

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2012)
Heft: 36

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: 29.12.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Avec cahier français** pages 19 à 24



Beilage

Die Zentralschweizer Gastgewerbemesse öffnet am Sonntag ihre Tore. Auch dieses Jahr ist die Zagg wieder voll ausgebucht.

Session

Eine clevere Idee für die Expo 2015 in Mailand liegt vor: Spricht der Nationalrat das nötige Geld?

Seite 2

Marketingtag

Über 300 Branchenleute nahmen am 3. Hotelmarketingtag in Zürich teil.

Seite 4 und 20

Tessin

«Wir müssen uns generell stärker nach der Sichtweise der Touristen ausrichten, nicht nach unseren internen Bedürfnissen.»

Seite 5

Elia Frapolli,
seit Anfang August 2012
Direktor von
Ticino
Turismo.



Nicht nachhaltig



Wer das Wallis – hier das Aletschgebiet – aufgrund der Raiffeisen-Aktion kennenlernt, soll in den Folgejahren wiederkommen. Swiss-image

Bisher brachten die Raiffeisen-Aktionen kaum sogenannte Repeater. Das Wallis will dies nun ändern.

ANDREAS GÜNTERT

D en Hotels brachten die Raiffeisen-Aktionen in den Folgejahren bisher keine zusätzlichen Gäste. Dies ergab eine vom Luzerner Institut für Tourismuswirtschaft ITW exklusiv für die htr hotel revue durchgeföhrte Untersuchung. Danach zählten die Hotels aufgrund der Aktionen in den Jahren 2006, 2008, 2010 und 2011 nur zwischen 0 und 15,5 Prozent wiederkehrende Gäste. Urs Wagenseil, Leiter Tourismus

am ITW, dazu: «Die Aktion war immer sehr positiv, aber für das einzelne Hotel leider nicht nachhaltig.»

Nun reagiert man im Wallis auf dieses Malaise: «Wir nehmen das laufende Raiffeisen-Programm als Initialzündung, um das Thema Stammgast-Gewinnung zu lancieren», sagt Urs Zenhäusern, Direktor Wallis Tourismus. Entsprechend werden im Rahmen eines Weiterbildungsprogramms für die Hotellerie- und Restaura-

tionsbranche Kurse durchgeführt, in welchen ein Vorgehen vermittelt wird, das den gesamten Gast-Zyklus umfasst. «Um zukünftige Stammgäste zu gewinnen, müssen die Ferien mit dem ersten Kontakt beginnen», ist Kursteiler Kurt Metz überzeugt. Auch für den Luzerner Verkaufstrainer Hans Peter Frei ist klar: «Stammkunden gewinnt man primär über die persönliche Beziehung.»

Seite 3

Emotionen

Mit viel Gefühl mitten ins Herz des Gastes

Über das Gefühl erobert man das Herz des Gastes, nicht über nackte Fakten, ist die Werberin des Jahres 2011, Nadine Borter, überzeugt. Was emotionale Botschaften betrifft, windet sie Schweiz Tourismus ein Kränzchen: Dass der Schweizer Tourismus Probleme hat, liege sicher nicht an der Werbung. Emotionen weckt auch die Klang-Welt Toggenburg, und das mit Erfolg. Mit neuen Methoden, zum Beispiel per SMS, lässt sich die Gäste-Zufriedenheit zudem gut messen.

Seite 7 bis 12

Champagner

Marketing und Appellation müssen Gleichgewicht finden

In der Champagne steht gemeinsames Vorgehen im Vordergrund. Das Terroir und der Handel haben sich zusammen geschlossen, um dem edlen Ge tränk einen wirtschaftlichen Erfolg zu ermöglichen. Noch bis vor wenigen Jahren lief der Verkauf des Champagners eigentlich von selbst. In der Folge der Krise von 2008 und 2009 haben die grossen Champagnerhäuser vor rund drei Jahren begonnen, ihre Marketinganstrengungen zu forcieren. Die Folge davon: Die einzelnen Marken werden wich-



CIVC/zvg
Grosse Champagnerhäuser sorgen für volle Gläser.

tiger als die Appellation Champagne. Für Dominique Pierre, Direktor der Marke Nicolas Feuillatte, geht die Sache nun vorwärts. «Allerdings müssen wir die Entwicklung aufmerksam beobachten.» Tendenziell erhält aber die ganze Appellation Champagne neuen Schwung. «Die grossen Häuser funktionieren als Lokomotive, welche alle anderen mitzieht», sagt Philippe Vibrotte vom Comité interprofessionnel du vin de Champagne.

Seite 15 und 23

Kommentar

Was will der Gast? Oder was glaubt er zu wollen?



GERY NIEVERGELT

An dem von Schweiz Tourismus und hotellerie suisse veranstalteten Hotelmarketingtag war er der grosse Abwesende, jedoch ständig präsent: der Hotelgast. Was erwartet er von uns? Was will er, und was wird er in Zukunft wollen? Zentrale Fragen, zweifellos, aber im aktuell schwierigen wirtschaftlichen Umfeld tönen sie fast bang. Überspitzt gesagt, habe ich manchmal den Eindruck, wir starten auf den Gast wie das hypnotisierte Kaninchen auf die Schlinge.

Nun ist dieser aber auch nur ein Mensch mit all seinen Widersprüchen. So fällt zunehmend auf, dass zwar immer mehr Reisende die Welt entdecken, im Grunde aber nichts Neues und Überraschendes erleben wollen. Stattdessen möchten sie sich ihrer im Voraus durch Internet oder Social Media gewonnenen Eindrücke und Vorstellungen versichern. Unvorhergesehenes wird für sie rasch zu einem Problem oder Ärgernis.

Wie sich das äussern kann, hat mir ein Branchenkenner am Beispiel der hoteligen Homepages geschildert. Es ist richtig, den eigenen Betrieb im besten Licht darzustellen. Aber wehe, es wird zu stark geschön. Dann wird der Gast unwirsch reagieren, denn er weiss ja bereits beim Antritt der Reise bis ins Detail, wie das gebuchte Zimmer auszusehen hat.

Schwierig. Doch wenn es gelingt, einem solchen Gast zu einem überraschenden Erlebnis zu verhelfen, der hat gewonnen.

Täglich aktuell:
www.htr.ch

Adresse: Monbijoustrasse 130

Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16

E-Mail: redaktion@htr.ch

Aboservice: Tel. 031 740 97 93

E-Mail: abo@htr.ch



9 771662 334000 36

Schlafen ist sinnlich.
roviva OBJECTS
www.roviva.ch

Jilly
Illycafe
www.illycafe.ch

eco bar
Die beste Adresse für Minibars und Zimmersafes:
www.ecobar.ch
Da finden Sie alle Modelle und Preise

Ecobar AG
5621 Zufikon
Telefon 056 631 90 60
Fax 056 631 90 91
info@ecobar.ch

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf

HOREGO
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsbüros.
www.horego.ch

Wetlauf zum Energiesparmeister

Gewerbliche Trockner mit Wärmepumpentechnologie.
60% weniger Energieverbrauch gegenüber vergleichbaren Miele Ablufttrocknern.



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

Aus der Region

Wallis

BBT-Direktor stolpert über eine Aussage in der htr

Die htr hotel revue sorgt im Wallis für einen Eklat. Nachdem sich David Guntern, seit sieben Jahren Direktor von Brig Belalp Tourismus (BBT), in unserer Zeitung kritisch über die Servicequalität einiger Briger Betriebe geäusserzt hatte, ließ eine Schar Hoteliers um Peter Bodenmann Sturm und forderte den Rücktritt des umstrittenen Tourismusdirektors. Trotz komfortabler Rückendeckung durch den Vorstand kapitulierte Guntern und trat am 30. August zurück, gefolgt vom BBT-Präsidenten Paul Schnidrig sowie den beiden dienstältesten Vorstandsmitgliedern. Damit ist der seit Jahren schwelende Konflikt wohl kaum ausgestanden. Der «Walliser Bote» kommentierte: «Dass ausgerechnet Bodenmann und die Brandstifter das Feuer lösen können, glauben nicht einmal die Hoteliers selber.» gn

Baubewilligung für Reka-Dorf Blatten-Belalp

In Blatten-Belalp darf ein neues Reka-Feriendorf mit 50 Wohnungen gebaut werden. Baubeginn ist im Frühling 2013, die Eröffnung ist für Weihnachten 2014 geplant. Die Reka will 28 Mio. Franken investieren. Die Gemeinde Naters hat die Baubewilligung erteilt, nachdem die drei eingegangenen Einsprachen geklärt und beseitigt werden konnten. Seit der Verabsiedlung der Verordnung über die Zweitwohnungsinitiative ist zudem klar, dass Reka-Feriendörfer nicht unter die Beschränkung fallen.

Hörnlöhütte am Matterhorn soll saniert werden



Die Hörnlöhütte und das neben ihr stehende Berghaus Matterhorn sollen bis 2015 saniert und umgebaut werden – prächtlich zum 150-Jahre-Jubiläum der Erstbesteigung des Matterhorns. Die Burgergemeinde Zermatt und die Stiftung «Hörnlöhütte 2015» wollen die beiden Bauten den heutigen Anforderungen an Umweltverträglichkeit, Sicherheit, Hygiene und Funktionalität anpassen. Für Sanierung und Umbau seien Investitionen von rund 8 Mio. Franken nötig.

Graubünden

«Scuol Palace» in Nairs wird versteigert

Die Friedman GmbH, die das Hotel besitzt und bis August 2010 mit koscherer Küche für jüdische Gäste führte, hatte in zwei Jahren keinen Kaufinteressenten gefunden. Nun wird das «Scuol Palace» betreibungsamtlich versteigert. Die amtliche Schätzung beträgt laut «Bündner Tagblatt» für das Hotel rund 6 Mio. Franken, für die Einrichtungen rund 1,1 Mio. und für das Nebenhaus 220'000 Franken. Die Gemeinde Scuol würde einen Investor plausionsrechtlich unterstützen. jkv

Expo 2015 wird konkret

23,1 Millionen Franken soll der Schweizer Auftritt an der Weltausstellung in Mailand kosten. Der Nationalrat entscheidet in der kommenden Session über den Kreditrahmen.

Theres Lagler

Eine grosse Weltausstellung direkt vor den Toren der Schweiz: Diese Chance will sich der Bundesrat nicht entgehen lassen. Er beantragt dem Parlament einen Verpflichtungskredit von 23,1 Millionen Franken, um an der Expo 2015 in Mailand teilzunehmen. Der Nationalrat entscheidet in der anstehenden Herbstsession darüber, der Ständerat voraussichtlich in der Winteression. Erst danach können die Planer wieder Vollgas geben. Vor allem das Team um Daniel Christen von der Netwarch GmbH in Brugg dürfte den Entscheid entgegenfeiern. Die noch junge Firma hat im Projektwettbewerb, den Präzisen Schweiz durchführte, über 100 Mitbewerber ausgestochen und darf nun den Schweizer Pavillon gestalten.

«Confederation Helvetica will zum Nachdenken anregen

Beiträge der Name des Projekts – Confederation Helvetica – nimmt spielerischer Bezug auf das Ausstellungsthema der Expo, das sich diesmal der weltweiten Er-



Gratis-Food zum Mitnehmen: Im Schweizer Pavillon sind fünf Türme mit Lebensmitteln gefüllt. Wie rasch sind sie leergegessen?

Zvg

nährung widmet. Der Schweizer Pavillon will dazu eigene Konsumverhalten zu überdenken. «Wir haben fünf Türme mit Schweizer Lebensmitteln gefüllt sind. Die Besucher können die Türme begehen und dürfen sich gratis bedienen», erzählt Daniel Christen. «Geplant ist, dass

«Wir werden vor der Expo festlegen, ob die Türme wieder nachgefüllt werden.»

Daniel Christen
Netwarch GmbH Brugg

sie beim Ausgang einen Scan-Ausdruck erhalten, der aufzeigt,

was passiert, wenn alle anderen auch so viel konsumieren.» Denn eines ist klar: Früher oder später wird der Schweizer Pavillon leer gegessen sein. Was ist für diesen Fall geplant? «Das ist noch nicht entschieden. Wir werden aber sicher vor der Expo

kommunizieren, ob und wie oft die Türme nachgefüllt werden», führt Daniel Christen aus. «Wir werden das Ganze auf Social-Media-Plattformen begleiten und dort Daten zur Verfügung stellen. So können alle vor und nach ihrem Expo-Besuch nachschauen, wie sich der Schweizer Pavillon verändert.» Christen Netwarch GmbH hat auch den Zuschlag erhalten, um den Auftrag der vier Gotthard-Kantone zu gestalten. Graubünden, Uri, das Tessin und das Wallis wollen zu-

sammen einen 150 Quadratmeter grossen Bereich im Schweizer Pavillon belegen. Auch die Städte Basel, Genf und Zürich planen einen Auftritt im Schweizer Pavillon. «Während bei den Gotthard-Kantonen der Tourismus eine wichtige Rolle spielt, ist er bei den Stadtvermarkten weniger im Vordergrund», weiss Christen zu erzählen. «Dabei rückt Zürich mit der Eröffnung des Gotthard-Basistunnels im Jahr 2016 sehr nahe an Mailand.»

Gotthardline und Tourismus optimal vermarkten

Genau diesen Aspekt will Dominique de Buman, CVP-Nationalrat und Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, stärker betonen. Er fordert in einer Motion, dass die Schweiz ihren Auftritt als Werbeplatzform für den Schweizer Tourismus und den öffentlichen Verkehr nutzt. Der Bundesrat solle aufzeigen, wie er die neue Gotthardline lancieren und den Tourismusstandort bewerben wolle. Er stösst damit auf offene Ohren. Der Bundesrat weist insbesondere darauf hin, dass das Rahmenprogramm «Verso l'Expo Milano 2015», das bis zur Eröffnung des Basistunnels läuft, dazu geeignet sei. Die eigentliche Expo läuft von Mai bis Oktober 2015. Die Organisatoren erwarten 20 Millionen Besucher: 75 Prozent aus Italien, 25 Prozent aus dem Ausland.

Session Tourismusbank steht zur Debatte

Präventionsgesetz: Die beiden Räte befassen sich einmal mehr mit dem Präventionsgesetz. Die Wirtschaftsverbände plädierten allesamt für eine Ablehnung. Die geltenden Gesetzesgrundlagen seien ausreichend.

Nationalrat, 13. September
Ständerat, 18. September

Expo 2015 in Mailand: Der Ständerat entscheidet als Erstrat über den Kredit von 23,1 Millionen Franken für den Schweizer Pavillon (siehe Haupttext).
Nationalrat, 18. September

Agrar-Freihandel mit der EU: Der Nationalrat muss in dieser Session Farbe bekennen. Er ent-

scheidet über eine Motion des Ständerats, die eine kontrollierte Öffnung des Agrarmarktes verlangt, sowie eine Standesinitiative des Kantons Waadt, die einen Verhandlungsabbruch fordert.

Nationalrat, 19. September

Autobahn-Vignette: Die Jahresvignette soll künftig 100 statt 40 Franken kosten. Der Verband hotelleriesuisse lehnt die Gebührenaerhöhung ab, begrüßt aber die geplante Kurzeitvignette für ausländische Gäste.
Ständerat, 20. September

SGH: Ständerat Jean-René Fourier (CVP/VS) verlangt, dass der Bundesrat die Aufgaben der SGH

angepasst, um die Folgen der Zweitwohnungsinitiative abzufedern.
Ständerat, 25. September

Nachdiplomstudien: Ständerätin Brigitte Häberli (CVP/TG) will, dass der Bundesrat aufzeigt, unter welchen Bedingungen die Nachdiplomstudien der höheren Fachschulen eidgenössisch anerkannt bleiben. hotelleriesuisse setzt sich stark für dieses Ziel ein.
Ständerat, 25. September

Verhüllungsverbot: Der Nationalrat befasst sich mit einer Standesinitiative des Kantons Aargau, die ein Verhüllungsverbot im öffentlichen Raum verlangt.
Nationalrat, 28. September

Leserbrief

Von Preisdumping zu sprechen, ist vermessen

htr hotelrevue vom 30.8.: «Der Euro-Poker», Kommentar

ren in diesem Business tätig, kann ich das allerdings nicht nachvollziehen. Aussergewöhnliche Situationen rufen nach aussergewöhnlichen Massnahmen.

Ende der 1970er-Jahre hatten wir eine ähnliche Situation mit der damaligen Deutschen Mark. Sie fiel von etwa 1.20 Franken bis unter 80 Rappen. Bereits damals lancierte ich einen fixen Wechselkurs, vor allem um die gut zahlenden deutschen Stammgäste zu schützen. Wir haben es überlebt und von vielen Gästen Dank geerntet.

Eine Wechselkursgarantie heute kostet je nach Höhe der Garantie zwischen 12% und etwa 20% von einem in der Regel eher hohen Preis. Die meisten Touroperators, auch Schweiz Touris-

mus und die Online-Portale, liegen mit ihren Kommissionssätzen in diesem Bereich. Einzelne auch höher. Dabei von Preisdumping zu sprechen, ist vermessen. Diesen Sommer hörte man wieder neu von Gruppenpreisen für chinesische Gäste, vereinzelt bis hinunter auf 25 Franken für Zimmer/Frühstück, sogar in Viersternehotels. Das hingegen ist Preisdumping, wirk zerstörendisch und ist mir unverständlich.

Eigentlich sollte unser Berufsverband froh sein, wenn sich einzelne Unternehmer in ihrem begrenzten Einflussbereich gegen die Euro-Turbulenz wehren und einen für sie stimmen Weg durch die Krise suchen.

Rolf Frick, Hotel Jungfraublick, Wengen

Starker Rückgang der Logiernächte im Sommermonat Juli 2012

Sowohl ausländische als auch Schweizer Gäste sorgten für ein deutliches Minus.

Im Juli 2012 verzeichnete die Hotellerie in der Schweiz insgesamt 3,8 Millionen Logiernächte. Dies entspricht gegenüber Juli 2011 einer Abnahme von 7,2%, wie das Bundesamt für Statistik (BFS) gestern Mittwoch mitteilte. Die Anzahl der Übernachtungen ausländischer Gäste ging um 8,8% zurück, jene der inländischen Gäste um 5%. Die Besucher aus Europa (ohne Schweiz) verzeichneten einen Logiernächterückgang um 12%. Deutschland verlor ein Minus von 73'000 Logiernächten (-14%) und damit die grösste absolute Abnahme aller ausländischen Herkunftsländer. Das stärkste absolute Wachstum aller Herkunftsländer wies

China mit plus 21'000 Logiernächten (+27%) auf. Gegenüber derselben Vorjahresperiode verzeichneten im Juli 2012 sämtliche Tourismusregionen eine Abnahme der Logiernächte. Den deutlichsten absoluten Rückgang musste laut BFS das Genferseebereich (Waadtland) mit einem Minus von 54'000 Logiernächten (-17%) hinnehmen, vor Graubünden und dem Berner Oberland.

Von Januar bis Juli 2012 kumulierte sich die Zahl der Logiernächte auf 20,7 Millionen, was einer Abnahme um 4,4% entspricht. Bei den ausländischen Gästen betrug das Minus 6,6%, bei den Schweizern 1,4%. dst

Raiffeisen-Aktionen bringen jeweils Tausende neuer Gäste, die im Jahr danach wieder wegfallen. Die Walliser wollen jetzt mehr Nachhaltigkeit in die Sache bringen.

ANDREAS GÜNTERT
»Die aktuelle Raiffeisen-Aktion ist flächendeckend gut angelaufen.« Der Direktor von Wallis Tourismus ist weiterhin zuversichtlich, die angestrebten 150'000 Logiernächte bis Ende November zu erreichen. Was der Direktor von Wallis Tourismus aber auch weiß: «Die Erfahrungen aus anderen Regionen zeigen, dass die Raiffeisen-Welle 2 bis 3 Prozent zusätzliche Übernachtungen bringt. Doch diese fehlen im Jahr darauf wieder.»

Kompetenz zur Gewinnung von Stammkunden stark ausbaufähig

Die Erstgast-Bindung sei ein bekanntes Problem, sagt der Luzerner Verkaufstrainer Hans Peter Frei, der unter anderem professionelle Dienstleistungsanbieter und Investitionsgüter-Unternehmen berät: «Stammkunden gewinnt man primär über die persönliche Beziehung, man muss die Vorlieben seiner Gäste genau kennen und sich danach richten.» In der Schweizer Hotellerie und Gastronomie, sagt Frei, sei diese Kompetenz «noch stark ausbaufähig». Wie sehr er dabei hapert, hat das Luzerner Institut für Tourismuswirtschaft ITW mittels Stichproben analysiert (siehe Text unten). Fazit des Leiters Tourismus Urs Wagenseil: «Die einzelnen Hotels schaffen es nicht, aus der Raiffeisen-Aktion Stammgäste zu gewinnen.»

In Wallis will man es besser machen: «Wir nehmen das lau-



Gäste, die eine Ferienregion aufgrund einer Aktion buchen, sollen dazu animiert werden, es zu wiederholen.

Den Gast anbinden

fende Raiffeisen-Programm als Initialzündung um das Thema Stammgast-Gewinnung zu lancieren. Solche Aktionen sollen mehr sein als ein einmaliges Logiernächte-Strohfeuer», sagt Zehnhäusern. Konkret wurden im Rahmen von «Ritz», dem Walliser Weiterbildungsprogramm für die Hotellerie- und Restaurationsbranche, Kurse durchgeführt. Die halbtägigen Seminare «Stammgäste und Bot-

schafer» führte die Gümliger Konzeptchuchi GmbH durch. Vier solcher Kurse mit insgesamt 35 Teilnehmern fanden bereits statt, sagt Konzeptchuchi-Partner Kurt Metz.

Vermittelt wird ein Vorgehen, das den ganzen Gastzyklus umfasst. Das kann beispielsweise mit einem Mail an den Gast zehn Tage vor seiner Ankunft geschehen, in dem ihm ein Abholservice oder ein reservierter Parkplatz angeboten und Informationen über Aktivitäten im Haus oder vor Ort während seines Aufenthaltes vermittelt werden.

Gespräch führen, nicht bloss abbrechen

«Um zukünftige Stammgäste zu gewinnen», sagt Metz, «müssen die Ferien mit dem ersten Kontakt beginnen.» Mit individueller Betreuung während des Aufenthalts, dem Speichern aller Vorlieben des Gastes sowie geheimer Verabschiedung gelingen es, «Botschafter zu generieren, die nach dem ersten Aufenthalt gute Kunde verbreiten.» Was

eigenlich selbstverständlich sein müsste. Und es doch nicht ist, sagt Metz: «Stammgästpflege ist selten bis nie Teil der Ausbildung, hier gilt es sehr viel nachzuholen.»

Auch wenn man wisse, dass das letzte Erlebnis am längsten haften bleibt, laute die Abschiedsfrage an der Reception viel zu oft noch: «Hatten Sie etwas von der Minibar?» Besser wäre es, ein Gespräch mit dem Gast zu pflegen, als bloss mit ihm abzurechnen. Ideen dazu kamen viele zusammen in den Kurs-Gruppenarbeiten; die gesammelten Inputs werden demnächst als Handbüchlein erscheinen.

«Ein interessanter Kurs, der einem auch im Austausch mit anderen Teilnehmern viel bringt», urteilt Teilnehmer Karin Bittel, Gastgeberin des Hotel-Garni Slalom auf der Bettmeralp. Zwar wisste man einiges bereits, doch das gehöre im Hochbetrieb oft unter. Bei ihren Bemühungen richtet sich Bittel unter anderem darauf, was der Gast noch nicht gemacht hat: «Wenn jemand eine schöne Wanderung verpasst oder nicht gekannt hat, merken wir uns das und haken nach. Es kann ein guter Grund sein, wieder zu uns zu kommen.»

Repeater Höhere Quote erwünscht

Exklusiv für die htr hotel revue untersuchte das Luzerner Institut für Tourismuswirtschaft ITW die Nachhaltigkeit von Raiffeisen-Aktionen. Mittels Telefonanrufen bei Hotels wurde die Rate der Wiederholungsgäste eruiert. Da meiste kleine Datenbanken geführt werden, ist von eher intuitiven Rückmeldungen auszugehen, die für eine Stichprobe aber aussagekräftig sein dürften. Leiter Tourismus Urs Wagenseil: «Die Aktion war

immer sehr positiv, aber für das einzelne Hotel leider nicht nachhaltig.» Die teilnehmenden Hotels wünschen sich eine Wiederholung, Auslastung, zusätzliche Gastro-Umsätze sowie Erträge über den Zusatzverkauf von Vollzähler-Nächten. Fazit: Der meiste positivem Fazit: Der größte Erfolg, so Wagenseil, sei die Aktion selbst: «Raiffeisen-Mitglieder profitieren von der Ausschreibung – und fahren somit jedes Jahr grossmehrheitlich

in die nächste Aktionsgegend. Sie kommen eher selten zum selben Hotel zurück.» Untersucht wurden vier Regionen. Die Resultate: Tessin (Aktion im Jahr 2006): 30 von 132 Hotels kontaktiert. 20 Hotels gaben eine konkrete Antwort. 3 von 20 Hotels hatten wiederkehrende Gäste. Wiederholer: 15 Prozent.

Graubünden (2008): 89 von 202 Hotels kontaktiert. 40 Hotels gaben eine konkrete Antwort. 5 von 40 Hotels hatten wiederkehrende Gäste. Wiederholer: 15,5 Prozent.

Waadt/Genf (2010): 25 von 113 Hotels kontaktiert. 21 Hotels gaben eine konkrete Antwort. In keinem der Hotels gab es wiederkehrende Gäste. Wiederholer: 0 Prozent.

Berner Oberland (2011): 40 von 110 Hotels kontaktiert. 32 Hotels gaben eine konkrete Antwort. 5 von 32 Hotels hatten wiederkehrende Gäste. Wiederholer: 15,5 Prozent.

STV: definitiv neu organisiert

54 stimmberechtigte Mitglieder haben an der Generalversammlung des Schweizer Tourismus-Verbands (STV) die Strukturreform beschlossen.

An der 80. Generalversammlung des Schweizer Tourismus-Verbands (STV) im Grimsel-Hospiz wurde die traktierte Strukturreform (siehe htr hotel revue vom 23. August) einstimmig beschlossen. Der Vorstand verkleinerte sich von 45 auf 8 Mitglieder. Das sind Dominique de Buman (Präsident STV, Nationalrat CVP), Bernhard Kuster (Direktor Gastrouisse), Ueli Stuckelberger (Direktor Verband öffentlicher Verkehr und Seilbahnen Schweiz). Richard

Kämpf vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und ST-CEO Jürg Schmid werden Beisitzende ohne Stimmrecht. Folgende drei Vorstandsmitglieder präsidierten die neuen ständigen Kommissionen: Christoph Juen (CEO von hotelressort) steht der Kommission Wirtschaftspolitik vor. Fredi Gmür (CEO Schweizer Jugendherbergen) der Qualitätsentwicklung und Bildung und Marcel Perren (Direktor Luzern Tourismus) der Marktentwicklungs politik; Perren wurde zudem zum neuen STV-Vizepräsidenten gewählt und der bisherige Vize Gerald W. Beindorff im Rahmen der GV verabschiedet.

Präsident de Buman forderte von den 80 anwesenden Mitgliedern in seiner Ansprache, nicht über Wechselkurse zu lamentieren. sag

ren; vielmehr seien «Kreativität, Mehrwerte für den Gast und der Willen zur Kooperation der Schlüssel zum Erfolg der touristischen Branchen.» Mit der Verordnung des Bundesrates zur Zweitwohnungsinitiative zeigte er sich zufrieden.

STV-Direktor Mario Lütolf präsentierte die Rechnung 2011 mit einem Plus von 21'364 Franken. Den zusätzlichen Aufwänden von +8,8% stehen zusätzliche Erträge von +13,2% gegenüber; die Differenz erklären sich vor allem durch die Mehrträge im Bereich Innentourismus und durch die Auflösung von Rückstellungen aus den Jahren 2009 bis 2011. Gastgeber Gianni Biasutti, CEO KWO, ging in seiner Gaste rede auf die Verbundung von Natur, Tourismus und Energie ein.

Sabrina Jörg, Milestone-Projektleiterin, freut sich: für den diesjährigen «Milestone Tourismuspreis Schweiz» wurden 92 Projekte eingereicht. In der Kategorie «Herausragendes Projekt» sind es 73 Eingaben, 8 davon aus der Romandie und 3 aus dem Tessin. Um den Umweltpreis bewerben sich 10 Projektverfasser, 2 davon aus der Romandie. Für den Nachwuchspreis gingen 9 Projekte ein.

Als wichtigste Auszeichnung der Branche würdigt der Mile stone seit über zwölf Jahren herausragende Leistungen, Projekte und Persönlichkeiten im Schweizer Tourismus. Nun ist die Jury unter dem Vorsitz von

Milestone 2012: 92 Projekte wurden fristgerecht eingereicht

Bewerbungen kamen aus der Deutschschweiz, der Romandie und dem Tessin.

Mario Lütolf, Direktor des Schweizer Tourismus-Verbandes, gefordert. Weitere Jury-Mitglieder sind: Fiorenzo Fässler, Managing Director, Smarket AG; Harry John, Tourismusexperte; Barbara Rigassi, Managing Partner Brugger und Partner AG; Jürg Stettler, Leiter Institut für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Luzern. Am 27. September 2012 werden die nominierten Projekte in der htr hotel revue vorgestellt. Die Preisverleihung findet am 13. November im Kursaal Bern statt.

Alle Teilnehmer:
www.htr-milestone.ch/de/milestone/teilnehmer.html

Aus der Region

Berner Oberland

«Hirschen» in Gunten für 16 Mio. zum Verkauf

Die indischen Investoren der Firma Swiss Dreams Hotel, die das seit fünf Jahren geschlossene 4-Sterne-Hotel eigentlich renovieren wollten, stellen es nun auf Verhandlungsbasis von 16 Mio. Franken zum Verkauf. Zum «Hirschen»-Besitz gehört nebst dem Hotelgebäude am See auch ein Personalhaus und ein Dienstgebäude auf der anderen Strassenseite, zudem die frühere Direktorenvilla nordwestlich des Hotels, und das Hirschen-Bedi. Die Baubewilligung läuft laut «Berner Zeitung» im Oktober ab.

Publikumsrekord: 83'000 sahen «Titanic» sinken



Zvg

Das Musical «Titanic» war für die Thunerseespiele ein Publikumserfolg. 83'000 Personen sahen sich die Geschichte vom sinkenden Ozeaniens zwischen Anfang Juli und Ende August an – so viele wie noch nie auf der Thuner Seebühne. Den Erfolg erklären sich die Verantwortlichen mit der gelungenen Inszenierung des Broadway-Musicals durch Regisseur Max Sieber. Zwei Wochen nach Start waren praktisch alle Aufführungen ausverkauft.

Bauprojekt für Resort am Hasliberg

Bis 2015 soll das Hotel-Resort Wasserwendi realisiert werden. Im terrassenartigen Unterbau des bestehenden Hotels sollen laut Baueingabe 26 Appartements entstehen, die zwar verkauft, aber auch ganzjährig vermietet werden sollen. Die Bauherrschaft will hier 14 Mio. Franken investieren. Für weitere 12 Mio. sollen zudem vier Mehrfamilien-Chalets mit je vier Wohnungen sowie zwei Einfamilienhauses gebaut werden. Auch hier ist laut «Jungfrau Zeitung» vorgesehen, die Liegenschaften zu verkaufen und durch das Hotel bewirtschaften zu lassen.

Rundweg am Thunersee: zwei Hängebrücken



Zvg

Am letzten Freitag wurde die 144 Meter lange Hängebrücke über den Spissibach in Leissigen offiziell eingeweiht. Sie gehört zum 56 km langen Panoramaweg-Projekt rund um den Thunersee, mit fünf weiteren Hängebrücken. Die zweite, bei Sigriswil soll im Oktober fertig sein: 340 Meter lang und 180 Meter über der Gummislucht wird die Hängebrücke die Dörfer Aeschlen und Sigriswil verbinden. Diese Brücke wird auch als Schulweg dienen. Die Seile sind gespannt.

Aus der Region

Zürich

Hotelprojekt mit Proberäumen auf der Insel Rheinau

Der Zürcher Kantonsrat gibt grünes Licht für den ersten Schritt zur Neunutzung der Klosterinsel Rheinau, die seit 12 Jahren leer steht. Realisiert werden soll das von der Stiftung «Schweizer Musikinsel Rheinau» beantragte Probenzentrum. Betriebsbeginn soll im Sommer 2014 sein. Der Kantonsrat bewilligte einen Kredit von 28,5 Mio. Franken. Eingerichtet wird ein günstiges Hotel mit Proberäumen für Orchester, Musikgruppen und einzelne Laienmusiker aller Sparten der nicht-verstärkten Musik.

Berner Oberland

Strafanzeige der Bergbahnen Gstaad

Interne Untersuchungen und die reguläre Revision haben bei den Bergbahnen Destination Gstaad (BDG) AG Unregelmäßigkeiten in der Buchhaltung zu Tage gebracht. Die BDG hat deshalb bei der Staatsanwaltschaft in Bern Strafanzeige eingereicht. Die BDG hätten «unverzüglich» weitere Massnahmen umgesetzt, «um einen allfälligen weiteren Schaden abzuwenden», schreiben sie in einem kurzen Communiqué vom Montag. Auf Grund des laufenden Verfahrens gebe es keine weiteren Auskünfte. kjv

Ein Tag für die Zukunft

Vertriebssysteme, das Hotel von morgen oder neue Märkte: Am dritten Hotelmarketingtag wollten über 300 Besucher wissen, wohin die Reise geht.

SABRINA GLANZMANN

Klare Worte von hotelleriesuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel am Montag im «Park Hyatt» in Zürich: Im heutigen wirtschaftlichen Umfeld sei Marketing für den Hotelier das Gebot der Stunde, aber nicht « irgendwelche Laubsägeli-Aktionen mit Ad-hoc-Broschüri hier, Mitgliedermailings da oder Dumpingangeboten dort». Konzepte mit klarer Strategie seien zwingender denn je und die hohen Preise zumindest in nächster Zukunft weiterhin Tatsache. Brentel appelliert an die über 300 anwesenden Hoteliers und Branchenspezialisten, gezielt in die Qualität von Service-Standard, Hotelinfrastruktur und Gesamterlebnis zu investieren. Und er rief sie abermals auf, mit der Buchungsplattform von STC zu arbeiten – mit «besten Preisen, besten Verfügbarkeiten und vor allem attraktivsten Erlebnis-Angeboten», denn die neue



zvg

Sie diskutierten mit Moderatorin Katja Stauber Fragen aus dem Publikum (v.l.): Guglielmo L. Brentel, hotelleriesuisse, Michael Mäder, STC, Jürg Schmid und Urs Eberhard, Schweiz Tourismus.

Buchungstechnologie von STC werde nur so gut sein wie ihr Inhalt.

Das dichte Programm des dritten Hotelmarketingtags von hotelleriesuisse und Schweiz Tourismus, durch den Tagesschau-Moderatorin Katja Stauber führte, thematisierte klar die Zukunft: Schweiz-Tourismus-CEO Jürg Schmid präsentierte das neue Hotelmarketing-Modell von ST, welches ab 2014 umgesetzt werden soll, mit Fokus auf Online, weniger

Print und einer neuen App, die zur «Go-Mobile»-Offensive gehört. Ziel sei eine grössere Reichweite und breitere Distribution in den Märkten. Gespannte Gesichter und gezückte Kugelschreiber sah man während des Referats von Sasha Hausmann. Der deutsche Onlinevertriebs-Spezialist machte eine Auslegung der Buchungsplattformen und -kanäle und zeigte, wo genau welche Kosten für den Hotelier entstehen können, welche Auslagen Online-

Vertriebskanäle selbst haben, und er machte einmal mehr deutlich, dass Vertriebsmanagement längst kein Nebenjob mehr ist. Vertrieb war auch Thema des Gesprächs, an dem Johannes Fuhr von HRS, Markus Luthe vom Hotelverband Deutschland, Hotelier Claude Buchs vom Grand Hotel Bella-Tola in St-Luc und Paul Roll, Direktor Office du Tourisme Paris teilnahmen: Letzterer lancierte für Paris ein eigenes Buchungssystem.

Architektin Vanessa Borkmann vom Frauenhofer-Institut zeigte mit ihrem Projekt «Future Hotel», wie das Hotel künftig aussieht, was der Gast erwartet und wie sich der Hotelier richtig positioniert – zu viel Zukunftsmusik für die Hoteliers in der anschliessenden Diskussionsrunde, geleitet von htr-Chefredaktor Gery Nievergelt. «Die Reise geht Richtung Erlebnisse. Ob das Zimmer rund oder eckig ist, interessiert den Gast nicht» formulierte es Philipp Frutiger von der Giardini Group.

Und die Keynote von Urs Eberhard, Leiter Märkte bei ST, zeigte: die «Flexible Individual Travelers» (FIT) aus neuen Märkten wie China oder Indien werden immer interessanter. Gästegemeinde, für die es sich lohnt, sich interkulturelle Kompetenz anzueignen (siehe dazu auch Box).

Broschüre Tipps zum Umgang mit Gästen aus China

Die Broschüre «Chinesen zu Gast in der Schweiz» von hotelleriesuisse und Schweiz Tourismus ist in komplett überarbeiteter Neuauflage erschienen. Sie enthält Infos und praxisnahe Beispiele für Anbieter touristischer Dienstleistungen zum Umgang mit chinesischen Gästen. Erhältlich unter hotelleriesuisse.ch. sag

ANZEIGE

tiventa
Kompetenzzentrum für Luftungshygiene

...führt zum Genuss, der ankommt!

Aerosolat-Verschmutzungen in Kanalsystemen behandeln
Küchenabluftdecken und Küchenabluft-Hauben reinigen
Brandschutztechnische Reinigungen
Isolationen und Leck-Behandlungen
Analyse der Raumluftqualität
Brandschutzanalysen

Telefon: 0848 000 458

E-Mail: tiventa@tiventa.ch

Web: www.tiventa.ch



Kostenlose Zustandskontrolle
in der ganzen Schweiz
en toute la Suisse
in tutta la Svizzera

energie-cluster.ch

MINERGIE®
FACHPARTNER

«Will nach vorne schauen»

Der Tourismus im Tessin befindet sich in der Krise. Trotzdem gibt sich der neue Direktor von Ticino Turismo, Elia Frapoli, optimistisch.

GERHARD LOB



Elia Frapoli, Direktor von Ticino Turismo: «Man hat sich zu lange auf den Lorbeeren ausgeruht.»

Elia Frapoli, Sie sind seit Anfang August neuer Direktor des Tessiner Verkehrsvereins Ticino Turismo. Das ist ein heißer Stuhl ...

... es ist in der Tat ein heißer Stuhl. Doch als neuer Direktor will ich vor allem nach vorne schauen. Und ich sehe grosse Möglichkeiten.

Trotzdem: Ihre Nominierung war unter anderem wegen ihres jungen Alters sehr umstritten. Ist das eine Last oder ein Ansporn für Sie?

Solche Polemiken sind typisch für das Tessin. Ich bin nun im Amt und kann meine Art und Weise zu arbeiten unter Beweis stellen. Das zählt. Die Polemik ist für mich persönlich abgeschlossen.

Praktisch zeitgleich mit Ihrem Amtsantritt haben die beiden grössten regionalen Verkehrsvereine, Lugano und Ascona/Locarno, einen Generalangriff auf Ticino Turismo (ETT) lanciert. Sie fordern,

das Marketing vom kantonalen Verkehrsverein in die Regionen zurückzuverlegen. Das klingt nach Schwierigkeiten. Wir befinden uns tatsächlich in einer schwierigen Phase. Einerseits hat der Tourismus grosse Probleme, denn die Logiermächte gehen stetig zurück. Andererseits bereiten wir ein neues Tourismusgesetz vor, welches auch die Rolle des ETT definiert. Und in dieser Phase prallen die unterschiedlichen Positionen aufeinander. Jetzt wird gerungen, aber ich bin sicher, dass wir auch diese unerlässliche Polemik überwinden werden.

Tatsache ist aber, dass Lugano in eigener Regie schon mächtig Gas gibt. Die grosse Werbeaktion «Luganer Franken» war nicht mit Ticino Turismo abgesprochen. Ist das nicht ein Affront gegenüber dem ETT? Das sieht ich nicht so. In dieser Pha-

se, das heisst, bis wir das neue Gesetz haben, sind alle Aktionen zur Förderung des Tourismus willkommen. Lugano hat da gewisse Möglichkeiten und nutzt diese. Doch es braucht zweifellos Absprachen und Koordination. Es wäre schlimm, wenn wir uns selbst zerreißen und unsere vergleichsweise geringen Ressourcen durch Doppelprägungen verschleudern würden.

Sie haben selbst gesagt, dass der Tourismus im Tessin eine Krise durchläuft. Wo sehen Sie die wichtigsten Gründe für diese Entwicklung?

Ich bin sehr froh, dass der Kanton Tessin ein Observatorium für den Tourismus eingerichtet hat. So können Fachleute diese Entwicklungen genau analysieren. Sicher ist, dass es eine Reihe von externen Faktoren gibt, die wir nicht beeinflussen können, beispielsweise die Wechselkurse Euro/Franken, oder die Tatsache, dass wir mit Destinationen in Konkurrenz stehen, die mit Low-Cost-Flights leicht erreichbar sind. Wir können und müssen uns im Marketing erneuern, durch Nutzung neuer Technologien wie den Social-Media, wir müssen bei den neuen

Märkten wie China und Indien dabei sein, und auch unsere Strukturen verbessern. Da gibt es viel zu tun.

Das ist leichter gesagt als getan. Eine Reihe von Hotels ist veraltet, und das Geld für Renovationen fehlt.

Das stimmt. Die Ursachen für dieses Problem reichen teilweise weit zurück. Bis in die 1970er-Jahre ging im Tourismus hier vieles wie von alleine – man klagte sogar über zu viele Touristen. Auf diesen Lorbeeren hat man sich zu lange ausgeruht. Die Branche wurde dann – auch politisch – vernachlässigt, und es wurde verpasst, eine wirkliche touristische Kultur aufzubauen, das heißt auch, Gastfreundschaft und Freundlichkeit bewusst zu pflegen.

Manchmal sagt man, das Tessin will Tourismus, aber keine Touristen.

Es ist ein Klischee, aber wie so häufig, ist auch an diesem Klischee etwas Wahres dran. Doch das touristische Selbstverständnis einer Region kann man nicht in einigen Tagen verändern.

Sie sind trotzdem optimistisch?

Auf alle Fälle. Denn ich sehe jetzt eine Reihe von Neueröffnungen in allen Kategorien: Vom B&B im Valle Maggia über die Accor-Hotels in Lugano und die neuen Boutique-Hotels in Ascona und Locarno bis zum neuen Luxusresort in Agra. Dazu öffnet im nächsten Jahr der Aquapark Splash & Spa in Rivera seine Pforten. Das gibt Mut zur Hoffnung. Das sind doch viele Leute, die in den Tourismus investieren und an das Potenzial unserer Region glauben.

Die Deutschschweizer sind neben den Deutschen die treuesten Gäste des Tessins. Werden Sie auch in Zukunft auf diese Märkte setzen?

Mit Sicherheit. 57% unserer Gäste kommen aus der Deutschschweiz. Es handelt sich um sehr treue Gäste, die unsere Region schätzen und mit der Bahn oder dem Auto rasch ins Tessin gelangen. Wegen des Euro-Problems und der Low-Cost-Flüge haben wir leider viele deutsche Gäste verloren. Insgesamt braucht es ein Gleichgewicht. Daher setzen wir auch auf die neuen Märkte, die enorme Wachstumsraten aufweisen, wenn auch noch auf niedrigem Niveau.

