

**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>**

## 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.



## Emotionen

Mit viel Gefühl mitten ins Herz des Gastes

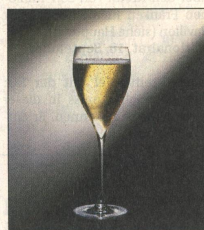
Über das Gefühl erobert man das Herz des Gastes, nicht über nackte Fakten, ist die Werberin des Jahres 2011, Nadine Bortier, überzeugt. Was emotionale Botschaften betrifft, windet sie Schweiz Tourismus ein Kränzen: Dass der Schweizer Tourismus Probleme hat, liegt sicher nicht an der Werbung. Emotionen 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 zusammengeschlossen, um dem edlen Getränk 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 wicher-



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 Wibrotte vom Comité interprofessionnel du vin de Champagne.

Seite 15 und 23

## Nicht nachhaltig



Swiss-Image

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

Bisher 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 durchgeführte 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.

ANDREAS GÜNTERT

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 Restaurationsbranche 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 Kursleiter Kurt Metz überzeugt. Auch für den Luzerner Verkaufstrainer Hans Peter Frei ist klar: «Stammkunden gewinnt man primär über die persönliche Beziehung.»

Seite 3

## Kommentar

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



GERY NEVERGELT

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 starren auf den Gast wie das hypnotisierte Kaninchen auf die Schlange.

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 hotelieryen Hompages geschildert. Es ist richtig, den eigenen Betrieb im besten Licht darzustellen. Aber wehe, es wird zu stark geschönt. 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 wem 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

ANZEIGE

Schlafen ist sinnlich.

roviva

OBJECTS

www.roviva.ch

illy

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 Ausbildungsstätten.

www.horego.ch

Wettlauf zum Energiesparmeister

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

Miele

PROFESSIONAL

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 geäußert hatte, lief eine Schar Hoteliers um Peter Bodenmann Sturm und forderte den Rücktritt des umstrittenen Tourismusdirektors. Trotz komfortabler Rückendeckung durch den Vorstand kapitulizierte 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 löschen können, glauben nicht einmal die Hoteliers selber.» gn

## Baubewilligung für Reka-Dorf Blatten-Belalp

In Blatten-Belalp darf ein neues Reka-Ferendorf 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 Verabschiedung der Verordnung über die Zweitwohnungsinitiative ist zudem klar, dass Reka-Ferendörfer nicht unter die Beschränkung fallen.

## Hörnlihütte am Matterhorn soll saniert werden



Die Hörnlihütte und das neben ihr stehende Berghaus Matterhorn sollen bis 2015 saniert und umgebaut werden – pünktlich zum 150-Jahre-Jubiläum der Erstbesteigung des Matterhorns. Die Burgergemeinde Zermatt und die Stiftung «Hörnlihütte 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 führen liess, hatte in zwei Jahren keinen Käufer gefunden. Nun wird das «Scuol Palace» betriebsamtlich 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 planungsrechtlich 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 Winter-session. Erst danach können die Planer wieder Vollgas geben. Vor allem das Team um Daniel Christen von der Netwerch GmbH in Brugg dürfte den Entschenden entgegenfeiern. Die noch junge Firma hat im Projekt-wettbewerb, den Präsenz Schweiz durchführte, über 100 Mitbewerber ausgestochen und darf nun den Schweizer Pavillon gestalten.

## «Confederation Helvetica» will zum Nachdenken anregen

Bereits der Name des Projekts – Confederation Helvetica – nimmt spielerisch 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 anregen, das eigene Konsumverhalten zu überdenken. «Wir haben fünf Türme entworfen, die bis oben mit Schweizer Lebensmitteln gefüllt sind. Die Besucher können die Türme begreifen 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  
Netwerch GmbH Brugg

sie beim Ausgang einen Scan-Ausdruck erhalten, der aufzeigt, was passiert, wenn alle ändern 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.» Christens Netwerch GmbH hat auch den Zuschlag erhalten, um den Auftritt 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 Stadtvermarktern weniger im Vordergrund», weiss Christen zu erzählen. «Dabei rückt Zürich mit der Eröffnung des Gotthard-Basistunnels im Jahr 2016 sehr nahe an Mailand.»

## Session Tourismusbank steht zur Debatte

In der Herbstsession der eidgenössischen Räte, die am Montag beginnt, stehen brisante Geschäfte für die Branche an:

**Tourismusbank:** Der Urner CVP-Ständerat Isidor Baumann verlangt vom Bundesrat, dass er aufzeigt, wie in der Schweiz eine Tourismusbank nach österreichischem Vorbild aufgebaut werden könnte. Doch er stösst damit in der Branche nicht nur auf Gegenliebe. So lehnt hotelierische Vorstände ab und fordert stattdessen eine Ausdehnung des Geltungsbereichs der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit SGH (die htr berichtete). Ständerat, 12. September

**Präventionsgesetz:** Die beiden Räte befassen sich einmal mehr mit dem Präventionsgesetz. Die Wirtschaftsverbände plädieren allesamt für eine Ablehnung. Die geltenden Gesetzesgrundlagen seien ausreichend. Nationalrat, 13. September Ständerat, 18. September

**Expo 2015 in Mailand:** Der Ständerat entscheidet als Erster 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 Agrarbereichs verlangt, sowie eine Ständesinitiative des Kantons Waadt, die einen Verhandlungsabbruch fordert. Nationalrat, 19. September

**Autobahn-Vignette:** Die Jahresvignette soll künftig 100 statt 40 Franken kosten. Der Verband hotelierische lehnt die Gebührenerhöhung ab, begrüsst aber die geplante Kurzzeitsvignette für ausländische Gäste. Ständerat, 20. September

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

anpasst, 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. hotelierische setzt sich stark für dieses Ziel ein. Ständerat, 25. September

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

## Gotthardlinie 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 Werbeplattform für den Schweizer Tourismus und den öffentlichen Verkehr nutzt. Der Bundesrat solle aufzeigen, wie er die neue Gotthardlinie 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.

