiter** (m/w)  
**Lehrling** (m/w)

### Küche

**Sous Chef** (m/w)  
**Chef de Partie** (m/w)  
**Commis** (m/w)  
**Hilfskoch** (m/w)  
**Praktikant** (m/w)  
**Lehrling** (m/w)  
**Office Mitarbeiter** (m/w)

### sowie

**Réceptionist / Administration**  
(auch Teilzeit möglich)

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche  
Bewerbung mit Foto!

Hotel Chalet Du Lac  
Sascha Abegglen  
3807 Iseltwald

Tel. 033 845 84 58  
Mail: [abegglen@dulac-iseltwald.ch](mailto:abegglen@dulac-iseltwald.ch)

## Hotel Therme Vals

Das einzigartige Hotel mit der einzig-  
artigen Therme an einem einzigartigen Ort.

Wir suchen für die kommende Saison:

im Roten Saal  
Servicefachangestellte

in der Blauen Halle  
Barmitarbeiterin

in der Küche  
Chef de partie  
II. Chef pâtissier  
Commis de cuisine

auf der Etage  
Portier

im Unterhalt  
Chef-Techniker

in der Kosmetik  
Kosmetikerin

in der Therapie  
Masseurin

Die Saison dauert vom 11. Juni 2011 bis 9. April 2012.  
Senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Foto  
oder melden Sie sich per e-mail bei uns.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung  
Sonja Dietrich  
Therme Vals, 7132 Vals  
Telefon 081 926 80 80  
Fax 081 926 80 00  
[sonjadietrich@therme-vals.ch](mailto:sonjadietrich@therme-vals.ch)  
[www.therme-vals.ch](http://www.therme-vals.ch)

## HOTEL STERNEN OERLIKON ZÜRICH

2011 ist ein wichtiges Jahr in der Geschichte des Hotels Sternen Oerlikon:  
Unser im Zentrum von Oerlikon gelegenes Haus wird nach einer Gesamt-  
sanierung als modernes Dreistern-Stadthotel mit 56 klimatisierten Gäste-  
zimmern, zwei Sitzungsräumen bis 24 Personen, Frühstücks-Lounge und  
eigenen Parkplätzen wiedereröffnet.

Das Hotel Sternen Oerlikon will mit seinem zukünftigen Team von 13 Mit-  
arbeitenden durch gelebte Gastfreundschaft und kompetente Dienstleistung  
überzeugen. Als

### Réceptionist (100% m/w)

mit gewinnendem und offenem Auftreten übernehmen Sie diese Aufgabe ab  
Mai 2011. Während der Voreröffnungsphase helfen Sie mit, die Réception  
einzurichten und zu organisieren. Sie sind dafür besorgt, dass die Gäste in  
Genuss einer einwandfreien Dienstleistung kommen. Dies setzt voraus, dass  
Sie ausgesprochen gästerorientiert denken, qualitätsbewusst handeln und gut  
kommunizieren.

Sie verfügen über Erfahrung an der Réception eines Stadthotels, idealerweise  
in Zürich. Den persönlichen und Online-Verkauf unseres Angebotes gehen Sie  
kompetent und verantwortungsbewusst an. Ihre Muttersprache ist Deutsch,  
Englisch und Französisch beherrschen Sie in Wort und Schrift. Dank einer  
kaufmännischen oder vergleichbaren Ausbildung und Ihrer Berufserfahrung  
sind Sie sattelfest in allen anfallenden Arbeiten an einer lebhaften Réception.  
Wir arbeiten mit MS Office 2010 und Fidelio Suite8.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann richten Sie Ihre Bewerbung mit Foto  
bitte an: Susy Pfister, Direktorin, Hotel Sternen Oerlikon, Schaffhauserstrasse  
335, CH-8050 Zürich, [susy.pfister@sternenoerlikon.ch](mailto:susy.pfister@sternenoerlikon.ch). Tel. 043 300 65 60.  
Wir freuen uns auf Sie!

Ein Betrieb der Wüger Gastronomie AG

## Gourmet Restaurant Hotel Alpenblick

Richard und Yvonne Stöckli

3812 Wilderswil-Interlaken

Tel. 033 828 35 50 - Fax 033 828 35 51  
[www.hotel-alpenblick.ch](http://www.hotel-alpenblick.ch)

### Lust auf eine neue Herausforderung

Im Hotel Alpenblick in der Jungfrauregion. Unser Gourmetstübel  
wurde mit 1 Stern Michelin und 16 Punkten Gault-Millau aus-  
gezeichnet.