Das Tessin verfügt neben dem ETT über 10 lokale Tourismusbüros. Die Feriengäste stehen aber sonntags an Info-Points häufig vor verschlossenen Türen. Ist das Kundenservice?

Das ist eines der Probleme, die es zu lösen gilt. Es betrifft vorab kleine Orte in den Tälern. Wir müssen uns generell stärker nach der Sichtweise der Touristen ausrichten, nicht nach unseren internen Bedürfnissen.

Jungspund leitet Ticino Turismo

Der erst 30-jährige Elia Frapoli ist seit 1. August 2012 als Nachfolger von Tiziano Gagliardi neuer Direktor von Ticino Turismo (ETT). Er hat an der Universität der italienischen Schweiz (USI) Wirtschaft und Kommunikation studiert sowie einen Master in International Tourismus absolviert. Danach war er als Berater tätig und führte ein eigenes Unternehmen. Er hat auch für die Bergbahnen von Airolo und Bosco Gurin gearbeitet. Er ist Neffe von Giovanni Frapolli, der als «Tessiner Seilbahnkönig» in

die Schlagzeilen geriet. Wegen seines jungen Alters und angeblich fehlender Führungserfahrung war die Wahl von Elia Frapoli umstritten.

Für den jungen Tourismusdirektor stehen harte Zeiten an. Denn einer der Knackpunkte der Zukunft wird sein, welche Aufgaben der ETT überhaupt übernehmen soll. Dies wird im neuen kantonalen Tourismusgesetz festgelegt, das zurzeit revidiert wird. Umstritten ist insbesondere die Aufgabenverteilung zwischen kantonalem Verkehrsverein (ETT)

und regionalen/lokalen Verkehrsvereinen (ETL) in den drei Subregionen (Lugano; Ascona/Locarno, Nördliches Tessin). Heute gibt es eine strikte Trennung, welche den Regionen die Gestaltung der Produkte und die Gästeinformationen überträgt, während der ETT das Marketing für die ganze Destination Tessin übernimmt. Frapoli plädiert für die Aufhebung der strengen Aufteilung zwischen Produkt und Marketing. Sein wichtigstes Kriterium für das neue Gesetz: «Der Gast muss im Mittelpunkt stehen.»

gl

Standpunkt

Globalisierung als Chance:
Das Potenzial ist riesig



CHRISTIAN HUNZIKER*

Für die Zukunft ist zu erwarten, dass die fortlaufenden Globalisierungstendenzen die Tourismuswirtschaft immer stärker prägen werden. Die Auswirkungen der Globalisierung sind dabei vielfältig: Verschärfter Wettbewerb, sich anglehnende Managementsysteme und Produktionsweisen, einfacheres Reisen dank politischer Öffnung sind nur einige Beispiele. Zugespitzt kann man sagen, dass aus der Globalisierung hauptsächlich neue Konkurrenten und

«In vielen Schwellenländern entsteht schon bald eine neue Mittelschicht.»

neue Märkte resultieren. Die Konkurrenzsituation dürfte sich für den Schweizer Tourismus weiter verstärken: Neben die Konkurrenz innerhalb des Alpenraums, die starke Konkurrenz aus dem Mittelmeerraum treten also noch neue Konkurrenten aus anderen Erdteilen hinzu.

Dennoch denke ich, dass die Chancen der Globalisierung überwiegen. Dabei denke ich insbesondere an neue Märkte: In vielen Schwellenländern verläuft die wirtschaftliche Entwicklung derart rasant, dass dort schon bald eine neue Mittelschicht entsteht, die sich Reisen in die Schweiz wird leisten können. Wenn die Schweizer Tourismuswirtschaft sich auf die spezifischen Bedürfnisse der Gäste dieser neuen Märkte richtig einstellt, kann ein riesiges Potenzial erschlossen werden. Von der Globalisierung der Nachfrage profitieren in erster Linie die Top-Tourismusdestinationen. Dies zeigt beispielweise die Tatsache, dass aus dem «reifen» Fernmarkt Japan auch heute noch mehr als drei Viertel aller Übernachtungen auf 10 Tourismusorte beschränkt sind. Standorte aus der zweiten Reihe profitieren zwar auch, aber weniger stark.

Die Chancen, die sich durch die neuen Märkte ergeben, sind gross und müssen genutzt werden. Alleinige Fokussierung auf die neuen Fernmärkte bietet für den Schweizer Tourismus aber keine Lösung, der Heim- und Nahmarkt bleibt wichtig, insbesondere aufgrund regional-politischer Überlegungen.

*Christian Hunziker ist Projektleiter bei der BAK Basel Economics AG.

ANZEIGE

Hotelfinden!
Sie haben die Wahl.



www.swisshotels.com



Auch unterwegs. hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

«Warum sollten wir nicht wie jedes andere Land auch stolz auf unser Nationalinstrument sein?»

Eliana Burki Alphornbläserin
Gelesen in der «Schweizer Illustrierten»

Renn-Klassiker in Arosa

Klassische Rennautos und Sportwagen glänzten in der Bergsonne. Höhepunkt des «Arosa Classic Car» war der Große Preis von Arosa am letzten Sonntag.

Den Großen Preis hat Armin Zumtobel gewonnen, der das Rennen in einem Porsche 906 fuhr. Fahrer, Gäste und das Organisationskomitee zeigten sich sehr zufrieden mit dem Event, der am Freitag mit einem Fahrzeugcorso durch das Dorf Arosa begann. Es folgten zwei Renntage. Am Sonntag sahen rund 5000 Personen bei schönem Bergwetter das Rennen entlang der Strecke

und in den Dörfern Langwies, Litzirüti und Arosa. Zufrieden sind auch die Hoteliers und Gastronomen in Arosa - das Gästekommen war über die «Arosa Classic Cars» sehr gross, manche Hotels erreichten über dieses Wochenende die besten Logierzahlen des bisherigen Sommers. Auch die Bars und Restaurants im Dorf waren über die Event-Tage sehr gut besetzt und konnten dementsprechend erfreuliche Umsätze verzeichnen.

Das Rennen um den Großen Preis von Arosa ging problemlos über die Bühne. Dank den guten Wetterbedingungen und der trockenen Strasse waren die Rennzeiten gegenüber dem Vortag markant schneller. Der Tagessieger Armin Zumtobel erzielte eine Renndistanz von 4:35:91. kjkv

Weitere Bilder auf: www.htr.ch/Arosa



Zuschauer-Stimmung auf der Renn-Tribüne gegenüber dem neuen Sport- und Kongresszentrum Arosa. Bilder zvg



Prisca Zanzer, Voluntari Arosa Classic Car, **Didier Cuche**, Ex-Ski-Rennfahrer, **Nicole Hemmi**, Sport&MICE Arosa (v.l.).



Pascal Jenny, Direktor, **Christian Menet**, Präsident Arosa Tourismus, **Yili Ma** mit Ehefrau, Direktor China Tourismus.



Rolf Bucher, Direktor, **Corinna Sturm**, Chef de Réception Sunstar Parkhotel, **Lars Horal**, Direktor Hotel Streiff.

Bergpreis geht ins Muotathal

Die erlebniswelt muotathal GmbH, die im schwyzer Bergtal naturnahe Tourismuserlebnisse anbietet, erhält den mit 40 000 Franken dotierten **Prix Montagne 2012**. Jury-Präsident Bernhard Russi übergab den Preis in Bern.

Seit 2011 zeichnen die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) und die Schweizer Berghilfe mit dem Prix Montagne wirtschaftlich erfolgreiche Projekte aus dem Berggebiet aus, die nachweislich und beispielhaft einen Beitrag zu Wertschöpfung, zu Beschäftigung oder zu ökonomischer Vielfalt leisten. Im Wettbewerb 2012 wurden insgesamt 15 qualitativ überzeugende Projekte eingereicht. «Die sechs nominierten Projekte aus drei Sprachregionen zeigen eindrücklich, wie man

im Berggebiet tatsächlich die wirtschaftlichen Lebensgrundlagen optimieren kann», hält Russi fest. «Alle Projekte, die nominiert wurden, haben Modellcharakter.» Kernstück des Projekts der Erlebniswelt Muotathal sind begleitete Touren mit Schlittenhunden aus Kanada, ergänzt mit Erlebnissen und Übernachtungsmöglichkeiten im mittleren der lebendigen Natur, Kultur und Geschichte des Tales. kjkv

www.berggebiete.ch/prixmontagne



Muotathaler Geschäftsführer (v.l.) **Carlo Heinzer**, **Markus Gwerder**, **Emil Gwerder**, Jury-Präsident, **Bernhard Russi**, **Gery Imhof**.

Niederlegung der Turmschrift zum 100-Jährigen des Suvretta House

Martin Candrian deponiert wie der Gründer sein Dokument in der westlichen Turmspitze des Hotels.

Am 4. September 1912 verfasste der Gründer des Suvretta House St. Moritz, Anton Bon, ein von Hand geschriebenes Dokument zum Baufortschritt des Hotels, mit Vorfreude auf die Eröffnung im Dezember 1912, und legte es in die westliche Turmkugel des Gebäudes. Am 4. September 2012 führte Martin Candrian, Verwaltungsratspräsident der AG Suvretta-Haus und Urenkel von Anton Bon, diesen Brauch fort und deponierte ein von ihm geschriebenes Dokument in der westlichen Turmkugel: als Auftakt zum 100-Jahre-Jubiläum des Hotels. Candrian blickt darin mit Dankbarkeit auf die Leistungen seiner Vorfahren und der heutigen Leistungsträger zurück und wünscht dem Suvretta House, dass ihm das Schicksal in Zukunft ebenso wohl gesinnt sein werde. kjkv



Ein Bergführer legte die Schatulle in die Turmkugel. zvg

Sesselrücken

Standortförderung: Neuer Botschafter im Seco ernannt

Der Bundesrat hat **Eric Jakob**, den neuen Leiter der Direktion für Standortförderung im Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), zum



zvg

Botschafter ernannt. Er tritt die Leitung am 1. Dezember an. Zugleich nimmt er damit Einsatz in die Geschäftsführung des Seco. Eric Jakob, Dr. phil., geboren 1962, von Trub (BE), ist seit Juli 2003 Geschäftsführer der «Regio Basiliensis» und der Interkantonalen Koordinationsstelle bei der Regio Basiliensis (IKRB) in Basel.

Resortmanager von Adelboden: Urs Pfenninger

Urs Pfenninger (Jg. 1969, Bild) wird Resortmanager/ Tourismusdirektor von Adelboden. Er hat letztens als Quereinsteiger ein Certificate of Advanced Studies (CAS) im



zvg

Tourismusbereich an der Hochschule Luzern absolviert. Als Nachfolger von **Jürg Blum** tritt Urs Pfenninger seine Stelle am 1. Februar 2013 an.

Direktorin des osten Schweizer 25hours Hotels

Anita Vogler (30) wird Direktorin des ersten Schweizer 25hours Hotels in Zürich, das am 1. November eröffnet. Sie studierte Hôtelière/Restauratrice HF/SHL an der schweizerischen Hotelfachschule Luzern. Zuletzt leitete sie das Mangeosteen Catering des Outside Catering, Zürich Marriott Hotel.

Neuer Director of Sales im Palace Hotel Luzern

Seit 1. September ist **Christian Stein-Kalesky** (32) der Director of Sales im «Palace» Luzern und für sämtliche Verkaufsaktivitäten verantwortlich. Er war zuletzt Director of Sales der Queens Hotels und ist Nachfolger von **Malte Budde**, der eine neue Herausforderung ausserhalb des Unternehmens annehmen wird. kjkv

ANZEIGE

berndorf
LUZERN

www.berndorf.ch

Guter Stil –
schöne
Augenblicke

BAUSCHER

WEDGWOOD

BERNDORF

www.facebook.com/berndorf.luzern

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

rebagdata
hotel management solutions 044 711 74 10 • www.rebag.ch

hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

protel

Emotionen. Wie man die Gästezufriedenheit misst Seite 8; **Die besondere Nacht im Baumbett** Seite 9; **Die vier Kundentypen** Seite 10; **Die richtige Bildsprache** Seite 11; **Klangwelten im Toggenburg** Seite 12

Werbung lebt von Emotionen. Damit sie entflammen, braucht jede Botschaft die richtige Geschichte, sagt Nadine Borter, Inhaberin der Werbeagentur Contexta.

VIRGINIA NOLAN



Dieses Key Visual von Schweiz Tourismus wirbt auf der Homepage MySwitzerland.com für «Ferien im Land des Wassers».

ZVG

«Wir wollen ja treue Kunden»

Nadine Borter, welche Rolle spielen Emotionen in der Werbung?

Eine sehr wichtige! Rationale Argumente erreichen das Gehirn, Emotionen hingegen sind der Schlüssel zum Herz. Sie entscheiden, ob zwischen Konsument und Marke Verbindung besteht, im besten Fall sogar eine Liebesbeziehung entsteht. Wenn Werbung Gefühle weckt, bleibt sie im Kopf.

Wie gelingt es, solche Gefühle zu erzeugen?

Indem wir Geschichten erzählen. Geschichten, die überraschen, betroffen oder traurig machen, für Freude oder Lust sorgen. Das gelingt aber nur, wenn wir auch das Richtige erzählen.

Das heisst?

Es darf keine konstruierte Geschichte sein. Sie muss einen klaren Bezugspunkt haben: Was hat der Konsument davon, wenn er sich für das Produkt entscheidet? Dieser Nutzen soll für ihn

relevant und vor allem glaubwürdig sein. Die Geschichte muss einen Bezug zum Produkt haben. Zum Beispiel ist es sinnlos, mit erotischer Anmutung punkten zu wollen, wenn im Kern der Sache nicht um Verführung oder Begierde geht.



«Dass der Tourismus Probleme hat, liegt sicher nicht an der Werbung.»

Nadine Borter
Werberin des Jahres 2011

Erotikkarte setzen. Die Botschaft muss eine Verbindung zum Produkt haben, erst dann kann sie Emotionen wecken.

Manche glauben, dass extreme Gefühle eher in Erinnerung bleiben. Muss Werbung schockieren?

Gefühle sollten in der Kommunikation stark ausgeprägt sein.

Schliesslich gilt es, sich Gehör zu verschaffen, und das ist in einer digitalisierten Welt, wo eine Flut von Informationen auf uns einprasselt, nicht

einfach. Das heisst aber nicht, dass man grundsätzlich schockieren soll. Es geht darum, den Nutzen für den Konsumenten anhand einer Geschichte auf den Punkt zu bringen.

Welcher Werbung gelingt das Ihrer Meinung nach sehr gut? Mir gefällt der TV-Spot von Fleuropt sehr gut: Eine Frau besucht das Grab ihres verstorbenen Mannes, wo sie Blumen zum Hochzeitstag vorfindet, die ihr Mann per Kurier organisiert hatte. Der Plot ist perfekt, er röhrt zu Tränen, gleichzeitig führt er den Nutzen der Sache fadengereade ins Feld: Sag uns einmal Bescheid, und am Tag X kommt der Blumenstrauß.

Wie beeinflussen Gefühle den Konsumwunsch?

Meist führen sie nicht unmittelbar zum Kaufimpuls. Wir wollen ja auch nicht einmalige, sondern treue Kunden. Das ist ein langfristiges Projekt. Ich muss dem Konsumenten nicht nur einmal, sondern immer wieder eine Geschichte erzählen, erst dann stellt sich ein Stimmungsbild ein, das Begehrlichkeiten weckt. Es kann mit verschiedenen Emotionen arbeiten, wichtig ist, dass die Botschaft dieselbe bleibt.

Touristen sind eine heterogene Zielgruppe. Welche Gefühle zählen da?

Im Tourismus sind menschliche Nähe, Sympathie, Vertrauenswürdigkeit wichtige emotionale Voraussetzungen. Darauf sollten die Angebote aufbauen.

Wenn Sie das Tourismusland Schweiz vermarkten müssten: Mit welchen Emotionen würden Sie es verbinden?

Mit Genuss, Erholung, Entspannung, mit Natur- und Bergverbundenheit. Und dies alles auf diese authentische Art und Weise, wie man es eben nur in der Schweiz erleben kann.

Gelingt es unseren Tourismusmarktern, dieses Lebensgefühl zu vermitteln?

Ja. Die Tourismuswerbung in der Schweiz hat an Qualität gewonnen. Der Auftritt von Schweiz Tourismus ist toll, und die Spots mit dem Wetter schmöcker oder die einmalige Felsenputzerkampagne sehe ich gerne. Sie zeigen unser Land in

seinen unterschiedlichen Facetten, greifen aber alsamt dieses Authentischen auf, nehmen Bezug auf das Lebensgefühl, das die Schweiz ausmacht. Dass der Tourismus Probleme hat, liegt sicher nicht an der Werbung.

Emotionen Mit viel Gefühl den Gast erobern

Die Emotionen in all ihren Facetten sind Thema dieses Fokus. Denn es sind Gefühle, welche das Herz des Gastes erobern und ihn zu einem treuen Gast machen. Das Toggenburg macht vor, wie mit Klangwelten Logiernächte zählen gesteigert werden können. Erfolg hat auch, wer dem Gast ein besonderes Erlebnis bietet: zum Beispiel eine Nacht im Baumbett. Doch nicht jeder Gast ist gleich emotional: Sachorientierte mögen klare Fakten.

gsg

Mehr Gäste mit MyTable

www.mytable.com

HUG

NEU

Dessert- und Snack-Cones 7.5 cm

We presentieren diese und viele andere Neuheiten an der ZAGG Halle 2, Stand 235

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

happySystems™
I wett i hett es happy-Bett®

www.happy.ch

STINKT ES?

Wir beseitigen - ohne jegliche Chemikalien - schlechte Gerüche (wie z.B. Chlor) und Kanalisationsgestank.

Infos:

Marcel Deriaz, Huobstrasse 15
8808 Pfäffikon SZ
055 420 34 74 • 079 436 36 04
mderiaz@vitaltron.ch

ZAGG

Besuchen Sie uns!
Halle 2 | Stand 285

pistor

Emotionen. Wissenschaft. Wie und wann ein Hotelgast emotional berührt ist, kann mittels wissenschaftlicher Methoden gemessen werden. Allerdings sind sie relativ aufwendig und zeitintensiv.



Gäste werden gebeten, bildhafte Eindrücke von Dienstleistungen im Hotel zu fotografieren. Diese Methode zeigt die kritischen Ereignisse auf.

Alain D. Boillat

Die Emotionen messen

Neben der Psychologie befassen sich immer mehr auch die Soziologie und Wirtschaftswissenschaften mit Emotionen. Mit verschiedenen Methoden lassen sich diese auch messen.

FABIAN WEBER

Das messen Emotionen be- bestimmte Kaufreize er- wecken können, ist eine Erkenntnis, die sich das Marketing gezielt zu Nutzen macht. Im Tourismus ist die wichtige Bedeutung von Emotionen längst erkannt. Emotionen werden durch Erlebnisse ausge-

löst. Ereignisse, die mit Emotionen in Verbindung gebracht werden, bleiben stärker in Erinnerung und können im positiven Fall die Gästebefriedigung stärken. Die Emotionen der Gäste können zwar nicht direkt erzeugt werden. Durch eine gekonnte Inszenierung und einen gastfreundlichen Service werden aber die Voraussetzungen geschaffen, die dem Gast positive Emotionen ermöglichen.

Auf einer Skala seine Emotionen wiedergeben

Den Erfolg beim Wecken von Emotionen zu messen, ist nicht ganz einfach. Am häufigsten werden im Tourismus Fragebögen zur Gästefriedlichkeit eingesetzt. Dabei ist der Gast aufgefordert, die Emotionswelt seines Aufenthalts auf einer festgelegten Skala wiederzugeben. Diese reduzierte Form der Emotionsmessung wird der komplexen Realität oft nicht

gerecht. Der Art der Emotionen wird dabei wenig Rechnung getragen. Dadurch, dass der Fragebogen mit zeitlicher Verzögerung

ausgeführt wird, kann die Bewertung zudem verfälscht ausfallen.

Neben dem klassischen Fragebogen gibt es eine Vielzahl an

Messansätzen der Dienstleistungs- und Erlebnisqualität. Bei der sogenannten Kontaktpunktanalyse werden die Befragten

Per SMS Zufriedenheit der Gäste erfassen

Die HTW Chur hat in einer wissenschaftlichen Studie mit der Experience Sampling Method (ESM) ein Verfahren zur Messung von Emotionen in Hotels eingesetzt, das in der angewandten Psychologie bereits erfolgreich verwendet wird. In dieses Versuch wurden Gäste in ausgesuchten Bündner Hotels während ihres Aufenthalts mehrmals täglich zu unvorhersehbaren Zeitpunkten per SMS aufgefordert, ihre gerade ausgeführte Tätigkeit zu unterbrechen und ihre Zufriedenheit mit bestimm-

ten Aspekten sowie ihren aktuellen Gemütszustand auf einer vorgegebenen Skala einzuschätzen.

Auf diese Weise konnten detaillierte Ergebnisse zur Bewertung der Hardware – wie Réception, Zimmer, Aktivitäten, Gastronomie, Bar und Lounge –, zur Software – wie Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft, Kompetenz, Empfühlungsvermögen und Zuverlässigkeit – sowie zur Bewertung des Prozesses entlang der Servicekette gewonnen werden.

Der Vorteil dieser Methode liegt darin, dass der Abstand

zwischen Erleben und Befragen deutlich geringer ist als bei herkömmlichen Fragebogenverfahren. Zudem ist die Methode multiplizierbar und die Datenerfassung automatisiert. Der Aufwand für die Anwendung einer solchen Erhebung in einem Hotel ist allerdings nicht nur für die Gäste sehr gross. Die Mitarbeitenden müssen gut instruiert sein und entsprechende Anleitungen weitergeben können. Die Hotelgäste müssen zur Teilnahme motiviert werden und technische Herausforderungen bewältigt werden können.

Auch wenn sich solche aufwendigen Methoden in der Hotellerie wohl kaum durchsetzen werden: Die Gäste werden dank der rasanten Entwicklung neuer Technologien schon bald schneller und spezifischer Rückmeldungen über ihr Befinden geben können. Diese Entwicklungen gilt es im Auge zu behalten. Denn erst das Messen der bei den Gästen ausgelösten Emotionen ermöglicht es dem Hotelier, gezielt auf Gäterwartungen einzugehen und immer wieder auf Neue positive Emotionen wecken zu können.

fw

ANZEIGE

MEINE CHANCE

WIR Bank

KMU-SUPPORT PAR EXCELLENCE

Die WIR-Verrechnung – ein geniales System

www.wirbank.ch

Telefon 0848 947 947

ohne Bezugnahme auf eine bestimmte Fragestellung geben, ihre Erlebnisse und Erfahrungen mit einem konkreten Dienstleister zu schildern. Beim Mystery-Shopping überprüft ein anonymer Testkäufer die Dienstleistung des Anbieters und liefert durch aktives Erleben umfangreichere und differenziertere Information über das subjektive Empfinden und über das Verhalten der Gastgeber.

Die Bewertung von kritischen Ereignissen

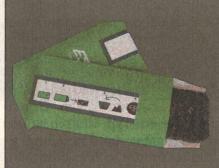
Auf einer noch differenzierteren Ebene setzt sich die Critical Incident Technique mit den Stärken und Schwächen des Dienstleistungsprozesses auseinander. Ziel dieser Methode ist die Erfassung und Auswertung kritischer Ereignisse in der Servicekette. Die Fotomethode verfolgt das Ziel, bildhafte Eindrücke von Kundenerlebnissen und ihre jeweiligen Beurteilungen zu erfassen. Kunden werden gebeten, jene Aspekte von Kundenkontaktsituationen zu fotografieren, die ihre besondere Aufmerksamkeit erregen oder ihnen nicht zusagen. Eine verbreitete Art der Erfassung von Dienstleistungsqualität ist der Emotionsfragebogen. Dieser besteht aus einer Liste von Wörtern, mit denen Gefühle beschrieben werden. Der Kunde wird aufgefordert, bei jedem Wort anzukreuzen, wie er sich zum aktuellen Zeitpunkt fühlt. Nicht zuletzt können physiologische Messungen zur Qualitätsmessung von Erlebnissen und Emotionen eingesetzt werden. Diese zeit- und kostenintensive Methode beobachtet und analysiert allgemeine medizinische Messwerte wie Herzfrequenz (Puls), Blutdruck, hormonelle Veränderungen oder Veränderungen im Zentralnervensystem.

Emotionen. Erlebnisangebot. Sicher und geborgen unter freiem Sternenhimmel übernachten – Esté macht's möglich. Das «Baumbett» trifft den Nerv der Zeit und ermöglicht Touristikern und Hoteliers, ihren Gästen ein Erlebnis zu bieten.

Ein Hotel mit sehr vielen Sternen

Das transportable «Baumbett» Esté ermöglicht Gästen, auf sichere und bequeme Art unter freiem Sternenhimmel zu nächtigen. Erlebnis und Emotionen sind garantiert.

CHRISTINE KÜNZLER



Die «Bienenwiese»: Souvenir in Form einer Schokoladetafel.

Junge Erwachsene wollen in ihren Ferien vor allem Emotionen erleben. Sport, Animationsprogramme oder ein Liebesabenteuer stehen weniger hoch im Kurs. Dies zeigt eine repräsentative Umfrage des Internet-Vergleichsdienstes Compartis.ch bei 1100 jungen Schweizern. Neues und die Natur erleben gehört zu den meistgenannten Bedürfnissen. Und: Die Schweiz ist bei den Jungen mit Abstand das beliebteste Ferienland.

Ein Produkt, das diesen Bedürfnissen in jeder Hinsicht entspricht, ist Esté, eine Mischung zwischen tragbarem Bett und Hängematte. Das Objekt lässt sich an einem Baumstamm fixieren und ist über eine Leiter zugänglich. Esté ermöglicht abenteuerliebenden und emotionshungrigen Gästen, eine Nacht – gut geschützt – unter freiem Sternenhimmel zu verbringen. Hinter der Idee steht Nadine Bucher aus Innenberg. Sie hat Esté im Rahmen ihres Masterabschlusses in Design und Management an der Hochschule Luzern entwickelt. Dies aufgrund ihrer Forschungsarbeit zu erlebnisrelevanten Faktoren von inszenierten Schlafstätten. Anhand von Befragungen, Selbsttest und verschiedener Emotions-, Erlebnis- und Marketingtheorien hat sie die Faktoren erarbeitet, die ein Erlebnis überhaupt entstehen lassen. Sie hat untersucht, weshalb das Schlafen im Iglu, im Maisfeld oder im Bergwerkslobo so boomt, und warum solche Übernachtungsangebote oft eine hohe Auslastung generieren. Sie hat also einen Leitfaden erstellt, der bei der Neuorientierung touristischer Übernachtungsangebote hilfreich ist.

Zusammenarbeit mit Hoteliers oder Tourismusdirektoren

«Ich habe versucht, mit Esté die wichtigsten Punkte aus dem Katalog der erlebnisrelevanten Faktoren praktisch umzusetzen», sagt Nadine Bucher. Naturbezug, Lage, Einbezug des Gastes, Abheben vom Alltag. «Eine Nacht im Freien ist heute mehr denn je ein Abenteuer, ist man sich doch nicht mehr gewohnt. Geräusche und Wetter so hautnah und real zu erleben», hält sie fest. «Ein Hauch Nervenzittern gehört mit dazu.» Nadi-

Nadine Bucher,
Schöpferin von Esté

Zwei Jahre hat sie an diesem Prototyp getüftelt und gefeilt – nun ist er bereit zur Realisation. Nadine Bucher hat den Prototyp an der Designausstellung in Luzern präsentiert und ist damit auf großes Interesse gestossen.

Von Nadine Buchers Originalität und Gastfreundschaft zeugt auch das Souvenir, das der Guest ein paar Wochen nach seinem Baumerlebnis zugeschickt bekommt: eine «Bienenwiese» in Form einer Schokoladetafel. Das getrocknete und mit Samen bestreute Stück Erde wird mit Wasser begossen und beginnt dann zu sprießen. Ein zweites Erinnerungsstück ist eine Schachtel mit einem Samen, der sich, nach Gebrauchsanweisung gepflegt, irgendwann einmal zu einem Bäumchen entwickeln wird.

Eine Stadt aus unzähligen Hotelzimmern

Nadine Bucher, die teilzeitlich als Flight-Attendant Gäste verwöhnt, ist sich gewohnt, ihre Nächte in Hotelzimmern auf der ganzen Welt zu verbringen. Alle hat sie massstabgetreu ein miniature nachgebaut und damit das Kunstprojekt «Roomtown» kreiert. Ihre Affinität zu Hotelzimmern hat das Thema ihrer Masterarbeit massgeblich mitbestimmt: Erlebnis-Schlafen.

«Ich testete die letzten zwei Jahre über 20 ausgewählte Hotels, Lodges und Camps auf der ganzen Welt, hielt deren Stärken und Schwächen fest und entwickelte dazu wenn nötig Verbesserungskonzepte.» All diese Resultate hat sie nun in ihrem «Katalog der erlebnisrelevanten Faktoren» berücksichtigt. «Meine Zusammenstellung zeigt, dass heute eine attraktive Aussicht allein kaum mehr ausreicht, Gäste zu gewinnen.» Es braucht, sagt sie, in allen Bereichen stimmgutes Gesamtkonzept.

Beziiglich Sicherheit ist Esté auf Herz und Nieren geprüft. Das Objekt ist aus einem neuartigen, stabilen Material gebaut, die Aufhängevorrichtungen stammen aus der Industriekletterei. «Der Guest muss jedoch zum Voraus instruiert werden, wie das Objekt zu befestigen ist und wie es sich in unterschiedlichen Situationen verhält.» Jeder Esté ist mit einer Matratze und Kissen und einer LED-Lampe ausgestattet. Den Schlafsack bringt der Guest – je nach Konzept – selber mit.

Aussagen von Testschläferinnen und -schläfern: «Ich kam mir vor wie ein Vogel im Nest, erst rechts als das Frühstück zu mir in den Baum kam.» «Augen auf, und du bist mitten in der Natur – wow, genial!» «Ein Perspektivenwechsel – Entschleunigung – Abheben vom Alltag. Irgendwie wurde mir die Zeit viel bewusster.» «Meine Instinkte wurden bei dieser Nacht draussen geschärft.» «Ich habe seit Langem wieder einmal den vorbeiziehenden Wolken zugesehen – wunderschön.»



Esté wird an einem Baum sicher befestigt und garantiert dem Guest eine erlebnisreiche Nacht.

Originell Schlafen in der Gondel

Die ideenreiche Nadine Bucher hat noch ein weiteres Projekt auf ihrem Schreibtisch liegen: ein Hotelzimmer für zwei Personen in einer ausgedehnten 18 m² grossen Gondel der Zermatt Bergbahnen. Das Erlebnishotelzimmer sollte für einen Sommer lang auf 2300 Metern über Meer in der Nähe von Zermatt platziert werden. Geplant war, die «Marmota Blue», so der Name der blauen Gondel, jedes Jahr an einem neuen Standort aus ihrem Winter schlaf zu erwecken und sie während jeweils fünf Monaten bewohnbar zu machen. Ziel des Projekts: die Themen Alpenraum, Mobilität und Erlebnis tourismus aus einem ungewöhnlichen Blickwinkel zu beleuchten

und für den Guest erlebbar zu machen.

Das Gondel-Zimmer hätte eigentlich im Juni dieses Jahres bezugsbereit sein sollen. Doch eine Einsprache hat die Realisation der «Marmota Blue» verhindert. Der ausführliche Businessplan steht, Sponsoren waren gefunden, das Konzept ist ausgearbeitet – nun wartet es auf neue Interessenten mit ausrangierten Gondeln.

«Das Betreten der «Marmota Blue» soll wie das Öffnen einer Wundertüte sein: Mit Neugierde entdecken, staunen, probieren, genießen, lernen, befühlen, die Zeit vergessen, wieder Kind sein», beschreibt Nadine Bucher ihr Konzept.

angenehm. Kurzgeschichten von Bewohnern der Region, Kunstschriften, Pflanzen- und Vogelführer, Feldstecher und Wanderkarten bringen ihm die Umgebung näher. Das Frühstück wird in die Gondel serviert. Die anderen Mahlzeiten können die Gäste in einem nahe gelegenen Berggasthaus genießen. Die sanitären Einrichtungen werden in einem separaten Raum außerhalb der Gondel platziert.

«Das Betreten der «Marmota Blue» soll wie das Öffnen einer Wundertüte sein: Mit Neugierde entdecken, staunen, probieren, genießen, lernen, befühlen, die Zeit vergessen, wieder Kind sein», beschreibt Nadine Bucher ihr Konzept.

Emotionen. Kundentypologie. Die hohe Kunst des gekonnten Umgangs mit dem Gast ist eine auf den Kundentyp ausgerichtete Kommunikation. Vier Gästetypen sind dabei zu unterscheiden.



Der emotionale Gast: Typ und Stimmungslage verlangen nach der passenden Kommunikation. iStock

Wie der Gast tickt

Dominant oder introvertiert, sach- oder menschorientiert? Jeder Gästetypus will anders behandelt werden, damit er sich wie zu Hause fühlt.

GUDRUN SCHLENZKEK

Welcher emotionale Typ von Gast steht in der Tür? Oft sieht man das erst auf den zweiten Blick, so Alexandra Furrer, Trainerin bei der Schulungsfirmen Neumann Zanetti & Partner in Luzern. «Vorsicht vor dem ersten Eindruck», warnt Furrer. Bevor ein Mitarbeiter urteilt, sollte er den Gast in verschiedenen Situationen beobachten. «Der Mensch ist nicht dumm. Er kennt seine Schwächen und kichert sie gern entsprechend.»

Auf den zweiten Blick offenbart sich dann die Kundentypen. Gemäß dem Insights-Discovery-Profil, basierend auf der Theorie des Psychologen Carl-Gustav Jung, unterscheidet man bei Neumann Zanetti vier verschiedene Charaktere. Der Dominante ist ein extrovertierter und sachorientierter Typus. Er fällt durch sein klares Auftreten auf, formuliert seine Forderungen deutlich und redet oft in kurzen knappen Sätzen. Gegenüber diesem Typ Mensch müsse ein Gastgeber bestimmt und sicher auftreten, so Alexandra Furrer: «Einem Dominanten sollte man auf gleicher Augenhöhe gegenüberstehen. Zu vermeiden seien lange Erklärungen. Die Lösung sollte im Vordergrund stehen.

Ebenfalls extrovertiert, aber menschorientiert präsentiert sich der Vielredner. «Er wirkt sehr menschlich und ist sehr gesprächig», verdeutlicht Furrer. Die Software ist für diesen Gästetypus wichtiger als die Hardware. Bilder sprechen ihm mehr an als viele Worte. Furrers Tipp: sich Zeit nehmen und zuhören. Und um einen Redeschwall des Vielredners zu unterbrechen: Ihm beim Namen nennen und einen Vorschlag machen. Einen negativen Beigeschmack hat die offene Art des Vielredners: Er macht gern aus einer Mücke einen Elefanten.

Anders der menschorientierte, introvertierte Gast: Er zeigt viel Verständnis, ist hilfsbereit und eher der ruhige Typ. Um mehr zu erfahren, muss der Mitarbeiter aktiv mit ihm kommunizieren und darf sich nicht mit dem erstbesten Feedback zufrieden geben. «Es besteht die Gefahr, dass man diesen Typ von Gast übergeht.»

Ebenfalls introvertiert, aber sachorientiert ist der Gewissenhafte. Ihn sollte man nicht fragen, wie es ihm geht, sondern lieber, was er heute vorhat, rät Furrer.

Eine auf seinen Typ zugeschnittene Betreuung danke der Gast mit Zufriedenheit, ist Furrer überzeugt: «Erst wenn Gastgeber mit dem Gast umgehen wie die Menschen in seinem Umfeld, fühlt er sich wie zu Hause.»

Mirus Software als erstes Produkt auf dem Markt L-GAV-zertifiziert

Jetzt können Hotel-, Gastronomie- und Touristikbetriebe den L-GAV Kontrollen völlig entspannt entgegensehen. Das Grundmodul der Mirus Anwendungen Personaleinsatzplanung und Mitarbeitermanagement hat die kritische Begutachtung durch die L-GAV-Kontrollstelle mit Bravour bestanden. Einmal mehr hat Mirus die Nase vorn.

Die Personaladministration in der Hotel-, Gastronomie- und die Touristikbranche ist an und für sich schon sehr aufwändig. Die Einhaltung der Vorgaben und Regelungen des L-GAV ist eine weitere Dimension, die es dabei zu berücksichtigen gilt. Wenn nicht sorgfältig auf eine L-GAV-konforme Handhabung des Personalwesens geachtet wird, kommt es bei Revisionen der Kontrollstelle unweigerlich zu Beanstandungen.

Mit Mirus auf der sicheren Seite
Entspannung ist für jene Betriebe angesagt, die ihre Personaladministration mit Mirus Software organisiert haben. Denn dank umfassendem Branchen-Know-how und der Nähe zu den branchenspezifischen Herausforderungen ist Mirus auch mit der Frage der L-GAV-konformen Abwicklung der Mitarbeiterführung zufest vertraut. Das entsprechende Wissen ist in die Entwicklung der Mirus Software eingeflossen und macht sie zu einem Administrations-Tool, das nicht nur aus Anwendersicht voluminös überzeugt, sondern jetzt auch die Anerkennung der L-GAV-Experten gefunden hat.

L-GAV geprüft und für gut befunden
Die Prüfer der Kontrollstelle des Landes-Gesamtarbeitsvertrags des Gastgewerbes haben das Grundmodul der Mirus

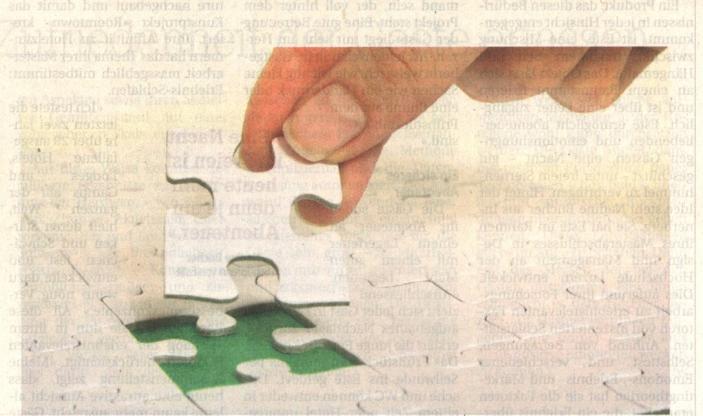
Anwendungen Personaleinsatzplanung und Mitarbeitermanagement im Hinblick auf Konformität mit den Anforderungen des L-GAV eingehend und nach bestem Wissen und Gewissen untersucht. Dabei sind sie zum Schluss gelangt, dass die Berechnungen dieses Mirus Instruments grundsätzlich korrekt ausfallen. Fazit: Die Kontrollstelle des L-GAV beurteilt das Konzept der Mirus Software positiv. Sie unterstreicht diese Einschätzung mit einem Zertifikat und befürwortet den Einsatz des Grundmoduls der Mirus Software für die Personaladministration. Damit ist Mirus der erste Software-Anbieter, der den offiziellen Segen der L-GAV-Kontrollstelle erhalten hat.

Vertrauensbonus für Betriebe, die mit Mirus unterwegs sind

Die Zertifizierung stellt zwischen der Kontrollstelle und dem Anwender der Mirus Software eine gewisse Vertrauensbasis her. Denn der Einsatz des Mirus Grundmoduls für die Personaleinsatzplanung und das Personalmanagement signalisiert den Prüfern, dass der Betrieb die Anforderungen des L-GAV ernst nimmt und bestrebt ist, diese einzuhalten. Die Kontrollen wird es weiterhin geben. Aber sie dürfen für den kontrollierten Betrieb mit deutlich weniger Stress über die Bühne gehen.

Erstklassige Referenzen

Mit der Zertifizierung übernimmt die L-GAV-Kontrollstelle keine Verantwortung für die Funktionsfähigkeit der Mirus Software. Sie will die Anerkennung auch nicht als Kaufempfehlung verstehen wissen. Eine klare Empfehlung stellt hingegen das ausnahmslos gute Zeugnis dar, das die zahlreichen zufriedenen Anwender der Mirus Software ausstellen.



Die Zertifizierung des Grundmoduls der Mirus Personaleinsatzplanung und des Personalmanagements durch die Kontrollstelle des L-GAV ist ein weiterer Pluspunkt, der für Mirus spricht und die führende Position des Software-Anbieters weiter festigt.

Unverbindliche Präsentation in Ihrem Betrieb

Die Mirus Verkaufsberater stehen Ihnen für eine unverbindliche Produkte-Demonstration in Ihrem Betrieb zur Verfügung. Mirus ist der Schweizer Marktführer im Bereich Backoffice, Software für Hotel-, Tourismus- und Gastronomiebetriebe. Der Hauptsitz befindet sich in Davos (Niederlassung in Lausanne). MIRUS betreut in der Schweiz mehr als 2500 Kunden mit diesen Modulen:

- Mirus Mitarbeitermanagement
- Mirus Personaleinsatzplanung
- Mirus biometrische Zeiterfassung

- Mirus Finanzbuchhaltung inkl. Budgetierung & Kostenstellenrechnung, sowie Anlagebuchhaltung
- Mirus elektronische Archivierung

Mirus Programme sind frei kombinierbar, können mit Schnittstellen an Fremdprogramme angebunden werden und sind als webbasierte Installation erhältlich.

mirus
SOFTWARE

Mirus Software AG
Tobelmühlestrasse 11
7270 Davos Platz
T +41 81 415 66 88
F +41 81 415 66 78
info@mirus.ch
www.mirus.ch

Mirus Software SA
Chemin de Boston 25
1004 Lausanne
T +41 21 647 71 21
F +41 21 647 71 22
info@mirus.ch
www.mirus.ch

Emotionen. Bildsprache. «Hier möchte ich meine Ferien verbringen.» Oft sind es Bilder, die einen potenziellen Gast zu einer solchen Aussage motivieren. Es lohnt sich, seinen Betrieb oder seine Region mit stimmigen Bildern zu verkaufen.



Die Kraft der Bilder

Bilder prägen den ersten Eindruck. Sie vermitteln Emotionen und sprechen den Betrachter an – oder eben nicht. Der Fotograf Marcus Gyger macht Lust auf die Schweiz.

CHRISTINE KÜNZLER

Marcus Gyger zeigt mit seinen Bildern die Vielfalt der Ferienlandschaften der Schweiz. Er fotografiert unter anderem für Schweiz Tourismus, für die touristische Foto-Agentur Swiss Image, für Hotels oder Restaurants. «In jedem Betrieb gibt es etwas Spezielles, das richtig fotografiert, Emotionen auslöst», sagt er. Allerdings braucht es ein gewisses Gespür und einen Blick für Details. Und das, sagt er, hat ein Fotograf eben mehr als ein Laie, der mit der Digitalkamera ab und zu ein paar Bilder schießt.

«Viele Tourismusanbieter verkaffen sich unter ihrem Wert, das heißt, mit Bildern von schlechter Qualität», sagt Gyger. Es lohne sich, in den Bild-

auftritt – gerade auch auf Internet – zu investieren, denn er entscheide mit, ob ein Guest ein Hotel oder Restaurant bucht oder nicht. «Wenn die Bilder lieblos sind, schliesst der Betrachter auch auf eine lieblose Küche.» Jeder Wirt und jeder Hoteleier, findet er, sollte stolz sein auf seinen Betrieb und ihn bildlich ins rechte Licht setzen. Um emotionale Bilder einzufangen, müssen verschiedene Faktoren wie etwa Wetter stimmen. Der Fotograf sollte wissen, wann der richtigen Moment ist, um sein Sujet festzuhalten. «Das heisst jedoch nicht, dass der Himmel stahlblau sein muss. Auch ein Regenbild löst Emotionen aus.»

www.marcusgyger.ch



Das Grand Hotel Giessbach in Bildern, fotografiert von Marcus Gyger. Er bezieht die weitere und nähere Umgebung mit ein und lässt mit seinen Detailbildern die Stimmung im Hotel erahnen.