## Leserbrief

## Von Preisdumping zu sprechen, ist vermessen

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

Es mutet schon etwas eigenartig an, was die Skeptiker einer Euro-Kursgarantie an Argumenten alles vorbringen. Es sei der falsche Weg, es entstehe ein verzerrtes Preis-Leistungs-Verhältnis, es wird von Dumpingpreisen geschrieben, von Benachteiligung der Schweizer, von leichtsinniger Entscheidung, von Hotels füllen um jeden Preis etc. Es steht mir nicht zu, solche Einwände aus offenbar berufenem Munde zu bewerten oder gar zu kritisieren. Als einfacher Hotelier, seit 40 Jah-

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 gemerkt.

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

mus und die Online-Portale, liegen mit ihren Kommissionsätzen 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 Viersternhotels. Das hingegen ist Preisdumping, wirkt zerstörerisch 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 stimmigen 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 Logiernächterrückgang um 12%. Deutschland verbuchte 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 der Logiernächte. Den deutlichsten absoluten Rückgang musste laut BFS das Genferseegbiet (Waadtland) mit einem Minus von 54 000 Logiernächten (-17%) hinnehmen, vor Graubünden und dem Berner Oberland.

Von Januar bis Juli 2012 kumuliert 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

Nach überschrittener Halbzeit sieht sich Urs Zenhäusern voll im Plan: «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 es dabei hapert, hat das Luzerner Institut für Tourismuswirtschaft ITW mittels Stichproben analysiert (siehe Text unten). Fazit des Leiters Tourismus Urs Wagensell: «Die einzelnen Hotels schaffen es nicht, aus der Raiffeisen-Aktion Stammgäste zu gewinnen.»

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



Swiss-Image

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 Zenhäusern. Konkret wurden im Rahmen von «Ritz», dem Walliser Weiterbildungsprogramm für die Hotellerie- und Restaurantsbranche, Kurse durchgeführt. Die halbtägigen Seminare «Stammgäste und Bot-

### «Stammkunden gewinnt man primär über die persönliche Beziehung.»

Hans Peter Frei  
Verkaufstrainer

schafter» 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 abrechnen

«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 geplanter Verabschiedung gelinge es, «Botschafter zu generieren, die nach dem ersten Aufenthalt gute Kunde verbreiten.» Was

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

Auch wenn man wisse, dass das letzte Erlebnis am längsten haften bleibe, 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 Kursgruppenarbeiten; die gesammelten Inputs werden demnächst als Handbüchlein erscheinen.

«Ein interessanter Kurs, der einem auch im Austausch mit anderen Teilnehmern viel bringt», urteilt Teilnehmerin Karin Bittel, Gastgeberin des Hotel-Garni Slalom auf der Bettmeralp. Zwar wisse man einiges bereits, doch das gehe im Hochbetrieb oft unter. Bei ihren Bemühungen richtet sich Bittel unter anderem danach, 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 hotelrevue untersucht das Luzerner Institut für Tourismuswirtschaft ITW die Nachhaltigkeit von Raiffeisen-Aktionen. Mittels Telefonanrufen bei Hotels wurde die Rate der Wiederholungsgäste eruiert. Da meist keine Datenbanken geführt werden, ist von eher intuitiven Rückmeldungen auszugehen, die für eine Stichprobe aber aussagekräftig sein dürften. Leiter Tourismus Urs Wagensell: «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 führten zu mehrheitlich positivem Fazit. Der grösste Erfolg, so Wagensell, 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 wieder-

kehrende Gäste. Wiederholer: 12,5 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. ag

## STV: definitiv neu organisiert

**54 stimmberechtigte Mitglieder haben an der Generalversammlung des Schweizer Tourismusverbands (STV) die Strukturreform beschlossen.**

An der 80. Generalversammlung des Schweizer Tourismusverbands (STV) im Grimsel-Hospiz wurde die traktandierte Strukturreform (siehe htr hotelrevue vom 23. August) einstimmig beschlossen. Der Vorstand verkleinert sich von 45 auf 8 Mitglieder. Das sind Dominique de Buman (Präsident STV, Nationalrat CVP), Bernhard Kuster (Direktor Gastrosuisse), Ueli Stückelberger (Direktor Verband öffentlicher Verkehr und Seilbahnen Schweiz), Richard

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

Präsident de Buman forderte von den 80 anwesenden Mitgliedern in seiner Ansprache, nicht über Wechselkurse zu lamentieren; vielmehr seien «Kreativität, Mehrwerte für den Gast und der Wille zur Kooperation der Schlüsselfaktoren zum Erfolg der touristischen Branchen.» Mit der Verordnung des Bundesrats 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 erkläre sich vor allem durch die Mehrerträge im Bereich Innoutor und durch die Auflösung von Rückstellungen aus den Jahren 2009 bis 2011.