In unserem dynamischen Team suchen wir

### Réceptionssekretär/-in

mit Erfahrung, D/E/F

### Réceptionspraktikant/-in (ab Mai 2011)

Sie haben eine Hotelfachschule besucht und möchten an der  
Réception tätig sein.

### Servicefachangestellte (m/w)

für alle Bereiche unseres Restaurants

### Hilfskoch

für Reinigung, Frühstück, Salate und Halbpension  
Sie sprechen Deutsch und haben Erfahrung in dieser Tätigkeit

### Frau für Zimmer, Etage und Lingerie

(ab Mai 2011)  
deutschsprachig mit Erfahrung

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

## 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: hotellerieuisse, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Elisabeth Holmeier

Verlagsleitung / Chef d'édition: Barbara König

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

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

E-Mail: [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch) / Homepage: [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

Stellenportal / Plate-forme marché d'emploi: [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

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

Stellenrevue / marché d'emploi – Aus- und Weiterbildung / formation initiale et continue

– Aus- und Weiterbildung / Formation initiale et continue CHF 1.60 4-farbig/quadr CHF 2.10

– Stellenangebote / Demandes d'emploi CHF 1.60 4-farbig/quadr CHF 2.10

– Kaderubrik / rubrique cadres / Tourismus CHF 1.80 4-farbig/quadr CHF 2.30

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

Immobilienrevue / marché immobilier – Kleinanzeigen / petite annonces

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

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

### Termine

– Ausgabe / Numéro

Nr. 10/2011

Nr. 11/2011

Nr. 12/2011

Nr. 13/2011

– Erscheint / Parution

10. 3. 2011

17. 3. 2011

24. 3. 2011

31. 3. 2011

– Anzeigenschluss / Délai

7. 3. 2011

14. 3. 2011

21. 3. 2011

28. 3. 2011

Anzeigenschluss / Délai

Stellen / annonces emploi Mo / Lu 12 Uhr

Liegenschaften- Rubriken / immobilier - rubrique Fr / Ve 12 Uhr

Doppelnummern

Nr. 27/28 / 7. 7. 2011

Nr. 29/30 / 21. 7. 2011

Nr. 51/52 / 22. 12. 2011

Numéros couplés

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

Auflage WEMF-beglaubigt 2010 / tirage contrôlé REMP 2010: Verkaufte Auflage / tirage vendu: 9814 Ex. Gratisauflage / tirage gratuit: 467 Ex.

Druckauflage / tirage imprimé: 13 000 Ex.

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



## 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 **Réceptionspraktikant/in** sammeln Sie Ihre ersten Erfahrungen im Empfangsbereich.
- Restaurant:** Als **Servicefachangestellte/r** gehört ein natürliches Lächeln zum Bestandteil Ihrer Arbeit (à la carte und Halbpension).
- Hotel Arancio:** Als **Serviceangestellte/r** in unserem Partnerbetrieb Hotel Arancio bieten wir Ihnen eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem gut eingespielten Team.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit Zeugniskopien und Foto an:

Hotel Casa Berno  
Direktion  
6612 Ascona

E-Mail: [b.caratsch@casaberno.ch](mailto:b.caratsch@casaberno.ch)  
[www.casaberno.ch](http://www.casaberno.ch)

Member of  
swiss golf hotels

...einfach fantastische "Aussichten"!

Hotel an fantastischer Aussichtslage über dem Lago Maggiore, inmitten mediterraner Parkanlage mit 52 Zimmer & Appartements. Modernes à la carte Restaurant & rustikales Tessiner Grotto mit ca. 180 Sitzplätzen. Von März/April bis Oktober 2011 suchen wir:

### Erfahrener Chef de Partie (D/I)

...der/die eine abwechslungsreiche Arbeit in einem aussergewöhnlichen Dreisterne-Hotel im Süden sucht.

...der/die ein teamorientiertes Denken besitzt und bereit ist, Verantwortung zu übernehmen.

...der/die mithilft, das kreative Konzept zu festigen und weiterzuentwickeln.

Interesse? [www.campagnola.ch](http://www.campagnola.ch). Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen:

La Campagnola  
Direktion  
6575 S. Nazzaro-Vairano

## DELTA

ASCONA

Siamo un rinomato albergo di 5 stelle sul Lago Maggiore e per completare il nostro Team per la stagione estiva 2011 (da aprile a fine ottobre) cerchiamo ancora personale motivato ed intraprendente nelle seguenti posizioni:

**Ricevimento** 2. Chef de Réception, D/I/E/F (in posto annuale)  
Portiere di notte (da fine marzo a ottobre) I/D, con conoscenze di Protel

**Ristorante** Chef de Rang I/D  
Commis de Rang I/D

**Wellness** Estetista I/D, diplomata con almeno 3 anni di esperienza

Attendiamo con piacere la vostra candidatura corredata da curriculum vitae, certificati e foto a:  
Parkhotel Delta, Irene Rianda, Risorse Umane, via Delta 137-141, 6612 Ascona.