ZAGG LUZERN
09.-12. September 2012
HALLE 2 STAND 223

CLASSE 9 XCELSIUS
ONE TOUCH

RANCILIO
coffeeing the World

EGRO
SWISS COFFEE TECHNOLOGY

Vertrieb und Service: EGRO SUISSE AG - Bahnhofstrasse 66 CH-5605 Dottikon
Ph. +41 (0)56 616 95 95 - info@egrosuisse.ch - www.egrosuisse.ch

Schulz und das Noro-Virus
Versicherungsgeschichten – Folge 1

Thorsten Schulz, Personalchef einer deutschen Firma, ist verliebt. In Julia aus dem Marketing. Schwer verliebt! Und Julia auch. Das ist allerdings geheim; die beiden möchten es noch nicht an die grosse Glocke hängen. Dort hängt es natürlich bereits, sowas lässt sich schlecht verstecken, und dank Frau Kluge vom Empfang, die ein Auge für diese Dinge hat und auch einen Mund, wissen es längst alle: Schulz und Julia sind ein Paar. Übrigens ein recht hübsches.

Schulz bucht also mit seiner Kreditkarte zwei Nächte in einem schönen Hotel in Arosa. Es ist das erste Mal, dass er mehr als acht Stunden mit seiner Julia zusammen sein wird, und er ist ein bisschen nervös. Bei der Online-Buchung tippt er sich dauernd und will das Zimmer zuerst für ein halbes Jahr reservieren. Schliesslich klappt es. Doch dann besucht Julia ihren Patenjungen, der an diesem Abend gar nicht gut aufgelegt ist und später die ganze Nacht erbricht. Noro-Virus. In der Krippe aufgelesen. Es erwisch Julia am Tag darauf, als sie in die Schweiz hätte abreisen wollen. Statt aufs Weisshorn wandert sie an diesem Wochenende zwischen Bett und Toilette hin und her.

Schulz, tieftraurig, meldet sich beim Hotel ab und schickt die Rechnung an seine Kreditkartenfirma. Er glaubt, sie erstatte ihm die Kosten zurück. Dem ist aber nicht so. Er hätte dafür beim Hotel die **Annullierungsversicherung** der ELVIA abschliessen müssen. Ach ja, die Liebe macht halt blind.

Global Assistance
Allianz

Emotionen. Musik. Unterwegs in der Klang-Welt Toggenburg wird die Musik zum Erlebnis. Gäste geraten so mit der Lebensart des Toggenburg in Berührung. Der Destination eröffnet sich ein einzigartiger Weg der Positionierung.

Eigene Welt voller Klänge

Klänge können Emotionen auslösen. Die Klang-Welt Toggenburg regt zum Mitmachen an. Einen speziellen Erfolg hat der Klangweg.

KARL JOSEF VERDING

Für Christine Bolt, Direktorin von Toggenburg Tourismus, ist der zur Klang-Welt Toggenburg gehörende «Klangweg» eines der wichtigsten Themen im Sommer. Der von Anfang Juni bis Ende Oktober begehbare Pfad am Fusse der Churfirsten führt in drei Etappen von der Alp Sellamatt in Alt St. Johann bis ins Oberdorf nach Wildhaus. Er umfasst 24 Klanginstallationen am Wegrand, die ausprobiert und bespielt werden können. Der Klangweg bietet die Verbindung eines interessan-

ten Wanderwegs in den Bergen mit einem kulturellen Erlebnis für die ganze Familie. Mit mehreren zehntausend Besuchern jährlich ist das Projekt ein grosser Erfolg.

Klänge nicht als museales Thema, sondern Erlebnis

Die seit 2003 als Verein organisierte Klang-Welt Toggenburg fasst Aktivitäten und Angebote zusammen, welche die wichtigsten Formen der Musikkultur zwischen dem Säntis und den Churfirsten in der Ostschweiz vermitteln.

Die neben dem Klangweg wichtigsten Angebote in der Klang-Welt sind das 1000 Logiemächte generierende Klangfestival Naturstimmen – mit Chören, A-cappella-Gruppen und Einzelstimmen aus mehreren Kontinenten – sowie die «Klangschmiede» für Klangobjekte in Alt St. Johann mit jährlich 60 Klangkursen in

der Schmiede und in beteiligten Hotels.

«Spannend», so Christine Bolt, «ist die durch die Klang-Welt Toggenburg gebotene Positionierungsmöglichkeit; von dem her hat es etwas Einzigartiges. Die Klang-Welt Toggenburg macht vieles aus dem Brauchtum authentisch und nah erlebbar. Das interessiert viele Gäste.» Die Entwicklung der Klänge sei hier kein Museumsthema, «man kann sie selbst erleben, und das hat sehr viel mit Emotionen zu tun». Auch die Marke der Destination, «Toggenburg klingt gut», ist, so sagt Christine Bolt, «in ihrer Idee von der Klang-Welt Toggenburg inspiriert, soll aber auch allgemeiner ausdrücken: «Ferien im Toggenburg, das klingt gut».

Das Hotel «Stump's Alpenrose» in Wildhaus beispielsweise beteiligt sich wie andere Toggenburger Hotels an den «Klangangeboten»

...



Der Klangweg mit seinen Instrumenten wird zu einem Erlebnis für die ganze Familie.

Swiss-Image

der Klang-Welt Toggenburg. Das «Klangwochenende» vom 8. bis 10. Juli 2012 mit zwei Übernachtungen und Halbpension für 414 Franken buchten in der «Alpenrose» beim ersten Mal nur acht Personen. Drei weitere Hotels befinden sich, das Angebot soll wiederholt werden. Zur Pauschale gehört eine Wanderung über den Klangweg, eine Führung in der Klangschmiede, Einführung in den Naturjodel, eine Klang-

meditation und die Entspannung im Klangrelax/Thermo-Spa.

Gastgeber über «Klangkurse»: «Es ist die Zukunft für mich»

Grösste Frequenzen bringen der «Alpenrose» die jährlichen fünf «Klangkurse» im Haus, mit jeweils sechs Übernachtungen von Sonntag bis Samstag, in der Woche um Osterm und in drei Sommer-Wochen. Bei zuletzt insgesamt 40 Teilnehmern ergibt dies

960 Logiernächte. Roland Stump, Gastgeber aus der Besitzerfamilie von «Stump's Alpenrose», beurteilt diese Zahl als «noch relativ klein. Doch es ist die Zukunft für mich». Der Grund, so Stump: «Wenn Leute sich wirklich einlassen, werden sie berührt von der Lebensart des Toggenburg, die hier wurzelt. Das wird als heilsame Erfahrung erlebt und verbindet Menschen auch mit ihrem eigenen Ursprung.»

ANZEIGE



Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

Unternehmerseminar hotelleriesuisse

Zu den Besten des Fachs gehört in der Hotellerie, Gastronomie und im Tourismus heute, wer als Leader Wissen, Können und Persönlichkeit vereint.

Die Entscheidungsträger von morgen sind berufserfahren und ambitionierte Macher, die Zielbewusst die finale Stufe auf der Karriereleiter erklimmen und sich zur Unternehmerin oder zum Unternehmer formen wollen. Das notwendige Rüstzeug erarbeiten sie sich im NDS HF Hotelmanagement, dem einzigen Nachdiplomstudium in der touristischen Dienstleistung auf der Stufe Höhere Fachschule.

Das NDS HF Hotelmanagement arbeitet mit erfahrenen Dozentinnen und Dozenten. Der praxisnahe Studiengang dauert mit dem Verfassen der Diplomarbeit 18 Monate, vermit-

telt in Modulen betriebswirtschaftliche und marketingorientierte Kenntnisse und fördert gleichzeitig persönliche und soziale Kompetenzen. Seit 1968 wurden so aus Talenten über 1'700 diplomierte Hotelmanagerinnen und -manager, die Benchmarks setzen und selbstbewusst die Richtung vorgeben. Als innovative und erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer leisten sie ihren Beitrag für die stetige Weiterentwicklung der Schweizer Hotel-Gastro-Tourismus-Branche und deren vorzügliche Positionierung auf der internationalen Landkarte.

Die Titel «Dipl. Hotelmanagerin NDS HF» und «Dipl. Hotelmanager NDS HF» eröffnen neue Laufbahnsperspektiven und verschaffen Zutritt zur Vereinigung diplommierter Hotelmanager NDS HF/Hoteliers Restauranteure SHV/VDH.

Kursbeginn am 17. Oktober 2012 (Zyklus 39)

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

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

hotelfachschule thun
soul, passion & system

Swiss School
of Tourism and Hospitality

SST
Scuola superiore
dell'ospitalità e del turismo

Luzerner Universität of
Applied Sciences and Arts
**HOCHSCHULE
LUZERN**
Wirtschaft
Höhere Fachschule für Tourismus HFT

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

dolce vita

htr hotel revue Nr. 36 / 6. September 2012

ANZEIGE

ZAGG Luzern
Halle 2a - Stand 143

Vерtrieb Axel Baas - Tel.: 091/794 20 22
wäschekrone.ch

Wäschekrone

Am letzten Wochenende fand die Vinea in Sierre statt. Die Weinmesse ist die grösste Freiluftveranstaltung in Sachen Wein, welche die Schweiz zu bieten hat.

RENATE DUBACH



Die Vinea 2012: Unter weissen Zeltdächern präsentierten 150 Aussteller aus der ganzen Schweiz ihre Weine.

Denis Emery/zvg

Schweizer Weine im Mittelpunkt

Es ist einfach: Man kauft sich im Stadtzentrum einen Eingang für 40 Franken und degustiert, was die 150 Aussteller unter den 21 weissen Zeltdächern präsentieren. Wer nicht alleine und nach Bauchgefühl versuchen mag, nimmt an ein, zwei kommentierten Degustationen im Hôtel de Ville oder in den Walliser Rebbergen teil. Etwas Theorie – oder «Raum zum Nachdenken»,

wie es im Vinea-Programm heißt – wurde ebenfalls angeboten. In Form der Podiumsdiskussion «Osos les Vins suisses» zu Deutsch «Lasst uns Schweizer Weine geniessen!». Acht Persönlichkeiten aus der Schweizer Weinszene unter der Leitung von Isabelle Falconier von der Wochenzeitschrift L'Hebdo äusserten sich zum Thema. Gilles Besse regte sich darüber auf, dass man in Weinausbildungen der Schweiz zwar «alle Châteaux im Bordeaux

auswendig lernen muss, aber nicht viel über Schweizer Wein zu wissen braucht. Das muss man ändern», meinte der Winzer und Präsident der Swiss Wine Promotion nachdrücklich.

Vorschlag: ein Markenzeichen für Schweizer Weine

Ein Vorschlag von Jean-Claude Vaucher, dem Präsidenten der Schenck Holding SA, könnte noch zu reden geben – wenn nicht gar umgesetzt werden: Er schlug vor, ein Markenzeichen für Schweizer Weine zu kreieren, das sie im Ausland klar identifiziert. So nach dem Vorbild der österreichischen Weine, die alle an der rot-weiss-roten Kapsel zu erkennen sind. Wirklich Neues war aber nicht zu erfahren. Denn dass es Schweizer Weine auf dem internationalen Markt schwierig haben, wusste das Publikum schon vor der Diskussion. Für Weinfachleute gab es ein spannendes Rah-

menprogramm. So konnte man die Kellerei von Gérald und Patricia Besse in Martigny besuchen und die breite Palette ihrer Weine probieren. Zudem gab es drei kommentierte Degustationen: eine Auswahl aus den kürzlich am «Mondial des Pinots» prämierten Weinen mit allen fünf Weinen, die mit einer Grossen Goldmedaille ausgezeichnet worden waren. Und eine Petite-Arvine-Vertikaldegustation bei Rouvinez Vins in

Sierre, der «Historischen Kellerei 2012», zeigte, wie unglaublich langlebig Weine aus dieser Walliser Rebsorte sind. Der älteste der neun Weine, ein «Château Lichten Petit Arvine 1994», war 18-jährig und zeigte immer noch eine frische Mineralität.

Schweizer Merlot kann international durchaus mithalten

Bei der dritten Degustation kamen Merlot-Liebhaber auf ihre Rechnung. Da ging es um das The-



Weinwandeln in den Strassen von Sierre.

Denis Emery/zvg

ma «Schweizer Merlot im internationalem Vergleich». Es galt, viermal drei Weine blind zu degustieren, jede Serie beinhaltete einen Merlot aus der Romandie, einen aus dem Tessin und einen aus dem Ausland.

Die rund 20 Fachleute konnten meist den «Ausländer» ausmachen, etwa die weiche und würzige «Lapostolle Cuvée Alexandre 2008» aus dem chilenischen Colchagua Valley. Etwas schwieriger

war herauszufinden, welcher Wein aus der französischen und welcher aus der italienischen Schweiz kam.

Die Walliser schnitten bei dieser Verkostung sehr gut ab: Der «Merlot Reserve 2008» von Jean-René Germanier und der «Merlot de Sierre 2010» Cave Colline de Daval waren jeweils die beliebtesten ihrer Serie. Was das Fazit zulässt: Schweizer Merlot kann international durchaus mithalten.



Der moderne Degustationsraum von Gérald Besse.



François Murisier, warum fand die Vinea nicht mehr Samstag und Sonntag, sondern Freitag und Samstag statt?

Weil wir bisher am Sonntag etwas wenig Publikum hatten. Der Sonntag ist ein Tag, den man wohl eher mit der Familie verbringt. Jetzt haben wir am Freitag Anlässe für Fachleute, Degustationen und ein Podiumsgespräch etwa.

Sind die Schweizer immer noch Ihr Hauptzielpublikum?

Unser Hauptziel ist, Werbung für den Schweizer Wein zu machen. Das tun wir vor allem in der Schweiz, manchmal auch im Ausland. Dieses Jahr hatten wir

Präsentationen in Paris und Québec. Künftig möchten wir zusätzlich zur Vinea in Sierre einen grösseren Anlass in der Deutschschweiz organisieren, vielleicht Ende Oktober, Anfang November.

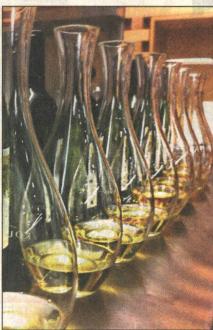
Welche Entwicklungen beobachten Sie im Schweizer Weinmarkt?

Wir arbeiten daran, die Konkurrenz zwischen den Kantonen und Regionen abzubauen. Es gibt enorme qualitative Fortschritte im Weinbau in der ganzen Schweiz, aber man trinkt immer noch 60 Prozent ausländische Weine. Unsere Konkurrenz kommt also aus dem Ausland,

nicht aus einem anderen Kanton. Wir müssten alle sagen: «Wir sind stolz auf alle Schweizer Weine», das wäre schon ein Anfang.

Sie arbeiten an der Vinea auch daran, junge Leute in die Kunst der Wein-Degustation einzuführen?

Ich finde die Erziehung auf diesem Gebiet sehr wichtig. Wir hatten schon die Kritik an der Vinea, dass man hier zu viel trinken könne. Man muss den Jungen erklären, dass Wein ein kulturelles Gut ist und nicht nur Alkoholträger. Und sie sind sehr an dieser Einführung interessiert.



Die goldene Petite-Arvine-Palette bei Rouvinez Vins.

Vinea Über 7000 Besucher an der Weinmesse

Gut 7000 Weinfans besuchten letztes Wochenende die Weinmesse Vinea in Sierre. In früheren Jahren fanden sich jeweils 10 000 Menschen im Walliser Ort ein, um Weine von über 150 Produzenten aus der ganzen Schweiz zu degustieren. Nebst den Walliser Winzern waren auch Weine der fünf anderen Schweizer Weinregionen präsent. Dazu gab es zwei Ehrengäste: Genf und Rioja. Die nächste Vinea feiert ihr 20-Jahre-Jubiläum: am 6./7. September 2013.

Tourismus

23. Tourismusforum
Alpenregionen
ist in Interlaken

Nach zwei Jahren in Destinationen Österreichs findet das 23. Tourismusforum Alpenregionen (TFA) nun vom 3. bis 5. April 2013 in Interlaken im Berner Oberland statt. «Interlaken hat viele Facetten, landschaftlich und inhaltlich», so Forumsgründer Roland Zegg. Dabei wird das Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa Austragungsort für die Forumstage sein.

www.tourismusforum.ch

Hotellerie

Carlton Hotel in St. Moritz mit grösster Suite



Auf die Wintersaison hin eröffnet das Carlton Hotel St. Moritz das neue Carlton Penthouse. Es befindet sich auf der 8. Etage des 5-Sterne-Hauses und verfügt über 386 Quadratmeter und fünf Terrassen. Das damit grösste Penthouse in St. Moritz ist ab 18.000 Franken buchbar und wurde vom Schweizer Interior Designer Carlo Ramazzini gestaltet. fee

Gastronomie

Gourmetwoche im Hotel Schweizerhof in Vulpera

Vom 15. bis 22. September 2012 veranstaltet der Robinson Club «Schweizerhof» seine traditionelle Gourmetwoche unter Schirmherrschaft des deutschen Kochs und Gastronomen Otto Koch. Jeden Tag zeigen verschiedene Schweizer Küchenchefs - darunter Rudolf Pazerl, Valère Braun, Michael Dorne und Othmar Schlegel - ihr Können. Weiter gehören Kochkurse oder Weindegustationen zum Programm. smü

Reto Mathis hat eine neue Delikatessen-Linie lanciert. Sie soll hochwertige Spezialitäten für ein breites Publikum erschwinglich machen.

SABRINA GLANZMANN



Die «Delicatessen»-Produkte mit ihrem schlichten Design.

die Welt, vom Piemont bis nach Asien. Daraus entstanden sind elf Produkte von Sweet & Spicy-Chili-Sauce bis hin zu Tapenade aus grünen oder schwarzen Oliven. Und es gehören - für den Koch mit der grössten Trüffelkarte der Alpen ein Must - auch drei Trüffelcremationen (Salsa Tartufata, Carpaccio di Tartufo Estivo und Condimento al Tartufo Bianco) dazu, welche unter dem Motto «Das Beste, was Trüffeln passieren kann» angepriesen werden.

Mathis' neue Linie - das Beste, was den Kunden im ausgesuchten Feinkost- und Detailhandel passieren soll. Dorthin wird sie neben etablierten Konkurrenzprodukten bestehen müssen. «Natürlich ist hochwertige Tapenade keine neue Erfindung», sagt Reto Mathis. Aber er habe mit den Produzenten im südfranzösischen Nyons das Rezept vor Ort



Reto Mathis: Das neue Trüffelöl stellt sein langjähriger Trüffellieferant direkt in Umbrien her. Bilder zvg

gemeinsam entwickelt. Und für das «Original English Ketchup» ist eine Firma in Suffolk besorgt, die Mathis seit Jahren kennt. Oder das philippinische Rezept der BBQ-Marinade stammt von seiner Schwiegermutter - «das beste, das ich kenne», schwärmt Mathis. Solche Faktoren stimmen

den Gastroprofi, der mit der Migris bereits eine Premium-Pasta-Linie lancierte, für einen erfolgreichen Absatz der Produkte jedenfalls zufrieden. «Sie sind fast zwei Jahre nach Einführung noch immer im Sortiment. Und das ist ein gutes Zeichen», sagt Kommunikationsverantwortliche Heike Zimmermann auf Anfrage.

Bürgenstock-Suiten 2013 bezugsbereit

Eine weitere Etappe des neuen Bürgenstock Resorts ist erreicht: Ende 2012 werden die Panorama-Residence-Suiten fertiggestellt und sind 2013 bezugsbereit.

SALOME MÜLLER

Die Panorama-Residence-Suiten des Bürgenstock Resorts sollen noch dieses Jahr fertiggestellt werden und Anfang 2013 die ersten Gäste beherbergen können. Damit ist eine weitere Etappe des rund 485 Millionen Franken umfassenden Resort-Projekts erfolgt. Die im zeitgemässen Design gehaltenen Residenzen bieten Ausblick auf See und Berge und sind mit Master-Bedrooms mit integrierter

Ankleide und angegliedertem Bad ausgestattet. Laut Bruno H. Schöpfer, Gesamtprojektleiter und Managing Director Katara Hospitality Switzerland AG, bieten die jüngst präsentierten Muster-Suiten den Gästen mit Zimmer-service, Concierge und Housekeeping größtmögliche Privatsphäre. Im Frühling 2013 wird die Realisation der Grand-Residence-Suiten in Angriff genommen. Die Fertigstellung des autofreien Bürgenstock Resorts, das drei Hotels mit insgesamt 400 Zimmern und Bars umfasst, ist auf Ende 2014/Anfang 2015 geplant.



Bürgenstock Hotels AG/zvg

Die Panorama-Residence-Suite mit Master-Bedroom und angegliedertem Bad.

ANZEIGE

FUST
Und es funktioniert.

Riesenauswahl an Gastrogeräten!

FUST: zuverlässiger Partner für Beratung, Lieferung, Anschluss und Service von Gastrogeräten!

Profitieren Sie von der Möglichkeit,
die Geräte zu mieten! *Mindestmietdauer 3 Monate

Weinschrank



NOVAMATIC VINOCAVE 101
• Abschließbare Tür
• H/B/T: 84.5 x 49 x 54 cm Art. Nr. 203046

Rückensauger



NOVAMATIC RS 05 RÜCKENSAUGER
• Ergonomisch angepasstes Rückengestell
• Kabellänge: 15 m inkl. Fugendüse, Polsterdüse, Hartbodendüse Art. Nr. 175510

Kühlschränke



KIBERNETIK.
Bernardi 108 GS
• 108 Liter Inneninhalt
• Kühltemperatur +0°C bis +10°C
• H/B/T: 82 x 47 x 48 cm Art. Nr. 107893

Weinschrank



NOVAMATIC KSUF 371.1-B
• Nutzinhalt 351 Liter
• Mit Umluftsystem für konstante Temperatur
• Kühltemperatur +3°C bis +10°C Art. Nr. 108322

Schnellreparaturdienst
und Sofort-Geräteersatz
0848 559 111

Aufschnittmaschine



NOVAMATIC S 220
• Messerdurchschnitt 22 cm
• Rostfreie Vollstahlmesser Art. Nr. 670209

Gläserspüler



NOVAMATIC LB 200
• Überall einsetzbar z.B. Café, Bar oder Klubhaus Art. Nr. 106505

Auch im Fust: Superpunkte sammeln.
Für mehr Vorteile: www.fust.ch

Standorte unserer 160 Filialen:
0848 559 111 oder www.fust.ch

FUST
gastro professional

Der Champagner lebt von der Verbindung von Marke und Appellation. Davon lässt sich das Champagnerhaus Nicolas Feuillatte bei der Suche nach neuen Märkten leiten.

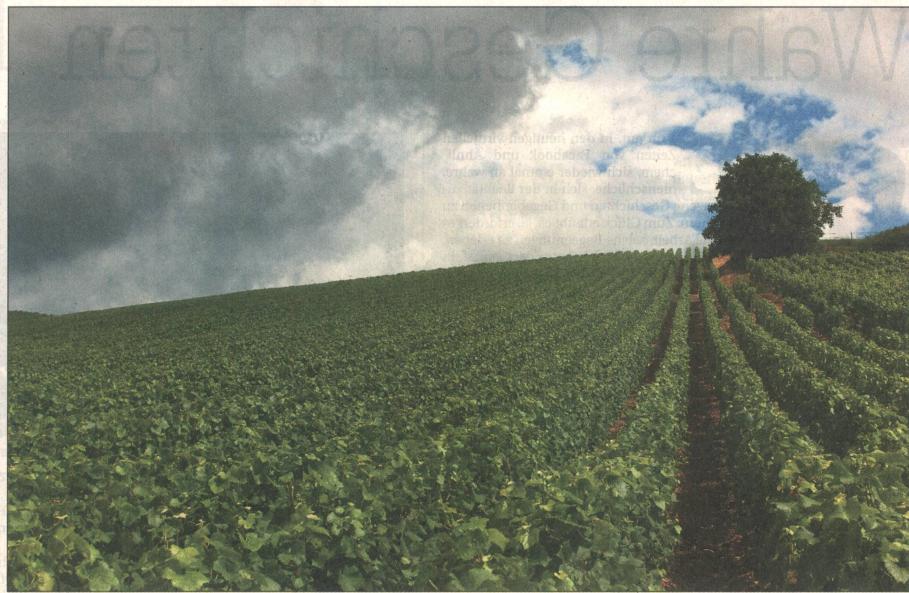
LAETITIA BONGARD

Champagner, das Getränk der Könige und Sieger, hat seinen Ruf auf seiner Einmaligkeit aufgebaut. Halbe Sachen gibt es nicht: Entweder ist es Champagner oder es ist keiner. Es gibt über 5000 Champagnermarken, und wenn man die kleinen Privatbesitzer mit ihren winzigen Rebbergen mitrechnet, sind es noch mehr.



«Wir wollen aus dem Luxusprodukt ein Fun- und Lifestyle-Produkt machen.»

Dominique Pierre
Champagne Nicolas Feuillatte



Die Appellation «Champagne» erstreckt sich insgesamt auf eine Fläche von 34 000 Hektaren.

Veranstaltung

In Salgesch auf dem Rebweg wandern

Am Samstag, 8. September 2012 findet die 22. Rebsortenwandlung auf dem Walliser Rebweg in Salgesch statt. An 35 Ständen können die besten Schweizer Weiß- und Rotweine degustiert werden. Die Weinregion hat an nationalen sowie internationalen Wettbewerben zahlreiche Gold- und Silbermedaillen gewonnen, und auch der Winzer des Jahres 2011, Diego Mathier, stammt aus Salgesch. Letztes Jahr nahmen über 6000 Weinbegeisterte teil.

www.marchedescepages.ch

Pastakünstler Spinosi zeigt seine Tricks



Zvg

Der bekannte Pastakünstler und -produzent Vincenzo Spinosi vom gleichnamigen, italienischen Familienbetrieb gastiert bis am 9. September 2012 im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa. Sein offenes Geheimnis: Anstelle von Wasser verwendet er für seine Teigwaren Eier. Jeweils von 11.30 bis 14 und ab 18 Uhr gibt er Einblicke in seine Pasta-Künste.

Reservierungen unter gastronomie@victoria-jungfrau.ch

Genuss

Neuheiten 2012 aus dem Hause Davidoff



Auch dieses Jahr stellt die Oettinger Davidoff Group wieder ihre Produkte-Neuheiten vor: Zum 25. Jubiläum von Avo Cigars

kommt die «25th Anniversary Edition» im Toro-Format auf den Markt. Zudem gibt's neu die «Puro d'Oro Gigante» für längere Rauchvergnügen und zum zehnjährigen Jubiläum von Zino Platinum das Premium Collector's Edition Set. Und schliesslich wartet heuer wieder die limitierte «White Edition» auf Cigarren-Aficionados.

ANZEIGE

Ruepp & Partner ?!



Durch die Zusammenarbeit mit der Ruepp & Partner Dietikon AG sind aktuelle Finanz- und Betriebskennzahlen eine Selbsterklärung. Wir können so den Betrieb nachhaltig und effizient führen.

Helmut Schattauer
Hilti AG

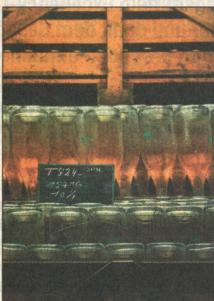
Ruepp & Partner Dietikon AG
www.ruepp.ch

Prickelnde Welt

de Champagne» besorgt. Hüterin der Tradition und Regulatorin des Markts mit ihren zwei Präsidenten, von denen einer die Winzer und einer den Handel vertritt.

In 35 Jahren von 1000 auf 9,6 Millionen verkaufte Flaschen

In der Tradition verankert und zukunftsorientiert, das ist heute wohl die Stärke des Champagners. Bisher funktionierte die Appellation «Champagner» eher wie eine Gattungsbezeichnung. Doch seitdem die grossen «Maisons de Champagne» ihr Marketing dynamisiert haben, laufen die Marken der Appellation allmählich



Die Flaschen lagern mindestens drei Jahre im Keller.

den Rang ab. Wie Philippe Wibotte, Kommunikationsleiter des «Comité interprofessionnel des vins de Champagne» beobachtet, «sind die grossen Marken die Lokomotive, die alle anderen zieht».

Von dieser Zugkraft scheint auch das «Centre viticole - Champagne Nicolas Feuillatte» in Epernay zu profitieren, das mit über 5000 angeschlossenen Winzern und 82 Kooperativen das grösste Champagnerhaus der Champagne ist. Nachdem die Marke mit

dem Namen ihres Gründers das Erscheinungsbild ihrer Flaschen und ihr Logo neu gestaltet hat, erreichte sie im letzten Jahr ein Rekordverkaufsvolumen. Innerhalb 35 Jahren hat sie von 1000 auf 9,6 Millionen Flaschen (2011) zugelegt. Allein im Vergleich zu 2010 waren es 1,6 Millionen mehr. Der grosse Sprung gelang 1986, als Nicolas Feuillatte seine Marken an das «Centre viticole de la Champagne» veräußerte. Auch wenn sie 1976 als letzte bedeutende in den Markt eintrat: ihre Jugend scheint

sie nicht daran zu hindern, mit den Grösssten zu wetteifern: Moët et Chandon und Veuve Clicquot (LVMH-Gruppe). Champagne Nicolas Feuillatte ist in den Kreis der Top-Marken aufgestiegen. Mit einem Angriff auf die grossen Handelsketten hat sie sich nach Umsatz den 1. Platz im französischen und englischen Markt und den 3. im Weltmarkt erkämpft.

Champagner soll amüsieren und gleichzeitig respektiert werden

«Feuillatte legt es darauf an, aus diesem Luxusprodukt ein Fun- und Lifestyle-Produkt machen», erklärt Generaldirektor Dominique Pierre. Das Haus macht Weine, die zugänglich sein wollen, aber auch Kennern etwas zu bieten haben. «Man kann die Champagner-Codes nicht brechen, aber man kann sich amüsieren und ein Produkt gleichzeitig respektieren» analysiert Caroline Defaut, Leiterin Marketing und Kommunikation.

Der Champagner hat also einen Wendepunkt erreicht: Er soll das Gefühl vermitteln, zu einem Luxus Zugang zu haben, aber dabei den Status erhalten, der seinen Reiz ausmacht.

Übersetzung von Christina Miller.
Siehe Text Seite 23.



Der Keller von Nicolas Feuillatte bietet auch Platz für Kunst.

Igeho 2013 in neuen Hallen

Aus eins mach drei: Die Igeho 2013 findet zusammen mit der Mefo und der Lefatec statt. Grösser wird die Messe deshalb nicht. Schauplatz sind die neuen Messehallen.

GUDRUN SCHLENZKE

Die Igeho 2013 findet erstmals im neuen Hallenkomplex der Messe Basel statt. Der imposante Bau des renommierten Architekturbüros Herzog & De Meuron verschlingt

insgesamt 430 Millionen Franken. Davon trägt die Messe Schweiz 340 Millionen Franken. Erstmals in Betrieb genommen werden die neuen Flächen im kommenden Frühjahr zur Baselworld.

Mehr Fläche wird die Igeho in den neuen Hallen nicht zur Verfügung haben, aber mehr Möglichkeiten. Die höheren Hallen bieten den Ausstellern andere Möglichkeiten bei der Standgestaltung. Mario Neuhaus, Igeho-Kommunikationsleiter, freut sich über die Kompaktheit des umgestalteten Geländes, mit grossen zusammenhängenden Ausstellungsflächen und Besucherver-

bindungen zwischen allen Gebäuden. Neue Möglichkeiten bietet auch die neue, mitten auf dem Messeplatz lokalisierte Eventhalle dem seit acht Jahren erstmals wieder an der Igeho abgehaltenen Salon Culinaire Mondial: Mehr als 40'000 Besucher werden zu diesem Prestigeallass, organisiert vom Weltbund der Köche WACS zusammen mit dem Schweizer Kochverband, erwartet. Die neue Location erlaubt, dass nicht nur Fachbesucher, sondern auch sonst kulinarisch interessierte Zutritts erhalten.

Wer die Igeho 2013 besucht,

den erwarten drei statt nur einer



Noch befindet sich die neue Messehalle in Basel im Bau.

zvg

Messe: Neben der Igeho sind dies die Fleischmesse Mefo und die neu lancierte Lefatec zu Lebensmittelproduktion. Mit dem neuen Messeangebot wird die Messe Schweiz der seit Jahren leicht rückwärtigen Ausstellerzahl gerecht. «Wir hoffen, so attraktiver

für die Aussteller zu werden», vermeldet Neuhaus. Man rechnet mit insgesamt gleich viel Ausstellern wie 2011. Gastregion der Igeho 2013 ist das Appenzellerland. Auf 600 m² präsentieren sich Tourismusorganisationen und lokale Produzenten.

Neues Buch

Globis Abenteuer
in der
Innerschweiz

Pünktlich zu Globis 80. Geburtstag ist seine neuste Entdeckungsreise erschienen: Sie führt über Luzern nach Engelberg, wo Globi Felsen putzt oder mit dem Cabrio, der Seilbahn mit offenem Oberdeck, aufs Stanserhorn fährt. Alle seine Abenteuer spielen an realen Orten, die auf der im Buch enthaltenen Karte nachzulesen sind. Der 82. Globi-Band ist auch in englischer Sprache übersetzt. Engelberg hat das Maskottchen Globi etabliert und verfügt mit dem Globiland über eine Globi-Hüpfburg sowie eine Globi-Kletterwand. 

Globis Reise ins Herz der Schweiz Orell Füssli Verlag, 100 Seiten, ISBN 978-3-85703-083-3, CHF 21.50

Erhältlich unter:
www.hotelieresuisse.ch/buchshop

Wahre Geschichten

Freddy's

Alfred von Escher
führt seit 30 Jahren in Zürich-Wollishofen das Delikatessengeschäft «Artisan en Comestibles»

Es tut gut, in den heutigen virtuellen Zeiten von Facebook und Ähnlichem, sich wieder einmal an wahre, menschliche, sich in der Realität zugegragene Geschichten und Gegebenheiten zu erinnern. Zum Glück erlaubt es ja, erforderlich ist meine Arbeit, solche Begegnungen zu erleben. Zwei Erlebnisse sind mir besonders lebhaft in Erinnerung geblieben. Beide haben mit dem Entdecken neuer Produkte zu tun.

Als junger Geschäftsmann, im Jahre 1984, war ich bemüht, einen guten und vor allem zuverlässigen Lieferanten für Fasane zu finden, da mir wildes Geflügel von jeher sehr am Herzen liegt. Also ab nach Schottland! Dort traf ich John Bain in einem dieser typischen schottischen Pubs in der Nähe von Aberdeen. Unwillkürlich kamen mir die Klischees von Schottland in den Sinn: Moore, Nebel, rau Menschen. Und John Bain sass nicht, er thronte auf dem Barhocker



Grouse, das schottische Moorhuhn, gilt noch heute als spezielle Delikatesse.

ZV

und musterte mich neugierig. «Hi Freddy, kräckte er, «was für Vögel suchst Du denn?»

Dieses Pub diente dem Schotten zugleich als «Export-Office». Ich musste den ganzen Abend einen Whisky nach dem anderen runterkippen. John sprach dann geheimnisvoll über einen seltenen Vogel, was mich, trotz eines gewissen Whisky-Pegels sehr neugierig und aufgereggt machte. Dieses Federwild entpuppte sich dann als «Grouse», ein schottisches Moorhuhn. Dieses Grouse faszinierte mich sofort, und mit Freude nahm ich es in mein Programm auf. Der seltsame Vogel, so stellte ich jetzt, nach beinahe 30 Jahren, fest, wird in der Schweiz nur noch von sehr speziellen Köchen zubereitet. Das ist auch gut so! So bleibt der Genuss dieses Vogels auch heute noch etwas ganz Besonderes!

Ein zweiter Meilenstein meiner Entdeckungsreisen geschah 1994, als ich das erste Mal das Ormalinger Schweinchen degustieren durfte: in der Farnsburg bei Andreas Putz, zusammen mit den Züchtern Therese und Markus Dettwiler. Es geschah am helllichten Tag. Schon beim ersten Bissen erstarrte ich förmlich, ran nach Atem und konnte deshalb nur noch mit dem Daumen nach oben zeigen. Was für ein Erlebnis! So ein «Schweine» hatte ich noch nie. Als ich darnach dieses Ferkel auf den Markt brachte, hielten mich gewisse Köche zuerst für verrückt. Ich darf annehmen, dass die heute nicht mehr der Fall ist!

Diese beiden Erlebnisse zeigen doch deutlich, dass die persönliche Begegnung, die ja auch zu Freundschaften führen kann, durch die modernen virtuellen Mittel gar nicht möglich ist. Der genius loci – der Geist des Ortes – muss real erlebt werden, da hilft kein auch noch so raffiniertes Kommunikationsmittel. Das Erlebnis, «es» gefunden und «erlebt» zu haben, ist durch nichts zu ersetzen. Ich gebe mir alle Mühe, dass ich auch in der Zukunft solche wertvollen, wahren Geschichten erleben darf.

PUBLIREPORTAGE



Clinex

Sauber Geld gespart

Mit den Reinigungsmitteln Excellency-Clinex wird alles hygienisch sauber und dank dem Gesamtkonzept-Plan ist die Handhabung erst noch einfacher.

Excellency-Clinex ist die Profi-Eigenmarke der Prodega/Growa Cash + Carry. Sie umfasst alle Reinigungsmittel, von der Boden- und Flächenreinigung über Fettreiniger bis hin zu Spezialmitteln wie Milchautomatenreiniger. Die Clinex-Linie eignet sich für alle Betriebe in denen Sauberkeit eine grosse Rolle spielt.

Die Excellency-Clinex-Reinigungsmittel sind viel günstiger als Markenprodukte, in der Reinigungskraft und im Verbrauch aber ebenbürtig. Dies haben unabdingbare Tests bewiesen. Excellency-Clinex bietet aber den grossen Vorteil, dass es mit dem Gesamtreinigungskonzept alle Bereiche abdeckt, von der Küchenhygiene, der Desinfektion, Sanitäreinigung bis hin zur Objektreinigung. Alle Reinigungsmittel sind mit den entsprechenden Bereichsfarben gekennzeichnet, sodass die Handhabung einfach und übersichtlich ist.

Wer von Markenprodukten auf die Excellency-Geschirrwaschmittel umsteigt spart Geld. Ein Rechnungsbeispiel ergab, dass bei einem jährlichen Verbrauch von ca. 24 Bidons Geschirrwaschmittel und ca. sechs Bidons Glanztrockner 1400 Franken im Jahr eingespart werden konnten.

Die Excellency-Clinex-Reinigungsmittel sind in den beliebten und stapelbaren 5-Liter-Top-Bindons erhältlich. Diese verfügen zusätzlich über eine handliche Sprühflasche.

Grösere Betriebe wie Spitäler hingegen bevorzugen beim Geschirrwaschmittel besonders die 250-Liter-Fässer. Der Abholgroßhändler bietet aber auch Reinigungsmittel in mittleren Größen von

10- und 25-Liter-Bidons an. Neu im Sortiment sind die Ultra-Konzentrate der Allzweckreiniger, Fettlöser, Bodenreiniger, Oberflächeneinreiniger und Sanitäreiniger. Diese sind hoch konzentriert und müssen etwa ums 400-Fache verdünnt werden. Eine Einliterflasche Ultra-Konzentrat ergibt demnach rund 400 Liter Reinigungsmittel.

Besuchen Sie uns
vom 9.-12.09.2012 an der
ZAGG, Halle 4, Stand 413



Excellency –

Die Alternative zu Markenprodukten

Das Sortiment ist vollständig auf die Gastronomie- und den Küchenbereich ausgerichtet und beinhaltet weit über 500 Produkte. Excellency ergänzt heute in allen Bereichen bekannte Markenartikel-Produkte. Besonders beliebt bei den Gastronomen sind Öle, Orangensaft, Wildlachs, Grana Padano oder die Wisschtücher der Excellency-Linie.



Prodega/Growa Cash+Carry

Transgourmet Schweiz AG · Lochackerweg 5 · 3302 Moosseedorf · Tel. 031 858 48 48 · www.prodega.ch · www.growa.ch

impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleresuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn.
Stv. Chefredaktor: Sabrina Glanzmann/sag
Assistentin Chefredaktion und
Spezialprojekte: Sabrina Jörg Patoku

Ressortleiter/innen:

aktuell: Daniel Stampfli/dst
fokus: Christine Küng/kck
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag
cahier français: Alexandre Caldera/aca
Redaktion: Marc Benedetti/mbe; Laetitia
Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler
Berger/lt; Gudrun Schlenzczek/gsk; Karl Josef
Verding/kv

Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb.
Layout: Roland Gerber/r, Regula Wolf/fw (AD)
Korrektorat: Paul le Grand
Volontärin: Salome Müller/smü

Online Redaktion: Natalie-Pascale Allesch/npa;
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Danijela Bosnjak.

Verlag

Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Hanni.
Stellenanzeiger: Angela di Renzo, Patricia Nobs
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller,
Michael Müller.
hotelpub.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Begleitblatt 2011, verkauft
Auflage: 9476; Gratisauflage: 811
Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 159.–
ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Abonnement: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76; E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und
Sendungen wird jede Haftung abgeschrägt.
Nous déclinons toute responsabilité pour les docu-
ments envoyés sans concertation préalable.

Distel mit weichem Herz

Sie gilt bei uns als Nischenprodukt und ihr Verzehr als Inbegriff der feinen Lebensart: die Artischocke. Nun setzen Gastronomen vermehrt auf Schweizer Artischocken.

FRANZiska EGLI

Die Italiener schätzen sie «alla romana» – also mit Petersilie, Knoblauch und Olivenöl gegart –, die Franzosen tunken ihre Blätter bevorzugt in eine Sauce Vinaigrette, und die Spanier mögen das Herz fein gehobelt und frittiert: Die Rede ist von

der Artischocke, dem distelartigen Blütengemüse, das wegen seines Bitterstoffs Cynarin schon in der Antike als Heilmittel verwendet wurde und dessen Verzehr von jeher als Zeichen feiner Lebensart gilt. Schliesslich zupft der Feinschmecker Blatt für Blatt raus und streift es mit den Zähnen ab, bis er zum Kern, dem zarten, schmackhaften Herz der Artischocke, vordringt.

«Anders als in seinem Herkunftsgebiet, dem Mittelmeerraum, fehlt uns in der Schweiz eine eigentliche Artischocken-

Tradition», konstatiert

Jimmy Mariéthoz, Leiter der Fachstelle Gemüse- und Beerenbau am Bildungs- und Beratungszentrum in Salenstein. Er bedauert, dass viele Schweizer sie bestens als Pizza-Beilage kennen. Dabei werden seit einigen Jahren im milden Klima des Zürcher Weinlandes die frostempfindlichen Gemüsedisteln angebaut, mit Erfolg. Der Ertrag ist zwar nicht gross,

weswegen Mariéthoz die Schweizer Artischocke als «exotisches Randprodukt» bezeichnet: Letztes Jahr wurden 42 Tonnen produziert, während über 1600 Tonnen importiert wurden. In der hiesigen Gastronomie kommen diese einheimischen Artischocken aber gut an.