Gastgeber Gianni Biasutti, CEO KWO, ging in seiner Gastrede auf die Verbindung von Natur, Tourismus und Energie ein. sag

## Milestone 2012: 92 Projekte wurden fristgerecht eingereicht

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

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 Milestone seit über zwölf Jahren herausragende Leistungen, Projekte und Persönlichkeiten im Schweizer Tourismus. Nun ist die Jury unter dem Vorsitz von

Mario Lütolf, Direktor des Schweizer Tourismusverbands, gefordert. Weitere Jury-Mitglieder sind: Fiorenzo Fässler, Managing Director, Smartnet 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 hotelrevue vorgestellt. Die Preisverleihung findet am 13. November im Kursaal Bern statt. dst

**Alle Teilnehmer:**  
[www.htr-milestone.ch/de/milestones/teilnehmer.html](http://www.htr-milestone.ch/de/milestones/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 neben dem Hotelgebäude am See auch ein Personalhaus und ein Dienstgebäude auf der anderen Strassenseite, zudem die frühere Direktorenvilla nordwestlich des Hotels, und das Hirschen-Bedli. 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 Ozeanriesen 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 Wasserwerder 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 Einfamilienchalets 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 Gummischlucht wird die Hängebrücke die Dörfer Aeschlen und Sigriswil verbinden. Diese Brücke wird auch als Schulweg dienen. Die Seile sind gespannt. kjv

## 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. Eingereicht 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 allfällig 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

**K**lare Worte von hoteliersuisse-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 Laubsägen-Aktionen mit Ad-hoc-Broschüren 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 appellierte 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 Ergebnissen-Angeboten», denn die neue



Sie diskutierten mit Moderatorin Katja Stauber Fragen aus dem Publikum (v. l.): Guglielmo L. Brentel, hoteliersuisse, 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 hoteliersuisse 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 Sascha Hausmann. Der deutsche Onlinevertriebs-Spezialist machte eine Ausgliederung 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 Hôtel 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 Fraunhofer-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 Gerry Nievergelt. «Die Reise geht Richtung Erlebnisse. Ob das Zimmer rund oder eckig ist, interessiert es den Gast nicht», formulierte es Philipp Frutiger von der Giardino 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. Gästesegmente, 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 hoteliersuisse 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 kommunikation@hoteliersuisse.ch. sag

# 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](mailto:tiventa@tiventa.ch)Web: [www.tiventa.ch](http://www.tiventa.ch)

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

**MINERGIE®**  
FACHPARTNER

SWKI  
SICC  
SITC

Proklim

energie-cluster.ch

# «Will nach vorne schauen»

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

GERHARD LOB



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

Elia Frapolli, 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 eher 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 Logiernächte 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 neuerliche Polemik überwinden werden.

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

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 zerfleischen und unsere vergleichsweise geringen Ressourcen durch Doppelspurigkeiten 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 der Wechselkurs 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

«Bis wir das neue Gesetz haben, sind alle Aktionen zur Förderung des Tourismus willkommen.»

Elia Frapolli  
Direktor Ticino Turismo

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.

## 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 angleichende Managementsysteme und Produktionsweisen, einfachere 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 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 beispielsweise 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 Heimat- und Nahmarkt bleibt wichtig, insbesondere aufgrund regionalpolitischer Überlegungen.

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

## Jungspund leitet Ticino Turismo

Der erst 30-jährige Elia Frapolli 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 Tourism 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 Frapolli 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. Frapolli 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

ANZEIGE

Hotelfinden!  
Sie haben die Wahl.

www.swisshotels.com

Auch unterwegs: hotelleresuisse  
Swiss Hotel Association

## 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 Grosse 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 Gästeaufkommen war über die «Arosa Classic Car» sehr gross, manche Hotels erreichten über dieses Wochenende die besten Logiernächtezahlen 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 Grosse 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 Rennzeit von 4:35:91.

Weitere Bilder auf: [www.htr.ch/Arosa](http://www.htr.ch/Arosa)



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

### 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



Botschafter ernannt. Er tritt die Leitung am 1. Dezember an. Zugleich nimmt er damit Einsitz in die Geschäftsleitung 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 zuletzt als Quereinsteiger ein Certificate of Advanced Studies (CAS) im



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

#### Direktorin des ersten Schweizer 25hours Hotels

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



**Prisca Zanzerl**, Voluntary Arosa Classic Car, **Didier Cuhe**, 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 Tourismuslebnisse anbietet, erhält den mit 40 000 Franken dotierten **Prix Montagne 2012**. Jury-Präsident

**Bernhard Russi** überreichte 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 inmitten der lebendigen Natur, Kultur und Geschichte des Tals. kjv

[www.berggebiete.ch/prixmontagne](http://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. kjv



Ein Bergführer legte die Schatulle in die Turmkugel.

Guter Stil –  
schöne  
Augenblicke

**berndorf**  
LUZERN  
[www.berndorf.ch](http://www.berndorf.ch)

[www.facebook.com/berndorf.luzern](https://www.facebook.com/berndorf.luzern)

Es muss doch **nicht**  
alles so **kompliziert** sein.

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

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association  
Preferred Partner

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 Verbundenheit, 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, betreffen 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 eines klar beantworten: 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 es im Kern der Sache nicht um Verführung oder Begierde geht.

**Das könnte der Fall sein, wenn Zahnbürsten mit leicht bekleideten Frauen beworben werden.**

Genau. Das wirkt anbidend. Der Konsument merkt, wenn etwas an den Haaren herbeigezogen wird – und verzeiht es nicht. Darum kommt es immer weniger vor, dass Werber blind auf Schlüsselreize wie das Kindchen-Schema oder die

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



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

Nadine Borter  
Werberin des Jahres 2011

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.