## International

### Bruno's Restaurant Pattaya, Thailand

Fredi Schaub, Küchenchef und Besitzer des international bekannten und renommierten Restaurants, sucht zu seiner Unterstützung einen europäischen

### Küchenchef

Fredi Schaub weist 15 Jahre Erfahrung in verschiedenen Top-Hotels der Welt auf und führt seit 14 Jahren erfolgreich Bruno's Restaurant. Nun sucht er einen jungen, passionierten Gourmet-Koch, der mit ihm Bruno's Restaurant weiter ausbauen kann.

Als idealer Kandidat sind Sie nicht älter als 35 Jahre und bringen Erfahrung in der Leitung einer grossen, betriebsamen Küche mit. Kreativität in der Zusammenstellung neuer Menüs ist ebenso eine Voraussetzung wie das problemlose Führen einer einheimischen Küchen- und Servicecrew.

Durch Ihr Gastgeberflair fühlen Sie sich auch im Umgang mit den Gästen wohl und sicher und empfehlen gekonnt Speisen, edle Weine und Tagesspezialitäten.

Nach einer entsprechenden Einführungszeit setzen wir gemeinsam Zielvorgaben, welche bei Erreichung mit einer Umsatzbeteiligung vergütet werden. Eine spätere Partnerschaft ist denkbar.

Der Eintritt erfolgt nach Absprache.

Anfängliche Anstellungsbedingungen:

- Monatliches Salär netto CHF 3000.– bis 4000.–
- Unterkunft in einem gepflegten Dreizimmer-Apartment (200 m²)
- 1 Monat Ferien im Jahr
- Krankenversicherung
- Flugticket

Interessierte Kandidaten senden ihren Lebenslauf mit den entsprechenden Arbeitszeugnissen an [brunos@loxinfo.co.th](mailto:brunos@loxinfo.co.th). Für weitere Informationen und Details kontaktieren Sie Fredi Schaub per E-Mail oder telefonisch unter +66 861 5612.

[www.brunos-pattaya.com](http://www.brunos-pattaya.com)

## Stellengesuche

### RENT a COOK

Küchenchef hat noch Kapazitäten frei.  
Abends – Wochenende.  
Zürich plus 50 km.  
079 935 18 66

Seit 2002 führen wir als **Pächterehepaar** (sie 38, er 40 Jahre jung) erfolgreich ein Gourmetrestaurant (15 Gault-Millau-Punkte) und Kleinhotel. Wegen Auslaufen der Pacht suchen wir nun auf den Frühling 2012 eine neue Herausforderung, sei es als Pächter, Eigentümer oder in leitender Stellung. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktnahme unter Chiffre 11604-6068 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

# hoteljob.ch

Das führende Schweizer Stellenportal für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Le No 1 parmis les plates-formes de l'emploi suisses pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme.

Eine Dienstleistung von hotellerieuisse.

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association



# immobilienrevue htr marché immobilier

htrhotelrevue Nr. 9/3. März 2011

## HESSER

Unternehmensberatung  
für Hotellerie & Restauration  
seit 35 Jahren

Wir sind die Drehscheibe für die  
Vermietung-Verkauf von Hotels u.  
Restaurants und die Spezialisten  
für Marketing u. Betriebsanalysen  
für bessere Betriebsergebnisse

Wir erarbeiten vorgängig eine kosten-  
lose Betriebsanalyse und Offerte

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

Möchten Sie im Raum Zürich ein

## Business-Hotel

mit ca. 50 Zimmern bauen?

Wir verfügen über ein Grundstück mit Restaurant/Bar an ausge-  
zeichneter Lage in einem Gewerbegebiet. Nur ca. 15 Min. vom  
Flughafen Zürich-Kloten entfernt.

Kontaktaufnahme mit unserem Beauftragten bitte unter:

ife-editions d'olt gmbh, Rainstr. 21, 8955 Oetwil a.d.L.

An guter Verkehrslage im Oberengadin  
wartet auf Sie ein gutbürgerlicher, gemüthlicher, bestens  
unterhaltener und rationell eingerichteter

## Gastwirtschaftsbetrieb

\*\*\*Hotel mit 32 Betten und 80 Sitzplätzen in Restaurant  
und 60 auf Terrasse.