Petra und Mirco Schumacher vom Gasthof Hirshen in Oberstammheim etwa, wo die Artischocke mit Aioli oder als eigenständiges Gemüse zu Schweinsfilet serviert wird, bevorzugen die «Guntalinger Artischocke». Seit 2002 bauen Daniel Reutimann und Magdalena Elminger im Zürcherischen Guntlingen auf ihrem Bio-Hof Artischocken an. «Auf 70 Aren ernten wir jährlich zwischen drei und fünf Tonnen», so Elminger.

In der Gastronomie begehrts sind besonders die seitlich wachsenden Triebe, die feinen, zarten «Carciofini», welche meist ganz gegessen werden können.

Diese «Baby-Artischocken» aus Schweizer Haltung verwenden auch Dietmar Wild vom 15-Gault-Millau-Punkte Restaurant Bären in Grub (AR) mit Vor-

liebe. Es sei ein raffiniertes Gemüse, das gerne vergessen gehe, beobachtet er, und eines, das so manchen gestandenen Koch immer wieder herausfordert: Wann ist es gar? Wie bleibt seine Farbe erhalten? Wie sein Geschmack? Die 18-Gault-Millau-Punkte-Köchin Vreni Giger vom St. Galler «Jägerhof» bezeichnete es auch mal als «Angst-Gemüse». Und bevorzugt die Böden gefüllt mit Eierschwämchen.

Die frostempfindlichen Gemüse-disteln gedeihen gut im milden Klima des Zürcher Weinlandes.

Herr Kuchler, zu dieser Jahreszeit führen Sie immer Artischocken auf der Karte. Welche Sorte bevorzugen Sie? Ich mag vor allem die südfranzösische Prince de Bretagne. Das ist die grösste Artischocke, die es gibt. An der ist – im Gegensatz etwa zu den kleinen, feinen Carciofini – auch etwas dran, da hat der Guest etwas davon.

Wie unterscheidet sie sich von der schweizerischen? Die Prince ist sehr fein im Geschmack und hat einen richtig grossen Boden. Aber sie gibt aufgrund ihrer Grösse auch entsprechend viel zu tun.

Und wie bereiten Sie sie zu? Meist klassisch. Ich gare sie je nach Grösse 15 bis 25 Minuten im Gemüsesud und lasse sie darin erkalten, damit sie ihre Frische behält. Anschliessend serviere ich sie zum Beispiel mit einer Orangen-Olivenöl-Vinaigrette. Oder ich bereite sie wie eine Rösti zu, indem ich den

Boden roh raspel und zusammen mit Kartoffelraspeln in Olivenöl knusprig brate. Und nicht zuletzt mag ich das provenzalische Gemüsegericht Artischocken à la Barigoule. Weniger angetan bin ich von Sorbet aus Artischocken und ähnlichen Zubereitungsarten, wie sie zurzeit sehr beliebt sind. Solche Experimente sind gar nicht mein Ding.

Mitunter tun sich auch viele Köche schwer mit der Artischocke. Warum? Nun, zum einen ist ihre Zubereitung aufwendig. Zum anderen beherrschen heute viele die Technik des Tournierens, also des Zurechtschnidens von Gemüse, nicht mehr.

Auch gilt es als nicht einfach, das passende Getränk zu finden. Ihr Empfehlung? Zu Artischocken mit Orangen-Vinaigrette: Champagner. Und sonst einen knackigen, leichten Weisswein.



Hierzulande sehr beliebt: Artischockenherzen als Antipasto.

**Prêt-à-manger. Hero Portionen-Konfitüren. Jetzt im neuen Kleid.
Le nouvel habit des confitures en portions Hero.**



Hero

www.gastro.hero.ch

News

Emmi erhöht Umsatz dank Auslandgeschäft

Nach den Währungsturbulenzen 2011 hat sich der grösste Schweizer Milchverarbeiter erholt. Im ersten Halbjahr 2012 stieg der Umsatz um 2,2% auf 1,34 Mrd. der Gewinn um 11,6% auf 39,3 Mio. Franken. Trotz der angespannten wirtschaftlichen Situation in grossen Teilen Europas legte Emmi im Ausland markant zu, während im Inlandsgeschäft Einbußen zu verzeichnen sind. Vor allem die Exportprodukte Caffe Latte und der Käse fanden grossen Anklang.

Pro Specie Rara sucht alte Kräutersorten



zvg

Die Schweizerische Stiftung für die kulturhistorische und genetische Vielfalt von Pflanzen und Tieren (Pro Specie Rara) will den Kräuteranbau als Schweizer Kulturgut erhalten. Sie ruft Interessierte, die im kleinen Rahmen Kräuter angepflanzt haben, dazu auf, ihre Pflanzen zu melden. Gesucht sind Kräuter, die seit mindestens 10 Jahren angebaut und als Heilpflanzen verwendet werden.

Meldung an: Tel. 062 832 08 20
oder info@prospecierara.ch

Magere Traubenernte in Frankreich



zvg

In Frankreich wird der Ertrag der Traubenernte 2012 mit rund 42,5 Millionen Hektolitern so gering ausfallen wie seit mehr als zwei Jahrzehnten nicht mehr. Letztes Jahr konnten 51 Millionen Hektoliter gewonnen werden. Die ungünstigen Wetterbedingungen mit Frost und Hagel haben schwere Schäden angerichtet. Einzig punkto Qualität sei der Jahrgang vielversprechend, so die Winzer.

ANZEIGE

Talente für die Hotellerie



Machen Sie Karriere in der Hotelbranche

Informationen zur Berufs- und Weiterbildung
in der Hotellerie finden Sie unter
www.hotelleriesuisse.ch/karriere



hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

cahier français

hter hotel revue N36 / 6 septembre 2012

Un promoteur immobilier veut investir plus de 100 millions de francs dans la reconstruction du Signal de Chexbres. Un projet de 25 chambres et 32 résidences à l'horizon 2014.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Les travaux de reconstruction du Grand Hôtel du Signal de Chexbres devraient reprendre en octobre, a annoncé la semaine dernière, le quotidien vaudois 24 heures. L'information nous a été confirmée, sans précision de date, par Yves de Gunten, ancien propriétaire et membre du conseil d'administration de la société Domaine du Signal S.A. dont il assume également la charge d'administrateur. Ils étaient interrompus depuis le début de l'automne 2011. C'est l'entrée dans ce conseil d'administration, et la prise de participation majoritaire, du promoteur immobilier Thomas Bindschedler, promoteur immobilier et industriel dans le secteur agroalimentaire dans les pays nordiques. Il s'est spécialisé dans la transformation de «vieux murs» en résidences de luxe et se trouve à la base de cette reprise qui, du coup, met un terme à la grotte naissante des riverains lassés de voir l'accès aux parcelles environnantes bloqué par la fermeture des routes sur le site.

Une autorisation très rapidement accordée par le canton de Vaud

De fait, le projet ne diffère guère de celui élaboré dès 2006, lors de la vente du complexe à un investisseur suisse qui s'est progressivement désengagé depuis, atteint dans sa santé, et présenté en 2008 dans ces colonnes. Aucune mise à



L'aménagement haut de gamme des chambres imaginé par l'entreprise Samuel Creations dans le nouveau Signal de Chexbres.

SAMUEL CREATIONS S.

Illustrations Idd

Sang neuf pour du luxe

L'enquête complémentaire n'a, d'ailleurs, été requise, même si, contrairement à ce que prévoyait le projet initial, tous les bâtiments ont été rasés. En cause, explique Thomas Bindschedler, «la vétusté des installations qui ne permettait pas de satisfaire à des exigences modernes d'isolation phonique et thermique.» De même, c'est l'entreprise générale chargée des tra-

vaux qui a fait la demande de détruire également le corps principal de l'ancien établissement, les structures de celui-ci «regorgeant» d'amiante qui aurait demandé de trop grands frais de délocalage. Une autorisation d'ailleurs très rapidement accordée par l'Etat de Vaud sous condition de reconstruire dans les volumes précédents et de respecter ceux de



Les volumes du bâtiment devraient être conservés.

«L'individu au cœur du projet»

Directeur d'IntEHL, l'insti-tut d'innovation et de recherche de l'EHL, Stefan Fraenkel, entré au conseil d'administration du Domaine du Signal en juin dernier, en même temps que Thomas Bindschedler, connaît bien le concept d'accueil et d'hébergement du projet. Il le suit depuis sa conception, alors qu'il n'était que projet d'étudiants en entreprise (SBP). «L'idée, explique-t-il, n'est pas de faire

des résidents un réseau d'assis-tance, ainsi que cela pourrait se passer en EMS. Bien plutôt de replacer cet hôte, quelle que soit sa classe d'âge, au centre d'une plate-forme de services centrés sur ses envies, ses besoins actuels ou à venir de lui faciliter la vie, pour ainsi dire, sans qu'il soit aucunement dépendant de ces services, ni qu'il ait eu besoin d'un stage de trois jours à l'EPFL pour utiliser les services domotici-

ques disponibles.» Pour Stefan Fraenkel: «Notre seul objectif est le bien-être de l'individu en termes de sécurité, en termes physiques ou psychologiques, quasiment holistiques. De là, à chacun de choisir ses envies, ses besoins. Au Domaine du Signal, de là, il trouvera dès l'accueil l'intervenant qui saura le prendre en charge, du service d'étagage bien évidemment jusqu'aux services de santé.» jje

la première mise à l'enquête pour les autres aménagements.

Pour un budget d'un peu plus de 100 millions de francs (+30 millions par rapport au premier projet présenté), le futur Domaine du Signal comptera ainsi 25 chambres d'hôtel haut de gamme, 32 résidences entre 60 et 300 mètres carrés, un spa de près de 1500 m² et un restaurant ouvert au public capable d'assurer un service 24 heures sur 24.

Selon l'emplacement et l'offre de base forfaitaire choisie (voir

encadré), l'acquéreur devra compter entre 20 000 et 30 000 francs suisses le mètre carré pour résider au Domaine. «Avec ces tarifs, il est bien clair que nous visons essentiellement une clientèle de résidents à l'année», explique Thomas Bindschedler.

«Nous mettrons l'accent sur le concept, toujours plus démodé et apprécié, de sécurité, tant active que passive. Pour les résidents, l'accès à chaque prestation choisie pourra se faire au moyen d'une simple carte personnalisée et per-

sonnalisable avec, bien entendu, des services logistiques et d'accompagnement très haut de gamme - il s'agira non seulement d'assistance et de conciergerie, mais également d'accès au golf de Lavaux situé à quelques kilomètres, ainsi que, par exemple, de location de voiture ou d'avion. «Une classe de prestations qui est aussi la cause de l'accroissement du budget.»

Une entreprise basée à Genève et Dubai pour la décoration

Côté aménagements et décoration, en charge du projet pour Samuel Creations, une entreprise spécialisée basée à Genève et dans les Emirats du Golfe, Bardya Louie (un ancien de l'EHL) n'en promet pas moins: «Tout sera du très haut de gamme et personnalisable à l'envie.» Notons enfin que pour l'économie locale également, le projet devrait être profitable puisque, selon Yves de Gunten, beaucoup de prestations seront attribuées au marché local existant.

Le changement commence ici!
www.hoteljob.ch

Le No 1 parmi les plates-formes de l'emploi suisses pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme.

hter hotel revue



gastronomia

du 4 au 7 novembre 2012 | Lausanne | www.gastronomia.ch
Salon professionnel romand de l'hôtellerie et de la restauration

Votre salon professionnel
au cœur de la Suisse romande

GASTRONOMIE Journal Hotel & Catering Le Capital Hotel revue igeo M.CH



Nous mettons les bouchées doubles !
PURITY Steam
Pour une qualité d'eau optimale



Résistant au vent et aux intempéries jusqu'à 75 km/h!
KÄSTLISTORES
Kästli & Co. AG
Tél. 031 340 22 22
www.kastlistores.ch

En bref

International

Résultats en progression chez Accor

Le groupe hôtelier français Accor enregistre des résultats en progression au premier semestre. Toutefois cette performance n'est pas visible au niveau du résultat net, fortement négatif (-532 millions d'euros), du fait de la vente de Motel 6 à la filiale américaine Blackstone au mois de mai. Hors impact lié à cette cession, le résultat net s'établit à 80 millions d'euros, en progression de 29%.



ldd

Valais

Feu vert pour la liaison Grimentz-Zinal



ldd

L'Office fédéral des transports vient d'accorder le feu vert aux remontées mécaniques de Grimentz-Zinal. Elles ont obtenu la concession pour le téléphérique de liaison entre les deux stations, il devrait être le troisième plus long de Suisse. Une ouverture de l'installation pour l'hiver 2013-2014 est espérée. aca

Jalons du futur hôtelier

Les systèmes de distribution, l'hôtel du futur ou les nouveaux marchés: lors de la troisième Journée du marketing hôtelier, plus de 300 participants ont voulu savoir quelle serait la voie à suivre.

SABRINA GLANZMANN

Pour Guglielmo L. Brentel, président d'hôtellerie suisse, dans le contexte économique actuel, le marketing est la nécessité du moment. Mais c'est avant tout des concepts à la stratégie claire qui sont plus que jamais essentiels, les prix élevés s'inscrivant dans les faits, du moins dans un avenir proche. Guglielmo Brentel a fait appel aux plus de 300 hôteliers et spécialistes de la branche présents lundi pour qu'ils investissent de manière ciblée dans la qualité du service, l'infrastructure hôtelière et l'expérience globale. Et il a encouragé les membres à travailler avec la plate-forme de réservation de STC - avec «les meilleurs prix, les meilleures disponibilités et surtout des offres très attrayantes» -, car techniquement parlant cette plate-forme est aussi performante que son contenu.

La troisième Journée du marketing, organisée par hôtellerie suisse et Suisse Tourisme (ST), a fait du futur le centre des débats: Jürg Schmid, CEO de ST, a présenté le nouveau modèle de marketing hôtelier de ST qui sera appliqué à partir de 2014 et se concentrera davantage sur la mise en ligne et moins sur le print, ainsi qu'une nouvelle application qui fait partie de la cam-

pagne «Go Mobile». Objectif: une plus grande portée et une plus large diffusion sur les marchés.

Durant sa conférence, l'allemand Sascha Hausmann, spécialiste de la vente en ligne, a dressé un tableau complet des plates-formes et canaux de réservation. Il a montré où et quels frais peuvent apparaître pour l'hôtelier, quels sont les frais pour les canaux de distribution en ligne eux-mêmes et prouvé une fois encore que la gestion en ligne n'est plus depuis longtemps un emploi à temps partiel.

Autre sujet de discussion, la distribution, auxquels ont participé Johannes Fuhr de HRS, Markus Luthe de l'Association internationale de l'hôtellerie en Allemagne, Claude Buchs du Grand Hôtel Bella-Tola à Saint-Luc et Paul Roll, directeur de l'Office du tourisme de Paris, qui a lancé pour la capitale française un système de réservation qui lui est propre.

Avec son projet «Future Hotel»,

l'architecte Vanessa Borkmann, de l'Institut Fraunhofer, a présenté l'hôtel du futur, les attentes des clients et comment l'hôtelier devra se positionner. Pour les hôteliers, trop de «musique du futur». C'est du moins ce qui est ressorti du débat qui a suivi, animé par Gery Nievergelt, rédacteur en chef d'hôtel revue. Pour Philipp Frutiger, du groupe Giardino «la direction à suivre est avant tout celle de «l'expérience mémorable».

Urs Eberhard, directeur des marchés à ST, a montré que les «Flexible Individual Travellers» (FIT) en provenance des marchés émergents tels que la Chine et l'Inde deviendront des segments de plus en plus intéressants pour lesquels il vaut donc la peine d'acquérir des compétences interculturelles (lire ci-dessous).

Adaptation Françoise Zimmerli sur la base d'un texte en page 4

Brochure «L'accueil des hôtes chinois en Suisse»

La brochure «L'accueil des hôtes chinois en Suisse», publiée par hôtellerie suisse et Suisse Tourisme, vient de paraître dans une édition complètement remaniée. Elle contient des précieux renseignements et conseils destinés aux prestataires touristiques. Elle peut être commandée gratuitement auprès de: kommunikation@hotelleriesuisse.ch sag/fz

Dix projets romands inscrits

Le Milestone sera une nouvelle fois très disputé. Plusieurs candidats de Suisse romande frappent à la pierre. La course aux lauriers est lancée.

Grand succès pour le Milestone, le Prix suisse du tourisme avec 92 projets reçus. Le 27 septembre, les projets nommés seront dévoilés par le jury dans htr hotel revue.

Dans la catégorie **Projet remarquable**, 63 proviennent de Suisse alémanique, huit de Suisse romande et deux du Tessin. Les projets romands en compétition sont: Ados toqués, une sensibilisation à l'hôtellerie de 48 adolescents avec expérience pratique à l'Hôtel Préalpina, de Chexbres. Chillon avec son projet le château miroir, il s'agit du remplacement d'un éclairage faisant briller le château par une poétique de l'ombre et de la lumière. Les pro-

mades uniques de Nendaz, avec une mise en scène des points de vue, une nouvelle signalisation, une balade racontée et une navette. Fribourg Région, avec ses actions de Guerilla Marketing, dans le but de faire intervenir des rieurs professionnels dans les transports publics. Jura & Trois-Lacs Marketing, une plate-forme au service de la destination - les économies d'échelles profitent à effectuer plus d'actions promotionnelles. Les chemins de fers du Käserberg (FR), le grand réseau de train miniature. Les gorges du Dailly (VS) l'œuvre d'un village, reconstruction et

prolongation des escaliers, ponts et galeries. Le musée valaisan des Bisses, qui illustre les contextes historiques, géographiques et humains d'une épopée.

Dix projets, dont trois romands figurent dans la catégorie **Prix de l'environnement**. Il s'agit de Label Eco Villars, des chemins du

Bio (JU) et des séjours linguistiques de ESL. Neuf projets figurent dans la catégorie **Prix de la relève**. Depuis douze ans, Milestone honore les projets et les personnalités marquantes de la branche. La remise des prix se déroulera le 13 novembre 2012 au Kursaal de Berne. aca

www.htr-milestone.ch

Le Milestone sera disputé.

adb

ANNONCE

Félicitations!



Les diplômé(e)s de l'Ecole de commerce

Hôtellerie-Tourisme EIT Lausanne

Cérémonie de remise des diplômes, jeudi 12 juillet 2012

Destin Daphné, Grand Hôtel du Lac, Vevey
Herzig Claudia, Hôtel Continental, Lausanne
Jonah Narinjo Sivananda, Hôtel Ibis, Lausanne
Koudoglo Valérie, Hôtel Astra, Vevey
Kronauer Marylou, Hôtel Bella Tola & St-Luc, St-Luc
Laroze Frédéric, Hôtel Cornavin, Genève
Mabroumi Yasmine, Hôtel Mövenpick, Lausanne
Nukic Biba, Hôtel Mirabeau, Lausanne
Pahud Manon, Starling Hotel Lausanne, St-Sulpice
Sergi Sara, Hôtel Lausanne Palace & SPA, Lausanne
Wegmüller Daniela, Hôtel Angleterre & Résidence, Lausanne

hotelleriesuisse - compétence, dynamisme, enthousiasme.
Monbijoustrasse 130
Case postale
CH-3001 Berne
Tél. +41 31 370 41 11
Fax +41 31 370 44 44
info@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch

Partenaires pour la formation professionnelle:
EITS École Internationale de Tourisme
International School of Tourism Management
Internationale Schule für Tourismus

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association





Genève Tourisme a augmenté son nombre d'offres spéciales. Elles visent particulièrement une clientèle de loisirs.

Swiss-Image

Genève s'offre une vitrine thématique

Genève Tourisme a mis en place une palette d'offres spéciales. Objectif principal de l'opération: montrer ce que la Cité de Calvin peut offrir en matière de tourisme de loisirs.

MIROSLAW HALABA

Offre spéciale «Demi-tarif», forfait week-end «Plus pour moins» ou encore offre spéciale «Lac Léman 2012». Il y a en a une douzaine de ces propositions qui depuis le mois de juin cherchent à attirer l'attention des visiteurs du site de Genève Tourisme. Certes, de ces offres - qui comprennent généralement l'hébergement à un prix attractif et d'autres prestations de loisirs -, l'office du tourisme en avait déjà proposées par le passé, mais celles-ci se comptaient sur les doigts d'une main.

Aujourd'hui, il s'agit de faire plus, car la demande est là et parce que de telles offres constituent, outre une source de revenu, un bon instrument de promotion. «Nous avons élaboré un nombre de forfaits suffisamment grand pour montrer qu'il y a de

quoi faire à Genève, notamment le week-end. C'est une vitrine thématique», explique Vincent Dubi, le directeur marketing loisirs de Genève Tourisme.

Cinquante hôtels dans le coup

L'opération a rencontré un bon écho auprès des hôteliers, puisque plus d'une cinquantaine d'entre eux, tout niveau de gamme confondu, ont accepté de participer. «Chacun a fait des efforts pour que nous puissions proposer aux clients des prix attrayants», note Vincent Dubi.

«Chacun a fait des efforts pour que nous puissions proposer des prix attrayants.»

Vincent Dubi
Dir. marketing Genève Tourisme

L'opération n'a pas encore livré de résultats chiffrés précis, mais Genève Tourisme estime que la demande est supérieure d'environ 40% à ce qu'elle était en 2011. «On fait mieux que l'an passé, mais on est encore loin de ce que l'on souhaite obtenir pour une ville comme Genève», déclare Vincent Dubi. Un vœu qui a de bonnes chances de se réaliser, car le potentiel de développement de ces offres spéciales n'est pas encore exploité. Avec la mise en service - en principe, dans le cou-

rant du mois d'octobre - d'une nouvelle mouture du site internet, ces dernières devraient être mieux référencées et, partant, mieux se vendre. D'autre part, d'ici fin 2012 et début 2013, «trois à cinq nouvelles offres» devraient compléter la palette actuelle.

Propriétaire des hôtels Cornavin et Cristal, Marc Fassbind est l'un des hôteliers qui a décidé de jouer le jeu. Son établissement est présent dans toutes les offres. «Ces forfaits sont importants pour la visibilité de Genève. Ils font parler de notre cité. Ils peuvent déclencher un processus d'achat et inciter des clients à revenir chez nous», indique-t-il. Directeur de l'Hôtel Tiffany et président de la Société des hôteliers de Genève, Marc-Antoine Nissile croit aussi aux vertus des offres spéciales: «La clientèle est devenue très friande de ce type d'offres. Il est d'ailleurs nécessaire d'en faire pour la clientèle d'être qui ne fait pas de voyage d'affaires, mais qui paie ses déplacements de sa poche. Et ceci d'autant plus que le franc est fort.»

Un moyen de se démarquer et de se faire connaître

Pour lui aussi, les offres spéciales ont un effet d'image incontestable. «Il faut en présenter plusieurs, car elles montrent ce que l'hôtel peut offrir en matière de prestations et ce que l'on peut faire à Genève», dit-il. Il salue l'initiative de Genève Tourisme qui peut, par ce moyen, «se démarquer des destinations concurrentes».

Xavier Rey, lui non plus, ne veut pas rester à l'écart de cette opération. «Genève Tourisme veut donner un dynamisme à Genève. Il est donc de notre devoir de soutenir cette organisation, de l'aider et de l'accompagner dans ses projets», déclare le directeur de l'Hôtel Drake Longchamp. Et même si ces actions ne devaient pas rencontrer tout le succès escompté, elles auront toujours le mérite, estime-t-il, de «créer un appel d'air» en faveur de la ville.

Stendhal s'invite à l'hostellerie

Rénovée, agrandie, l'Hostellerie de Genève à Vevey passe de 12 à 21 chambres, toutes différentes en fonction de leur thème. Elles ont été décorées avec goût par la patronne des lieux.

CLAUDE JENNY

Elle rêvait d'être décoratrice d'intérieur. Elle est devenue hôtelière. Depuis un long bail, Anne-Christine Meylan est la propriétaire-directrice de l'Hostellerie dite de Genève, située en plein cœur de Vevey, sur la place du marché. Malgré ses occupations d'hôtelière-restauratrice, la patronne des lieux n'a toutefois pas perdu son penchant pour la décoration.

Son hostellerie s'est agrandie au prix de transformations importantes, conduites ces quatre dernières années et qui sont quasi achevées: «Tout était à faire

puisque nous avons agrandi la partie hôtelière en transformant des appartements», explique Anne-Christine Meylan. De douze, nous sommes passés à 21 chambres. Le montant des investissements est de l'ordre du million de francs.

Le must du lieu, c'est la déco! Et là, Anne-Christine Meylan a largement cultivé son bon goût. Elle n'a pas lésiné sur les moyens pour donner à chaque chambre un caractère particulier. «Nous sommes souvent partis d'un objet, puis nous avons habillé toute la chambre sur un thème». Une gondole à tout naturellement engendré «La Vénitienne»!

Quant à la «Stendhal», elle a été pensée en rouge et noir, comme il se doit, à partir de l'achat d'un fauteuil noir. Le visiteur peut choisir sa chambre en fonction de ses goûts, y compris exotiques, avec la «Marocaine bleue Agadir», la «Marocaine rouge Marrakech», la «Coloniale» et bien d'autres encore.

«Nous recevons essentielle-



Chaque chambre est décorée selon une thématique. Ici, la Marocaine rouge Agadir.

ment une clientèle d'affaires, séjournant à Vevey en lien avec les entreprises installées dans la région. Des hôtes qui voyagent beaucoup et qui, le plus souvent, doivent séjourner dans des chambres qui sont partout les mêmes. Chez nous, ils peuvent goûter au charme d'une chambre personnalisée. Ils apprécient une telle offre», confie la directrice. Une originalité qui, conjuguée

avec un accueil de qualité, lui assure une clientèle fidèle et un excellent taux de fréquentation. Et, partant, de moins souffrir que d'autres de la conjoncture.

On ne peut qu'avoir envie de faire plusieurs séjours dans cette hostellerie de charme où le beau se marie avec le bien recevoir et le bien manger, l'Hostellerie de Genève étant aussi une excellente table. Anne-Christine Meylan or-

ganise d'ailleurs régulièrement des soirées à thème et propose des séjours «romance» dont l'appellation n'est pas usurpée.

Et si l'on vient l'envie d'un séjour vraiment inédit, optez pour l'escapade dans les Alpes. Il inclura le survol du Mont-Blanc. Et il se pourrait même que ce soit la patronne qui tienne le manche à balai. Car l'hôtelière-décoratrice est aussi... aviatrice.

En bref

Valais

Crans-Montana vote en faveur de la Moubra

L'Association des communes de Crans-Montana vient d'accepter à une large majorité le dossier Aqualoisirs de la Moubra (notre article du 9 août). Le projet voté est budgétisé à près de 48 millions. Il a été réduit de 47,76 millions. «Il correspond à un besoin en station comme dans les environs», explique Claude Gérard Lamont, président de l'ACCM au «Nouvelliste». L'autorisation de construire devrait être là en 2013, le début de la construction est espéré pour 2014 et l'exploitation prévue pour 2017.

Neuchâtel

Un village gourmand à Capa'cité



Le salon Capa'cité se tient depuis mardi et jusqu'au 8 septembre à La Chaux-de-Fonds. Il s'agit de la plus grande manifestation du canton en faveur de l'apprentissage dual et de la formation professionnelle. Les apprentis de l'hôtellerie et de la restauration animent le village gourmand autour de Le Corbusier.

www.capacite.ch

Vaud

Le théâtre romain d'Avenches en restauration



La restauration du théâtre romain d'Avenches a démarré. L'Etat de Vaud investit un million de francs dans ce chantier qui se poursuivra jusqu'en été 2014. Il s'agit du plus grand des quatre monuments de ce type connu en Suisse. La première étape vise à assurer la solidité du monument et sécuriser l'accès au public. Visité annuellement par quelque 40 000 personnes, l'ensemble du site doit désormais être consolidé. En arpentant les vestiges le public peut apprécier l'ampleur d'un théâtre romain.

Marchés émergents: espoir face à la crise

«Ce n'est pas le moment de réduire les investissements opérés à l'étranger, notamment sur les marchés émergents» annonce Andreas Banholzer, directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud dans un communiqué. D'avril à juin 2012, les nuitées ont reculé de 6,1% dans le canton et de 13,4% dans les Alpes vaudoises. Le net recul des touristes européens et américains a toutefois été partiellement compensé par les hôtes chinois, russes (+7,2%) et des Pays du Golfe (31,3%). Ib

En bref

Léman**Le plus bel été de la CGN**

La Compagnie générale de Navigation sur le Lac Léman a battu des records en août avec 388 800 passagers mensuels et 192 255 passagers le 9 août 2012. La CGN réalise ainsi le plus bel été de son histoire. La qualité de la restauration a attiré les foules avec souvent plus de mille couverts par jour pour les trois restaurateurs.

Vaud**La nutrition en questions au Comptoir**

Le Comptoir Suisse de Lausanne présentera sa 93e édition du 14 au 23 septembre 2012. Il accueillera près de 500 exposants sur 10 000 mètres carrés de surface d'exposition. Le fil rouge de cette édition sera la nutrition. Des questions telles que : «Les graisses dans notre assiette, anges ou démons ?» seront abordées. www.comptoir.ch

En hamac vers le ciel

Emotions en perspective: accroché à un arbre, le lit Esté permet de passer la nuit à la belle étoile. Ce peut être un concept hôtelier.

CHRISTINE KÜNZLER

Le plus souvent, les jeunes adultes entendent vivre des vacances riches en expériences. Esté répond à ce besoin: compromis entre un lit transportable et un hamac. Fixé à un tronc d'arbre, il est accessible par une échelle. Esté permet aux amateurs avides d'émotions et aimant l'aventure de passer - bien protégés - la nuit à la belle étoile. Le concept est de Nadine Bucher, d'Innnerberg. Elle a développé Esté dans le cadre de son travail de Master in Design & Management à la Haute Ecole de Lucerne. Et après des recherches sur les facteurs clés de la mise en scène des lieux de sommeil. A l'aide d'entretiens, de tests personnels et de différentes théories

sur les émotions, le vécu et de marketing, elle a établi des facteurs qui font naître l'expérience.

«L'aventure doit procurer un petit frisson»

Nadine Bucher a analysé les raisons pour lesquelles des offres de logement telles que dormir dans un igloo, dans un champ de maïs ou dans un silo de minerai, sont en plein essor et pourquoi elles génèrent un très haut taux d'occupation. «Avec Esté, j'ai essayé de mettre en œuvre les facteurs clés: la nature, l'emplacement, l'intégration des clients, le retrait du quotidien. «Aujourd'hui, une nuit à la belle étoile est plus que jamais une aventure, car nous ne sommes plus habitués à vivre de manière si proche et si réelle les bruits de la nature», soutient-elle. «Et l'aventure doit procurer un petit frisson.» Elle a testé elle-même Esté et partagé son avis avec d'autres qui l'ont testé aussi. La grande majorité a apprécié la nuit. Esté remplit toutes les conditions permettant aux hôtes de découvrir ces expériences de

vacances si convoitée. Mais pour l'instant, il n'existe que sous forme de prototype.

Un petit-déjeuner servi au moyen d'un treuil

Nadine Bucher peut très bien imaginer de travailler avec des hôteliers et des destinations où de lancer l'offre elle-même. Par exemple en louant à des communautés une parcelle forestière et en organisant un tour de Suisse avec Esté. L'important pour elle est que l'offre soit organisée dans son sens. «Il faut qu'une personne soit entièrement derrière ce projet. Avant de se retrouver chacun dans leur Esté personnel, les clients doivent se renconter devant un feu de camp et une bonne cuisine. Ensuite, chaque hôte peut rejoindre son camping de nuit qu'il a lui-même construit, explique la jeune femme à propos de son concept. Le petit-déjeuner sera servi le lendemain au moyen d'un treuil. Douche et WC peuvent être installés soit dans une tente, soit à l'hôtel.

«Ce qui est très important pour moi, c'est que l'on prenne soin

«Aujourd'hui, une nuit à la belle étoile est plus que jamais une aventure.»

Nadine Bucher
Etudiante à la HE de Lucerne



Le concept Esté donne accès à l'aventure d'une nuit.

des clients. Je connais l'importance de petites choses comme une poignée de main ou des fleurs sur le plateau du petit-déjeuner.» Même le cadeau que le client recevra en guise de souvenir quelques semaines après son aventure dans les arbres témoigne de l'originalité et de l'hospitalité de Nadine Bucher: une prairie de

fleurs sous la forme d'une plaque de chocolat. Le morceau de terre séché et ensemencé commence à germer après qu'il ait été arrosé. Ou, un second souvenir, un coffret comprenant une graine qui se mue un jour en un arbuste.

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

Logiciel Mirus: premier produit du marché certifié CCNT

Les secteurs de l'hôtellerie, de la gastronomie et du tourisme peuvent attendre les contrôles CCNT en toute tranquillité! Le module de base des applications Mirus pour la Gestion du personnel et la Planification des ressources humaines a brillamment réussi la rude épreuve de l'expertise des services de contrôle de la CCNT. Une fois de plus, Mirus a une longueur d'avance.

En soi, la gestion du personnel dans la branche de la gastronomie et du tourisme est déjà très complexe. Le respect des consignes et des réglementations de la CNTT ajoute une dimension supplémentaire dont il convient de tenir compte. Les entreprises du secteur dont la gestion du personnel ne serait pas scrupuleusement conforme à la CCNT auraient inévitablement à faire face à des remontrances des services de contrôles.

Mirus, un gage de sécurité

Pour les entreprises qui ont choisi le logiciel Mirus pour organiser leur gestion du personnel, c'est la sécurité assurée! En effet, grâce à sa connaissance approfondie du secteur et à sa compréhension des défis dans cette branche, Mirus est aussi parfaitement rompu à la gestion du personnel conforme à la CCNT. Les compétences en la matière ont été intégrées dans le développement du logiciel Mirus, si bien que cet outil convainc non seulement ses utilisateurs, mais est aussi reconnu par les experts de la CCNT.

Testé et apprécié par les experts CCNT

Les contrôleurs des services de contrôle de la Convention collective nationale de travail pour l'hôtellerie et la restauration ont étudié avec soin et en toute impartialité le module de

base des applications Mirus Gestion du personnel et Planification des ressources humaines au regard de sa conformité avec les exigences de la CCNT. Ils sont aboutis à la conclusion que les calculs de l'outil Mirus étaient fondamentalement justes. Par conséquent, les services de contrôle de la CCNT évaluent favorablement le concept du logiciel Mirus. Ils appuient leurs conclusions en octroyant à Mirus une certification et en préconisant l'utilisation du module de base du logiciel Mirus dans la gestion du personnel. Mirus est ainsi le premier logiciel à bénéficier de la certification des services de contrôle de la CCNT.

Bonus de confiance pour les entreprises utilisant Mirus

La certification crée entre les services de contrôle et l'utilisateur du logiciel Mirus un certain lien de confiance, car l'utilisation du module de base Mirus pour la Gestion du personnel et la Planification des ressources humaines signalise aux contrôleurs que l'entreprise prend les exigences de la CCNT au sérieux et qu'elle est soucieuse de les respecter. Les contrôles continueront d'exister, mais ils devraient se dérouler de manière beaucoup plus détendue pour les entreprises concernées.

Excellent références

Avec la certification, les services de contrôle de la CCNT ne répondent pas de la fonctionnalité du logiciel Mirus. Il n'est pas non plus question de la comprendre comme une recommandation d'achat. En revanche, la note exceptionnelle donnée au logiciel par les nombreux utilisateurs satisfaits de Mirus constitue une claire recommandation. La

certification du module de base de Mirus Gestion du personnel et la Planification des ressources humaines par les services de contrôle de la CCNT constitue un atout supplémentaire en faveur de Mirus, qui consolide encore la position de leader de la société sur le marché.

Présentation sans engagement dans votre établissement

Les conseillers commerciaux de Mirus sont à votre disposition pour réaliser une démonstration de nos produits dans votre établissement, sans obligation d'achat. Mirus est le leader du marché suisse dans le domaine du backoffice avec son logiciel pour les entreprises du secteur de l'hôtellerie, du tourisme et de la gastronomie. Le siège de la société est situé à Davos. Nous avons également une agence à Lausanne. Mirus est le partenaire de 2500 clients en Suisse qui utilisent les modules suivants:

- Mirus Gestion du personnel
- Mirus Planification des ressources humaines



Fotolia

- Mirus Saisie biométrique du temps de présence
- Mirus Comptabilité financière y compris la comptabilité analytique des centres de coût, ainsi que la comptabilité des investissements
- Mirus Archivage électronique

Les programmes Mirus peuvent être combinés à volonté. Ils peuvent être connectés à d'autres programmes par le biais d'interfaces et sont disponibles comme installations basée sur le web.

mirus SOFTWARE

Mirus Software SA
Chemin de Boston 25
1004 Lausanne
T +41 21 647 71 21
F +41 21 647 71 22
info@mirus.ch
www.mirus.ch

Mirus Software AG
Tobelmühlestrasse 11
7270 Davos Platz
T +41 81 415 66 88
F +41 81 415 66 78
info@mirus.ch
www.mirus.ch



Les cuves du Centre viticole – Champagne Nicolas Feuillatte à Epernay sont approvisionnées par plus de 5000 viticulteurs.

Le luxe dans la bulle

Le champagne puise sa force dans la subtile conjugaison de la marque et de l'appellation. Ce credo guide la coopérative Nicolas Feuillatte dans sa quête de nouveaux marchés.

LAETITIA BONGARD



David Henault, chef de caves Nicolas Feuillatte; Paul Baumann, directeur Obrist; Pierre Hartweg, resp. exportations Feuillatte.



Les bulles sont fines si le vin est resté longtemps en cave.

B oisson des rois et des vainqueurs, le champagne a bâti sa réputation sur ce qu'il a d'unique: un produit de luxe émanant du terroir champenois. Caractéristique assez particulière pour un vin, il n'était jusqu'ici que peu profilé. L'appellation Champagne fonctionnait davantage comme un générique. Depuis deux ou trois ans, suite à la crise de 2008-2009, les grandes marques comme Moët & Chandon, Veuve Clicquot du groupe LVMH ont dynamisé leur marketing et leur packaging. Conséquence: les marques prennent peu à peu le pas sur l'appellation.

Chez Nicolas Feuillatte, le directeur général Dominique Pierre voit dans cette évolution un «tourant risqué» auquel il faut rester «attentif». Car la force du champagne réside aussi, et surtout, dans le délicat équilibre entre négoce et vigneron, un mariage de raison à des fins économiques auquel veille le Comité interprofessionnel du vin de

symbole même d'une région viticole unie et complexe.

Résultats records pour une marque qui monte

Mais le fait que les grandes maisons jouent les locomotives est aussi perçu comme un apport bénéfique pour l'ensemble du vignoble champenois. En termes de visibilité, de notoriété, Caroline Defaut, responsable marketing et communication chez Nicolas Feuillatte, se montre enthousiaste. «Plus les choses bougent, mieux c'est pour nous.» Si on en croit les chiffres, cette nouvelle tendance semble profiter à la marque. L'année dernière elle a atteint un volume record.

Trois cépages Toute la subtilité de l'assemblage

Les 34 000 hectares du vignoble champenois se composent à 39% de pinot noir, 33% de pinot meunier et 28% de chardonnay. David Henault, chef de caves chez Nicolas Feuillatte, parle de ces trois cépages comme d'une famille: «Le pinot noir, c'est l'homme, il donne au vin sa structure; le chardonnay apporte l'élegance, le côté sensuel et féminin, le pinot meunier, le fruit de la rondeur, les enfants.» Pour lui, c'est l'assemblage qui fait le champagne. La recherche d'un équilibre subtil, qui grâce au vin de réserve, permet d'égaler sa qualité d'année en année.



Le vignoble champenois s'étend sur 34 000 hectares. Il est composé de pinot noir, de meunier et de chardonnay.

Laetitia Bongard

tribution, elle se place au premier rang des ventes sur le marché français et anglais, troisième au niveau mondial.

Outre le grand saut de 1986 lorsque Nicolas Feuillatte a cédé sa marque au Centre viticole de Champagne, le relooking opéré en 2011 n'est certainement pas étranger à son succès. L'habillage de ses bouteilles a été revu, son logo réinventé. Le choix de la boussole pour désigner le thème phare de la marque: l'ailleurs. «Il n'était pas possible de casser les codes du champagne. En revanche, il est possible de s'amuser tout en respectant le produit», analyse Caroline Defaut.

De la fraîcheur, de l'audace et de la créativité

Le pari Feuillatte: faire de ce produit de luxe, un produit plaisir et art de vivre. D'où des vins qui se veulent faciles d'accès, avec également de belles spécialités pour satisfaire les connaisseurs. Au total, douze cuvées élaborées par le chef de caves David Hénaud. Il assure la continuité de celui qui a fait les vins de la maison durant 35 ans, l'œnologue Jean-Pierre Vincent.

Nicolas Feuillatte cultive l'image d'une marque créative, chère à son fondateur, aujourd'hui âgé de 86 ans. Chaque année un artiste désigné réalise une œuvre qui est exposée chez Feuillatte. En 2012, le thème «city spirit» a inspiré Richard Woleck. Il se retrouve en couleur flashy et graphisme street art sur une bouteille de Brut réserve, en édition limitée. Une manière de rappeler, aussi, que le produit que l'on tient entre ses mains est une œuvre d'art à plus d'un titre. Le fruit d'un travail de toute une région.

La médaille Grand Or pour deux pinots valaisans

Le Mondial des Pinots 2012 a récompensé 357 vins (rouge, blanc et gris) sur un total de près 1300 crus. Cinq vins d'exception ont obtenu la médaille Grand Or: le pinot noir l'Orpailleur 2011 AOC Valais de Frédéric Dumoulin, le pinot noir AOC Valais de Claudy Clavien de la cave des Champs, l'Aigle Royal du Château l'Hospitalet (France), l'alter Berg Tegerfelder pinot noir barrique de Weingut Alter Berg (Argovie), le Vieille Vigne pinot noir barrique d'Andreywein (Berne). Ib

Un goût nouveau de Mexique à Neuchâtel



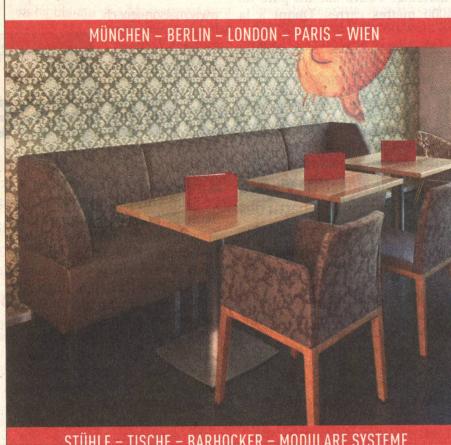
Ibd

Le groupe zurichois de restauration mexicaine Desperado vient d'ouvrir son premier restaurant en Suisse romande, à Neuchâtel, il prend place dans le bâtiment de l'Hôtel Touring au Lac. Un premier pas pour le projet de la société Michel Wolf SA (notre édition du 12 avril) qui veut créer un centre de congrès. Le restaurant Desperado peut accueillir jusqu'à 500 personnes sur trois étages. aca

www.desperado.ch

ANNONCE

GO IN



STÜHLE - TISCHE - BARHOCKER - MODULARE SYSTEME



Kontakt MÜNCHEN

GO IN GmbH
Justus-von-Liebig-Straße 3-5
86899 Landsberg am Lech
tel.: +49 (0) 8191 9194-250
fax: +49 (0) 8191 9194-199
mail: export@goin.de
web: www.goin.ch

Kostenfreie Servicenummer CH
tel.: 0800 881180



la «der»

hter hotel revue No 36 / 6 septembre 2012



«Les vins suisses sont comme les vins grecs: personne n'en demande à l'étranger car on ne les connaît pas.»