**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

**Welcher Werbung gelingt das Ihrer Meinung nach sehr gut?**

Mir gefällt der TV-Spot von Fleurop 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 rührt zu Tränen, gleichzeitig führt er den Nutzen der Sache fadengerade 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 Tourismusvermarktern, 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 allesamt dieses Authentische 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 Logiernächten 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

ANZEIGE

**Mehr Gäste mit MyTable**

MyTable  
www.mytable.com

**HUG**

NEU

Dessert- und Snack-Cones 7.5 cm

Wir präsentieren diese und viele andere Neuheiten an der **ZAGG** Halle 2, Stand 235

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association  
Preferred Partner

«I want I hett es happy-Bett.»

happy systems™  
I want 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**

www.pistor.ch

**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

ohne Bezugnahme auf eine bestimmte Fragestellung gebeten, ihre Erlebnisse und Erfahrungen mit einem konkreten Dienstleister zu schildern. Beim Mystery-Shopping überprüft ein anonym 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.

# 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 Emotionen bestimmte Kaufreize erwecken 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 Gästebeziehung 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 Gästezufriedenheit 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

ausgefüllt 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 diesem 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 Reception, Zimmer, Aktivitäten, Gastronomie, Bar und Lounge –, zur Software – wie Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft, Kompetenz, Einfühlungsvermögen und Zuverlässigkeit – sowie zur Bewertung der Prozesse 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 Gästeerwartungen eingehen 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

**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.

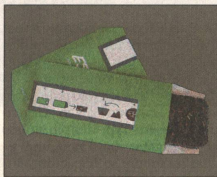
CHRISTINE KÜNZLER

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 Comparis.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 Feriennest.

Ein Produkt, das diesen Bedürfnissen in jeder Hinsicht entgegenkommt, 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 Innerberg. 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 Bergwerkslo so boomt, und warum solche Übernachtungsangebote oft eine hohe Auslastung generieren. Sie hat also einen Leitfadern erstellt, der bei der Neulancierung 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 Nervenkitzel gehört mit dazu.» Nadi-



Die «Bienenwiese»: Souvenir in Form einer Schokoladetafel.

ne Bucher hat Esté im Selbstversuch getestet. Und hat verschiedene andere Testschläferinnen und -schläfer ins «Baumbett» eingeladen. Die allermeisten haben die Nacht genossen (siehe Box).

Noch besteht das Objekt erst als Prototyp. Nadine Bucher möchte Esté jedoch realisieren. Sie kann sich vorstellen, mit Hoteliers oder Destinationen zusammenzuarbeiten oder das Angebot selber zu lancieren. Etwa indem sie bei Gemeinden ein geeignetes Stück Wald mietet und eine Esté-Tour de Suisse veranstaltet. Wichtig ist ihr, dass das Angebot in ihrem Sinn gestaltet wird. «Es muss jemand sein, der voll hinter dem Projekt steht. Eine gute Betreuung der Gäste liegt mir sehr am Herzen. Als leidenschaftliche Gastgeberin weiss ich, wie wichtig kleine Sachen wie ein Händedruck oder eine Blume auf dem Frühstückstisch sind.»

## Ein sicheres Abenteuer

Die Gäste sollen ihr Abenteuer an einem Lagerfeuer mit einem guten Mahl beginnen.

«Anschließend zieht sich jeder Gast in sein selbst aufgebautes Nachtlager zurück», erklärt die junge Frau ihr Konzept. Das Frühstück wird morgens per Seilwinde ins Esté gehievt. Dusche und WC können entweder in einem Zelt oder Hotel untergebracht sein.

Bezüglich Sicherheit ist Esté auf Herz und Nieren geprüft. Das Objekt ist aus einem neuartigen, stabilen Material gebaut, die Aufhängevorrichtungen stammen aus der Industriekletterei. «Der Gast 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 Gast – je nach Konzept – selber mit.

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 Gast 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 Erinnerungstück ist eine Schachtel mit einem Samen, der sich, nach Gebrauchsanweisung gepflegt, irgendwann einmal zu einem Bäumchen entwickeln wird.

## Ein Stadt aus unzähligen Hotelzimmern

Nadine Bucher, die teilszeitlich 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 ausgefallene Hotels, Lodges und Camps auf der ganzen Welt, hielt deren Stärken und Schwächen fest und entwickelte dazu

besserungskonzepte.» All diese Resultate hat sie nun in ihrem «Katalog der erlebnisrelevanten Faktoren» berücksichtigt. «Meine Zusammenstellung zeigt, dass heute eine attraktive Aussicht alleine kaum mehr ausreicht, Gäste zu gewinnen.» Es brauche, sagt sie, ein in allen Bereichen stimmiges Gesamtkonzept.

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

## Esté So haben Gäste die Nacht im «Baumbett» erlebt

Aussagen von Testschläferinnen und -schläfern:

«Ich kam mir vor wie ein Vogel im Nest, erst recht 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 zeitlich verfliegenden Wolken zugeschaut – wunderschön.»



Esté wird an einem Baum sicher befestigt und garantiert dem Gast eine erlebnisreiche Nacht. Bilder zvg

## 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 ausgedienten, 18 m<sup>2</sup> grossen Gondel der Zermatter 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 Winterschlaf 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 Gast 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 ausgerüsteten Gondeln.