Interessenten melden sich für eine Dokumentation bei:  
FOPP Organisation & Treuhand, St. Moritz  
rudolfopp@fopp.ch

## Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

## hoteljob.ch

Finden Sie Ihren  
Traumjob  
mit hoteljob.ch!

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

Viel Erfolg bei der Suche!

### Service / Restauration

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Servicemitarbeiter	Region Zentralschweiz	J25391
Restaurationsfachfrau/-mann	Region Zentralschweiz	J25350
Serviceaushilfe	Region Zentralschweiz	J25687
Praktikant Restauration	Region Zürich	J25643
Frühstücks-Service	Region Zürich	J24033
Frühdienst-Servicemitarbeiter/-in	Region Zürich	J25388
BetriebsassistentIn	Region Zürich	J25567
Chef de Rang	Region Zürich	J25579
Restaurationsleiter/in	Region Zürich	J25640
Serviceaushilfe	Region Zürich	J25690
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J25685
Commis de Rang	Region Zürich	J25641
Servicemitarbeiter/in	Region Zürich	J25563
Bartender	Region Zürich	J25565
Bankettleiter/-in	ganze Schweiz	J25369
Chef de rang (Irland - Region Kerry)	International	J25327
Commis de rang	Tessin	J25328

### Hauswirtschaft

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Housekeeping Supervisor	Region Basel	J25625
Ausbildner/-in Hauswirtschaft	Region Basel	J25371
Anfangsgouvernante	Region Oberwallis	J25399
Etagengouvernante (Teamleader)	Region Ostschweiz	J25358
Portier	Region Ostschweiz	J25329
Teamleiter/in Housekeeping	Region Ostschweiz	J25364
Generalgouvernante	Region Ostschweiz	J25680
Gouvernante	Region Zentralschweiz	J25344
Leiter / Leiterin Zentrale Dienste	Region Zürich	J25698
Mitarbeiterin Hauswirtschaft	ganze Schweiz	J25697
Hotelfachassistentin	ganze Schweiz	J25696

### Marketing/Verkauf/KV/IT

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Personal Assistant	Region Basel	J25578
Sachbearbeiter Rechnungswesen	Region Bern	J25627
Junior HR-Manager	Region Zürich	J25693
Personalberater (w) 80-100%	Region Zürich	J25555
Assistent(in) Human Resources & Administration	Region Zürich	J25597

### Diverses

Position, Arbeitgeber	Ort	Job-Code
Kellermeister	Region Bern	J25639
Betriebstechniker (m)	Region Graubünden	J25683
Leiter/in Privatservice 60 %	Region Mittelland (SO,AG)	J25386
Floristin	Region Ostschweiz	J25361
Portier / Hausdienst Mitarbeiter	Region Zentralschweiz	J25595
AssistentIn des Verwaltungsrates	Region Zentralschweiz	J25389
Kinderbetreuerin	Tessin	J25380

### Express Stellengesuche

1	2	3	4	5	6
B1788	Catering, Events, Service	41	IT	per sofort	D I
B329	Chef de service/Gastgeber	54	AT	per sofort	D F E
B1142	Direktion/Réception/Marketing	48	DE	per sofort	D F I E
B1752	Reception, Housekeeping	28	CH	per sofort	D E
B1674	F&B Bereich, Service, auch Aushilfsweise	47	AT	per sofort	D F E
B1729	Herausforderung	50	CH	per sofort	D F I E/ES
B731	Küchenchef	43	DE	per sofort	D F I E
B275	Marketingassistentin	29	CH	per sofort	D F I E ES
B140	Personal, Geschäftsleitung, Verwaltung	45	DE	per sofort	D E
B1574	Réceptionist oder Back Office	53	CH	per sofort	D F I E
B1736	Reiseleitung / Reception	24	CH	per sofort	D F I E ES
B1746	Service	27	GR	per sofort	D E GR
B1148	Servicefachangestellte	27	CH	per sofort	D
B898	Service/Restauration/Bar/Events/Bankett	21	CH	per sofort	D E
B1747	Sous-Chef/ Küchenchef	32	CH	per sofort	D F
B1753	Tourismus	28	HU	per sofort	D F E

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 28. 2. 2011. Aufgeführte Stellenangebote könnten zum Zeitpunkt der Erscheinung bereits nicht mehr aktuell sein.

Weitere Bewerberdossier finden Sie unter [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)