Gilles Besse Prés. de Swiss Wine Promotion
Lu dans «La Tribune de Genève»

24

Devenir l'hôte de Stravinski

«La Maison d'Igor», à Morges, propose huit chambres et deux salles de séminaires. Là où le compositeur russe écrivit «L'Histoire du soldat». Un restaurant ouvrira bientôt.

ALEXANDRE CALDARA



La villa où vécut Stravinski devenue «La Maison d'Igor».



La chambre «Berceuses du chat» et sa mélodie.

Huit chambres au design contemporain et à l'aura musicale, tel pourrait être le nouveau credo de «La Maison d'Igor», à Morges. Un hôtel particulier où séjourné le compositeur Igor Stravinsky entre 1915 et 1917. Mieux, il y a composé certaines de ses plus grandes œuvres comme «L'Histoire du soldat» ou «Les Noces». Après une année de travaux de rénovation, Hélène Barbey et Catherine Dreyfus semblent ravis de présenter ce projet et de faire revivre une maison qui appartient à la famille de la deuxième nommée.

Pourtant les deux femmes doivent trouver leurs marques dans le monde de l'hôtellerie: «J'ai tenu l'Hôtel de la Sage dans le Val d'Herens pendant une année et un peu baigné dans ce monde-là,

chambre dédiée aux «Berceuses du chat», dans une baignoire romantique, on peut avec une once d'imagination y entendre des chants accompagnés de clarinette. Pas de décorateur d'intérieur pour faconner ces peaux de chambres: «On a essayé de récupérer le maximum d'objets de la maison pour les remettre au goût du jour et les marier avec nos envies d'aujourd'hui», explique Hélène Barbey.

Autre particularité pour un si petit établissement, il s'orientera vers les séminaires et les banquets. La salle «La liberté», de 52 mètres carrés peut accueillir jusqu'à 40 personnes sous sa mansarde. «On a l'impression de se trouver dans un bateau», poète Hélène Barbey. La salle «La véranda» permet des réunions en petit comité jusqu'à dix personnes. Dès le 13 septembre, «la maison d'Igor» disposera d'un restaurant qui sera tenu par le traiteur Pariszürich. Dans ses «Souvenirs» sur le compositeur Charles-Ferdinand Ramuz se souvient de la chambre qu'il occupait dans la villa très 1880. Il le décrit «fumant une cigarette à bout de carton, buvant entre deux phrases une gorgée de café fort ou d'armagnac». Les hôteliers ont été très touchées de ressentir cette présence. Marie Stravinski, son arrière petite-fille qui s'occupe de la fondation Stravinski a suivi avec intérêt le projet.

www.maison-igor.ch



La chambre «Pucinella» et sa décoration baroque dans «La Maison d'Igor».

photos ldd



Le Salon Vinea, à Sierre, est aussi un lieu de débat.

Les vins suisses décomplexés

En lever de rideau de Vinea, à Sierre, on a débattu des moyens de mieux vendre les vins suisses. Pour l'hôtelier valaisan Claude Buchs, les écoles hôtelières ont un rôle important à jouer.

PIERRE THOMAS

A quelques encabures de son fief de Saint-Luc, Claude Buchs faisait figure de bon élève. Comme quelques membres des Swiss Historic Hotels, qu'il préside, son établissement ne sert que des vins suisses. En moyenne, les hôtes du groupe servent au moins 35% de vins indigènes, ce qui correspond à la part des vins suisses dans la consommation courante (37%, en diminution de 1% en 2011). Certes, l'hôtelier valaisan a un mérite relatif, puisqu'il se trouve «en région

de production», mais, dit-il, il faut «oser davantage». D'abord rétive, la clientèle s'est prise au jeu. «Certains clients genevois auraient préféré du vin français, et les Alémaniques, des vins italiens, mais les vins suisses se sont améliorés et ne peuvent plus être jugés trop légers, comme naguère. Nos clients acceptent et même attendent des conseils en vin», a plaidé l'hôtelier de Saint-Luc. Pour lui, les écoles hôtelières du pays devraient faire davantage pour les vins suisses.

Casser le mythe d'avoir obligatoirement des vins français ou italiens sur sa carte.» Claude Buchs a aussi engagé Vinea à récompenser non seulement les vignerons, mais aussi les tenanciers d'établissements publics dont la carte fait la partie belle aux vins suisses.

Pour le reste, le débat, qui a réuni une centaine d'auditeurs dans l'aula de la HES de Sierre, n'a guère amené de pistes nouvelles. Le patron de Schenk, Jean-Claude Vaucher, incite tous les vignerons

B

Jeux de rôles au Bristol

Le Bristol organisait lundi son annuel repas «échange cuisine-salle». Un événement didactique et sympathique pour ce quatre étoiles genevois.

ALEXANDRE NICOLIN

Les serveurs font sonner les casse-roles et les cuisiniers montent au front. Chaque année à la même période, c'est un nouvel épisode de l'émission française «Vis ma vie» qui semble se jouer au Relais Bristol. Xavier Collange, directeur général, rappelle la genèse de cette tradition vieille de huit ans.



Un fois par an, le personnel de cuisine du Relais Bristol se retrouve au service, et inversément.

ne prenant à leur compte que les boissons.

Et, contrairement à la télé, au Bristol, les épisodes se déroulent

sans drame, ni couac, «à peine un peu de lenteur dans le service», glisse Béatrice Vaisseau, directrice des ventes.

Un ingénieur en génie mécanique pour Télécronnazz

Hermann-André Dussek (photo) a repris la direction de Télécronnazz au 1er septembre. Il



succède à **Gianluca Lepori** qui aura passé 13 ans à ce poste. Hermann-André Dussek est titulaire d'un diplôme ingénieur HES en génie mécanique. Il était auparavant directeur de production dans l'industrie.

Les gens

«Bon appétit» ultime chronique entêtante

Maxime Pietri régale les papilles des lecteurs du «Nouveau Quotidien» puis du «Temps» par une chronique comme écrite à l'encre de seiche, pendant 18 ans de gourmand service. Samedi, il livrera une dernière fourmée, comme toujours savamment braisée à l'argot et jamais mitonnée loin du potager. Gage de fraîcheur et d'agilité. Comme écrit l'auteur catalan Sergi Pàmies: «On ne peut pas s'étouffer avec des vermicelles». Une dernière fois on y déchiffrait une histoire: «Pour les repas de fête, cette aïeule relevait d'ail et de persil haché son gâteau de foies de volaille». On ne peut croire qu'il s'agissait d'un dernier repas.

aca



Culinary Challenge

Vier Koch-Teams kochen an der Zagg um die Nominierung zur neuen Koch-Nati.

Seite 8 und 9



Verschiedene Wettbewerbe mit hochkarätiger Kochkunst werden auch an der diesjährigen Zagg die Besucher in ihren Bann ziehen.

Kulinistik als Kernkompetenz

Am kommenden Sonntag ist es wieder so weit: Die Zentralschweizer Gastgewerbemesse Zagg öffnet ihre Tore und erwartet mehr als 30 000 Besucher. Eine Erfolgsstory.

GUDRUN SCHLENZEK

Die Regionalität und die Kleinheit ist ihre Stärke: Die Zagg in Luzern empfängt vom 9. bis 12 September zum 17. Mal die Fachbesucher aus dem Gastgewerbe. Kampfen um Aussteller muss die Messe im Herzen der Schweiz nicht: Mit 250 Ausstellern ist die Messe bereits seit April komplett ausverkauft (2010: 241). Bei den Besuchern erwartet man mit über 30 000 einen leichten Zuwachs (2010: 28 000). Frankenstein und sinkende Logiermäntel scheinen an der alle zwei Jahre stattfindenden Fachmesse für Gastronomie, Hotellerie und Restauration spurlos vorbeizugehen. «Wir spüren in Sachen Messeverkauf die Tourismuskonjunktur nicht», freut sich Suzanne Galliker, Messeleiterin Zagg.

2013 stehen der Zagg 1000 m² mehr Fläche zur Verfügung

Weniger als ein Drittel Aussteller zählt die Zentralschweizer Zagg im Vergleich zur immer in

den Zwischenjahren stattfindenden internationalen Gastgewerbemesse Igeho in Basel. Doch eine nicht so grosse Messe scheint sowohl Besucher als auch Firmen anzusprechen. «Die Zagg ist sehr persönlich», erklärt Suzanne Galliker. «Sowohl Aussteller als auch Besucher finden genug Zeit für Gespräche.» Viele Aussteller fragten nach mehr Fläche für Ihre Stände, Galliker hätte gut und gerne 500 m² mehr verkaufen können. Das kann die Messeleiterin in zwei Jahren: 2013 erhält das Luzerner Messegelände eine neue, grössere Halle, sodass der Zagg 2014 zusätzliche 1000 m² zur Verfügung stehen werden. Überraschen will man die

Gäste dieses Mal gastronomisch: Die Messe betreibt die Restaurants bis auf das Messerrestaurant neu selbst. An der letzten Zagg sorgte die Tavolago AG, eine Tochter der Schiffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee für das kulinarische Wohl. Doch für Galliker zählt die Gastronomie an einer Gastgewerbemesse klar zur Kernkompetenz, die sie nicht mehr aus der Hand geben will. «Die Restauration ist Teil des Zagg-Konzepts.» Man wolle, wie es sich für eine Messe gehöre, dem Besucher auch gastronomisch etwas Neues bieten. Im Restaurant Lucerne (Halle 2) kochen mittags und abends ausgewählte Mannschaften (mittags im Rahmen des

Culinary Challenge). Im Restaurant Dyrberg (Halle 3) kommen Spezialitäten aus dem Wasser auf den Tisch, und Fleischiges im Restaurant Vianderie (Halle 2a) im Rahmen der Sonderschau Fleisch. Das Restaurant Traffic (Halle 3) ist ein Selbstbedienungsrestaurant. Und jeden Abend von 18 bis 20 Uhr überrascht die Messe neu mit Live-Musik am Bar Floor. Der Bereich Bar Floor versteh sich zudem als Plattform für innovative Aussteller zum Thema Bar.

Highlights: Swiss Skills, Culinary Challenge und Jugendforum

Besonders viele Besucher anziehen werden die Schweizer Berufsmeisterschaften Swiss Skills für Restauration und Küche (Seite 12), der Culinary Challenge (Seite 8 und 9) sowie das Jugendforum, schätzt Suzanne Galliker. Letzteres ist voll auf die Bedürfnisse der Lernenden und Junggastronomen ausgerichtet. Montag bis Mittwoch zeigen erfolgreiche Köche und Restaurationsfachleute

ihre Kunst. Zum Beispiel erzählt Daniela Manser, Ex-Jugend-Kochnati-Mitglied und Teilnehmerin an den World Skills, wie sie es als junge Köchin an die Spitze eines Gastronomiebetriebes schaffte. Nicht zustande kam die geplante Innovationsplattform. Mangels Interessenten musste man diese absagen.

Zagg 2012 Vom 9. bis 12. September in Luzern

Neben 250 Ausstellern locken zahlreiche Sonderschauen auf das Allmend in Luzern: Swiss Skills Restauration und Küche, Sonderschau Fleisch, Jugendforum, Kochwettbewerb «La Cuisine des Jeunes», Culinary Challenge, Schweizer Cocktailschwestern 2012, Bar Floor und die htr-Podiumsdiskussion.

www.zagg.ch



«Die Restauration der Messe gehört zum Konzept. Die geben wir nicht aus der Hand.»

Suzanne Galliker
Messeleiterin Zagg

htr-Podium Thema Tourismus

Die htr hotel revue lädt am 11. September 2012 an der Zagg in Luzern zum Podiumsgespräch. Diskutiert wird ab 17 Uhr im Jugendforum der Zagg. Das Thema ist so brisant wie die aktuelle Lage im Schweizer Tourismus und Beherbergungswesen: «Wie weiter im Schweizer Tourismus?» lautet die Headline, zu der Prominente aus Forschung, Politik, Medien und Tourismus unter der Leitung von Gery Niervergelt, Chefredakteur htr hotel revue, diskutieren. Auf dem Podium mit dabei sind:

Monika Bandi, Leiterin Forschungsstelle Tourismus, Universität Bern;

Ariane Ehrat, CEO Destination Engadin St. Moritz;

Adrian K. Müller, Gastgeber



Ständerat Hans Stöckli diskutiert beim htr-Podium mit.

und Mitbesitzer Romantik Hotel Stern, Chur;

Peter Rothenbühler, Publizist Tamedia;

Marco Russi, Vice President Global Hotel Sourcing bei Kuoni Management Global Travel Service;

Hans Stöckli, Ständerat und Präsident der Tourismusdestination «Jura & Drei-Seen-Land».

Das Einstiegssreferat hält Christoph Juen, CEO hotelleriesuisse. Im Anschluss an die Diskussion lädt die hotel revue zusammen mit CC Angehrn zu einem Apéro mit Leckerbissen von Thomas Bissigeger und seinem Team.

Die Teilnahme inklusive Eintritt an die Zagg ist kostenlos. Die Plätze sind jedoch beschränkt. Aktuell zählt die Veranstaltung bereits über 80 Gäste.

Noch kurzfristig anmelden können sich Interessierte unter redaktion@htr.ch.

Editorial

Persönlich und gut fürs Geschäft

Die Zagg in Luzern hat das, wovon ein Unternehmen nur träumen kann: Die Nachfrage ist grösser als das Angebot. Die Messe hätte gut und gerne noch mehr Ausstellungsfläche belegen können, wenn nur vorhanden gewesen wäre.



Eine solche Entwicklung hätte man vor gut zehn Jahren nicht für möglich gehalten. Als das Internet die Geschäftswelt so richtig eroberde und ein digitaler Marktplatz nach dem anderen ins

Leben gerufen wurde, bangten die Messeveranstalter um die Auslastung ihrer Messegelände. Alternativ-Szenarien wurden entworfen, Hiobs-Botschaften machten die Runde. Nun ist all das Bangen Schnee von gestern, manchen Messen scheint's so gut zu gehen wie schon lange nicht mehr. Nicht einmal ein starker Franken und eine serbende Tourismuswirtschaft können einen kleinen aber feinen Gastgewerbemesse à la Zagg etwas anhaben. Der Grund, warum trotz digitalem Wettkampf die klassische Fachmesse noch immer im Rennen ist, scheint auf der Hand zu liegen: Fachleute und Firmen wollen sich treffen, vor Ort, persönlich. Man will die

Produkte eins zu eins sehen, anfassen, degusteren können. Und so ein Messestag ist auch immer wie ein kleines Fest: Wo trifft man sonst in so ungewöhnlicher Atmosphäre so viele Branchenkollegen?

Eine solch politisch Trennwand, wie sie die Messelandschaft erlebt, schürt Hoffnungen. Auch Hotellerie und Gastronomie bieten Persönliches, was Social Media und allen voran Facebook nicht können. Natürlich muss man sich das als Konsument etwas kosten lassen, insbesondere jetzt mit dem starken Franken.

Aber Messestände gehen auch ins Geld. Die Firmen leisten sich das nun wieder.

Neuer Biospüler für den Speiseabfall

Die Remas AG stellt den neuen Biospüler Typ F-650 aus. Dieser bietet einen grossen Kunststoff-Eingabetrichter, so dass Küchenabfälle leicht entsorgt werden können. Mit einer Wasserbrause kann der Eingabetrichter abgespült werden. Mittels Zentrifugierung wird aus dem Abfall eine flüssige Biomasse.

Zagg Halle 2, Stand 281

Alternative zur textilen Tischwäsche



zvg

Die Duni AG aus Rotkreuz hat eine Alternative zur Stoff-Tischwäsche entwickelt. Die Innovation heisst Evolin, es gibt sie in den Farben Weiss und Champagner, ab Fr 1.20 pro Stück. Das Material Evolin wird in einem neuartigen Verfahren aus FSC-zertifizierter Zellulose hergestellt, die speziell verdichtet und veredelt wird, so dass ein echtes Tuch entsteht. Dieses ist aus nachwachsenden Rohstoffen «made in Europe» hergestellt und kompostierbar gemäss DIN EN 13432.

Zagg Halle 2, Stand 267

Hartes Messer für den weichen Schnitt

Die CeCo Ltd. aus Biel zeigt an der Zagg das Steakmesser Shun



zvg

Premier Tim Mälzer, welches beispielweise bei Benoit Violier im Hôtel de Ville Crissier bereits anzurennen ist. Das Messer besteht aus 32 Lagen korrosionsbeständigem Damaszenerstahl.

Zagg Halle 4, Stand 434

Das Kerngeschäft des Zagg-Veranstalters Wigra sind Messen. CEO Christian Gyger erklärt, warum Gastgewerbemessen aufwendig sind und warum es nur eine Zagg gibt.

GUDRUN SCHLENCZEK

In den letzten zehn Jahren gab es bei der Wigra häufige Übernahmen, von denen sich die Gruppe aber auch bald wieder trennen, wie von den sechs Ferienmessern. Führen Sie als Nachfolger Ihres Vaters die Firma jetzt in eine Konsolidierungsphase? Das war nicht das Ziel, wir sind sehr kreativ und probieren gern Neues aus. Ich stamme aus einer Unternehmerfamilie, wir sind keine Finanz-Investoren. Durch die Veräußerung der Ferienmessern hatten wir aber das Mittel, um bei unserer Tochter Solviva das Pflegeheimgeschäft massgeblich zu verstärken.

Jetzt boomen Ferien im Ausland ... Bereuen Sie den Schritt, die Ferienmessens verkauft zu haben?

Nein, denn auch der Pflegeheimbereich ist ein Wachstumsmarkt.

Was passierte mit den anderen Messen, wie der Schweizer Fachmesse Facility Management oder Swiss Business Immo Expo?

Wir mussten feststellen, dass der Schweizer Markt für solche Messen zu klein ist. Bei einer Messe merkt man oft erst, nachdem man sie ein- oder zweimal durchgeführt hat, ob das Potenzial ausreicht.

Das Potenzial reichte anschneidend auch nicht für eine zweite Zagg in Montreux ...

Der Zeitpunkt war ungünstig. Als wir die Westschweizer Zagg lancierten, ging es der Gastronomie nicht gut. Dann übernahm aber die Messe Schweiz den Betrieb des Messegeländes Beauville Lausanne inklusive Gastgewerbemesse. Das ist eine starke Konkurrenz: Im Gegensatz zur



Die Ausstellungfläche der Zentralschweizer Gastgewerbemesse Zagg in Luzern ist regelmäßig ausverkauft.

zvg

MCH Group arbeiten wir ohne eigenen Messegelände. Mit eigenen Messehallen hat man mehr ökonomischen Spielraum, die Infrastruktur ist ja bereits vorhanden. Wir müssen alles separat zahlen. Und für mehr als eine Gastromesse ist die Nachfrage in der Romandie zu klein.

Die Zagg Luzern ist regelmäßig ausgebucht, nächstes Jahr ist eine Erweiterung geplant: Cashcow für Ihr Unternehmen?

Natürlich ist eine ausverkaufte Messe schön, das gibt es in der Schweiz nicht so häufig. Klar verdienen wir Geld, aber der Aufwand ist bei einer Messe grundsätzlich auch hoch. Und bei einer gastronomischen Messe aufgrund des notwendigen Rahmenprogramms ebenso. Kleiner dürfte die Zagg nicht sein, sonst

könnten wir nicht so viele Sonderschauen bieten. Zudem erwarten Messebesucher heute allgemein mehr Rahmenprogramm als noch vor 20 Jahren.

Wie viele Aussteller muss eine Messe mindestens haben, damit sie sich für Sie als Veranstalter rentiert?

100 ist in der Regel das Minimum. Und ob man nun 100 oder 200 Aussteller zählt: Ein Teil des Aufwandes ist ähnlich gross.

Sie betreiben ganz unterschiedliche Messen: von der Gastro- bis zur Wohn- und Marketingmesse. Sind das nicht immer ganz unterschiedliche Geschäfte?

Eine Messe ist eine Messe. Wir haben jeweils einen Spezialisten in unserem Büro vor Ort, der in dem jeweiligen Themen-

bereich stark ist. Bei der Zagg ist es Suzanne Galliker.

Welcher Messetypus ist für Sie der lukrativste?

Grundsätzlich verdient man am besten mit Messen, die eine finanzielle Branche vertreten, wie die Uhren- oder Immobilienbranche. Und klar sind Fachmessens lukrativer als Publikummessens. Der Grund ist, dass man bei Fachmessens dem Besucher weniger Unterhaltung bieten muss und auch weniger Werbekosten hat.

Welche Messe würden Sie noch gern betreiben?

Dass wir das Messegeschäft weiter ausbauen wollen, ist klar, aber in welchen Segmente ist noch offen. Es kann auch eine Übernahme oder Zusammenarbeit sein. Oder eine Messe zu einem ganz neuen Bereich: So war Social Media vor fünf Jahren noch kein Thema. Ob hier eine Messe genügend Aussteller bringt, da habe ich allerdings mein Zweifel.

Apropos Internet: Vor über zehn Jahren hatte man die

Messen ob der Internet-Konkurrenz bereits totgesagt ...

Es gibt Produkte, die kauft man nicht einfach über Internet, wie jene an der Zagg. Die Präsenz an einer Messe muss meiner Meinung nach heute einfach zum Marketingmix eines Unternehmens gehören. Zudem hat man das gewünschte Zielpublikum vor Ort und somit kaum Streuverlust.

Wigra-Gruppe

Messe als Kerngeschäft

Die Wigra-Gruppe wird heute in der zweiten Generation von Christian Gyger (32) geführt. Sein Vater Willi Gyger gründete das Unternehmen 1975 und startete mit Werbemitteln für den Tourismus. 1991 lancierte er mit der Fespo Zürich die erste Schweizer Ferien-Messe. Bis 2006 kamen rund 25 Messen aus allen Bereichen dazu. Heute zählen zu Wigra neben der Gastgewerbemesse Zagg in Luzern, die Suisse Emex Zürich und verschiedene Gewerbemessen.

gsg

Hinter jeder Cafina steht Qualität für höchsten Genuss

Top Quality



Cafina ALPHA

Swiss made



Cafina c35

Top Service



Cafina bar-cube



Cafina Kaffeemaschinen machen das Kaffeegeschäft zum Genuss. Auswahl, Leistung und Bedienungskomfort sind das eine. Langlebigkeit, Hygiene und konstante Qualität das andere. Und das Schäumchen auf den feinen Kaffeespezialitäten: kompetente Beratung und ein flexibler, schneller Service. Lassen Sie sich von Swiss made, Top Quality und Top Service überzeugen. Bei einer Degustation erleben Sie mehr – höchsten Kaffeegenuss, begleitet von einem attraktiven Angebot. Gönnen Sie sich jetzt das Besondere.

Besuchen Sie uns an der ZAGG
Stand Nr. 215, Halle 2

Cafina AG, Römerstrasse 2, CH-5502 Hunzenschwil,
Tel. 062 889 4242, info@cafina.ch, www.cafina.ch
Cafina SA, 28c, route de Denger, CH-1027 Lonay,
tél. 021 804 9220

cafinia
Makes the difference.

Fleisch aus dem Glas hat Tradition

Eingemachtes Fleisch – eine etwas vergessene Konservierungsmethode – ist die Spezialität von Tamara Bühler. Sie führt das abgelegene Gasthaus Rathaus in Safien.

RENATE DUBACH

Es gibt zwar einige Pässe und Wege, die ins Safiental führen, aber: «Per Zufall landet man nicht bei uns», heisst es auf der Website des Bündner Tals. Man muss dagegen gehen wollen. Beispielsweise, um die regionale Küche zu erproben. Natürlich stehen Walserspezialitäten auf den Menükarten: Maluns, Krautkapunen, Tatsch oder Chnöddli. Bei den jungen Pächterin des Gasthauses Rathaus in Safien stehen dazu noch einige spezielle Fleischgerichte auf der Karte: Eingemachtes Rindsvorsessen – «Verdämpft» heißt das hier, Lammgigot mit Risotto und Gemüse, Schafswurst mit Brot oder eingemachtes Siedfleisch mit Senf-Pfeiselbeer-Sauce. Daneben gibt es klassische Plättli mit Trockenfleisch, Bündnerfleisch, Roheßspeck, Salami und Bergkäse. Was es nicht gibt, ist «Schnitzschack». «Ich lege lieber etwas mehr Fleisch auf den Teller, als irgendwie Schäumchen darauf zu drapieren, das passt besser zu uns», so Tamara Bühler.

Inhouse-Convenience mit Tradition: Eingemachtes Fleisch

Seit anderthalb Jahren führt die 33-Jährige das Gasthaus in dem Haus, das 1481 als Gemeindehaus erbaut wurde, und das ihr Ururgrossvater vor exakt 110 Jahren kaufte. Tamara Bühlers Weg führte nicht direkt in die Gastronomie. Die gelernte Floristin machte ein paar Umwege, kam in Spanien mit Agritourismus in Kontakt und erinnerte sich an alte Rezepte ihrer Grossmutter. Zurück im Safiental

machte sie sich daran, die alten Rezepte auszuprobieren.

Si wird dabei unterstützt von ihrem Freund Heiko Münchbach, einem gelernten Metzger, der im «Rathaus» kocht, der diplomierten Hôtelrière und Restauratrice Silvia Lötscher und von ihrer Mutter Anne-Marie Bühler-Hunger. Von Mutter und Grossmutter hat Tamara Bühler gelernt, wie man Fleisch einkocht, eine Methode, die schon über 150 Jahre im Safiental praktiziert wird, das hält abgelegen ist und spät an die Elektrizität angeschlossen wurde. «Ich war auf der Suche nach einer Methode, Fleisch länger haltbar zu machen. Für unser Restaurant ist das wichtig, wir wissen ja nie genau, wie viel Fleisch wir brauchen.»

«Ich war auf der Suche nach einer Methode, Fleisch länger haltbar zu machen.»

Tamara Bühler
Gasthaus Rathaus in Safien

Butterzartes Lamm auf dem Tisch – ohne Küchenstress

Gerade das Lammgigot sei ein gutes Beispiel, führt Bühler aus, das müsse ein, zwei Stunden im Ofen gegart und am selben Tag gegessen werden. Wenn nun aber kein Lust auf ein Lammgericht hat, man hat man ein Problem. Ganz anders, wenn man sein Fleisch eingebackt hat, da kann man die einzelnen Portionen vorbereiten und nach Bedarf aus dem Vorrat holen. Und das Plus: «Das Fleisch ist herrlich butterzart und aromatisch.» Selbstverständlich bezieht das Gasthaus Rathaus sein Fleisch aus der Region. Das Lammfleisch kommt vom «Höfli», einem biologisch bewirtschafteten Betrieb, den Anita und Simon Buchli in fünfter Generation in Safien Platz führen. Das Paar hält Spiegelschafe, eine Pro-Specie-Rara-Rasse mit Ursprung im Prättigau und in der Bündner Herrschaft. Geschlachtet werden die Tiere in der neuen Metzgerei in Safien Platz, lange Transportwege fallen also weg. Das kommt dem Geschmack des Fleisches zugute. Beispielsweise dem eingemachten Lammgigot nach Art des Gasthauses Rathaus.

Die Sonderschau «Fleisch» fokussiert ganz auf Schweizer Fleisch. Ausstellern und Publikum steht eine Plattform zur Verfügung, die in Zusammenarbeit mit der Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft Proviande sowie Fleischbananen entstand. Unter anderem ist der Schweizer Fleisch-Fachverband SFT mit einer «Wurst-Wand» vor Ort, und der Fleischverarbeitungsbetrieb Traitaflina zeigt Schweizer Fleischtraditionen und Innovationen.

Tamara Bühler mit ihrer Mutter Anne-Marie Bühler-Hunger.

Zvg



Zutaten:

Ein Lammgigot ohne Knochen, portioniert in ca. 180 Gramm grosse Stücke.
Kleine Weckgläser, die für eine Portion von 180 Gramm mit Bouillon gross genug sind.
Bouillon ohne Triebmittel – denn Triebmittel bringt Weckgläser zum Explodieren.
Bratenjus
Pfeffer, Salz, Zucker

Zubereitung:

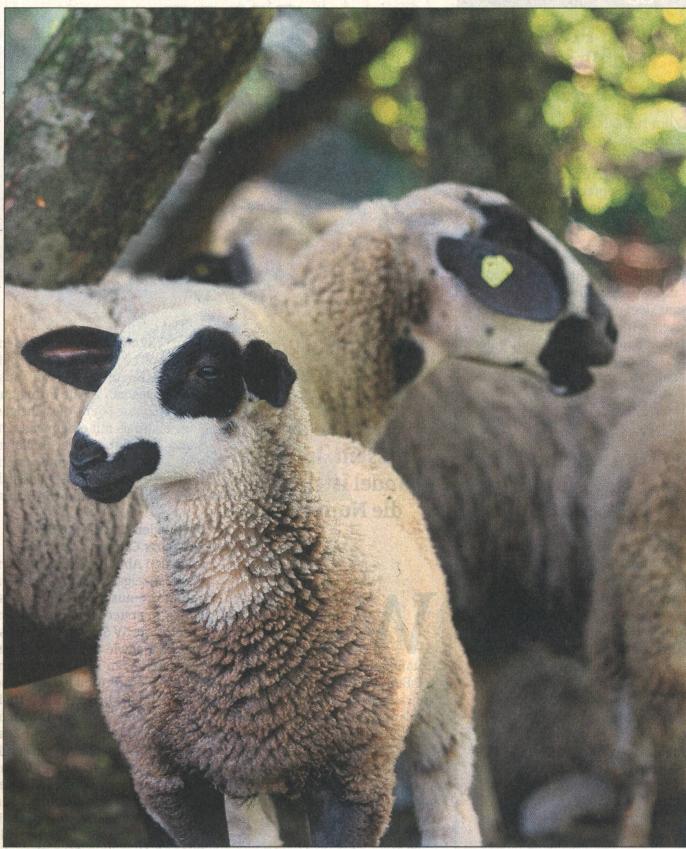
Das ungewürzte Fleisch kurz scharf anbraten. Mit wenig Pfeffer und einer Prise Salz würzen. Bouillon aufsetzen und zum Kochen bringen. Fleischstück in sauberes Einmachglas geben und mit Bouillon übergossen. Gummiring mit Zuckerkwasser bestreichen (dichtet besser). Glas verschließen. Umluftbackofen: Gläser im Wasserbad bei 95 Grad ca. 60 Minuten einkochen. Einmachtopf oder Steamer: 95 Grad ca. 60 Minuten. Gläser herausnehmen und erkalten lassen. Prüfen, ob das Glas dicht verschließt.
Falls nicht: Das Fleisch innert ein, zwei Tagen konsumieren. Falls dicht: Die Gläser ruhig, kühl und dunkel lagern, mindestens ein paar Tage, maximal eineinhalb Jahre.
Vor dem Servieren Weckglas öffnen. Qualität überprüfen. Bratenjus mit Thymian und Rosmarin aufkochen. Fleisch aus Weckglas nehmen, evtl. etwas Bouillon zum Bratenjus geben. Gigotstück in Bratenjus legen und ca. 10 Minuten erhitzen. Aufschneiden, mit Gemüse und Risotto oder Kartoffelgratin servieren.



Das Rezept

Eingemachtes Lammgigot

Das Rezept stammt von Tamara Bühler, Pächterin des Gasthauses Rathaus in Safien.



Pro Specie Rara/vzvg

Sonderschau Fleisch Fokus auf Einheimisches

Die Sonderschau «Fleisch» fokussiert ganz auf Schweizer Fleisch. Ausstellern und Publikum steht eine Plattform zur Verfügung, die in Zusammenarbeit mit der Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft Proviande sowie Fleischbananen entstand. Unter anderem ist der Schweizer Fleisch-Fachverband SFT mit einer «Wurst-Wand» vor Ort, und der Fleischverarbeitungsbetrieb Traitaflina zeigt Schweizer Fleischtraditionen und Innovationen.

Spiegelschafe haben ihren Ursprung im Prättigau und in der Bündner Herrschaft.

ANZEIGE

distribution day 2012

LINKING SOCIAL MEDIA & REVENUE MANAGEMENT!
ONLINE-FEEDBACKS - ONLINE-BUCHUNG - ONLINE-UMSATZ

2ND SWISS DISTRIBUTION DAY
DIENSTAG, 18. September 2012
Mövenpick Hotel, Zürich-Regensdorf

Die Buchungen und der Umsatz in der Schweizer Hotellerie durch elektronische Verkaufskanäle steigen ständig. Der «Swiss Distribution Day» entwirkt die verschachtelten und vielfach intransparenten Stränge dieser Buchungssysteme und -Plattformen.

ANMELDUNG UND INFORMATION
www.distributionday.ch

SWISS DISTRIBUTION DAY
c/o HSMS Hotel Sales&Marketing Services GmbH &
SHS Swiss Hospitality Solutions AG
Steinbruchstrasse 30a
8810 Horgen
Telefon +41 (0)44 718 48 00
welcome@distributionday.ch
www.distributionday.ch

Presenting-Partner **Gold-Partner** **Silber-Partner**

CRESQO **swiss hospitality solutions** **SWISS SALES**
Konferenz-Partner Partner Networking-Partner
ELTSCHINGER Audit & Consulting AG **GDI INSTITUT DER HOTELLERIE** **HRS Das Hotelportal**
SWISS MARKETING **hsmai** **hotel revue**
Medien-Partner
Hotelier

Proviande: Finalkochen an der Zagg

Zum 10. Mal wird der beste junge Kochprofi im Wettbewerb «La Cuisine des Jeunes» von der Organisation Proviande erkoren. Am 10. September findet das öffentliche Finalkochen der vier Finalisten an der Zagg statt. Moderiert wird der Anlass vom Fernsehmoderator Sven Epiney. Dem Finalkochen geht ein Event voran: Zuerst findet ein Gespräch mit dem 19-Punkte-Koch André Jaeger von der «Fischerzunft» in Schaffhausen statt. Dann folgt ein Podiumsgespräch mit bekannten Schweizer Kochgrössen.

www.lcdj.ch

Heineken sucht nachhaltige Gastro-Betriebe

Mit dem Green Smiley Award zeichnet Heineken Switzerland bereits zum zweiten Mal Gastrobetriebe aus, die vorbildlich handeln und sich für Mensch und Umwelt einsetzen. Gesucht werden kleinere und grössere Projekte, mit denen Gastrobetriebe in der Schweiz einen Beitrag an eine nachhaltige Zukunft leisten – ökologisch, sozial und wirtschaftlich. An der Zagg lädt Heineken Gastrobetriebe ein, sich für den Green Smiley Award 2013 zu bewerben. Bewerben können sich Gastronomen bis zum 31. Januar 2013.

www.heinekenswitzerland.com

Gefüllt mit Exotik

Die Ethno & Company AG ist erstmals mit einem eigenen Stand an der Zagg präsent. Im Detailhandel ist die Firma die Nummer eins.

GUDRUN SCHLENZKE

Wer gern exotisch ist, kommt als Konsument bei seinem Einkauf im Detailhandel an den Produkten der Ethno & Company AG in Rotkreuz fast nicht vorbei. Gemäss Roman Baumberger von der Ethno & Company AG ist die Firma in Sachen Ethno-Food «im Schweizer Detailhandel mit Abstand die grösste». Es versteht sich von selbst, dass zu den wichtigsten Abnehmern Coop und Migros zählen.

80 Prozent ihres Umsatzes erzielt die Company im Retailseg-

ment, zirka 20 Prozent mit dem Gastgewerbe. Doch das Geschäft mit Letzterem will man ausbauen. Deshalb ist die Firma aus Rotkreuz an der diesjährigen Zagg erstmals mit einem eigenen Stand präsent. Dabei beliebtet man die Gastronomie nicht selbst, sondern ausschliesslich über Gastro-Zulieferer wie Scana.

Die Kunden sind die grossen Schweizer Caterer

Zu den Abnehmern zählt nicht der Einzelgastromon, sondern gehören ausschliesslich Systemer, in erster Linie die grossen Caterer wie SV Schweiz, Compass und ZFV sowie die Handelsgastronomie. «Ein Thai-Restaurant kauft unsere Produkte nicht», so Baumberger. Mit den Linien Thai-Kitchen, Old El Paso (Mexiko) und Saitaku (Japan) soll ein Restaurant auf einfache Art ein exotisches Angebot in seine Kiche implementieren können: In der Gemeinschaftsverpflegung in erster Linie in Form von Spezialitätenwochen, für welche die Ethno & Company AG zudem die komplette Dekoration zur Verfü-



Fajita ist ein Gericht der Tex-Mex-Küche: mit Fleisch gefüllte Tortilla.

zvg

Kunden gern die ganze Vielfalt der japanischen Küche schmecken zu machen: zum Beispiel das Produkt Panko, ein grossflückiges Paniermehl aus Weissbrot, das sich sehr gut zum Panieren von Crevetten und Gemüse eignet. Oder auch japanische Nudelge-

richte. «Die Sauce ist eine andere als in China», verdeutlicht Baumberger. Weiter empfiehlt er die Umami-Paste, basierend auf dem fünf Geschmackssinn. «Die japanische Küche ist sehr raffiniert und bietet weit mehr als nur Sushi.»

gung stellt. Am gefragtesten seien Thai- und Mexiko-Wochen.

Japan-Küche bietet mehr als nur Sushi

Stetig zunehmend, aber auf tieferem Niveau, ist die Japan-Küche. Baumberger möchte seinen

Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotelleriesuisse.ch/partner

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Preferred Partner



Ihr globaler Zugang zu kauftaftigen Kunden



Die massgeschneiderte Versicherung für die Hotellerie



Ihr Spezialist für einen effizienten Energieeinsatz



Ihr Partner im bargeldlosen Zahlungsverkehr



Der Partner rund ums Bett



Wir machen Hotels erfolgreicher. Und das beweisen wir täglich



Innovative Wäsche aus traditionellem Hause



Backoffice Lösung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus



Ihr Partner für die globale Risikowertung



Ihr Partner für massgeschneiderte Kommunikationslösungen

Business Partner



Millionen von Kunden nutzen Western Union mit mehr als 437,000 Vertriebsstandorten in über 200 Ländern wenn sie Geld an Freunde und Verwandte senden.



Klafs ist Europas führender Hersteller von Sauna-, Bade- und Wellness-Anlagen. Seit Jahrzehnten setzen unsere Produkte Massstäbe in Qualität, Technik und Design, von der klassischen Sauna bis zum modernen Erlebnisbad.



Die einzige Schweizer TV-Zeitschrift mit den digitalen Sendern und wöchentlichem Programm mit täglich über 90 Sendern. Woche für Woche das aktuellste und übersichtlichste TV-Programm mit täglich über 90 Sendern, inklusive den digitalen Sendern.



Die Brüder Thomas und Martin Angehrn führen den Abholgrosshandel CCA.

ANZEIGE

The advertisement features a large black coffee machine, the Franke Spectra Foam Master, with a built-in flavor station. In the foreground, there's a close-up of fresh mint leaves. In the background, a woman is smiling while holding a coffee cup. The overall aesthetic is clean and modern.

ENTFACHE DIE VIELFALT

SPECTRA FOAM MASTER

ZAGG Luzern
vom 9. bis 12. September 2012 | Halle 2 | Stand 241

COFFEE SYSTEMS

FRANKE

Der Grosshandel der Familie Angehrn ging 1893 aus einem Restaurant mit einem Spezialladen hervor. Die ersten Grosshandelskunden waren Läden und Restaurants in der Stadt St. Gallen. Grosse Schritte in der weiteren Entwicklung waren der Grosshandels-Neubau um 1911 und im 1964 das erste Cash+Carry - und damit der erste Abholmarkt der Schweiz. In Spreitenbach folgte 1971 das erste CCA mit dem charakteristischen Bogendach und 1976 eine europäische Pionierleistung: der erste Handelsbetrieb mit voll integriertem Strichcode-Warenbewirtschaftung.

Von Anfang an aufs Gastgewerbe gesetzt

«Seit Beginn wurde konsequent auf die Profi-Kundschaft aus Gastgewerbe und Lebensmittel-Detailhandel gesetzt», betont Martin Angehrn. Die betreffenden Marktentwicklungen habe man beobachtet, und das Warenprogramm gemäss den Kundenbedürfnissen laufend weiter entwickelt. «Die ersten Eigenmarken, die heute noch gepflegt werden, gehen zurück auf unseren Ururgrossvater, der damals schon Kaffee verkaufte. In Kassa-Büchern von 1919 finden sich bereits Rohkaffees verschiedenster Provenienzen», so Martin Angehrn.

Einige Daten charakterisieren das heutige Unternehmen CCA. Über 25'000 Kunden kaufen aus einem Vollsortiment mit über 25'000 Artikeln an neun CCA-Standorten. Täglich zweimal werden ab den zwei CCA-Logistik-Plattformen in Gossau und Bern Frischprodukte und Produkte aus dem weiteren Sortiment hierher geliefert. Das Jahresvolumen der umgesetzten Waren beträgt rund 340 Mio. Franken. Beschäftigt werden 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Migros hält jetzt einen Anteil von 80 Prozent

Die Migros, die ab 2007 eine strategische Zusammenarbeit mit CCA eingegangen sind und sich mit 30 Prozent am Familienunternehmen beteiligen, hat ihren Anteil per 1. Juli 2012 auf 80 Prozent erhöht. Die restlichen 20 Prozent bleiben im Besitz der Familie Angehrn, die

Martin und Thomas Angehrn teilen sich die Leitung von Cash + Carry Angehrn. Sie stellen die fünfte Generation des eingesagten Familien- und heutigen Migros-Unternehmens CCA.

KARL JOSEF VERDING

sich weiterhin operativ engagiert und auch im Verwaltungsrat vertreten ist.

Lässt sich für CCA auch unter dem Vorzeichen der 80-prozentigen Beteiligung der Migros der Charakter einer familiengeführten Unternehmung bewahren? «Unsere ersten Erfahrungen zu diesem Thema sind sehr positiv», antwortet Martin Angehrn. «In der Migros-Genossenschafts-Fa-

»Die Frische ist in der Tat ein wichtiger Anziehungspunkt für die Kunden.«

Martin Angehrn
Cash+Carry Angehrn

milie wird auch viel Wert auf Nachhaltigkeit und Mitarbeiterthemen gelegt.»

Unter dem gemeinsamen Dach der Migros stellt CCA eine Ergänzung zu der im Zustellgrosshandel tätigen Scana dar. Scana erzielte 2011 einen Umsatz von 260 Mio. Franken. «Unter den CCA-Kunden sind heute viel mehr Gastronomiebetriebe als Hotels, die Hotels kaufen vielfach eher bei Scana ein», stellt Martin Angehrn fest. Die Kunden profitieren davon, dass CCA plus Scana grosses Beschaffungsvolumen Preisvorteile erzielen können.

Produkte stammen heute auch aus der Migros-Industrie

Zu den Zulieferern zählen auch die Lebensmittel-Produktionsbetriebe der Migros-Eigenindustrie.

Seit diesem Frühjahr: Fangfrische Fische

Der stark ausgebauten Frischebereich hat einen grossen Einfluss auf die Frequenzen in den CCA-Märkten. «Es ist in der Tat so, dass die Frische ein wichtiger Anziehungspunkt für die Kunden ist», sagt Martin Angehrn. «Das Angebot „Frische für Profis“ wird laufend weiter entwickelt, ein aktuelles Beispiel ist die „Frisch-FischBox“. Seit dem Frühjahr bestellen die Kunden fangfrisch importierte Fische und Meeresfrüchte nun auch direkt im CCA - die Köche sind begeistert von den Produkten», meint Angehrn.