Die «Marmota Blue» bietet dem Gast ein einmaliges Übernachtungserlebnis. Kuschelige Materialien, eine spezielle Inneneinrichtung, ein Korb mit Früchten und regionalen Spezialitäten, Wein und Wasser machen dem Gast den Aufenthalt

angenehm. Kurzgeschichten von Bewohnern der Region, Kunstbücher, 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. ck

Nadine Bucher, Schöpferin von Esté



**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 menschenorientiert? Jeder Gästetypus will anders behandelt werden, damit er sich wie zu Hause fühlt.**

GUUDRIN SCHLENCZEK

Welcher emotionale Typ von Gast steht in der Tür? Oft sieht man das erst auf den zweiten Blick, so Alexandra Furrer, Trainerin bei der Schulungsfirma 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 kaschiert sie gern entsprechend.»

Auf den zweiten Blick offenbaren 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 begegnen.» Zu vermeiden seien lange Erklärungen. Die Lösung sollte im Vordergrund stehen.

Ebenfalls extrovertiert, aber menschenorientiert 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 ihn mehr an als viele Worte. Furrers Tipp: sich Zeit neh-

men und zuhören. Und um einen Redeschwall des Vielredners zu unterbrechen: Ihn beim Namen nennen und einen Vorschlag machen. Einen negativen Beigeschmack hat die offene Art des Vielredners: Er mache gern aus einer Mücke einen Elefanten.

Anders der menschenorientierte, 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 zutiefst vertraut. Das entsprechende Wissen ist in die Entwicklung der Mirus Software eingeflossen und macht sie zu einem Administrations-Tool, das nicht nur aus Anwendersicht vollumfänglich 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 unterbunden 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 dürften 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 verstanden wissen. Eine klare Empfehlung stellt hingegen das ausnahmslos gute Zeugnis dar, das die zahlreichen zufriedenen Anwender der Mirus Software ausstellen.



Fotolia

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

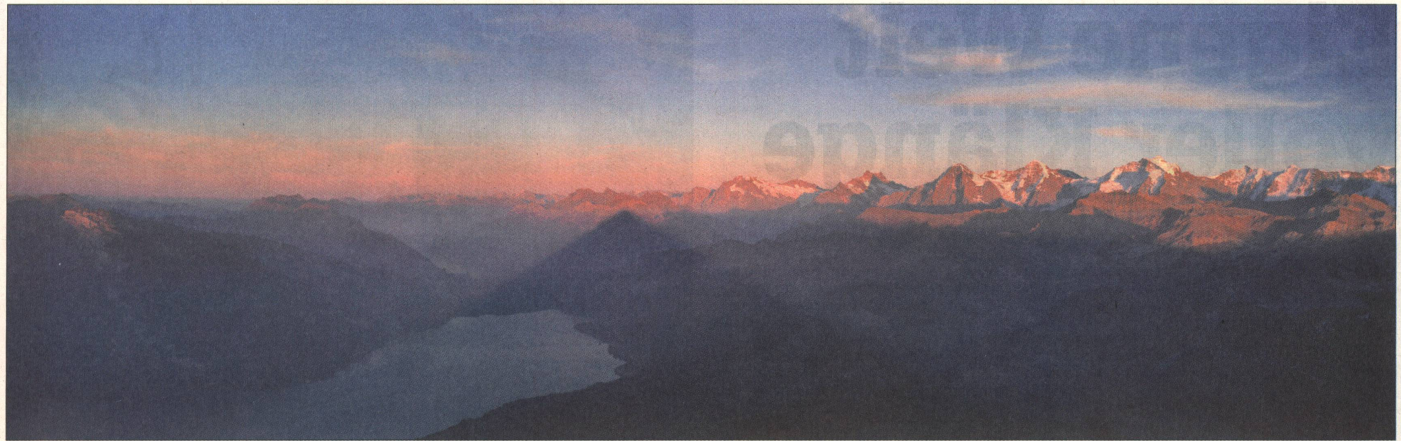
Mirus Programme sind frei kombinierbar, können mit Schnittstellen an Fremdprogramme angebunden werden und sind als webbasierte Installation erhältlich.

**mirus**  
SOFTWARE

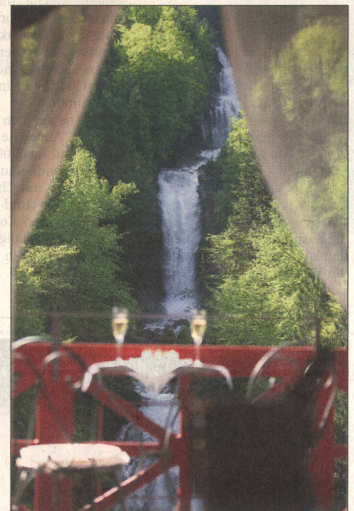
Mirus Software AG  
Tobelmühlestrasse 11  
7270 Davos Platz  
T +41 81 415 66 88  
F +41 81 415 66 78  
info@mirus.ch  
www.mirus.ch

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.



Bilder Marcus Gyger



## 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 brauche 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 verkaufen 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 Gast ein Hotel oder Restaurant bucht oder nicht. «Wenn die Bilder lieblos sind, schliesst der Betrachter auch auf eine lieblose Küche.» Jeder Wirt und jeder Hotelier, 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 stabil sein muss. Auch ein Regenbild löst Emotionen aus.»

[www.marcusgyger.ch](http://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.



ANZEIGEN

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



CLASSE 9



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](mailto:info@egrosuisse.ch) - [www.egrosuisse.ch](http://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 vertippt 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 aufgewachsen. Es erwischt 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 **Annulierungsversicherung** der ELVIA abschliessen müssen. Ach ja, die Liebe macht halt blind.