CCA-Antwort auf Billig-Anbieter: Mehr Leistung

Billig-Anbieter und Versandhandel sind zu konkurrierenden Teilnehmern am Zulieferer-Markt geworden. Auch der Einkaufstourismus über die deutsche Grenze spielt gegenwärtig im Markt für die Gastronomie eine Rolle. Martin Angehrn umschreibt die Gründe so: «Wichtige Faktoren für diese Veränderungen sind die Konsumgewohnheiten, die Mobilität sowie das Arbeits- und Freizeitverhalten.» Und er erklärt: «Die CCA-Antworten auf diese Herausforderungen umfassen das ganze Leistungsspektrum für die Kunden. Bei den Lieferanten werden bessere Preise eingefordert und an die Kunden weitergegeben. Das Sortiment und die Dienstleistungen werden weiterentwickelt.»

Will CCA in Zukunft durch weitere Standorte, zusätzlich zum Schwerpunkt Ostschweiz sowie jenen in Bern, Luzern, Pratteln, seine Kundennähe noch weiter ausbauen? «Das würden wir natürlich gerne, auch wenn die Konkretisierung nicht ganz einfach ist», antwortet Martin Angehrn.

Komplexer Service

Bei Egro Suisse stehen schweizweit 35 Servicetechniker im Einsatz. CEO Michael Wehrli erklärt, worauf es ankommt.

GUDRUN SCHLENZKE

Michael Wehrli, die Kaffeemaschinenforschung entwickelt sich immer weiter: Muss der Servicetechniker heute weniger häufig gerufen werden? Ich glaube nicht, dass sich die Anzahl Einsätze pro Gerät in den vergangenen Jahren signifikant verringert hat. Während die Anforderungen punkto Funktionalität in den vergangenen Jahren gestiegen sind, Stichworte sind integrierte Milchlösungen, integrierte Wassertanks, Touchscreen, sind die Geräte bei gleicher Leistungsfähigkeit deutlich kleiner als noch vor einigen Jahren. Sie erbringen größte Leistungen auf kleinstem Raum. Unsere Kaffeemaschinen sind im Vergleich zu früher jedoch deutlich wartungsfreundlicher für den Servicetechniker. Der Zeitbedarf für die Revision einer vollautomatischen Kaffeemaschine hat sich deshalb wesentlich reduziert. Erhöht haben sich aber die Ansprüche der Kunden an die Servicequalität.

Wie häufig muss ein Servicetechniker in der Regel vor Ort?
Die Anzahl Interventionen pro Gerät hängt von verschiedenen Faktoren ab: von der Anzahl Brühzyklen pro Periode, dem Kalkgehalt des Wassers und einer korrekten Wartung.

Auch eine integrierte Milchlösung ist tendenziell wartungsintensiver. Nicht zu unterschätzen ist der Einfluss des Personals. Wird ein Gerät von immer den gleichen Personen und mit konstanter Sorgfalt betreut, reduziert sich die Anzahl der Einsätze nicht selten auf null. Zudem ist die Anzahl der Serviceeinsätze bei Kunden mit Serviceverträgen tendenziell leicht höher. In der Regel muss mit zwei bis drei Interventionen pro Jahr gerechnet werden.

Inwieweit lassen sich Störfälle vermeiden?
Als Hersteller sind wir bestrebt, die Lifetime-Costs für den Kunden zu senken. Diese Bemühungen stellen einen wesentlichen Bestandteil der täglichen Arbeit unseres

Schweizer Entwicklungsteams dar. Langfristig ist dies für einen Kaffeemaschinenhersteller auch der einzige Weg, um am Markt erfolgreich bestehen zu können.

Wie viel kostet der technische Service einen Betrieb im Durchschnitt pro Jahr?
Ein Kunde, der durchschnittlich

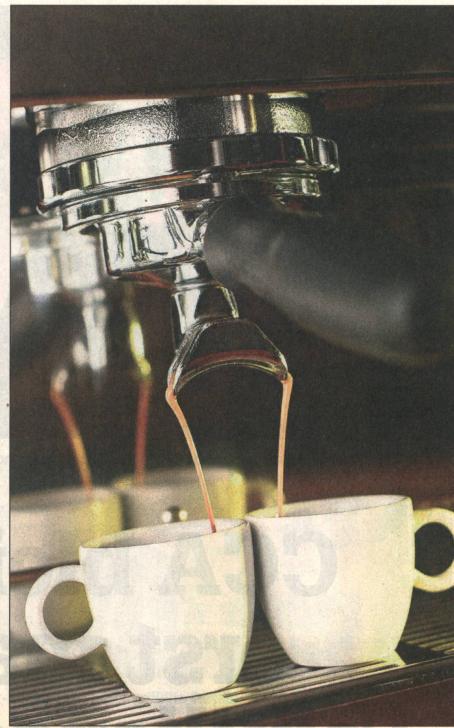
30'000 Produkte pro Jahr brüht und die Maschine nach Herstellerangaben pflegt, darf mit jährlichen Kosten von 1500 bis 2500 Franken rechnen. Je nach Gerät, Art der Pflege und Anzahl Brühzyklen können diese Werte jedoch anders ausfallen. Ich rate den Kunden, sich jeweils beim Techniker über den Zustand des Geräts zu informieren. Dies hilft, Servicekosten zu senken oder gar zu vermeiden. Ich stelle häufig fest, dass Kunden bei relevanten Arbeiten an ihrer Kaffeemaschine nicht vor Ort sind.

Welcher Maschinentyp ist störanfälliger: der Halb- oder der Vollautomat?

Vorausgesetzt, dass beide Typen gleich gut gewartet und gepflegt werden, kann man sagen, dass tendenziell die traditionelle Kaffeemaschine weniger störungsanfällig ist. Der Grund hierfür liegt auf der Hand. Eine vollautomatische Kaffeemaschine ist wesentlich komplexer, bietet dem Benutzer aber auch deutlich mehr Funktionalität.

Kapselsysteme wie Nespresso erobern den Markt – auch weil die Maschinen vielleicht weniger wartungsintensiv sind?

Ob Kapselsysteme das Gewerbe tatsächlich erobern werden, wird sich zeigen. Wir beobachten die aktuelle Entwicklung genau. Zweifellos haben aber die Marktleader im Kapselbereich dazu beigetragen, dass das Bewusstsein für die gute Kaffequalität bei den Konsumenten gestiegen ist. Die Kosten pro Kapsel liegen bei den Marktleadern derzeit noch immer weit höher als die Summe der Amortisations-, Kaffee- und Servicekosten je Tasse bei einem Vollautomaten mit frisch gemahlenem Kaffee (Basis der Kalkulation: 70 Kaffees/Tag; Modell Egro ONE). Somit werden mögliche Minderkosten im Wartungsbereich durch generelle Mehrkosten der Kapsel längst kompensiert. Persönlich ziehe ich frisch gemahlenen Kaffee



Tendenziell weniger störungsanfällig: die Kolbenmaschine. iStock

der Kapsel selbstverständlich vor. Ich vergleiche den Kapselkaffee ansatzweise mit einem Fertigprodukt – ähnlich einer

Fertigpizza. Diese kann durchaus auch von guter Qualität sein, und dennoch ist mir der Besuch der Pizzeria lieber.

Weiterbildung aktuell.

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

Erstes eidgenössisch anerkanntes Nachdiplomstudium auf der Stufe HF zugeschnitten auf Unternehmer/innen und Kader aus Hotellerie und Gastronomie. Modularer Weiterbildung in vier Teilen mit den zentralen Themen aktueller Unternehmensführung inkl. BWL und Real Project Management. Nachhaltiger Erfahrungsaustausch und permanente Betreuung. General Management Review auf strategischer Ebene mit direktem Bezug zur Praxis.

Kursbeginn Zyklus 39: 17. Oktober 2012

Kursbeginn Zyklus 40: 16. Oktober 2013

Informationsveranstaltungen:

- 03. April 2013, Hotel Cascada, Luzern
- 28. Mai 2013, Hotel Ambassador, Bern
- 15. August 2013, Hotel Storchen, Zürich

Führungsfrau/-mann FA

Lehrgang Leadership, 5 Module: Selbstkenntnis, Selbstmanagement, Teamführung, Kommunikation, Information Konfliktmanagement.
Lehrgang MANAGEMENT, 6 Module: Betriebswirtschaft, Rechnungswesen, Personalwesen, Teamorganisation, Projektmanagement, Recht.

Mit diesen Ausweisen und mindestens 1 Jahr Führungserfahrung sind Sie zur Berufsprüfung Führungsfrau/-mann mit eidg. Fachausweis zugelassen. Diese Weiterbildung wird mit L-GAV-Bildungsbeiträgen unterstützt. Die Ausbildung erfolgt in Kooperation mit www.akad.ch/business.

Alle Infos unter www.hoteleriesuisse.ch/weiterbildung

Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus

Stufe I

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------|
| 18./19. September 2012, Winterthur | 12./13. November 2012, Chur |
| 09./10. Oktober 2012, Basel | 11./12. Dezember 2012, Thun |

Weitere Kursdaten finden Sie unter: www.quality-our-passion.ch

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

KOPAS-Ausbildungen

20. November 2012, Hotel Walhalla, St. Gallen

21. Februar 2013, Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

18. April 2013, Hotel Bildungszentrum 21, Basel

reception@hoteleriesuisse, Zyklus 8

Modul 1 Persönlichkeit: 01. bis 05. Oktober 2012

Modul 2 Front Desk Skills: E-Learning, Self Learning

Modul 3 Kommunikation: 26. bis 30. November 2012

Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

CAS – Nachhaltiges Tourismus-Management

Vermittlung von Schlüsselkompetenzen, um im Tourismus nachhaltig und wirtschaftlich erfolgreich zu sein.

Kursbeginn: 8. März 2013

Informationsveranstaltungen:

Donnerstag, 25. Oktober 2012, 18.15–19.30 Uhr

Dienstag, 27. November 2012, 17.00–18.00 Uhr

Dienstag, 18. Dezember 2012, 18.00–19.15 Uhr

Donnerstag, 10. Januar 2013, 17.00–18.00 Uhr

Weitere Infos finden Sie hier: www.hslu.ch/c231

Ein Filtern von Wasser ist gut für den Geschmack, für die Gesundheit aber nicht notwendig. Etwaige Schwermetalle lassen sich genauso gut mit Vorsprühen beseitigen.

VIRGINIA NOLAN

Hahnenburger ist nicht immer gut genug: Einigen kommt nur ins Glas, was durch die Tischfilterkanne ging. Darin hält ein spezielles Granulat nicht nur Kalk zurück, Konsumtanten erhoffen sich dadurch auch weniger Schadstoffe im Getränk. Filtern scheint eine Art Glaubensfrage zu sein: Die einen schwören darauf, die anderen finden es unnötig. Skeptiker fragen sich: Braucht es Trinkwasserfilter, wo wir aus öffentlichen Brunnen trinken und bei Durst einfach den Hahn aufdrehen können?

Ja, sagt Lumi Berisha, Schweizer Kommunikationsverantwortliche von Brita, dem deutschen Marktführer für Tischwasserfilter: «Schweizer Leitungswasser hat eine sehr gute Qualität, kann durch Filtration aber noch besser werden.» Hauptsächlich gehe es darum, den Kalkgehalt zu reduzieren. Zu viel Kalk, so Berisha, schade nicht nur Haushaltgeräten, es beeinträchtige auch das Aroma von Tee oder Kaffee. Das ist plausibel. Doch bleibt die Frage: Welche Schadstoffe haben wir im Leitungswasser zu befürchten?

Abwarten und Wasser erst mal laufen lassen nützt gleich viel

«Wir unterscheiden zwischen mikrobiologischen und chemischen Verunreinigungen», sagt René Schaubhut, stellvertretender Bereichsleiter Wasser beim Kantonalen Labor Zürich. Zu Erstern gehören Bakterien und Viren, die



fotolia

Die Wasserqualität ist in der Schweiz per se gut, ein Glas Wasser auch ungefiltert ein Genuss.

Wasser als Genussmittel

über Regen oder Abwasser in Seen gelangten, in der Trinkwasseraufbereitung aber herausgefiltert würden. Quellwasser, das kleine Versorgungsnetze speise, werde oft nicht behandelt, da könnten durch heftigen Regen mitunter schon Keime ins Trinkwasser gelangen, sagt Schaubhut. «Meist ist die Belastung aber gering, und ein Tischwasserfilter würde dagegen nicht helfen.» Zu den chemischen Stoffen gehöre Nitrat, das im Grundwasser von landwirtschaftlich genutztem Boden in erhöhter Konzentration auftreten könne. «Wir verfügen in der Schweiz jedoch über geeignete Aufbereitungstechniken», sagt Schaubhut. Zudem würden Trinkwasserressourcen generell gut geschützt. «Das sind beste Voraussetzungen für ein hochwertiges Endprodukt.»

Alfred Hubli ist Sales-Direktor bei Brita Professional, jener Unternehmenssparte, die Filtersysteme für Restaurantküchen, für Wasserspender oder für professionelle Kaffeemaschinen herstellt. «Das Problem ist nicht das Trinkwasser», sagt er, «sondern die Tatsache, dass es in vielen Häusern durch alte oder kaputte Rohrleitungen, die Schwermetalle und Dreck abgeben. Ein Filter fängt das auf.» Zudem hinterlässt

René Schaubhut
Kantonales Labor Zürich

«Aus gesundheitlichen Erwägungen ist ein Filtern schlicht nicht nötig.»

René Schaubhut
Kantonales Labor Zürich

manchmal auch Chlor, das in der Trinkwasseraufbereitung als Hilfsmittel erlaubt ist, Geschmacksspuren im Wasser. Filtern sei ein probates Mittel dagegen.

Tatsächlich habe man nachweisen können, dass Armaturen Spuren von Blei oder Kupfer ins Trinkwasser abgeben, sagt Schaubhut. «Das passiert vor allem dann, wenn sie länger nicht benutzt werden. Dann entsteht sogenanntes Stagnationswasser.» Ein Wasserfilter sei

zweckdienlich, um solche Partikel herauszulösen, genauso gut wie Vorsprühen: «Am Morgen das Wasser laufen lassen, bevor man trinkt. Dann fliesst frisches Wasser nach.» Chlor allerdings werde in der Wasseraufbereitung gar nicht oder nur in Kleinmengen verwendet, die absolut unbedenklich seien. Mitunter komme es aber vor, dass ein feiner Gaumen es herausschmecke.

Filter mit Ionen-Austauschern sind kontraproduktiv

Bis zu 70 Prozent Kalzium verliert Wasser im Filter. Können im Bestreben, Schädliches herauszufiltern, auch wertvolle Stoffe verloren gehen? «Durchaus», sagt Schaubhut. Bei vielen Produkten enthalte das Granulat im Filter so genannte Ionen-Austauscher, die

dem Wasser Minerale wie Kalzium und Magnesium entziehen und sie durch Natrium ersetzen. «Magnesium und Kalzium sind wertvoller als Natrium, von dem wir ohnehin zu viel aufnehmen.»

«Genau deshalb wenden wir diese Technologie nicht an. Wir filtern nur Kalk und geschmacksstörende Stoffe heraus», sagt Hubli von Brita. Filtern sei aber kein Wundermittel, es könne Wasser nicht von Pestiziden, Hormonen oder Arzneimitteldrückerständen befreien. «Es geht darum, den Trinkgenuss zu optimieren.» Von einer Wasserfilterung aus gesundheitlichen Erwägungen rät Chemiker Schaubhut ab. «Es ist schlicht nicht nötig. Wenn es jedoch um feines Wasser für den Tee- und Kaffeegenuss geht, merken Kenner sicher den Unterschied.»

ANZEIGE

Evolin™
The evolution of linen

NEU
Jetzt fühlen.
Jetzt testen.
Jetzt sparen.

Evolin™ – Tischwäsche in neuer Dimension

Aufwendiges Wäschehandlung können Sie sich sparen – dank Evolin™, der neuen und revolutionären Tischwäsche von Duni. Evolin™ kombiniert die Optik und Eleganz textiler Tischdecken mit der Flexibilität und Bequemlichkeit einer modernen Einweglösung.

Duni AG • Lettenstrasse 11 • 6343 Rotkreuz • Tel. 041 798 01 71

Believe it, it's




Am Culinary Challenge an der Zagg in Luzern messen sich die Teams in der «warmen» Kochkunst. CCCZ/zvg

«Warmer Teil ist der anspruchsvollere»

Der Teamgedanke
müsste im Vordergrund stehen, meint Thomas Kuster, Teamchef des Cercle des Chefs de Cuisine Zürich CCCZ: «Unser Team ist Klasse.»

1. Beim warmen Programm ist es eine zusätzliche Herausforderung, dass die Gerichte degustiert werden, dem Team über die Schultern geschaut wird und 100 Personen bekocht werden müssen. Ansonsten sind

ähnliche Kriterien zu erfüllen wie im kalten Programm. Der warme Teil ist für uns der anspruchsvollere, Fehler können nur schwer korrigiert werden.

2. Mit unserem Auftritt und was am Schluss auf dem Tisch steht, ob gelöst oder frisch aus der Wettbewerbsküche. Dahinter wollen wir zu 100 Prozent stehen können, und alles Weitere entscheidet sich dann.

3. Ich denke, wie alle anderen Mannschaften, einen Sieg erringen, eine Goldmedaille ge-

wünschen, national wie internatio-nal Erfolg haben. Dabei bleibt der Teamgedanke stets im Vordergrund. Erfahrungen auf diesem Niveau sammeln und dann umsetzen, das gehört für mich auch dazu.

4. Unterschiedlich. In der Vorbereitungs- und Wettkampfphase sicher sehr hoch. Hier ist der Teamgeist für mich ein sehr wichtiger Faktor, den man nie unterschätzen sollte. Unser Team ist Klasse, ich bin sehr stolz darauf.

5. Es verbessert unser Organisationstalent, weil viele Termine wahrgenommen werden müssen. Ein Probelauf da, eine Besprechung dort etc. Wertvoll sind sicher die neuen Kontakte, die man knüpfen kann, in In- und Ausland. Der Austausch unter Fachleuten und die Chance, sich so auch mal einen top Job zu ergattern. Man lernt neue Techniken kennen und erweitert das kulinarische Verständnis. Vor allem entwickelt sich die Kreativität enorm. Und man hat stets ein ganzes Team hinter sich, dessen Mitglieder sich gegenseitig antreiben.



CCCZ: Paul Janssen, Ale Mordasini, Heinz Vorhofer, Thomas Kuster, Gian Durisch, Adrian Reimann (v.l.).

ANZEIGE

Aroma braucht Wasser.
Wasser braucht BRITA®.

Besuchen Sie uns an
der ZAGG in Luzern
vom 9. - 12.09.12
Halle 2, Stand 270!

BRITA®
Professional

PURITY Quell ST
PURITY C Quell ST
Optimale Wasserqualität und lange
Lebensdauer für Kaffeemaschinen.

Weitere Informationen finden Sie auf www.brita.ch

BRITA Professional
25 Jahre
ans
Schweiz Suisse

Vier Teams im Finale zur Nati

Wer wird die nächste Schweizer Kochnati?
Vier Mannschaften kochen an der Zagg um die Wette.

GUDRUN SCHLENCZEK

Am Culinary Challenge der Zagg 2012 kochen die besten vier Regionaleams der Schweiz. Alle vier stehen im Finale zur neuen Kochnationalmannschaft. Punkte sammelten die Teams bereits an Kochkunstwettbewerben

in Basel und Stuttgart. Jetzt folgen der Culinary Challenge und zum Schluss die Olympiade der Köche in Erfurt. Kein Team konnte sich punktemässig bislang absetzen. Es ist deshalb noch völlig offen, wer die neue Kochnationalmannschaft des Schweizer Kochverbands stellen wird. Folgende Teams kochen in vereinhalb Stunden ein Menü mit drei Gängen für 100 Personen: Die Aargauer Kochgilde, Cercle des Chefs de Cuisine Luzern und Zürich und die Gilde etablierter Köche.

Die Teamchefs der vier Equipes nehmen auf dieser und der nächsten Seite zu den nebenstehenden fünf Fragen Stellung.

Fünf Fragen an die Teamchefs

1. Wie herausfordernd ist es, warm zu kochen?
2. Womit möchten Sie an der Zagg punkten?
3. Welche Ziele würden Sie als Kochnati verfolgen?
4. Wie gross ist der psychische Druck?
5. Was bringen Ihnen die Wettbewerbe im Alltag?

«Es braucht viel, um ganz oben zu sein»

Shaun Leonard, Teamchef des Cercle des Chefs de Cuisine Lucerne CCCL, betont, wie gross die Herausforderung ist, ganz oben mitzumischen. Was er schätzt: den Austausch.



CCCL: Shaun Leonard, Roland Schwarzenbach, Karin Lustenberger, Stephan Stemminger, Adrian Bürgi, Martina Tempel (v.l.).

1. Als Team freuen wir uns auf alle Arten von Wettkämpfen. Ein Koch muss in der Lage sein, Präzision und Sorgfalt zu demonstrieren. Nichts kann den Nervenzettel bei den Wettkämpfen im warmen Kochen übertreffen.

2. Jeder im Team hat seine Stärken. Diese gilt es am Wettkampf-Tag abzurufen und umzusetzen. Zusammen wollen wir am Wettbewerb in Luzern unser Bestes geben.

3. Einen Schritt nach dem anderen - wir haben noch zwei sehr wichtige Wettbewerbe innerhalb eines Zeitraum von vier Wochen. Wenn die hinter uns liegen, und wir über das Erreichte reflektiert haben, sind wir in der Lage, diese Frage zu beantworten.

4. Der psychische Druck ist nicht ein Problem sondern verursacht einen Adrenalin-stoss. Dann sind wir voll in unserem Element. Die Tagesform spielt auch noch eine Rolle. Manchmal funktionieren Sachen, die im Training kein Problem waren beim Wettkampf nicht und umgekehrt.

5. Mein Job an der Hotelfachschule IMI in Luzern besteht daraus, meinen Schülern die neusten Techniken, Zutaten und Ideen zu vermitteln. Die Testdurchläufe finden häufig bei mir an der Schule statt. So erhält die neue Generation internationaler Kochprofis einen Einblick in die Kochkunst und zusätzlich viele Tipps und Tricks. Die Erfahrungen, die wir als Teammitglieder des CCCL sammeln, auch im Austausch mit anderen Wettbewersteilnehmern, sind sehr wertvoll. Jeder, der jemals am Wettbewerbsgeschehen teilgenommen hat, weiß, wieviel Können, Zeit und Hingabe es braucht, um ganz oben mitzumischen zu können.

gsg

«Wir verstehen uns als Botschafter»

Der Teamchef Sascha Müller möchte mit seiner Aargauer Kochgilde nicht gekünstelt kochen. Es soll einfach schmecken.

1. Also bei der kalten Kochkunst ist sicher der Aufwand grösser, man braucht mehr Trainings, und der Schlaf kommt auch zu kurz. Die Produkte müssen genauer gewählt werden, da man nicht alles gelieren kann. Es gibt allerdings viele Sachen, die besser wirken, wenn sie nicht geliert werden, die kann man dann im warmen Wettbewerb einbauen. Warm kochen ist ja unser täglich Brot; da macht es schon Spass, die Möglichkeiten auszuschöpfen.

2. Wir haben bewusst darauf geachtet, dass wir nicht zu gekünstelt kochen und anrichten. Das heisst, der Geschmack, die Zubereitung und die Machbarkeit standen bei uns im Vordergrund. Es soll einfach toll schmecken und gut aussehen.

3. Wir verstehen uns als Botschafter der Schweizer Kochkunst, deshalb wollen wir an vergangene Erfolge anknüpfen. Wir sind uns bewusst, dass da viel Arbeit auf uns zukommen würde, wir sind bereit, alles dafür zu tun.



Sascha Müller, Roman Okle, Manuela Käslin, Giuseppe Ferrante, Pascal Inauen, Thomas Bissegger, Livio Scussel (v.l.).

4. Die Kochkunst ist eine Leidenschaft, der Druck findet eigentlich nur dann statt, wenn wir zu wenig Zeit zum Trainieren und zum Tüfteln finden, weil der Betrieb, in dem man arbeitet, Vollgas läuft und man dem familiären Umfeld auch gerecht werden will. Durch eine gute Jahresplanung und Erholungsphasen versuchen wir, dies zu minimieren. Unser Team arbeitet gut zusammen; wenn einer nicht mehr weiter kommt, dann wird er von den anderen unterstützt. Wir versuchen auch, den Aufwand in Grenzen zu halten, das heisst, es macht für uns keinen Sinn, einen warmen Prozesslauf eins zu eins zu kochen, wenn wir nicht ganz sicher sind.

5. Im Arbeitsalltag bringt mich die Kochkunst immer wieder auf neue Ideen, ich lasse viel davon bei unseren Banketten einfließen. Ich sehe immer wieder neue Techniken. Karriere definiert jeder anders. Ich habe viele Jahre in renommierten Häusern in der Saison gearbeitet und mir das Rüstzeug für den Beruf geholt. Mit der Kochkunst möchte ich mein Wissen weitergeben und gleichzeitig neues erlangen. Ich sehe das auch als Weiterbildung – man eignet sich neues Know-how an und hilft sicher dabei, marktfähig zu bleiben. gsg

dass die Kreation, die geplant ist, funktioniert.

«Ich rechne mit einem Top-Resultat»

Stefan Staub, Teamchef des Kochkunstteams der Gilde etablierter Schweizer Gastronomen, will an der Zagg alles geben.

1. Das Kochkunstteam der Gilde nimmt in dieser Formation zum ersten Mal an einem warmen Wettbewerb teil. Die warme Kochkunst ist viel mehr praxisbezogen als die kalte Plattenkunst. Die Schwierigkeit besteht darin, dass man nur einen Versuch hat, bei der kalten Kochkunst kann man Fehler eher kaschieren. Für das angestrebte Top-Resultat haben wir total vier warme Probelaufe durchgeführt.

2. Das Gilde-Kochkunstteam wird immer ein bisschen belächelt; da das Team erst seit rund fünf Jahren besteht, gelten wir in der Szene wohl etwas als «Underdog». Doch können wir den Vize-Weltmeisterstitel in Luxemburg oder Gold an der Interna vorweisen. Ich würde sagen, der Erfolg gibt uns Recht. Wir haben nichts zu verlieren und können nur gewinnen. Auf das Resultat beim warmen Kochen sind wir sehr gespannt. Ich rechne mit einem hervorragenden Resultat, das Team hat sich bestens vorbereitet. Wir machen keine halben Sachen. Entweder



Roman Maier, Michel Läser, Dominique Charle, Edi Lüthi, Manuela Stämpfli, Stefan Staub, Corinne Roth, Annette Staub (v.l.).

geben wir vollen Einsatz oder lassen es bleiben. gsg

3. Die nächste Kochnationalmannschaft zu stellen und die Schweiz im Ausland repräsentieren zu dürfen, ist eine grosse Ehre. Wenn wir die Chance bekommen, Nati zu sein, dann wollen wir sicher vorne mitmischen. Zudem wäre eine Optimierung der Kommunikation unter den Regionalteams und zwischen dem Kochverband wünschenswert, denn wir sind eine Nation.

4. Bei der Kochkunst ist es wie beim Eiskunstlaufen: Es zählen nicht Meter oder die Stoppuhr, sondern der individuelle Eindruck der Jury. Damit umzugehen, ist manchmal nicht ganz einfach. Programme werden aufgrund des letzten Juryurteils angepasst, und dann stimmt es wieder nicht, da die Jury anders zusammengesetzt ist als bei der letzten Ausstellung. Wichtig ist, dass sich das Team einig ist und das Programm konsequent umsetzt.

5. Es ist in sehr zeitintensives Hobby mit vielen schlaflosen Nächten und Einschränkungen für Privatleben. Auf jeden Fall kann man sich weiterentwickeln, man nimmt neue Ideen mit, der Austausch im Team ist sehr bereichernd. Vieles kann auch im Arbeitsalltag später mal umgesetzt werden, speziell von den warmen Ausstellungen, die heute mehr im Trend liegen und mehr Sinn machen. gsg

Besuchen Sie uns vom 9. – 12.09.2012 an der ZAGG in Luzern - Halle 2 / Stand 283

Dialock Hotels werden von den Gästen besonders gelobt für:

- optimale Funktionalität
- exzellenter Komfort
- perfekte Organisation
- hohe Sicherheit
- gehobenes Türen-Design
- einfaches, berührungsloses Öffnen und Schliessen der Zimmertüren

Und genau deshalb entscheiden sich Hotelfachleute für das elektronische Identifikations- und Schliesssystem Dialock von Häfele mit vielfältigen Schlüsselvarianten von der Karte bis zum Clip.

Bestellen Sie die **Dialock Dokumentation** inkl. der Referenzliste von Schweizer Top-Hotels aller Stern-Kategorien: Tel. +41 (0)71 686 82 00, info@hafele.ch, www.dialock.ch, www.hafele.com
Häfele Schweiz AG, Dammstrasse 29, CH-8280 Kreuzlingen

Erlebnisausstellung: Häfele Functionality World Schweiz, Industriestrasse 18, Bauarena, CH-8604 Volketswil, Tel. +41 (0)43 810 10 75, www.functionality-world.ch

HÄFELE
AUF NEUEN WEGEN
Häfele Dialock.
Elektronisches Identifikations- und Schliesssystem.

Engineered by Häfele. Produced by Häfele. Made in Germany.

dialock

Für die Sicherheit, den Komfort und die Betriebsorganisation.
Für Gelände, Gebäude, Raum und Möbel.

HÄFELE
FUNCTIONALITY FOR YOU

BRITA

25 Jahre BRITA
Professional Schweiz



1987 gründete BRITA, Experte im Bereich der Optimierung von Trinkwasser, eine Tochtergesellschaft in der Schweiz. 25 Jahre später, ist die BRITA Wasser-Filter-Systeme AG erfolgreicher denn je. Die BRITA Gruppe wuchs 2011 trotz der weltwirtschaftlich angespannten Lage das achte Jahr in Folge. Insgesamt erzielte die Unternehmensgruppe mit ihren 15 nationalen und internationalen Tochtergesellschaften sowie Vertreibern in über 60 Ländern auf allen fünf Kontinenten einen Umsatz von 320,7 Mio. Euro. Zu diesem Wachstum von 6 Prozent gegenüber dem Vorjahr trug auch der Standort in der Schweiz bei. Die BRITA AG beschäftigt aktuell 53 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an ihrem Unternehmenssitz in Neudorf (LU).

BRITA Professional feiert das 25jährige Firmenjubiläum an der ZAGG in Luzern. Produkte-Neuheiten:
- PURITY Finest C500 für pure Espresso-Momente
- PURITY Fresh C50 speziell für Weichwasergeschiebe mit hoher Partikeldichte.

BRITA AG

Gassmannstrasse 6, 6025 Neudorf
Tel. 041 932 42 00
Fax 041 932 42 01
info-ppd@brita.net
www.brita.ch

ZAGG: Halle 2, Stand 270

CAFINA

Kaffeevollautomat
Cafina bar-cube IS



Cafina AG präsentiert den Kaffeevollautomaten Cafina bar-cube IS: Perfekte, konstante Kaffeearbeit für alle erdenklichen Kaffeespezialitäten und dazu feinste Schokospezialitäten. Alles aus einem zuverlässigen Vollautomaten, mit langlebiger Technik, bei einfacher Bedienung und hoher Hygienesicherheit. Highlight ist ausserdem das innovative Design mit seiner prägnanten Lichtführung - ein Blickfang für jedes Ambiente!

Die Cafina bar-cube IS überzeugt neben ihrem klaren Design in kompakter Form vor allem durch ihre professionellen Leistungskomponenten. 40 Getränkespezialitäten sind über 5 Bedienebenen einfach zu speichern. Das Display informiert dabei über jeden Bedienschritt des Vollautomaten. Die beleuchteten Produktanzeigen machen die Auswahl ganz einfach. Parallel verarbeiten lassen sich je nach Wunsch nicht nur zwei verschiedene Bohnenarten sondern auch zwei verschiedene Schokovarianten, optional mit Verwendung von Milch oder Milchpulver.

CAFINA AG

Kaffeemaschinen
Römerstrasse 2, 5502 Hünzenschwil
Tel. 062 889 42 42
Fax 062 889 42 89

info@cafina.ch
www.cafina.ch

ZAGG: Halle 2, Stand 215

CCA Angehrn

Easy Rider Feeling
an der ZAGG



Die Harley-Davidson Seventy-Two steht für ein Fahrgefühl, wie es nur echte Easy Rider kennen. CCA bringt genau dieses Feeling mit an die ZAGG. Berauschende kulinarische Erlebnisse, die neue Frisch-FischBox und natürlich die Verlosung des Hauptpreises stehen am Stand von Cash + Carry Angehrn im Mittelpunkt.

Seit Mai braust die CCA Harley-Davidson Seventy-Two von Bogendach zu Bogenbach. Rechtzeitig zur Eröffnung der ZAGG wird sie am CCA-Stand ankommen und in der Kocharena auf den glücklichen Gewinner warten. Dieser wird an der Hauptverlosung des grossen Gewinnspiels am 12. September in der Kocharena erkoren. Bis kurz davor ist die Teilnahme am grossen Wettbewerb noch möglich - einfach am Stand von CCA die Kundenkarte beantragen und mitmachen. Zudem finden täglich Verlosungen von CCA-Einkaufsgutscheinen und vielen weiteren attraktiven Preisen statt.

CCA Cash + Carry Angehrn

Mooiswiesenstrasse 42
9201 Gossau
Tel. 071 388 13 13
Fax 071 388 13 14

marketing@cca-an gehrn.ch
www.cca-an gehrn.ch

ZAGG: Halle 2a Stand 140

DUNI AG

Evolin® von Duni
Evolution of Linen



Aufwendiges Wäschehandeln kann man sich ab sofort sparen: Mit Evolin®, der „Evolution of Linen“, verleiht Duni dem Thema Tischwäsche eine ganz neue Dimension.

Viele Gastronomiebetriebe beklagen das aufwendige Wäschehandeln textiler Tischwäsche wie z.B. Zählen, Wiegen, Kontrollieren, Ausrütteln und Zurückrechnen bei der Wäscheleverierung. Um hier Abhilfe zu schaffen, haben sich die Duni-Entwickler einer der vielleicht schwersten Herausforderungen angenommen - nämlich eine Tischwäsche zu erschaffen, die optisch absolut stoffähnlich ist, darüber hinaus aber immer und einfach verfügbar ist, keinen Handl- oder Pflegeaufwand benötigt, beste Kostenübersicht gewährt und dazu noch praktische Auswahl bietet. Das Ergebnis heißt Evolin® und kann sich wahrlich sehen lassen - eine ganz neue Art der Tischwäsche, die den Aussagen zahlreicher Testkunden zufolge handfeste Vorteile bietet.

DUNI AG

Letterstrasse 11
6343 Rotkreuz
Tel. 041 798 01 71
Fax 041 798 01 72

info_switzerland@duni.com
www.duni.com

ZAGG: Halle 2, Stand 279

FRANKE

Trendige
Mix-Getränke



An der diesjährigen ZAGG zeigt Franke Coffee Systems, wie man eine unglaubliche Vielfalt an Mixgetränken aus Kaffee, Milch-/schaum, Schokolade und Aromen per Knopfdruck herstellt. Die Franke Spectra Foam Master mit Flavour Station macht es möglich. So entstehen köstliche Spezialitäten mit und ohne Alkohol. Ein abwechslungsreiches Angebot in der Metrikarte freut den Gast, macht neugierig, fördert die Gästebindung und bringt Zusatzsätze. Die Vorzüge der Milchverarbeitung bei der Franke Spectra Foam Master liegen ganz klar in den verschiedenen Schaumkonsistenzen, die von flüssig bis steif sahnig in jeder Nuance für jedes Produkt individuell programmiert werden können und dies kalt und warm!

Franke Coffee Systems erweitert sein Angebot an Out-of-Home-Kaffeemaschinen. Seien Sie gespannt auf die Lösungen der renommierten Maschinen-Traditionsmarke La Spaziale.

Franke Kaffeemaschinen AG

Franke-Strasse 9, Postfach 235
4663 Aarburg
Tel. 062 787 92 81
Fax 062 787 92 81

info@franke.com
www.franke.com

ZAGG Halle 2, Stand 241

GO IN

FLAT®-Technologie
Basis für jeden Tisch



Das lästige Wackeln von Tischen hat ein Ende: Die patentierte FLAT®-Technologie gleicht alle Bodenebenenheiten perfekt aus. In Altstädten stellt Kopfsteinpflaster Gastronomen, die ihren Gästen eine komfortable Außenbestuhlung bieten möchten, oftmals vor Herausforderungen. Doch auch bei stärkerem Gefälle und sehr unebenem Bodenbelag müssen Tische nicht mehr wackeln - die neuen GO IN Tische mit hydraulisch gelagerten Bodengelenken gleichen Bodenebenenungen selbstständig aus. Die FLAT®-Technologie funktioniert immer - selbst wenn Tische von Gästen verschoben werden, muss das Personal sie nicht neu ausrichten. Die Tische bleiben stabil, unabhängig auf welchem Untergrund sie stehen und wie oft ihr Standort verändert wird. Zudem hat die preisgekrönte Nivellierungs- und Stabilisierungs-technologie die einzigartige Fähigkeit Tischplatten in einer gemeinsamen Höhe auszurichten. So wird eine Aneinanderreihung mehrerer Tische möglich. Weitere Infos finden Sie unter www.goin.ch.

GO IN GmbH

Justus-von-Liebig-Strasse 3-5
D-86899 Landsberg am Lech
Tel. 0049 (0) 81 91 91 94 200
Fax 0049 (0) 81 91 91 94 299

info@goin.de
www.goin.de

ZAGG: Halle 2a, Stand 270

HAFELE SCHWEIZ AG

Die neue Trennwand
Slido Wall von Häfele



Die neuen, multifunktional einsetzbaren Trennwände von Häfele gewährleisten unzählige Möglichkeiten der Raumtaigediehung sowohl in der Höhe als auch in der Tiefe. Die einzelnen Elemente lassen sich mühelos einsetzen und wieder lösen und passen sich den architektonischen Begebenheiten hervorragend an. Ob Naturholzfurniere, Schichtstoff- und Kunststoffplatten, Kunstleder, Textilstoffe oder Farbanstriche - die neuen Trennwände bieten mit ihrer grossen Auswahl an Farben, Materialien und Formen die unterschiedlichsten Einsatzmöglichkeiten. Zudem erreichen die neuen Slido Wall Trennwände von Häfele Dämmpfeile bis RWP 57 dB und wurden von öffentlichen Institutionen nach DIN Norm 20143-3 auf Schalldämmung geprüft. Übrigens: am 10. September 2012 ab 14.00 Uhr gibt die frischgebackene Schweizermeisterin und ehemalige Europameisterin im Mountainbike-Fahren Sarah Kora exklusiv Autogramme für ihre Fans. Besuchen Sie uns am Häfele-Stand!

Hafele Schweiz AG

Dammstrasse 29
8280 Kreuzlingen
Tel. 071 695 43 75
Fax 071 695 43 76

info@hafele.ch
www.hafele.ch

ZAGG: Halle 2, Stand 233

HUGENTOBLER

NEU! FrigoJet®
«Touchscreen»



Ganz nach dem Motto modern und trotzdem einfach und bedienfreundlich haben wir den bewährten Schnellkühler/Schokofroster Frigojet weiterentwickelt und mit praktischen Funktionen erweitert. Die neue Generation mit dem Namen Frigojet „Touchscreen“ kühlt Ihre Speisen in einer der normalen Gastronomie bisher nicht gekannten Leistung von -40 °C herunter, so wie in der Grossindustrie. Durch das blitzschnelle Anfrosten wird der Garprozess innerhalb Minuten gestoppt, dadurch bleiben Feuchtigkeit, Saft und Vitamine voll erhalten.

- Kein Qualitätsverlust bei Farbe, Duft, Aroma und Aroma
- Keine Bildung von Eiskristallen
- Kühlt dampfheisse Speisen ab (95°C)
- Kühlung mit einer Leistung von -40 °C
- Kühlt den Kern des Produktes in maximal 90 Minuten auf +3°C ab
- Spitzenqualität und Hygiene

Überzeugen Sie sich selbst an unserem Stand. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG

Grunenstrasse 107
3322 Schönthal
Tel. 0848 400 900
Fax 031 858 17 15

info@hugentobler.ch
www.hugentobler.ch

ZAGG: Halle 2a, Stand 108

HÜGLI

Prima Gusto
Würzpастen



Convenience für Individualisten und Kreative. Für das Veredeln und Verfeinern von Speisen geben wir von Hügli der modernen Küche die neue Produktlinie Prima Gusto zur Seite - Kräuter frisch vom Garten direkt ins Glas. Abschmecken und Verfeinern wird damit in Zukunft noch leichter!

Die innovativen Würzpäste sind immer zur Hand, lassen sich einfach dosieren und behalten ihre natürliche Frische bis zum letzten Tag. Sie können jederzeit im Kochprozess eingesetzt werden, passen immer dazu und erleichtern die Arbeit wesentlich. Das gibt Sicherheit, auch bei Hochbetrieb in der Küche! Einfach in der Zubereitung - kalt und warm anwendbar und sofort einsetzbar - so lassen sich verführerische Rezepte noch weiter verfeinern und wunderbar abschmecken. Lassen Sie sich in die Welt der Kräuter verführen und geben Sie Ihrer Küche einen neuen Kräuterschwing!

Hügli Nährmittel AG

Bleibachstrasse 31
9323 Steinhägg
Tel. 071 447 22 11
Fax 071 447 29 94
verkauf.ch@huegli.com
www.hueglifoodservice.ch

ZAGG: Halle 2 Stand 231

MASSIMO CERUTTI SA

Cerutti
"Il Caffe"



Ein echter Kaffee, welcher in Erinnerung bleibt! Das ist das Leitmotiv von Cerutti "Il Caffe", dem Familienbetrieb mit mehr als 50 Jahren Erfahrung im Rösten von italienischem Kaffee. Dank der Auswahl der besten Rohkaffeesorten aus den Produktionsländern, die nach einer alten Tradition in den „Fazendas“ geerntet werden, hat Cerutti "Il Caffe" seine erlesene und aromatische Mischung nach bester italienischer Rösttradition aufgebaut. Nach einer langsam und delikaten Röstung entwickeln die Bohnen die sorgfältig ausgewählten Sorten die besten Aromen, so dass jeder Guest ein Produkt von bester Qualität genießen kann. Sein Geschmack ist voll und mild, weder bitter, noch sauer. Cerutti "Il Caffe" wird in der ganzen Schweiz angeboten. Er eignet sich für die traditionellen Espressomaschinen wie auch für die vollautomatischen Kaffeemaschinen.

Cerutti "Il Caffe" bietet nicht nur ein vorzügliches Produkt sondern auch eine komplette Ausstattung für die Gastronomie an.

Massimo Cerutti SA

Via Casale 17/19
6883 Novazzano
Tel. 091 640 70 00
Fax 091 640 70 01
info@caffe-cerutti.ch
www.caffe-cerutti.ch

ZAGG: Halle 3, Stand 331

PISTOR

Herzlich willkommen am Pistor-Stand



Überzeugen Sie sich an der ZAGG selbst von unseren Wildspezialitäten! Über die Mittagszeit können Sie an unserem Stand ein typisches Wildgericht degustieren. Antipasti liegen im Trend, daher bietet Pistor seit kurzem ein Antipasti-Sortiment, das nicht pasteurisiert wird. Damit bleiben Eigenaroma, Textur und Farbe der Gemüse erhalten. Lassen Sie sich überraschen und geniessen Sie bei einem Glas Wein die feinen Spezialitäten aus Italien.

Nach der Inbetriebnahme unseres neuen Tiefkühlagers können wir unseren Lieferanten ab Frühling 2013 eine erweiterte Plattform für Ihre Produkte bieten. Dank der Unabhängigkeit von Pistor profitieren Sie von einer unbefangenen und breiten Sortimentsgestaltung.

Nehmen Sie sich die Zeit im September, wir laden Sie gerne ein zu einer Beratung, zu einem Drink oder Imbiss.

Pistor AG

Hasenmoosstrasse 31
6023 Rothenburg
Tel. 041 289 89 89

info@pistor.ch
www.pistor.ch

ZAGG: Halle 2, Stand 285

ROMER'S HAUSBÄCKEREI

Kleine Backwaren fürs Dessert



Wer kennt es nicht: Man steht vor einem Dessert-Buffet und kann sich kaum entscheiden. Wie schön wäre es, wenn von allen Törtchen und Cremen nur ein kleines Stück degustiert und verzehrt werden könnte? Romer's Hausbäckerei trifft mit ihren Dessertkreationen in Kleinformat genau den Zahn der Zeit. So geniessen Naschkatzen wie Fährn unbekümmert die zahlreichen Variationen. Mit beschleunigen 15 Gramm ist der Mohrenkopf das Leichtgewicht. Das grüne Schwedentörtli mit Marzipan folgt ihm auf den Fersen mit 20 Gramm Punschkugel (25 g) und Cremeschnitte (30 g) vervollständigen das Quartett. Sortentrennt zu 36 beziehungsweise 40 Stück bei den Mini-Cremeschritten werden die Kompositionen auf Papierkapseln abgesetzt und in Tiefzugschalen verpackt geliefert.

Romer's Hausbäckerei AG

Neubruchstrasse 1, Postfach 55
8717 Benken SG
Tel. 055 293 36 36
Fax 055 292 36 37

info@romers.ch
www.romers.ch

ZAGG: Halle 2, Stand 258

SIX PAYMENT SERVICES

Datensicherheit in der Hotellerie



Schützen Sie sich wirksam vor möglichen Diebstählen im bargeldlosen Zahlungsverkehr? SIX Payment Services begleitet und unterstützt all seine Kunden bestmöglich – insbesondere im Bereich Sicherheit. Nutzen Sie die Gelegenheit und melden Sie sich jetzt an einer unserer Fachveranstaltungen (19.9. Basel, 3.10. Genf) «Datensicherheit» online an: www.six-payment-services.com/events. Spezialisten berichten, worauf es punkto Sicherheit bei Hotel-Management-Systemen ankommt, geben Tipps zur richtigen Wahl der Reservationsplattform und informieren über PCI-Sicherheitsstandards. Mittels eines praktischen Beispiels erfahren die Teilnehmenden zudem, wie ein Hacker-Angriff im Detail ablaufen kann.

Six Payment Services AG

Hardturmstrasse 201
8021 Zürich
Tel. 058 399 91 11
Fax 058 499 95 25

www.six-payment-services.com

ZAGG: Halle 2, Stand 248

ERWIN MÜLLER

Alles aus einer Hand



Als führender Anbieter von innovativen Textilien für die Gastronomie und Hotellerie bietet Hotelwäsche Erwin Müller ein Sortiment, das durch Qualität, Aktualität und ein besonderes gutes Preis-Leistungsverhältnis begeistert. Neben modernen Produkten und Farben für eine trendige Raumgestaltung finden Sie auch bewährte Klassiker und das alles in einer Produktpalette von casual bis exklusiv, von ländlich rustikal bis innovativ.

JOBELINE ist der Spezialist für moderne Berufsbekleidung, mit seinem besonderen Gespür für aktuelle Trends und der vielseitigen Kombinierbarkeit seiner Produkte. Bei JOBELINE findet jeder das passende Outfit. Besonders in der Küche überzeugen innovative, funktionelle und hochwertige Materialien mit perfekter Passform und einer grossen Auswahl an Farben.

Hotelwäsche Erwin Müller GmbH

Tramstrasse 7
9444 Diepoldsau
Tel. 0848 809 809
Fax 0848 806 806

service@erwinmueller.ch
www.erwinmueller.ch

ZAGG: Halle 2, Stand 248

WÄSCHEKRONE

Tischwäsche mit Mehrwert



Ein Multitalent aus dem Hause Wäschekrone, das vielseitig eingesetzt werden kann, ist ein Strukturgewebe in edler Leinenoptik. Wäschekrone konfektioniert daraus hochwertige Tischwäsche, die mit einem entscheidenden Detail punktet: dem absolut sicheren Halt auf dem Tisch. Bei klassischen Tischdecken kommt dafür ein unsichtbarer Spannsaum, bei trendigen Tischläufern eine integrierte Klettbandbefestigung zum Einsatz, die für den Gast nicht zu sehen sind und die Tischwäsche dezent an Ort und Stelle halten. Daraüber hinaus ist das raffinierte Strukturgewebe von Wäschekrone dank feinster Teflonbeschichtung fleckabweisend. Ein weiteres Plus: Wäschekrone konfektioniert aus dem pflege- und bügelleichten Polystergewebe hochwertige Sitzkissen mit Reißverschluss und rutschfeste Bierbankauflagen.

Wäschekrone GmbH + Co. KG

Hirschstrasse 98
D-89150 Laichingen
Tel. 0049 (0) 7333 804 840
Fax 0049 (0) 7333 804 940

info@waeschekrone.ch
www.waeschekrone.ch

ZAGG Halle 2a, Stand 143

ANZEIGE

Gesucht: Bademantel

Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



**hotel
marktplatz.ch**

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

Meisterschaft macht Politik

Die Swiss Skills fürs Gastgewerbe finden dieses Jahr an der Zagg statt. Mit den Swiss Skills 2014 in Bern verfolgt man auch politische Ziele.

GUDRUN SCHLENZKE

Die Swiss Skills fürs Gastgewerbe, die Schweizer Meisterschaften für Restauration und Küche, finden erstmals im Rahmen der Zagg statt. Die Köche sowie Restaurationsfachleute, die sich an der Zagg messen, gehören schon zu den Besten ihres Faches: Sie mussten im Vorfeld bereits verschiedene Qualifikationsstufen bestehen. Die am 12. September in Luzern nominierten Schweizermeisterinnen und -meister werden die Schweiz an den World Skills 2013 in Leipzig vertreten. Dort messen sich die jungen Topleute – das Maximalalter liegt bei 22 Jahren – mit Berufsläuten aus rund 60 Ländern.

In der Schweiz ist man stolz auf die duale Berufsbildung und ihre

Einzigartigkeit. Trotzdem schneiden gerade asiatische Länder, die ein solches System nicht kennen, an der WM der Berufe jeweils noch besser ab: An der letzten Weltmeisterschaft in London belegte das Schweizer Team in der



«Die Beteiligung an den World Skills ist politisch jeweils ein grosser Gewinn.»

Christine Davatz
Schweizer Gewerbeverband

Nationenwertung hinter Korea und Japan den dritten Platz. Christine Davatz, Vizedirektorin des Schweizerischen Gewerbeverbandes und Offizielle Delegierte von Swiss Skills, wundert sich nicht darüber: «Der Wettkampf ist für asiatische Länder eine Prestigeaffäre.» In Korea und Japan würden die Kandidaten sicher ein Jahr lang auf den Wettbewerb hin trainiert.

Kandidaten werden auf die World Skills gut vorbereitet

In der Schweiz ist das Training vor allem die Arbeitswelt selbst. So lernten die jungen Berufsläute dafür, flexibel auf sich verändernde Bedingungen zu reagieren. Ein Vorteil wiederum bei den World

Skills. Denn rund 30 Prozent der gestellten Aufgaben seien jeweils unbekannt. Aufwand für die Meisterschaften wird aber auch in der Schweiz betrieben: Die öffentliche Hand lässt sich die drei Ebenen der Berufsmeisterschaften – Swiss Skills, European Skills und World Skills – jedes Jahr rund eine Million Franken kosten. So werden die jeweils knapp 40 Schweizer Kandidaten an drei Wochenenden mental auf die World Skills vorbereitet – inklusive Medientraining. Finanziert bekommen die Teilnehmer zudem verschiedene Ausrüstungen sowie die Reise und den Aufenthalt am Ausstellungsort.

«Für ein Land ist die Beteiligung an den World Skills innenpolitisch jeweils ein sehr grosser Gewinn», erklärt Davatz. Sie gibt ein Beispiel: Die Finnen, welche bei Pisa-Studien immer top abschneiden, aber mit einer sehr hohen Jugendarbeitslosigkeit zu

kämpfen haben, sind seit den World Skills im 2005 in Helsinki daran, ein duales Bildungssystem aufzubauen. Nützen will Christine Davatz, die auch Bildungsverantwortliche beim Schweizer Gewerbeverband ist, konkret die Swiss Skills 2014 für ihr Anliegen, der dualen Berufsbildung in der Politik mehr Gehör und Goodwill, insbesondere finanzieller Art, zu verschaffen. Die Swiss Skills 2014 sollen erstmals zentral für alle Berufe vom 17. bis 21. September in den BEA-Hallen in Bern durchgeführt werden. 100 Berufe sollen sich auf 60'000 m² präsentieren, lautet das Ziel des ÖK-Präsidenten und Direktors Berner KMU



Zeigen ihr Können an den Swiss Skills 2012 an der Zagg: Restaurationsfachleute.

Christoph Erb. Das sind 20 bis 30 mehr als in «normalen Jahren» bei einer dezentralen Durchführung. Das Budget liegt bei rund 14 Mio. Franken, zu 60 Prozent unterstützt vom BBT.

Swiss Skills 2014: Grosses Event zu 10 Jahren Berufsbildungsgesetz

Anlass für den Grossen Event ist zudem der Fakt, dass 2014 das Berufsbildungsgesetz zehn Jahre in Kraft sein wird. Und, so Davatz: «Ab 2014 rechnen wir aus demografischen Gründen mit einem Rückgang bei den Lernenden.» Sie möchte deshalb bereits im Vorfeld im grossen Stil die Werbe- und Medientrommel röhren. Wie-

der mit dem Blick auf die Politik werden die Swiss Skills 2014 prominent auf dem Bundesplatz eröffnet, eingebettet in ein attraktives Rahmenprogramm und dem Vorstellen der Teilnehmenden. Abschliessend wird das Swiss-Skills-Feuer Olympia-like entzündet, welches während der gesamten Veranstaltung an wichtigen Standorten brennen wird. Die Schlussfeier ist in der Postfinance Arena geplant. Erbs Wunsch: Künftig alle vier Jahre die Meisterschaften zentral durchzuführen. «Alle zwei Jahre wäre der Aufwand zu hoch.»

Swiss Skills an der Zagg in Halle 4

Vielfalt der Karten ist Trumpf!



Machen Sie den Aufenthalt Ihrer ausländischen Kunden noch einfacher: Akzeptieren Sie Kartenzahlungen der kaufkräftigen Diners Club und Discover-Kunden auf Ihrem Zahlsterminal. Damit erschliessen Sie sich einen interessanten Kundenkreis mit über 50 Millionen Karteninhabern, die im Durchschnitt deutlich mehr pro Transaktion ausgeben als solche mit anderen gängigen Kreditkarten. Mehr noch: Sie profitieren automatisch auch von der Akzeptanz der Kreditkarten BC Card aus Korea und DinaCard aus Serbien. Für zufriedenere Kunden und mehr Umsatz für Sie.

www.six-payment-services.com/diners

SIX Payment Services



PROFIL

DIE STELLENBÖRSE FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS
LA BOURSE DE L'EMPLOI POUR LA RESTAURATION, L'HÔTELLERIE ET LE TOURISME

Nr.16 · 6. September 2012

htr **hotel revue** **HOTELLERIE“
GASTRONOMIE ZEITUNG**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT

von

DEUTSCHE SCHWEIZ · SUISSE ROMANDE
IMMOBILIEN

www.stellenPROFIL.ch

AUS- UND WEITERBILDUNG

DIREKTION/KADERSTELLEN

DEUTSCHE SCHWEIZ

SUISSE ROMANDE

SVIZZERA ITALIANA

INTERNATIONAL

STELLENGESUCHE

IMMOBILIEN



GRAFLU

VOM EFZ ZUM EIDG. DIPLOM

Der Weg ist das Ziel: von der Servicefachangestellten mit EFZ zur eidgenössisch diplomierten Hauswirtschaftsleiterin! Nach dem 10. Schuljahr in der französischen Schweiz wollte ich im Sprachgebiet bleiben, um meine Französischkenntnisse zu verbessern und anzuwenden. Meine Mutter – jahrelang in renommierten Häusern im Service tätig – inspirierte mich zu einer Ausbildung als Servicefachangestellte. Besondere Freude während der Lehre bereitete mir der Umgang mit unterschiedlichsten Gästen und Kolleginnen und Kollegen aus verschiedenen Kulturreihen. Später entschied ich mich für eine Aufbaulehre als Hotelfachassistentin. Auch heute fasziniert es mich immer wieder zu sehen, dass nur durch eine gute Teamarbeit mit allen Departementen die Zufriedenheit des Gastes erreicht werden kann. Jeder einzelne Mitarbeitende ist ein Baustein, welcher dazu beiträgt, dem Gast ein einzigartiges Erlebnis zu vermitteln und einen positiven und bleibenden Eindruck zu hinterlassen.

Die Vielseitigkeit der Hauswirtschaft und die grosse Herausfor-

derung, im Bereich Werterhaltung im ganzen Haus verantwortlich zu sein, stets den Überblick zu bewahren und dabei die «gute Seele» des Hauses zu verkörpern, erfüllt mich immer wieder mit Stolz. Als Praktikerin mit einem fundierten Fachwissen war ich auch im Ausland gern gesehen. Während dieser Zeit konnte ich viele wertvolle Freundschaften knüpfen und meinen Horizont – persönlich und beruflich – erweitern. Ein weiterer, wichtiger Schritt in meiner Karriere war der Berufsbildnerkurs. Er hat mir eine gute Basis vermittelt, um die Lernenden zu motivieren und zu verstehen. Denn sie sind die Fachkräfte von morgen! Die Jugendlichen liegen mir sehr am Herzen und müssen ausgebildet, gefördert und gefordert werden.

Die Berufsprüfung als Fachbereichsleiterin Hotellerie-Hauswirtschaft hat mich dann auch beruflich weitergebracht und gleichzeitig motiviert, die höhere Fachprüfung als Leiterin Hauswirtschaft mit eidg. Diplom in Angriff zu nehmen. Beide Weiterbildungen haben meine Erwartungen mehr als erfüllt,

und ich kann mein erworbene Wissen einerseits im Fachbereich, aber auch in der Mitarbeiterführung, Betriebswirtschaft, Finanzen, Soziologie/Psychologie einbringen. Mir war bei jeder Weiterbildung wichtig, das erworbene Wissen wieder in den Betrieb zurückzutragen und meinen Vorgesetzten eine Ansprechperson im Bereich Hauswirtschaft auf «gleicher Augenhöhe» zu sein.

Mein Fazit: Eine Grundbildung im Gastgewerbe bietet eine sehr solide, breite Basis für die Zukunft; die Arbeit mit Freude und Überzeugung auszuführen, ist dabei aber das Wichtigste. Das Rezept, um erfolgreich und motiviert zu bleiben, ist: Erfahrungen in verschiedenen Betrieben sammeln, laufend weiterbilden und die Neugier und die Bereitschaft mit dem Ziel, neue und spannende Wege zu gehen, zu bewahren.



Monika Wetli
Hauswirtschaftsleiterin
Hotel Freienhof Thun

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Unser gemeinsames Beraternetzwerk – für Ihren unternehmerischen Erfolg

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

AGENDA

13. September

Expertenforum, Input 3/2012: «Was der Gast schon immer wollte», von hotelleriesuisse im Art Deco Hotel Montana, Luzern

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

18. September

2nd Swiss Distribution Day 2012: Linking Social Media & Revenue Management, von hotelleriesuisse im Mövenpick Hotel, Zürich-Regensdorf

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

1. Oktober

«reception@hotelleriesuisse» im Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

1. Oktober

«Mitarbeiter führen», von Hotel & Gastro Union in Luzern

www.hotelundgastrounion.ch

22. Oktober

Fidelio Basiskurs
Micros-Fidelio von Berufsverband Hotelempfang in Stallikon ZH

www.hotelundgastrounion.ch

23. Oktober

«Der perfekte Kaffee», von Berufsverband Restauration in St. Gallen

www.hotelundgastrounion.ch

BUCHTIPP



WAS EIN SCHWEIZER KOCH IM AUSLAND ALLES ERLEBTE

Von Sri Lanka bis Uganda, von Jamaika bis nach China. In seiner 50-jährigen Karriere kam Hermann Jakob Dorner um die ganze Welt. 1943 begann er mit einer Lehre als Koch und arbeitete einige Jahre auf dem Beruf in der Schweiz. Doch nur Koch zu sein, reichte ihm nicht. Er lernte Englisch und stieg Tritt für Tritt die Karriereleiter hinauf. Heute geniesst er seinen Ruhestand in der Schweiz und hat ein Buch über sein Leben auf Englisch geschrieben. Seine Geschichte ist voller Einsichten in die Branche und gespickt mit Anekdoten über die Völker und Sitten der Länder, in denen er lebte und arbeitete. Für alle, die Englisch können und selber im Ausland arbeiten wollen oder schon arbeiteten, ein interessantes Buch. «Stories from the Manager's Office», von Hermann Jakob Dorner

ISBN 978-1-84748-801-5
CHF 19.90

LOHNVERHANDLUNGEN:
GESCHICKT VORGEHEN

Wenn Sie sich für eine neue Stelle vorstellen, ist der Lohn immer ein Thema. Wie viel darf ich verlangen? Wann ist meine Forderung überraschen? Wie gehe ich vor?

Der Lohn ist mehr als der Betrag, den Sie monatlich auf Ihr Bank- oder Postkonto überwiesen erhalten. Dazu gehören beispielsweise auch die Leistungen der Pensionskasse, die Anzahl Ferientage, die wöchentliche Arbeitszeit, die Verpflegungskosten und vieles mehr. Das alles gilt es zu berücksichtigen, wenn Sie beim Vorstellungsgespräch über den Lohn verhandeln.

AUSGANGSLAGE

Je höher die Gesamtvergütung ist, die Sie an Ihrer letzten Stelle gehabt haben, umso schwieriger kann es werden, später eine entsprechende Stelle zu finden. Es kann sein, dass andere Unternehmen nicht in der Lage sind, sich diesen Lohn zu leisten. Sobald man sich an einen aufwändigeren Lebensstil gewöhnt hat, ist es schwierig, zu einer Stelle mit weniger Salär zurückzukehren. Gegebenenfalls müssen Sie Kompromisse eingehen, beispielsweise eine niedrigere Bezahlung akzeptieren und dann Ihren Weg in ein verbessertes Paket hocharbeiten.

Die Perspektive ist jedoch meist wichtiger als die aktuelle Situation. Zufriedenheit im Job zählt für viele mehr als Geld, und persönliche Lebensqualität in einer Anstellung ist oft lohnender als ein hohes Gehalt.

Um Ihre Erwartungen realistisch formulieren zu können, können Stellenbewerber und -bewerberinnen versuchen, eine formale Stellenbeschreibung zu bekommen, welche die allgemeinen und spezifischen Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Anstellung eindeutig beschreibt. Damit können Erwartungen an die Mitarbeitenden formal analysiert und das Gesamtpaket beurteilt werden. Dabei umfassen Stellenbeschreibungen üblicherweise Formulierungen wie «alle Aufgaben und Verantwortlichkeiten, welche für die erfolgreiche Erfüllung der Ziele notwendig sind», so dass man nicht sagen kann, «das ist nicht Teil meines Jobs».

VORBEREITUNG

Informationen: Holen Sie sich Informationen über den branchenüblichen Lohn. Das können Sie bei Kolleginnen und Kollegen aus der Branche, bei Ihrem Berufsverband, beim Lohnrechner des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes, im Internet (<http://www.lohnrechner.ch>) oder bei einer Personalvermittlung.

Lebenshaltungskosten: Berechnen Sie Ihre Lebenshaltungskosten. Was sind die Fixkosten (Miete, Versicherungen, Reisekosten), und was sind die variablen Kosten (Lebensmittel, Kleidung).

Gesamtpaket: Betrachten Sie den Lohn als ein Baukastensystem.

Dazu gehören:

- Grundlohn
- variabler Anteil
- Sozialleistungen
- Versicherungen
- Ferien (vier, fünf oder gar sechs Wochen)
- Arbeitsweg (bezahlter Betrieb Bahn- oder Fahrtkostenspesen? Parkplatz)
- Wie viel kostet die Verpflegung?
- gute Karrieremöglichkeiten
- Weiterbildungsmöglichkeiten – werden diese (teilweise) bezahlt?

GEHALTSVERHANDLUNG

Wegen des Salärs möchte man nicht unbedingt einen guten Stellenbewerber, eine gute Bewerberin verlieren. Aber Arbeitgeber wollen auch nicht ihre Zeit vergeuden, wenn es keine Chance auf Übereinstimmung gibt. Personalverantwortliche werden entweder direkt den Lohn für die Stelle bekanntgeben oder das aktuelle Gehalt bzw. die Lohnvorstellungen des Bewerbers/der Bewerberin erfahren wollen.

Auf die Gehaltsfrage kann zum Beispiel so geantwortet werden: «Ich schaue auf das Gesamtpaket, welches Folgendes einschliesst: Gehalt, Versicherungsleistungen, Entwicklungsmöglichkeiten etc. Je nach den Details liegt mein Grundgehalt zwischen X'000 Franken und Y'000 Franken im Jahr.» Damit zeigen Sie Verhandlungsbereitschaft, und Personalverantwortliche sind normalerweise veranlasst, Ihnen weitere Informationen zum Gehalt zu geben.

Gehaltserwartungen sollen immer aufrichtig und realistisch formuliert sein. Geld ist ein empfindliches Thema und kann zu einer Chance führen oder sie zerstören. Entscheidungen sollten auch nicht allein vom Geld abhängig gemacht werden. Denn es stellt sich ja auch die Frage, ob Sie die Stelle gerne möchten oder ob Sie gute Karrierechancen haben.

IN RUHE BEURTEILEN

Das ganze Paket muss sachkundig bewertet werden. Um dieses zu beurteilen, brauchen Sie Zeit. Sagen Sie im Vorstellungsgespräch selber nicht gleich Ja (weder zum Lohn noch zur Stelle), sondern handeln Sie Bedenkezeit aus. Dann können Sie zu Hause auch mit einer allfälligen Partnerin, einem Partner über den Lohn reden und sich nochmals in Ruhe überlegen, ob das Gesamtpaket für Sie stimmt oder nicht.

Mario Gsell

Quelle: NewPlacement GmbH, Bildungsinstitut und Kompetenzzentrum für Bewerbungsprozesse, Zürich

A U S D E R S C H U L E

DIENEN IST SCHÖN!

In den heissen Sommermonaten wünscht man sich einen Diener – jemand, der behutsam kühle Luft zufächelt, einen erfrischenden Drink an den Arbeitsplatz stellt oder mühsame Arbeiten abnimmt. Ja – ein Diener wäre nicht schlecht. Bei dieser Berufsbezeichnung zucken jedoch Herr und Frau Schweizer zusammen. Jemanden dienen – das ist unter unserer Würde, niedere Arbeit und überhaupt nicht erstaunlich. Das Bild des gebeugten, unterwürfigen und kaum gewürdigten Menschen ist demzufolge die primäre Assoziation. Ein falsches, nicht mehr zeitgemässes Bild, das dem wahren Gedanken des Dienens überhaupt nicht gerecht wird.

Drehen wir diese Ansicht und setzen andere Schwerpunkte: Dienen heisst Freude bereiten, jemandem ein gutes Gefühl vermitteln. Durch eine Tätigkeit – mag sie noch so einfach und

banal erscheinen – ein Lächeln auf die Lippen zaubern und einen positiven Eindruck hinterlassen. Dies bedeutet jedoch, dass man sich auf sein Gegenüber – sei es ein Kunde, ein Gast oder der Partner – einlassen muss mit Wohlwollen und Verständnis, mit offenen Augen und Ohren für die Bedürfnisse und die Anforderungen. Die Weisheit der vier grossen M «Man Muss Menschen Mögen» liegt diesen Überlegungen zu Grunde. Wird dies beherzigt, so zeigt sich, dass das Dienen keine niedere, sondern eine äusserst anspruchsvolle empathische Tätigkeit ist – vielleicht sogar eine Lebensphilosophie.

Der Lohn für den ehrlichen Service folgt meist direkt und unmittelbar: ein Danke von Herzen und ein wirklich gutes Gefühl! Dienen ist schön!

Timo Albiez, Leiter Marketing
Schweizerische Hotelfachschule Luzern (SHL)

ZITAT DER WOCHE

«Niemand ist so bedauernswert wie derjenige, der von seiner Arbeit nichts anderes hat als deren Bezahlung»

Edna Kerr

ARBEITSSICHERHEIT

Jährlich passieren im Gastgewerbe rund 20.000 Unfälle. Sie verursachen Millionenkosten. Deshalb gibt Profil jede Woche Tipps zur Unfallverhütung.

WÄSCHEREI/GLÄTTEREI
(Fortsetzung)

Dieser Arbeitsbereich ist in einem modernen Beherbergungsbetrieb ebenfalls hochgradig technisiert. Der Informations- und Ausbildungsstand des bedienenden Personals entspricht aber nicht in jedem Fall den Anforderungen an einen sicheren Betrieb. Daraus können sich vermehrt Unfallgefährden ergeben.

Eine Gefahr bilden Elektroinstalltionen im Nass- und Feuchtbereich. Die Steckdosen müssen gegen Fehlerstrom gesichert sein (FI-Schutzschalter).

Weitere Gefahren können bei folgenden Maschinen auftreten: Waschmaschinen, Zentrifugen, Tumbler, Mengen, Bügelpressen, Bügemaschinen usw.

Hauptsächliche Unfälle sind Verbrennungen sowie Verletzungen durch Antriebsorgane, Trommeln und Walzen

Zentrifugen

Gefährdung:

- Verletzungen an drehender Trommel
- Verletzungen an Antriebsorganen

Mögliche Massnahmen:

- Überwachung und Verriegelung der Beschickungstür (wie bei Waschmaschinen)
- Antriebsorgane verkleiden

Tumbler

Gefährdung:

- Verletzungen an drehender Trommel
- Verletzungen an Antriebsorganen
- Gefahr von Staubbränden

Mögliche Massnahmen:

- Überwachung der Beschickungstür
- Die Maschine kann nur bei geschlossener Tür in Gang gesetzt werden
- Antriebsorgane verkleiden
- Fusselsieb regelmässig reinigen

Die Tipps fürs Gastgewerbe stammen aus der Broschüre «Unfall – kein Zufall». Herausgegeben von der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS. Die Broschüre kann gratis heruntergeladen werden unter: www.ekas.admin.ch

**Von Anfang an dabei sein.
Neueröffnung eines Hotels der Superlative!**

Mit wahrer Eleganz, nobler Zurückhaltung, brillanten Rauminszenierungen, unaufdringlichem Lifestyle und charakteristischem Charakter wird das sehenswerte Small Luxury Hotel der Extraklasse geschaffen, in einem Atemzug mit den besten europäischen 5-Sterne-Superior-Hotels genannt zu werden. Professionelles Management, weitsichtige Besitzer, einzigartiges Ambiente, Wohlfühlgefühl, liebevoll gestaltete Details und eine fantastische Panoramalage in einer der exklusivsten, weltweit bekannten Deutschschweizer Premium Resort-Destinationen sind weitere Highlights.

Rhetorisch begabte Verkaufsgerüchte mit sehr guten E- & F-Kenntnissen erwarten ein spannendes Umfeld: Exklusiver Klientel, neue Massstäbe im Bereich Luxus & Design der internationalen Top-Hotellerie, ausgezeichnete Restaurants, Bar-Lounges, beeindruckender Spa mit Pools sowie auf höchstem Niveau ausgestattete Tagungs- und Convention Facilities. Das Wichtigste: Die einmalige Chance bereits vor der Eröffnung einzustigen bzw. das zukünftige Produkt aktiv im Markt zu verkaufen und als Botschafter/in des Hauses zu präsentieren!

**Sales Manager Luxury Resort Hotel w/m
als persönlicher Assistent des Director of Marketing & Sales**

Ihre Verkaufstätigkeiten umfassen alle Bereiche: Meetings & Events, Leisure-Segmente inkl. Direktkontakte zu TOS, Akquisition von Firmen-Geschäft, Teilnahme an Roadshows, die Organisation und Betreuung von Fam-Trips und Hotelbesichtigungen sowie die Mitarbeit bei der Erstellung des Sales & Marketing-Konzepts, der Aktivitätspläne und Budgets. Als rechter Hand des DOSM – ein Mitglied der Geschäftsleitung – verkaufen Sie ein echtes «Lifestyle Products», eine «Unique-Dienstleistung» und zwar sowohl lokal als auch im gesamten CH- und EU-Raum.

Vertriebs erfahrene Hotelfach-Persönlichkeiten Reisebereitschaft und Hotelfachschulabschluss oder Verkaufs- & Marketing Weiterbildung können sofort loslegen! Das Hotel eröffnet Mitte Dez. 2012. Die Position ist ortsgebunden den oder mit anderen Worten: Home-Office oder Teil-Home-Office sind möglich. Falls Sie also z.B. Ihren aktuellen Wohnsitz im Raum Zürich haben und beibehalten wollen ist das absolut ok. Idealalter: 26-38. Interesse? Dann vorab CV/Foto via Mail senden oder +41 802 12 00 anrufen – abends und am Wochenende auf Mobile: +41 79 402 53 00

Ansgar Schäfer & Anja Gieger

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

22423-9093

Von der Challenge-League zur Super League

Nach bereits erfolgreich abgeschlossenen substantiellen Renovationen folgt zurzeit eine zweite Tranche: 30 Zimmer werden komplett umgebaut und im **Designhotel-Stil** auf Dezember fertiggestellt. Grösse des Hauses: Rund 120 Betten. Infrastruktur: Italienisches Restaurant für Feinschmecker, gemütliche Gaststube für Raclette und Fondue, Lobby-/Pianobar, Konferenz-/Veranstaltungsräume und Wellnessbereich. Bevorzugte zentrale Lage, in einer attraktiven Deutsch-CH Premium Resort-Destination wo sich Ambiente, Business und Life-Style optimal ergänzen.

Ergreifen Sie die Chance sich neben Ihrer «Daily Operations» in der Begleitung eines ehrgeizigen Umbauprojekts einzubringen: Im Frühling wird der aktuelle Spa-Bereich komplett ersetzt und auf dem Dach des Hauses in einer 800 m² grosse Wellness-Oase mit 360 Grad Rundumblick auf die herrliche Bergwelt verwandelt. Im angestrebten Klassenwechsel – Sie bringen das Hotel von der Challenge-League zur Super League bzw. vom komfortablen 3***Hotel zum exklusiven 4****Superior Hotel – schen Sie den besonderen Reiz der Aufgabe und setzen Akzente in der Branche!

**Resident Manager w/m
als Gastgeber mit voller Verantwortung**

Tätigkeits schwerpunkt: Rooms Division von A-Z (Protel), Weiterentwicklung der Front Desk-/Front Office-Abläufe, Erschließung neuer Absatzkanäle, Inhouse-Marketing sowie die Verantwortung für den Wellness-Bereich. Damit der operationelle Bezug zum F & B nicht zu kurz kommt, führen Sie zusätzlich die Pianobar. Der FOM, ein Executive Housekeeper, eine Wellnessleiterin und der Chef de Bar sowie weitere rund 10-15 Mitarbeitende berichten direkt an Sie. Der antizipierte GM leitet noch weitere Betriebe in der Schweiz und überlässt Ihnen die Gastgeberrolle mit voller Verantwortung.

Fert für Fremdsprachen – D/E/F – bringen Sie mit; gute Italienisch-Kenntnisse sind in der Kommunikation mit der Besitzerschaft von grossem Vorteil. Affinität zu Verkaufs- und Marketingaspekten ist hilfreich. Auch Nachwuchskräfte, z.B. professionelle EAM, RDM, Revenue Manager und Vizedirektoren auf dem Sprung zur nächsthöheren Stufe sind willkommen. Eine spätere Übernahme der Direktion ist denkbar. Eintritt: Nov./Dez., resp. nach Vereinbarung. – Wollen Sie als RM in einem der besten vier Hotels vor Ort Karriere machen? Dann CV/Foto online senden oder anrufen. Wir sind gespannt auf Sie.

Ansgar Schäfer & Anja Gieger

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

22421-9091



hotel restaurant kongresszentrum muttenz

32 Zimmer, 2 Restaurants, Bar, Terrasse, mit 9 Bankett- und Kongressräumlichkeiten bis über 900 m², unmittelbare Nähe des Sportstadions St. Jakob, 6 km von Basel-Zentrum, sucht folgende Mitarbeiter/innen zur Verstärkung des Teams:

per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de partie

Commiss de cuisine

wenn möglich mit Erfahrung in ähnlichen Betrieben mit Bankett und A-la-carte-Küche.

Etwelche Fragen beantwortet Ihnen unser Küchenchef Herr Christian Arnould oder Herr Enrique Marlés, Direktor,

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen an:
Enrique Marlés, Hotel Mittenza
Hauptstrasse 4, 4132 Muttenz
Tel. 061 465 50 50 / Fax: 061 465 50 51
www.mittenza.ch / E-Mail: info@mittenza.ch

20589-8590

Aeschiried
Ferienzentrum

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf
www.ferienzentrum-aeschiried.ch

Berner Oberland +

Das beliebte Ausflugs- und Ferienziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

Wir suchen per 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/in oder Gastgeber-Ehepaar

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahresstelle.

Für ein modernes 1.-Klass-Ferien- und Sport-hotel mit 60 Betten mit attraktiver Restauration in den Ostschweizer Bergen suchen wir auf Winter 2012 eine dynamische, teamorientierte Führungspersönlichkeit als

Direktor/-in oder Direktions-Paar

Sie haben eine Hotel- und Gastroausbildung, Freude am Gastgeberseins und suchen ein längerfristiges und selbständiges Engagement, dann sind wir gespannt auf Ihre Bewerbung. Chiffre 22378-9073, htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

22378-9073

Privates Restaurant in der Zürcher Altstadt

Im Auftrag einer Loge suchen wir per September 2013 einen erfahrenen Wirt/Barkeeper.

Zu Ihrem zukünftigen Aufgabengebiet gehören: Führung des Restaurantbetriebes und der Küche. (Restaurant ca. 50 Plätze, Saal ca. 100 Plätze)

Personalführung von Teilzeitmitarbeitenden, Führung der Gastro-Buchhaltung und Büroarbeiten. Unterhalt und Pflege der Liegenschaft.

Eine aussergewöhnliche Wirtewohnung befindet sich im Hause.

Möchten Sie mehr über diese interessante und selbständige Aufgabe wissen? Dann senden Sie bitte Ihre Bewerbung an:

Robert Kaufmann
Haslerstrasse 28
8954 Geroldswil

E-Mail: rkt@bluewin.ch

22424-9094

The Gastronomiegruppe



Die ZFV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomie- und Hotellerieunternehmen mit über 120 Betrieben in der ganzen Schweiz sowie gut 2'000 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven geben. Zu den ZFV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Menschen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für die von uns im Auftrag geführte

Mensa des Gymnasiums Neufeld

Bremgartenstrasse 133 – 3012 Bern
suchen wir per 1. Oktober 2012 eine/n

Betriebsassistent/in (Teilzeit)

Ihre Aufgabe: In dieser Funktion arbeiten Sie aktiv an der Front mit, schöpfen die Menüs über Mittag und bedienen die Kasse. Sie führen und schulen die Mitarbeitenden, sind zuständig für die Kasenabrechnungen und übernehmen die Verantwortung für Teilbereiche der Mensa. Zudem erledigen Sie diverse Aufräum- und Reinigungsarbeiten und halten die Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien ein. Die Arbeitszeiten sind von Montag bis Freitag, von 8.00 bis 17.00 Uhr. Besonders zu beachten gilt, dass während der 13 Wochen Schulférien der Betrieb geschlossen bleibt und keine Einsätze geplant sind.

Ihr Profil: Wir wünschen uns eine gästeorientierte Persönlichkeit, welche über Erfahrung in der Gastronomie verfügt, von Vorteil in der Gemeinschaftsgastronomie. Zudem sind Sie versiert im Umgang mit dem Computer und haben bereits Erfahrung in der Vorbereitung und Umsetzung von Caterings. Sie zeigen eine überdurchschnittliche Leistungsbereitschaft, handeln im Interesse der Unternehmung und sind bestrebt, die Qualität der Dienstleistungen und Produkte fortlaufend zu verbessern. Prioritäten setzen Sie ange-messen und bleiben dadurch auch in schwer überschaubaren Situationen handlungsfähig. Zusammenhänge erkennen Sie rasch und finden passende Ansätze zur Problemlösung. Sie vermitteln eine wohlwollende Atmosphäre, kommunizieren mit den verschiedenen Bezugspersonen stets angemessen und gehen proaktiv auf andere zu. Das eigene Wissen und Können setzen Sie zugunsten des Teams ein und fördern dadurch dessen Weiterentwicklung. Die Bedürfnisse der Gäste erkennen Sie und suchen nach Alternativen, wenn diese nicht direkt befriedigt werden können. Als Führungs-person setzen Sie sich gerne anspruchsvolle Ziele, gewinnen die Mitarbeitenden dafür und ermutigen diese in deren Leistungen. Relevante Trends und Ideen schätzen Sie frühzeitig ein und entwickeln gerne neue Ideen.

Wir bieten: Ein interessantes, abwechslungsreiches Arbeitsumfeld in einem einzigartigen Restaurant 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 Tauri, Leiterin Personalwesen, senden. Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfy.ch.

ZFY-Unternehmungen

Flüelastrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36

22430-9095

Reusspark Stellen

Der Reusspark, Zentrum für Pflege und Betreuung, liegt in einer idyllischen Landschaft an der Reuss. Er bietet 290 Bewohnerinnen und Bewohnern ein Zuhause und setzt Massstäbe als regionales Kompetenzzentrum in der Langzeitpflege.

Für den Bereich Küche mit rund 25 Mitarbeitenden suchen wir per 1. Januar 2013 oder nach Vereinbarung

Leiter/Leiterin Küche (100% Penum)

Ihre Hauptaufgaben

- Fach- und Führungsverantwortung für den Bereich Küche und Abwaschküche
- Sicherstellung eines qualitativ hochstehenden Speiseangebotes für unsere Bewohnerinnen und Bewohner, Mitarbeitenden und Gäste
- Durchführung von Anlässen und Banketten
- Bereichsverantwortung für Einkauf, Kalkulation und Lagerbewirtschaftung
- Weiterentwicklung der Qualitätsstandards
- Ausbildung der Lernenden

Sie bieten

- Abgeschlossene Kochlehre und mehrjährige Erfahrung als Küchenchef/-in
- Diätkenntnisse und Weiterbildung im Fachbereich
- Organisatorisches Geschick und hohe Dienstleistungsbereitschaft
- Bereitschaft für eine kooperative, interdisziplinäre Zusammenarbeit
- Offenheit und Begeisterungsfähigkeit
- Sinn für einen gepflegten Service sowie Qualitäts- und Kostenbewusstsein
- Gute EDV-Anwenderkennisse

Wir bieten

- Überdurchschnittliche Anstellungsbedingungen mit sechs Wochen Ferien
- Vielseitiges und verantwortungsvolles Aufgabengebiet mit vielen Gestaltungs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten
- Auszeichnung als familienfreundlicher Betrieb
- Öffentliches Restaurant, Kinderkrippe, Hallenbad, Sauna

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto und Angabe zu Ihren Lohnvorstellungen senden Sie bitte an:

Bruno Zehren, Leiter Hotellerie, T 056 619 60 66, bruno.zehren@reusspark.ch

Reusspark, Zentrum für Pflege und Betreuung, Gnadenthal, 5524 Niederwil
Telefon 056 619 61 11, www.reusspark.ch

22517-9115



GRINDELWALD

Für unser ****Haus im Herzen von Grindelwald suchen wir nach Vereinbarung oder ab 1. Oktober

Chef de Réception

Sie sind verantwortlich für den gesamten Front-Bereich mit Reservation, Administration, Gästebetreuung, Kassenführung und Debitorenbuchhaltung. Zu Ihrer Qualifikation gehören eine entsprechende Ausbildung und Erfahrung an der Réception mit Praxis im Fidelio und Freude am Receptionsalltag.

Sprachen wie D. E. evtl. F, Führungstalent, hohes Verantwortungsbewusstsein, Teamgeist und Tatendrang sind für Sie selbstverständlich.

Wir bieten Ihnen eine attraktive Jahresstelle mit vielseitigen und interessanten Aufgaben in einem jungen Team. Gerne stellen wir Ihnen unser Haus und Ihren neuen Wirkungskreis persönlich vor.

Hotel Kreuz & Post, Frau Helena Konzett, CH-3818 Grindelwald oder Chef de Réception, Frau Anja Zech
Telefon: ++41 33 854 54 92, www.kreuz-post.ch

22375-9071



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Im grossen Park direkt am Untersee (Bodensee) gelegen, mittelgroße Rehabilitationsklinik mit 200 Mitarbeitenden

Mit der einzigartigen Kombination aus medizinischer Fachkompetenz und Herzengröße bieten wir unseren Patienten das bestmögliche Umfeld für eine umfassende Betreuung und nachhaltige Verbesserung ihrer Gesundheit.

Zur Ergänzung unserer Kochbrigade suchen wir per 1. Dezember 2012 oder nach Vereinbarung einen motivierten, engagierten und unternehmerischen denkenden

Chef de Partie Tournant 100 %-Penum

Das Aufgabengebiet:

- Eigene Ideen einbringen, dem Küchenchef vorschlagen und umsetzen
- Mitarbeit an speziellen Banketten und Buffets
- Einhaltung der Hygienevorschriften
- Mithilfe bei der Lehrlingsausbildung

Wir erwarten:

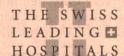
- Grundausbildung Koch/Köchin mit CH-Fähigkeitsausweis
- Einige Jahre Berufserfahrung
- Belastbarkeit und Stressresistenz
- Gute Umgangsformen

Wir bieten:

- Attraktiven Arbeitsplatz mit modernen technischen Hilfsmitteln
- Qualitätsmanagement nach ISO Norm 9001:2008
- Internes und externes Fortbildungsangebot
- Zeitmässige Anstellung mit guten Sozialleistungen, u.a. 5 Wochen Ferien
- Attraktive Arbeitszeiten von 8:30 bis 13:15 und von 16:15 bis 20:00 Uhr
- Verpflegung und Wohnmöglichkeiten sowie gratis Parkplatz stehen zur Verfügung
- Internes Sportangebot mit Trainingsgeräten und Hallenbad zur kostenlosen Benutzung

Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Herr Xaver Wenninger, eid. dipl. Küchenchef oder sein Stellvertreter Herr Mirko Zatti, Souschef, zur Verfügung. Gespannt erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Zeugnissen und Passfoto.

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



Hotel Schweizerhof Bern - Human Resources - Bahnhofplatz 11 - 3001 Bern
Telefon 031 326 80 88 - hr@schweizerhof-bern.ch - www.schweizerhof-bern.ch

22503-9117

22513-9111

Hotel Hippel Krone

3210 Kitzbühel

Wir suchen für unser Hotel, Spezialitäten-Restaurant, Thai-Restaurant und Party-Service nach Vereinbarung

Commis de cuisine Chef de partie Thai-Koch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Lebenslauf an:

Hotel Hippel Krone, Hr. R. Notz, Bernstrasse 2, 3210 Kitzbühel (Telefon 079 222 58 77)



Für unseren Fischhandelsbetrieb in Gommiswald suchen wir sofort oder nach Vereinbarung einen

FISCHVERKÄUFER

für unseren mobilen Fischverkaufswagen.