**ELVIA**  
ELVIA wird Allianz Global Assistance

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 Churfürsten führt in drei Etappen von der Alp Sella matt 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 Musik zwischen dem Sants und den Churfürsten in der Ostschweiz vermitteln.

Neben dem Klangweg wichtigsten Angebote in der Klang-Welt sind das 1000 Logiernächte 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 ausgedrückt: Ferien im Toggenburg, das klingt gut».

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

**«Spannend ist die durch die Klang-Welt ermöglichte, einzigartige Positionierung.»**

Christine Bolt  
Toggenburg Tourismus



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 beteiligten sich, das Angebot soll wiederholt werden. Zur Pauschale gehörten: 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»**

Grössere Frequenzen bringen der «Alpenrose» die jährlichen fünf «Klangkurse» im Haus, mit jeweils sechs Übernachtungen von Sonntag bis Samstag, in der Woche um Ostern 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



## Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement Unternehmerseminar hotellerieuisse

**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 berufserfahrene 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, vermittelt

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 Laufbahnperspektiven und verschaffen Zutritt zur Vereinigung diplomierter Hotelmanager NDS HF/Hotellers Restaurateurs SHV/VDH.

**Kursbeginn am 17. Oktober 2012 (Zyklus 39)**

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

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

hotelfachschule thun  
soul, passion & system

Swiss School  
of Tourism and Hospitality

SSVT  
Schweizerische  
Schule für  
Tourismus und  
Hotellerie

Lucerne University of  
Applied Sciences and Arts  
**HOCHSCHULE  
LUZERN**  
Wirtschaft  
Höhere Fachschule für Tourismus HFT

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association

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

RENAME DURACH



Denis Emery/zv

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

# Schweizer Weine im Mittelpunkt

**E**s ist einfach: Man kauft sich im Stadtzentrum einen Eintritt für 40 Franken, bekommt ein Armband und ein Glas und degustiert, was die 150 Aussteller unter den 21 weissen Zeltäckern 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 «Osons 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 Bessé 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 Schenk Holding SA, könnte noch zu reden geben – wenn nicht gar

menprogramm. So konnte man die Kellerei von Gerald 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

**«In unseren Wein-  
ausbildungen  
sollten vermehrt  
Schweizer Weine  
im Fokus stehen.»**

**Gilles Besse**  
Präsident Swiss Wine Promotion

18-jährig und zeigt immer noch eine frische Mineralität.

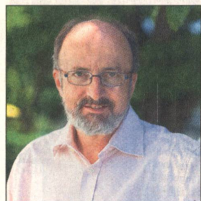
## Schweizer Merlot kann international durchaus mithalten

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



Renate Dubach

## Der moderne Degustationsraum von Gérald Besse.



## Nachgefragt

Francois Murisier

Präsident der Vinea

**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?**

**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.



Denis Emery/zv

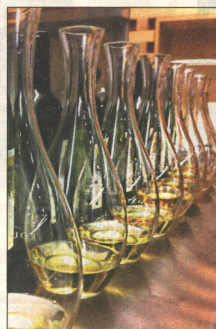
## Weinwandeln in den Strassen von Sierre

ma «Schweizer Merlot im internationalen 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.



**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 Siere. 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](http://www.tourismusforum.ch)

**Hotellerie****Carlton Hotel in  
St. Moritz mit  
grösster Suite**

ZVG

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 18000 Franken buchbar und wurde vom Schweizer Interior Designer Carlo Rampazzi gestaltet.

fee

**Gastronomie****Gourmetwoche im  
Hotel Schweizerhof  
in Vülpera**

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 Pazeller, Valère Braun, Michael Dome und Othmar Schlegel – ihr Können. Weiter gehören Kochkurse oder Weindegustationen zum Programm.

smü

# Des Kochs neue Künste

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

SABRINA GLANZMANN

**M**ancher, der am Samstag aufs Jungfraujoch gereist ist, konnte wohl den ersten Blick seit Langem auf eine verschnittene Landschaft in Weiss werfen. Und die Gäste, die eigens für die Präsentation von «Reto Mathis' Delikatessen» auf die 3454 Meter über Meer gereist waren, konnten ausserdem den ersten Blick auf eine Produktpalette in Schwarz werfen: Der Engländer Starkoch und Gastro-Unternehmer lud zusammen mit Vertriebspartner Delico und Stephan Marti von der Essigmanufaktur Baerg Marti ein, um sein neues Spezialitäten-Sortiment vorzustellen. Inspiriert dazu haben ihn seine zahlreichen Reisen rund um



Die «Delikatessen»-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 Trüffelfarte der Alpen ein Must – auch drei Trüffelkreationen (Salsa Tartufata, Carpaccio di Tartufi Estivi 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. Dort 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



Bilder zvg

Reto Mathis: Das neue Trüffelöl stellt sein langjähriger Trüffelleferant direkt in Umbrien her.

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 Schweigermutter – «das beste, das ich kenne», schwärmt Mathis. Solche Faktoren stimmen

den Gastroprofi, der mit der Migros bereits eine Premium-Pasta-Linie lancierte, für einen erfolgreichen Absatz der Produkte optimistisch. Die Preise bewegen sich zwischen 4.50 für die «Original Japanese Rice Crackers» und 23.50 Franken für das Sommertrüffel-Carpaccio. Bei der Jowa

AG, welche die Pasta-Linie produziert, zeigt man sich mit der Nachfrage der Mathis-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

**D**ie 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 Zimmerservice, Concierge und Housekeeping grösstmögliche Privatsphäre. Im Frühling 2013 wird die Realisation der Grand-Residence-Suiten in Angriff genommen. Die Fertigstellung des autofreien Bür-



Bürgenstock Hotels AG/zvg

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

genstock Resorts, das drei Hotels mit insgesamt 400 Zimmern beziehungsweise 800 Betten, 68 Re-

sidenz-Suiten, 12 Restaurants und Bars umfasst, ist auf Ende 2014/Anfang 2015 geplant.

ANZEIGE

**Fust**  
Und es funktioniert.

## Riesenauswahl an Gastrogeräten!

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

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

**Weinschrank**

nur

**277.-**

statt 402.-  
(exkl. MwSt.)

Sie sparen  
**40%**



Für 40 Flaschen à 0,75 Liter

**NOVAMATIC VINOCAVE 101**

• Abschliessbare Türe  
• H/B/T: 84,5 x 49 x 54 cm Art. Nr. 203046

**Rückensauger**

nur

**371.-**

statt 464.-  
(exkl. MwSt.)

Sie sparen  
**93.-**



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

**Kühlschränke**

nur

**462.-**

(exkl. MwSt.)

Tiefpreisgarantie



Übersicht behalten dank Glastüre

**KIBERNETIK**

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

**1099.-**

statt 1342.-  
(exkl. MwSt.)

Sie sparen  
**243.-**



Umweltfreundlich  
Mit Glastüre

**NOVAMATIC KSUF 371.1-B**

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

**Weinschrank**

nur

**1388.-**

statt 1850.-  
(exkl. MwSt.)

Sie sparen  
**25%**



Temperaturzone 1

Für 198 Flaschen à 0,75 Liter

Temperaturzone 2

Mit praktischen Ausziehtablen

**NOVAMATIC VINOCAVE 1000**

• H/B/T 183,5 x 59 x 67 cm Art. Nr. 203065

**Aufschnittmaschine**

nur

**555.-**

(exkl. MwSt.)

Hammer-Preis



SUVA-konform  
inkl. Schleifapparat

**NOVAMATIC S 220**

• Messerdurchschnitt 22 cm  
• Rostfreie Vollstahlmesser Art. Nr. 670209

**Gläserpüler**

nur

**1851.-**

(exkl. MwSt.)

Hammer-Preis

**NOVAMATIC LB 200**

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

Standorte unserer 160 Filialen:  
0848 559 111 oder [www.fust.ch](http://www.fust.ch)

**Fust**  
gastro  
professional

Schnellreparaturdienst  
und Sofort-Geräteersatz  
0848 559 111

• 5-Tage-Tiefpreisgarantie  
• Laufend günstige Ausstell- und Occasionsmodelle (Details [www.fust.ch](http://www.fust.ch))

Auch im Fust: Superpunkte sammeln.  
Für mehr Vorteile  
[www.fust.ch](http://www.fust.ch)

**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

**C**hampagner, 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

Hinter der Appellation «Champagner» steht ein ganzes Universum: 15 000 Winzer, 80 «Maisons de Champagne» und ihre grossen Marken, 135 Kooperativen. Die Winzer und der Handel verfolgen gezielt ein gemeinsames wirtschaftliches Ziel: den Aufbau und die Bewahrung eines einzigartigen Know-hows. Und dafür ist auch die «Interprofession du vin



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

Bilder zvg/CIVC

## Prickelnde Welt

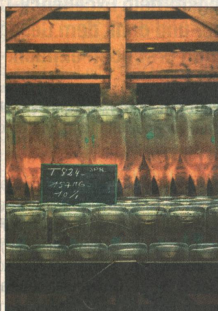
de Champagne» besorgt. Hüterin der Tradition und Regulatorin des Markts mit ihren zwei Präsidenten, von denen einer die Winzer und einer den Handel vertritt.

**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 Wibrotte, 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 Marke an das «Centre vinicole de Champagne» veräusserte. Auch wenn sie 1976 als letzte bedeutende in den Markt eintrat: Ihre Jugend scheint

sie nicht daran zu hindern, mit den Grössten 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 behalten, 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 Mefa und der Lefatec statt. Grösser wird die Messe deshalb nicht. Schauplatz sind die neuen Messehallen.**

GUDRUN SCHLENZCEK

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 Culinair Mondial: Mehr als 40 000 Besucher werden zu diesem Prestigeanlass, 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 Zutritt erhalten.

Wer die Igeho 2013 besucht, den erwarten drei statt nur einer



Noch befindet sich die neue Messehalle in Basel im Bau.

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

für die Aussteller zu werden», verdeutlicht Neuhaus. Man rechnet mit insgesamt gleich viel Ausstellern wie 2011. Gastregion der Igeho 2013 ist das Appenzellerland. Auf 600 m<sup>2</sup> präsentieren sich Tourismusorganisationen und lokale Produzenten.

### Veranstaltung

**In Salgesch auf dem Rebweg wandern**

Am Samstag, 8. September 2012 findet die 22. Rebsortenwanderung 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 Gewinner des Jahres 2011, Diego Mathier, stammt aus Salgesch. Letztes Jahr nahmen über 6000 Weinbegeisterte teil.

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

**Pastakünstler Spinosi zeigt seine Tricks**



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  
[gastonomie@victoria-jungfrau.ch](mailto:gastonomie@victoria-jungfrau.ch)

### Genuss

**Neuheiten 2012 aus dem Hause Davidoff**



Auch dieses Jahr stellt die Oettinger Davidoff Group wieder ihre Produktneuerheiten 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 Gigantes» für langes 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-Afficionados.