- Wir erwarten:
- abgeschlossene Berufslehre (Lebensmittelbranche)
- Alter zwischen 20 und 40 Jahren
- selbstständiges Arbeiten
- freundliches und gepflegtes Auftreten
- Freude im Umgang mit Fischen
- einwandfrei Deutsch sprechend
- Führerschein Kat. B

Arbeitszeiten: Dienstag bis Samstag / 06.00 – 14.00 Uhr

Führen Sie sich angesprochen?

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Zahner Fischhandel AG, Hof 15/Postfach, 8737 Gommiswald
Telefon 055 280 17 55 / E-Mail: info@frisch-fisch.ch

22422-9102

silserhof

Sils / Engadin

Ein Hotel – kein Hotel. Eine Stelle – aber etwas anders. Eine Gegend – etwas Besonderes. Nichts ist normal – aber irgendwie doch ...

Unser Team sucht per 1. Dezember eine Kollegin als

Stellvert. Küchenchefin/Hauswirtschafterin

Was soll denn das für eine Stelle sein, geht das überhaupt? Ja – geht schon, wenn man flexibel ist und Lust hat an der Arbeitsvielfalt. Wenn man sich nicht scheut, Verantwortung zu übernehmen, für 80 Gäste zu kochen und gleichzeitig nicht zu stolz ist, die Spülmaschine zu bedienen oder ein Zimmer zu putzen.

Sie sind entweder gelernte Köchin und arbeiten auch gerne in der Hauswirtschaft, oder eine gelernte hauswirtschaftliche Fachperson, mit einem Flair für das Kochen. Keine A-la-carte-Küche. Sie sind jung und aufgestellt, mit einem Lächeln im Gesicht. Zudem ist Ihre Muttersprache Deutsch, und etwas Italienisch sollten Sie auch können oder lernen wollen ☺

Da wir ein Haus der Kirche sind, macht es Sinn, wenn Sie zumindest Verständnis für kirchliche Belange aufbringen.

Aufgrund der Wohnsituation (wir stellen Ihnen ein schönes Zimmer zur Verfügung) passt die Stelle leider nur für weibliche Bewerberinnen (sorry Männer).

Unsere Küchenchefin informiert Sie gerne:
Jennifer Dose, Telefon 081 838 41 81 (8.00–12.00/19.00–20.30 Uhr)

Wir warten gerne auf Ihre Bewerbung:

Silserhof GmbH
Cristina & Kurt Siegenthaler
Via da Baselgia 57
7515 Sils-Baselgia
info@silserhof.ch

Und hier sehen Sie, was wir eigentlich sind:
www.silserhof.ch



22422-9101

Grindelwald
Wengen
Mürren
Lauterbrunnen

Die Jungfrau Region Marketing AG als Marketing- und Verkaufsorganisation der Top-Tourismusregionen Grindelwald, Wengen, Mürren und Lauterbrunnen sucht zur Ergänzung ihres Teams eine/n

PR/Media Manager/in

Ihre Hauptaufgaben

- Operative Leitung des Bereichs PR und Media (inkl. Social Medias)
- Ausbau bestehender und Aufbau neuer Medienkontakte, weltweit
- Betreuung und Pflege von bestehenden Key Medias
- Verfassen, redigieren und kontrollieren von Medienmitteilungen, Newslettern und internen Kommunikationsmitteln
- Kommunikation mit den lokalen Leistungsträgern
- Organisation von Medienreisen und Betreuung der Journalisten vor Ort
- Medienerarbeit bei lokalen Events
- Auskunftsstelle für Medien

Von unserem Teammitglied erwarten wir

- Weiterbildung im Tourismus und/oder PR
- Erfahrung in den Bereichen Medienerarbeit, -betreuung und Social Medias
- Sehr gute Kenntnisse der deutschen, englischen und französischen Sprache
- Stilsicheres Verfassen von Texten
- Innovationsorientierte Persönlichkeit
- Begeisterung für die Jungfrau Region
- Bereitschaft zum unregelmäßigen Arbeiten und zur Reisetätigkeit
- Gültiger PW-Ausweis

Wir bieten Ihnen

- Abwechslungsreiche Arbeitsstelle mit vielen Kontakten, Mitgestaltungsmöglichkeit und Verantwortung
- Freie Benützung der Sportanlagen in der Jungfrau Region
- Saisonpässe der Jungfrau Region

Stellenantrag: per 1. November 2012 oder nach Vereinbarung
Arbeitsort: Interlaken (ab Anfangs 2013)

Sind Sie interessiert? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit CV und Foto an folgende Adresse:
Jungfrau Region Marketing AG, Philippe Sproll, CEO, Postfach 131, 3818 Grindelwald
Tel. 033 854 12 70, philippe.sproll@jungfrauregion.ch, www.jungfrauregion.ch

Jungfrau Region



22442-9106

... :: ::

Doris und Heinz Grossen-Dubach
Tel. 034 496 59 00/Sa+Mo geschlossen



Für unseren familiären Landgasthof suchen wir einen motivierten und verantwortungsbewussten

Alleinkoch

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.
Gasthof Bären, Zollbrückstrasse 35, 3439 Ranftüli

22515-9103

HOTEL **** ZÜRICH
AMBASSADOR
a l'Opéra

Fisch. Unsere Passion.
opera
Restaurant

Vorhang auf für eine neue Inszenierung

Restaurant Opera, 60 Pl., beste Lage bei der Oper, Fischküche mit Auszeichnung, saisonal wechselndes Angebot, anspruchsvolle Gäste, 7 Köche – inkl. 1 Lehrling, neue Küche, ausgezeichnet in Gault Millau

Wir suchen per Herbst/Winter 2012 eine/n

Küchenchef/in

Dank Ihrer Erfahrung und überzeugendem Leistungsweis in erstklassigen Restaurants als Küchenchef oder evtl. Sous-Chef bringen Sie als «Working-Chef» Ihre Qualität unmittelbar auf die Teller. Die Verarbeitung unserer guten Rohprodukte sind für Sie Berufung. Sie sind das Aushängeschild für die Leistung unseres Restaurants. Eine attraktive Angebotsgestaltung nach saisonalen Kriterien und unter Berücksichtigung unserer Gästewünsche ist eine Herausforderung für Sie.

Anstellungsbedingungen, wie man/frau sie im Jahr 2012 erwarten kann, und mehr sind für uns selbstverständlich. Ebenso wie ein tolles Team und Freiraum für neue Ideen.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Hotels Ambassador und Opera
Martin Spycher, Resident Manager
Falkenstrasse 6, 8008 Zürich
Tel. 044 258 98 98
spycher@ambassadorhotel.ch
www.ambassadorhotel.ch

22444-9108

wissenspark
supporting hospitality

Ich, das legende Restaurant Schiffflände, wurde 2011 abgebrochen und befindet mich derzeit im Neubau. Im Sommer 2013 ist meine geplante Wiedereröffnung am schönen Hallwilersee im Aargauer Seetal.

Für meine neue Tätigkeit als Restaurant und Hotel suche ich noch einen Pächter (m/w) oder einen Geschäftsführer (m/w), die bzw. der lange bei mir bleiben möchte und an einem betriebsfreudlichen Pachtzinsangebot interessiert ist. Auch ein Pächterpaar oder Geschäftsführerpaar wäre mir sehr willkommen.

Seerestaurant sucht kreativen Pächter (m/w) oder kreativen Geschäftsführer (m/w)

Ihre Aufgabe

Sie führen den Restaurant-, Seminar- und Hotelbetrieb, arbeiten dafür eine Marktpositionierung und eine Strategie aus undwickeln das Pre-Opening ab. Sie sind die zentrale Anlauf- und Leitstelle für alle Bedürfnisse der Gäste wie auch des Personals. Und die wichtigste Aufgabe: Sie haben Freude und übertragen diese jeden Tag von neuem auf alle Anwesenden.

Zu Ihrer Person

Sie blicken auf eine solide Erfahrung im Restaurant-, Seminar- und Hotelbereich zurück und wollen nun einen eigenen Betrieb aufbauen. Sie legen gern selbst mit Hand an, sind erfahren in der Personalführung, haben ein umgängliches Wesen und eine warme Ausstrahlung. Sie stellen hohe Anforderungen an sich und Ihre Mitarbeiter, sind aber bereit, die Unvollkommenheit der Menschen zu akzeptieren. Idealerweise haben Sie eine Restaurant-, Koch- oder Hotelausbildung. Sie wissen, was Sie motiviert eine solche Aufgabe zu übernehmen. Sie können die Argumente, warum Sie sich dafür eignen, überzeugend in einem Motivationsschreiben darlegen.

Zu mir, der Schiffflände
Ich bin ein Komplettneubau mit 132 Restaurantplätzen und 120 Plätzen auf der Terrasse. In meinem Seminarraum bietet ich weitere 90 Plätze. Zudem habe ich 5 moderne und schöne Hotelzimmer. Ich befindet mich an traumhafter Lage direkt am Hallwilersee, Gemeinde Birrwil. Im Sommer 2013 feiere ich meine Wiedereröffnung - hoffentlich unter Ihrer Führung!

Schauen Sie, wie ich wachse!

Übrigens habe ich eine eigene Website, auf der Sie auch meinen aktuellen Baufortschritt beobachten können: www.schiffblaende-hallwilersee.ch

Sind Sie interessiert?

Dann melden Sie sich bitte mit Ihren Bewerbungsunterlagen per Email oder Post direkt bei Herrn Dirk Spindeldreher, CEO der wissenspark AG, die mich bei der Suche unterstützt. Bearbeitet werden nur Zusendungen mit Lebenslauf, Zeugnissen und Foto. Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!

wissenspark AG | Heinrichstrasse 267A | 8005 Zürich
spindeldreher@wissenspark.com | T: +41 44 200 75 01

22441-9105

DIE GRÖSSTE STELLENBÖRSE IN DER SCHWEIZER HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND DEM TOURISMUS!

Grundrisse von drei Häusern
1900-1901 für die Stadtverwaltung

htr hotel revue

**HOTELLERIE^{et}
GASTRONOMIE ZEITUNG**

AUFLAGE
40.000

AUS- UND WEITERBILDUNG DIREKTION/KADERSTELLEN DEUTSCHE SCHWEIZ SUISSE ROMANDE
SVIZZERA ITALIANA INTERNATIONAL STELLENGESUCHE IMMOBILIEN

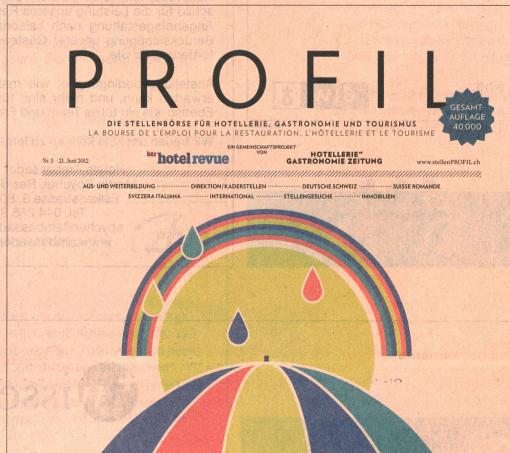
SVIZZERA ITALIANA INTER

DEUTSCHE SCHWEIZ SUISSE R
LENGESUCHE IMMOBILIEN

SVIZZERA ITALIANA ··· INTERNATIONAL ··· STELLENGESUCHE ··· IMMOBILIEN

SVIZZERA ITALIANA INTER

LLENGESUCHE IMMOBILIEN



LEHRT GOOGLE DIE OTAS DAS FÜRCHTEN?

**BUCHEN
SIE JETZT!**
Und erreichen Sie
Woche für Woche
200.000 Leserinnen
und Leser aus dem
Schweizer
Gastgewerbe!

HUNDE IM HOTEL -
EIN THEMA FÜR SICH

Während die Freiheit der Presse und die Meinungsfreiheit in den USA und Großbritannien weitgehend geschützt sind, ist dies in Deutschland nicht der Fall. Hier besteht eine erhebliche Einschränkung des Presse- und Meinungsfreies. Dies gilt insbesondere für die Pressefreiheit im Internet. Ein Beispiel hierfür ist die Verurteilung des Journalisten und Internetaktivisten Michael Moeller zu einer Haftstrafe von 18 Monaten wegen einer kritischen Kritik an dem Präsidenten des Deutschen Bündnis für Umwelt und Naturschutz (BUND), Jürgen Trittin. Der BUND war gegen Moeller aufgrund seiner Kritik an Trittins Politik und seiner Rolle als Umweltminister verklagt worden.

de chanel
zu vermieten
garthaus fyfelf
historisches haus
mit direkt anseitess
3 geslubtes, parterreblech-
s glazieren, kellergewöl-
beshaus mit quelle
romantischer parter-
weihung
wir brauen uns auf ihre
schönliche beweitung
belan ag, lindenstrasse 5

Der Begriff „Gesellschaft“ ist eine soziale Einheit, die aus einer Gruppe von Menschen besteht, die sich aufgrund gemeinsamer Interessen und Werte zusammenfinden. Eine Gesellschaft kann formalisiert oder informell sein. Sie kann eine Organisation, eine Gemeinschaft oder ein Dorf darstellen. Die Bezeichnung „Gesellschaft“ wird oft mit „Society“ oder „Community“ übersetzt.

Gestalten, berechnen und disponieren
Sie Ihr Immobilieninserat selber unter
www.htr.ch/immobilien

Page 43

www.stellenPROFIL.ch



www.hotel-basel.ch

★★★

Unser Haus mit 72 Zimmern ist das einzige **** Hotel in der malerischen Altstadt von Basel. Dazu gehören auch unser Restaurant Brasserie Steiger, die Sperber-Bar, der Basler Käfer sowie unser Boulevard. Das Hotel Basel ist ISO und 3Q zertifiziert.

Als Ergänzung unseres Küchenteams suchen wir nach Vereinbarung eine/n qualifizierte/n

Chef de Partie**Ihr Profil:**

- Schweizer Grundausbildung als Koch
- 3-5 Jahre Berufserfahrung
- Sie haben erste Führungserfahrungen in ähnlicher Position
- Gute kommunikative Eigenschaften
- Fundierte Berufskompetenz / Fachkenntnisse nach Pauli
- Gute Selbstorganisation
- Teamfähigkeit, Eigeninitiative und Flexibilität

Ihre Hauptaufgaben:

- Stellvertretung Küchenchef und Sous-Chef
- Verantwortung für die Betreuung unserer Lernenden
- Durchsetzen von Sauberkeit & Hygiene
- Durchführung von Schulungen

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einer spannenden und anspruchsvollen Umgebung.

Gern erwarten wir Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen: Markus Wenger, Hotel Basel AG, Münzgasse 12, 4001 Basel Tel: +41 61 264 68 12, markus.wenger@hotel-basel.ch



22440-9104

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung einen

Japanischen Spezialitätenkoch mit/oder Sushikoch

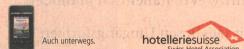
mit japanischer Kochausbildung sowie mehrjähriger Erfahrung. Von Vorteil sind gute Kenntnisse in der jeweils anderen Disziplin. Unser Restaurant befindet sich in der Stadt Zürich.

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung unter Chiffre 22416-9090 an Ihr Hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

22416-9090

Hotelfinden!

www.swisshotels.com



Auch unterwegs.

Challenge für ambitionierten Gastgeber: Das Restaurant Hotel Rössli in Weinfelden sucht per 1. Oktober oder nach Vereinbarung eine/n qualifizierte/n

GESCHÄFTSFÜHRER / IN

In dieser Position prägen Sie, in Zusammenarbeit mit der Eigentümerschaft, den Betrieb betreffend Angebot und Mitarbeiterführung, organisieren das Pre-Opening und positionieren den Betrieb erfolgreich am Markt. Sie führen den Restaurant- und Hotelbetrieb kundenorientiert und nach wirtschaftlichen Grundsätzen.

Das historische Haus im Zentrum von Weinfelden wurde kürzlich renoviert und bietet eine gepflegte, innovative Küche und ein ausgesuchtes Weinangebot. Die Gastronomie umfasst ein Restaurant mit zwei Gaststuben mit zirka 70 Innen- und 30 Terrassenplätzen sowie eine attraktive, in den Fels hineingebauten Bar mit 30 Innen- und 20 Außenplätzen, welche die Treffpunkt für die lokale Bevölkerung funktioniert. Ergänzend verfügt das Haus über 5 Hotelzimmer.

Für diese anspruchsvolle Aufgabe suchen wir eine gewinnende, kommunikative und offene Persönlichkeit, die unternehmensexpertise denkt und handelt. Zugute kommt Ihnen eine gastronomische Grundausbildung und einen Abschluss an einer Schweizer Hotelfachschule oder Erfahrung in der Führung von ähnlich positionierten Betrieben.

Wir bieten Ihnen eine einflussreiche und spannende Aufgabe mit viel Gestaltungsmöglichkeiten und grosser Selbstständigkeit sowie eine angemessene Entlohnung. Ergänzende Informationen finden Sie unter www.roessli-weinfelden.ch. Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an die untenstehende Adresse.

Lark Hill AG Martin Keller Im Lerchenfeld 2 9535 Wilen Tel. 071 226 90 60 mkeller@imlerchenfeld.ch

RÖSSLI**RESTAURANT HOTEL BAR**

Ampfipassstrasse 3 8570 Weinfelden

Tel. +41 61 622 78 99 Fax +41 61 622 78 99

www.roessli-weinfelden.ch www.luxuryhotels.ch



22440-9090

HOTEL ELITE

ART DECO HOTEL BIÉL/BIENNE

Das HOTEL ELITE ist ein ****Businesshotel im Zentrum der Urehren- und Kommunikationsstadt Biel und gilt seit 75 Jahren als das führende Haus am Platz. Mit 67 Zimmern und 7 Juniorsuiten, einem Bankett- und Seminarbereich bis zu 250 Personen, der Trend-Bar «Baramundo» und dem «Brasserie-Restaurant Elite» bieten wir unseren Gästen ein sehr umfangreiches Angebot.

Per Mitte November 2012 oder nach Übereinkunft suchen wir zur Unterstützung unseres jungen Teams noch folgende motivierte Mitarbeiter mit solider Grundausbildung und der Position entsprechender Berufserfahrung. Etwas Französischkenntnisse sind von Vorteil.

Receptionistin

als Stellvertreterin der Chef de Réception

Hotelfachfrau

als rechte Hand unserer Generalgouvernante

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an untenstehende Adresse oder rufen Sie uns für weitere Informationen einfach an. (Telefon 032 328 77 77)

Hotel Elite, z.Hd. Frau Theres Hugo
Bahnhofstrasse 14, 2501 Biel/Bienne
theres.hugi@hotelelite.ch, <http://www.hotelelite.ch>

22514-9112

Gesucht per 1. Oktober oder nach Vereinbung**Commis de Cuisine m/w 100%**

Jobcode hoteljob.ch: J50481

Restaurant Landhaus Liebefeld AG

www.landhaus-liebefeld.ch

Weitere Infos auf unserer Website unter Jobs

22440-9090

Die Gastronomiegruppe (ZfV)

Die ZfV-Unternehmungen sind ein traditionsreiches, zukunftsgerichtetes Gastronomie- und Hotellerieunternehmen mit über 120 Betrieben in der ganzen Schweiz sowie gut 2'000 Mitarbeitenden, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven geben. Zu den ZfV-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personaleaurants von Unternehmen, Menschen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für das von uns im Auftrag geführte

UBS Restaurant Impresso

Henric-Petri Strasse 9, 4051 Basel

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Küchenchef

Ihr Aufgabe: In dieser Funktion sind Sie für die gesamte Küchenorganisation verantwortlich. Sie sind für die Angebotsplanung zuständig, führen und schulen die Ihnen 7 unterstellten Mitarbeitenden und erledigen den Wareneinkauf sowie die Lagerbewirtschaftung. Sie arbeiten zudem aktiv in der Küche bei der Produktion der Menüs mit, erledigen diverse administrative Aufgaben und stellen die Einhaltung und Umsetzung der Hygiene- und Arbeitssicherheitsrichtlinien sicher.

Ihr Profil: Wir suchen einen ausgewiesenen Fachmann mit entsprechender Weiterbildung sowie mehrjähriger Führungserfahrung. Sie verfügen zudem über fundierte PC-Kenntnisse und sind versiert in der Ausführung administrativer Aufgaben. Außerdem setzen wir gute Deutsch- und Englischkenntnisse voraus. Sie zeigen eine überdurchschnittliche Leistungsbereitschaft, entwickeln gerne neue Ideen und verfolgen diese mit Energie. Die Qualität der Dienstleistungen und Produkte verbessern Sie fortlaufend, verlieren im Alltag die übergeordneten Ziele nicht aus den Augen und bleiben dadurch auch bei schwer überschaubaren Aufgaben handlungsfähig. Das eigene Wissen und Können geben Sie gerne weiter und fördern dadurch die Weiterentwicklung des Teams. Als Führungsperson scheuen Sie sich nicht, auch schwierige Entscheidungen zu treffen und verstehen die Personalentwicklung als wesentliche Führungsaufgabe. Relevante Trends und Entwicklungen schätzen Sie frühzeitig ein, treiben die Weiterentwicklung von Prozessen voran und übernehmen für getroffene Entscheidungen die Verantwortung. Die Arbeitszeiten sind an 5 Tagen pro Woche zwischen Montag und Samstag von 6.30 bis 15.45 Uhr. Sie sind jedoch auch für Spezialanlässe an Abenden und Wochenenden flexibel und einsatzbereit.

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 Anina Gentsch, Personalassistentin, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch.**ZfV-Unternehmungen**

Fluelastrasse 51, Postfach, 8047 Zürich

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

22440-9090

Fairmont
LE MONTREUX PALACE
MONTREUX, SWITZERLAND

Das Fairmont Le Montreux Palace ist ein Grandhotel, ausgezeichnet mit 5* und liegt direkt am Genfersee. Unser Hotel gehört zu den Fairmont Hotels & Resorts und ist Mitglied bei «The Leading Hotels of the World» und den «Swiss Deluxe Hotels». Das im Jugendstil erbaute Grandhotel bietet eine gelungene Mischung aus Tradition, Eleganz und exklusivem Service: 236 Zimmer und Suiten, drei Restaurants, Harry's New York Bar, den Willow Stream Spa (2000m²) sowie 14 Veranstaltungsräume, die für Anlässe bis zu 1200 Personen geeignet sind.

Rezeptionist/in

Der/die ideale Kandidat(in) verfügt bereits über Erfahrungen in einer ähnlichen Position und besitzt gute Kenntnisse im Bereich der Hotellerie. Sie sind flexibel, gut organisiert, arbeiten effizient und autonom und besitzen ein gepflegtes Äußeres. Der/die ideale Kandidat(in) spricht fließend Deutsch, hat gute Kenntnisse in Französisch und Englisch und ist geübt im Umgang mit dem Computer (Opera).

Reservierungsmitarbeiter/in

Als Reservierungsmitarbeiter/in arbeiten Sie eng mit dem Reservation und Revenue Manager zusammen. Sie bearbeiten telefonische sowie schriftliche Buchungsanfragen und gewährleisten, dass Tarife und Verfügbarkeit in den Online-booking channels auf dem aktuellen Stand sind.

Der/die ideale Kandidat(in) verfügt bereits über Erfahrungen in einer ähnlichen Position und besitzt gute Kenntnisse im Bereich der Hotellerie. Sie sind flexibel, gut organisiert, arbeiten effizient und autonom und besitzen ein gepflegtes Äußeres. Der/die ideale Kandidat(in) spricht fließend Deutsch, hat gute Kenntnisse in Französisch und Englisch und ist geübt im Umgang mit dem Computer (Opera + PMS).

Das Fairmont le Montreux Palace bietet hervorragende Sozialleistungen, Weiterbildung und Karrieremöglichkeiten innerhalb der Fairmont Hotels & Resorts.

Bitten Sie sich auf unserem Website www.fairmontcareers.fr,

Klicken Sie auf: *Recherche de poste*

Wählen Sie: Fairmont Le Montreux Palace

Stelle auswählen und auf *Postuler en ligne klicken*

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

JUNIOR SOUSCHEF

Sie bringen eine abgeschlossene Lehre als Koch sowie fundiertes Fachwissen mit. Auch haben Sie bereits Erfahrung in der 4*- oder 5*-Hotellerie mit Gault Millau Restauration und Bankettbereich gesammelt. Sie sind eine begnadete Fachperson, belastbar und teamfähig,

haben Organisationstalent und Durchsetzungswillen. Sie sind ziel- und lösungsorientiert und möchten sich beruflich weiterentwickeln. Vorzugsweise sind Sie zwischen 25–30 Jahre jung.

Unser Haus pflegt eine internationale Gästestruktur im Seminar- und Businessbereich sowie einer Vielzahl von wiederkehrenden Wochenendgästen, die unser kulturelles und kulinarisches Angebot sowie die Nähe zum See geniessen. Eine spannende Aufgabe in einem jungen Team wartet auf Sie.

Hat Sie unser Angebot überzeugt? Wollen Sie mir uns die Zukunft gestalten? Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an **Susanna Schwendimann**, susanna.schwendimann@seepark.ch.

Congress Hotel Seepark

Seestrasse 47 - Postfach - CH-3602 Thun
T +41 33 226 12 12 - F +41 33 226 15 10
info@seepark.ch - www.seepark.ch

A subsidiary of UBS AG

22518-9116

22445-9109

22440-9090

Wir suchen per 1. Dezember 2012

Fachfrau Küche/Hauswirtschaft

Silserhof GmbH
Via da Baselgia 57
7515 Sils-Baselgia

22431-9098



SORELL HOTEL
SEIDENHOF

Als expandierende Hotelkette der ZFV-Unternehmungen beschäftigen die Sorell Hotels Switzerland in 14 Hotels in Zürich, Winterthur, Bern, Aarau, Bad Ragaz, Schaffhausen und St. Gallen über 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir Raum für Kreativität, Entfaltung und Perspektiven geben.

Für unser

Restaurant Mishio im Sorell Hotel Seidenhof

Sihlstrasse 9, 8021 Zürich
suchen wir per sofort eine

Service-Mitarbeiterin

Ihre Aufgabe: Bei dieser interessanten und abwechslungsreichen Stelle sind Sie hauptsächlich für die Betreuung und Bedienung der Gäste im Restaurant Mishio, das Führen einer eigenen Service- und das Vorbereten des Frühstückswagens zuständig.

Ihr Profil: Wir wenden uns an eine aufgestellte, flexible und gepflegte Persönlichkeit, welche über eine abgeschlossene Serviceausbildung verfügt. Zudem sprechen Sie fließend Deutsch und verfügen über gute Englischkenntnisse. Sie arbeiten gerne im Team und kommunizieren angemessen mit den verschiedenen Bezugspersonen. Veränderungswünsche und –notwendigkeiten begreifen Sie mit Offenheit sowie Kreativität und vertreten die Interessen der Unternehmung. Die vorgegebenen Qualitätsstandards setzen Sie konsequent um und sind bestrebt, die Qualität der Dienstleistungen ständig zu verbessern. Sie zeigen eine hohe Leistungsbe reitschaft und verlieren im Alltag die übergeordneten Ziele nicht aus den Augen. Unter Arbeits- und Zeitdruck arbeiten Sie ruhig sowie effizient und finden kreative Ansätze zur Problemlösung. Sie arbeiten an 5 Tagen zwischen Montag und Sonntag zwischen 6.00 und 18.15 Uhr in verschiedenen Schichten mit Zimmerstunde nach Arbeitsplan.

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

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, welche Sie bitte direkt an Celestia Centore, Personalassistentin, senden.

Weitere Stellenangebote finden Sie unter www.zfv.ch oder www.sorellhotels.com.

Sorell Hotels Switzerland
ZFV-Unternehmungen
Flüelastrasse 51, Postfach, 8047 Zürich
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36
www.zfv.ch

22410-9087

Wir suchen für eine neu erstellte Luxusvilla in St. Moritz eine/n

HausverwalterIn / House Manager

Das Aufgabengebiet für diese anspruchsvolle Dauerstelle umfasst hauptsächlich folgende Tätigkeiten:

- Führen und Kontrolle der Mitarbeiter und Koordination der Arbeiten durch Dritte
- Überwachung und Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften und der Vorgaben der Eigentümer betreffend Mitarbeiter, Gebäude, Sicherheit, Hygiene usw.
- Verantwortung für einwandfreien Unterhalt (Organisation desselben und Erstellen von Leitfäden des komplexen Anwesens)
- Verantwortung für Einhaltung des jährlichen Budgets mit monatlichem Reporting und Einhaltung der vorgegebenen Qualitätsstandards.
- Verantwortung für Einhaltung von höchstem Servicestandard gegenüber Eigentümern und Gästen, Empfang derselben und Organisation von Reisearrangements

Sie bringen mit:

- Erfahrung in ähnlicher Position (von Vorteil in der Hotellerie)
- Führungsqualitäten, Eigeninitiative, Teamfähigkeit, Durchsetzungswillen
- Deutsch und Englisch in Wort und Schrift, evtl. Italienisch und/oder Französisch
- Sicher, ruhiges Auftreten, gepaart mit tadellosen Umgangsformen und gepflegtem Äußeren
- Flexibilität betreffend Arbeitszeiten und Einsatz
- Bereitschaft zur dauernden Präsenz während der Anwesenheit der Eigentümer und Gäste
- Computerkenntnisse – Word, Excel usw.

Wir bieten Ihnen eine gut dotierte Dauerstelle mit einem umfassenden Verantwortungsbereich, eine sorgfältige Einführung und einen Arbeitsplatz an einem attraktiven Ort mit hohem Freizeitwert.

Ihre vollständige Bewerbung mit Lebenslauf, Foto, Zeugniskopien und Referenzen senden Sie an:

Christian Rosenwasser
Via Chavallera 17a
CH-7500 St. Moritz

22443-9107

INTERNATIONAL



BAYERISCHER HOF

Wir sind eines der führenden Einzelunternehmen der Hotellerie in Deutschland und suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n

Sous-Chef (m/w)

Chef de partie (m/w) für unsere Bankett- und A-la-carte-Küche

Stellvertretende Gouvernante (m/w)

Leitung Wäscherei (m/w)

Mitarbeiter Front Office (m/w)

Nähre Informationen zu den Positionen als auch unser Online-Bewerbungsportal finden Sie auf unserer Internetseite.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

Hotel Bayerischer Hof Gebrüder Volkhardt KG
Promenadeplatz 2 – 6 • D - 80333 München •
Telefon: +49 (0)89. 21 20 - 896 www.bayerischerhof.de

22504-9119



22443-9107

Aus- und Weiterbildung

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31

Immobilienanzeigen

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31

Die Immobilienanzeigen werden automatisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00 während eines Monats auf www.htr.ch immobilien aufgeschaltet. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragerteilung mitgeteilt werden. Die genauen Konditionen sind unter www.stellenprofil.ch resp. www.immoprofil.ch abrufbar.

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

Michael Gollong (Creative-Direction)
Luka Belubian
Ursula Erni-Leupi
grafili (Illustrationen)

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:
Hotellerie et Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION
Ringier Print Adligenswil AG, 6045
Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE
Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE
Reguläre Auflage 40.000 Ex.
Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom
28.6., 9.8., 23.8., 13.9., 29.11., 13.12.)
Bei Kleinauflagen gelten reduzierte Preise.

Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwendung der redaktionellen Inhalte bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die Redaktion. Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonst wie verwertet werden. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

TANJA GRANDITS

Wir sind ein international bekanntes 1*-Michelin-Restaurant mit 17 GM-Punkten am Stadtrand von Basel und verwöhnen unsere anspruchsvollen Gäste mit einer aromaren Weltküche.

Wir suchen einen

Chef de Rang

nach Absprache, mit mehrjährigen Erfahrungen und Kenntnissen in Englisch und Französisch.

Wir bieten einen interessanten und abwechslungsreichen Arbeitsplatz in einem jungen, tollen Team.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an das
Restaurant Stucki, Bruderholzallee 42, 4059 Basel
Referenz René Graf Grandits.

22016-9114

SUISSE ROMANDE

Grand établissement médico-social de l'ouest de la région lémanique avec restaurant ouvert au public recherche pour une entrée en fonction en décembre 2012 ou à convenir un

Executive Chef (H/F)

Vous êtes en charge de la bonne marche et de la conduite de la cuisine tant sur le plan administratif que sur le plan opérationnel.

Vos priorités sont orientées vers la qualité des prestations et du service à la clientèle sans négliger le relationnel au sein de votre équipe et avec les autres services de l'institution.

Vous avez une expérience confirmée dans la direction d'une grande unité du secteur hôtelier et/ou hospitalier. Vous avez assumé des postes à responsabilités et vous possédez des qualités de leader.

Vous gérez un volume important de tâches administratives avec aisance et efficacité.

Vous maîtrisez la gestion des achats et savez maintenir les coûts dans les limites budgétaires qui vous sont allouées.

Vous êtes familier avec les règles et les normes d'hygiène en vigueur (HACCP).

Cette fonction demande une personnalité charismatique, dynamique, polyvalente et sociable. Une bonne connaissance des traditions culinaires et gastronomiques suisses est indispensable.

La rémunération et les prestations sociales sont avantageuses.

Les candidats intéressés sont priés d'adresser leur dossier complet (lettre de motivation, photo, curriculum vitae et copies de certificats) sous le chiffre 22409-9086 à htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

22443-9086

STELLENVERMITTLUNGEN

Gastro Express

Die führende Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

20995-8075

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

HOTELLERIE "GASTRONOMIE ZEITUNG"

HERAUSgeber

hotelleriesuisse

Monbijoustrasse 130

Postfach

3001 Bern

www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22

6002 Luzern

www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

htr hotel revue

Monbijoustrasse 130

3001 Bern

www.htr.ch

Hotellerie "Gastronomie Verlag

Adligenswilerstrasse 27

6006 Luzern

www.hotelerie-et-gastronomie.ch

LEITUNG

Barbara König

Philipp Bitzer

Michael Gollong

REDAKTION

Barbara König

Tel. 031 370 42 39

Mario Gsell

Tel. 041 418 24 57

ADMINISTRATION

Angela Di Renzo Costa

Tel. 031 370 42 42

angela.direnzo@htr.ch

Nicole Kälin

Tel. 041 418 24 48

nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch

Die Verarbeitung inkl. Fakturierung der Stellen- und Immobilienanzeigen erfolgt (auch wenn die Auftragerteilung

erfolgen sollte) über die htr hotel revue,

Monbijoustrasse 130, Postfach,

3001 Bern.

PREISE

Stellenanzeigen

Millimeter-Tarif

s/w CHF 1.76

4-farbig CHF 2.31

Kaderubrik Stellen

s/w CHF 1.98

4-farbig CHF 2.53

Die Stellenanzeigen werden automatisch

gegen einen Aufpreis von CHF 50.00

eine Woche auf www.hoteljob.ch /

www.gastrojob.ch publiziert. Falls keine

Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragerteilung mitgeteilt werden.

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

Michael Gollong (Creative-Direction)

Luka Belubian

Ursula Erni-Leupi

grafili (Illustrationen)

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,

Monbijoustrasse 130, 3001 Bern



Ausschreibung zu den Berufsprüfungen mit eidg. Fachausweis 2013:

- Chefkoch/-köchin
- Bereichsleiter/in Restauration
- Chef de Réception

Prüfungsdaten	März/April / Juni/Juli 2013
Prüfungsorte	Weggis und Sursee
Zulassungsbedingung	gemäss Prüfungsordnung
Prüfungsgebühr	Prüfungskosten CHF 2'900.– (ohne Mahlzeiten/Logement); LGAV Unterstützung gemäss Ausbildungsvereinbarung
Anmeldeschluss	31. Oktober 2012

Hotel & Gastro formation | Höhere Berufsbildung | Eichstrasse 20 | Postfach 362 | CH-6353 Weggis | Telefon +41 (0)41 392 77 09 | Fax +41 (0)41 392 77 70 | hbb@hotelgastro.ch | www.hotelgastro.ch



GASTROSUISSE

Der Weinberater

Kompaktes Weinwissen für GastroProfis

Termine berufsbefreiend

Start Frühling: Montag, 12. März 2012

Start Herbst: Montag, 1. Oktober 2012

Weitere Informationen

Gastrosuisse

Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich

Tel. 0848 377 111 | www.gastrosuisse.ch

21032-8699



Ausschreibung zu den Berufsprüfungen mit eidg. Fachausweis 2013 (*letzte Durchführung der Berufsprüfung nach altem Reglement*):

- Gastronomiekoch/-köchin
- Restaurationleiter/-in

Prüfungsdaten	März/April 2013
Prüfungsort	Weggis
Zulassungsbedingung	gemäss Prüfungsordnung
Prüfungsgebühr	Prüfungskosten CHF 2'100.– (ohne Mahlzeiten/Logement)
Anmeldeschluss	31. Oktober 2012

Hotel & Gastro formation | Höhere Berufsbildung | Eichstrasse 20 | Postfach 362 | CH-6353 Weggis | Telefon +41 (0)41 392 77 09 | Fax +41 (0)41 392 77 70 | hbb@hotelgastro.ch | www.hotelgastro.ch

22434-9102



GASTROSUISSE

Der Rezeptionskurs

Professioneller Gästeempfang im Hotel

Termine berufsbefreiend

Start Frühling: Mittwoch, 28. April 2012

Start Herbst: Dienstag, 10. Oktober 2012

Weitere Informationen

Gastrosuisse

Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich

Tel. 0848 377 111 | www.gastrosuisse.ch

21035-8702



GASTROSUISSE

Der Barkurs

Professionelles Backen für die Gastronomie

Termine: Blockkurs

Start Frühling: 7. 05.2012 Start Sommer:

27.03.2012 Start Herbst: 12.11.2012

Weitere Informationen

Gastrosuisse

Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich

Tel. 0848 377 111 | www.gastrosuisse.ch

21032-8685

ANZEIGEN



21203-8781

Für Ihre erfolgreiche Karriere!

Weiterbildungsangebote finden
Sie auf www.hoteljob.ch

hoteljob.ch

DIE IMMOBILIENBÖRSE FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS
LA BOURSE DE L'IMMOBILIER POUR LA RESTAURATION, L'HÔTELLERIE ET LE TOURISME

Während die Wärmebilanz der Gebäudehülle die Energieverluste des gesamten Gebäudes erfasst, kann die Wärmedurchgangszahl (WdZ) die Wärmedurchlässigkeit eines Fensters bestimmen. Die Wärmedurchgangszahl ist ein Maß für die Wärmedurchlässigkeit eines Fensters. Sie wird durch die Division der Wärmeleitung durch die Fläche des Fensters berechnet.



KESTONE

WÄRMEBILANZ DER GEBAUDEHÜLLE

Mit der Wärmebilanz, die zahlreiche Vorteile bietet, lassen sich die verschiedenen Wärmeflüsse der Gebäudehülle ermitteln (Verluste und Gewinne innen und aussen). Sie wird aber auch zur Bemessung der Haustechnikanlagen herangezogen (Heizungssystem, Warmwasser für den Sanitärbereich, Sonnenkollektoren, Wärmepumpen usw.).

Energiebilanz und Renovationsszenarien

In einem Hotel sollte jedes Renovationsprojekt damit beginnen, eine genaue Bilanz in Bezug auf die thermische Energie zu erstellen. Denn nur so kann der Hotelier seine Investitionen auf lange Sicht gezielt ausrichten und planen.

Die Bilanz kann mehrere Renovationsszenarien bieten, um den Hotelier dabei zu unterstützen, die optimalen energetischen Lösungen zu wählen (Aussenisolation, LED-Beleuchtung, kontrollierte Lüftung, Austausch der Fenster usw.) und somit den Ener-

gieverbrauch zu verringern. Das Ziel besteht darin, dem Hotelier zu ermöglichen, die Renovationsmaßnahmen auf höchste Energieeffizienz auszurichten, um Einsparungen bei den Energiekosten zu erzielen.

Wärmebilanz am Beispiel eines grossen Hotels

Im Rahmen eines Energie-Audits in einem grossen Hotel ergab die Analyse der Wärmebilanz, dass die Energieverluste des Betriebs hauptsächlich auf schlecht isolierte Fenster (33 % der Verluste) sowie auf eine mangelhafte Lüftung (27 % der Verluste) zurückzuführen waren. Dies hatte einen hohen Bedarf an Heizenergie zur Folge.

Dem Hoteldirektor wurden Optimierungsmassnahmen wie der Austausch der Fenster und die Isolation der Fassade vorgeschlagen. Damit lässt sich einerseits der CO₂-Ausstoss um über 30 Tonnen reduzieren, andererseits lassen sich

bei den Energiekosten jährlich Einsparungen von über CHF 10.000 erzielen.

Berechnung der Umweltbelastung

Dank der Analyse lässt sich die Umweltbelastung in Zusammenhang mit der verbrauchten Energie berechnen, indem die verwendeten Energieträger, aber auch die Baumaterialien des Hotels berücksichtigt werden.

Bei einem Energie-Audit kann somit auf effiziente Weise eine Bilanz erstellt und ein Aktionsplan mit konkreten Optimierungsmassnahmen vorgeschlagen werden.



Marc Roy
Romande Energie SA
www.romande-energie.ch

GRUPPO INTERFIDA

vendiamo

MENDRISIO città / TI

PICCOLO HOTEL
con ristorante e bar

- 16 camere
- ca. 80 posti a sedere
- giardino con piscina estiva

Ideale per produzione familiare.

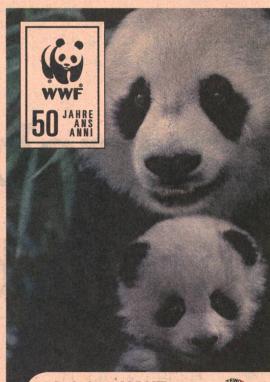
Interessati rivolgersi a Elena Andreani

INTERFIDA SA, 6830 Chiasso
tel. 091 695 03 33
immobili@interfida.ch, www.interfida.ch

22438-9102

Zu Verkaufen: Gelateria/Eisdiele in der Region Lugano.
Seit 17 Jahren erfolgreich im Gelateria-Gewerbe!
 Aufgrund Pensionierung der Inhaberin verkaufen wir unseren Betrieb inkl. Rezepten
 Unabhängige Einschätzung CHF 115'000.-, Preis verhandelbar, an Höchstbietenden. NUR SERIOSE INTERESSENTEN. Ideale Gelegenheit um sich selbstständig zu machen!
Gelatone, 079 689 11 81 oder gelatone@gmx.ch

22098-9040



50 Jahre WWF
Gemeinsam für
unseren Planeten

Spenden Sie per SMS mit Panda (Betrag) an 488 oder wwf.ch/spenden.
 (Bsp. Spende 9 Fr. Panda 9 an 488)

22381-9074

KOHL & PARTNER
HOTEL & TOURISM CONSULTING

PÄCHTER / GASTGEBER IN ST. GALLEN

Im Auftrag suchen wir für ein 3-Stern Business Hotel in St. Gallen (47 Zimmer, Gastro Outlet und diverser Infrastruktur sowie Parkplätze) einen Pächter.

Das Hotel wird momentan gebaut und eröffnet im August 2013. Gerne sende wir Ihnen detailliertere Dokumentationen.

Für weitere Auskünfte:
 Kohl & Partner (Schweiz) AG, André Gribi,
 044 533 50 40, andre.gribi@kohl-int.ch, www.kohl-int.ch

22381-9074

DAS BLAUE VOM HIMMEL...

...können wir Ihnen nicht versprechen.

Aber die besten Ideen der Schweizer Tourismusbranche.

Auf www.htr-milestone.ch unter der Rubrik «MILESTONES».