ANZEIGE

**Ruepp & Partner ?!**



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

**Helmut Schattauer**  
HIRI AG

Ruepp & Partner Dietikon AG  
[www.ruepp.ch](http://www.ruepp.ch)

**Neues Buch****Globis Abenteuer  
in der  
Innerschweiz**

Pünktlich zu Globis 80. Geburtstag ist seine neueste 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. smü

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

**Erhältlich unter:**  
[www.hotelleriesuisse.ch/buchshop](http://www.hotelleriesuisse.ch/buchshop)

# Wahre Geschichten

**Fredy's**

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

**E**s tut gut, in den heutigen virtuellen Zeiten von Facebook und Ähnlichem, sich wieder einmal an wahre, menschliche, sich in der Realität zu tragende Geschichten und Gegebenheiten zu erinnern. Zum Glück erlaubt es, ja, erfordert es 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, raue Menschen. Und John Bain sass nicht, er thronte auf dem Barhocker



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

und musterte mich neugierig. «Hi Freddy», krächzte 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 aufgeregt 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 seltene Vogel, so stelle 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 Putzi, zusammen mit den Züchtern Therese und Markus Dettwiler. Es geschah am helllichten Tag: Schon beim ersten Bissen erstarrte ich förmlich, rang nach Atem und konnte deshalb nur noch mit dem Daumen nach oben zeigen. Was für ein Erlebnis! So ein «Schwein» hatte ich noch nie. Als ich darnach dieses Ferkel auf den Markt brachte, hielten mich gewisse Köche zuerst für verrückt. Ich darf annehmen, dass das 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 einfach.**

**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 unabhängige Tests bewiesen. Excellency-Clinex bietet aber den grossen Vorteil, dass es mit dem Gesamtkonzept alle Bereiche abdeckt, von der Küchenhygiene, der Desinfektion, Sanitärreinigung 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-Geschirrwashmittel umsteigt

spart Geld. Ein Rechnungsbeispiel ergab, dass bei einem jährlichen Verbrauch von ca. 24 Bidons Geschirrwashmittel und ca. sechs Bidons Glanzrockner 1400 Franken im Jahr eingespart werden konnten.

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

Grössere Betriebe wie Spitäler hingegen bevorzugen beim Geschirrwashmittel 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, Oberflächenreiniger und Sanitärreiniger. Diese sind hochkonzentriert 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 Wischtücher der Excellency-Linie.

**Prodega/Growa Cash+Carry**

Transgourmet Schweiz AG · Lochackerweg 5 · 3302 Moosseedorf · Tel. 031 858 48 48 · [www.prodega.ch](http://www.prodega.ch) · [www.growa.ch](http://www.growa.ch)

**impressum****htr hotel revue**

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

**Herausgeber/Editeur**

hotelleriesuisse  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

**Redaktion**

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

**Ressortleiter/innen:**

aktuell: Daniel Stampfli/dst  
fokus: Christine Künzler/cj  
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag  
cahier français: Alexandre Caldaraca/ac  
Verding/kjv  
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/adb  
Layout: Roland Gerber/rg, Regula Wolf/wo (AD)  
Korrektorat: Paul le Grand  
Volontärin: Salome Müller/sml

Online Redaktion: Natalie-Pascal Alesch/hpa  
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);  
Danijela Bosnjak

**Verlag**

Leitung: Barbara König  
Assistent: Alain Hänni  
Stellensinerte: Angela di Renzo, Patricia Nobs  
Geschäftsstellen: Emanuel Müller,  
Michael Müller,  
hoteljob.ch: Denise Karam  
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.  
Auflage: WEMF-Begabte 2011, verkaufte  
Auflage: 9476; Gratsauflage: 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](mailto:redaktion@htr.ch)  
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93  
Fax 031 740 97 76, E-Mail: [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch)  
Inserate: Tel. 031 370 42 42  
Fax 031 370 42 23, E-Mail: [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)  
Internet: täglich aktuell: [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und  
Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.  
Nous déclinons toute responsabilité pour les documents  
envoyés sans concertation préalable.

# Distel mit weichem Herz

Sie gilt bei uns  
als Nischenprodukt  
und ihr Verzehr als  
Inbegriff der feinen  
Lebensart: die Arti-  
schocke. Nun setzen  
Gastronomen ver-  
mehrt auf Schweizer  
Artischocken.

FRANZISKA EGLI

**D**ie 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 bestenfalls 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 Hirschen in Oberstammheim etwa, wo die Artischocke mit Aioli oder als eigenständiges Gemüse zu Schweinsfilet ser-

**Die frostempfindlichen Gemüsedisteln gedeihen gut im milden Klima des Zürcher Weinlandes.**

viert wird, bevorzugen die «Guntalinger Artischocke»: Seit 2002 bauen Daniel Reutimann und Magdalena Elminger im Zürcherischen Guntalingen auf ihrem Bio-Hof Artischocken an. «Auf 70 Aren ernten wir jährlich zwischen drei und fünf Tonnen», so Elminger.

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 Eierschwämmchen.



## Nachgefragt Wolfgang Kuchler

Der Spitzenkoch – ausgezeichnet mit 18 Gault-Millau-Punkten und einem Stern im «Guide Michelin» – ist Inhaber der Taverne zum Schäfli im Thurgauischen Wigoltingen.

www.schaeffli-wigoltingen.ch

**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 Gast 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-Ölivenöl-Vinaigrette. Oder ich bereite sie wie eine Rösti zu, indem ich den

Boden roh rasple 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 Zurechtschneidens von Gemüse, nicht mehr.

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

fee



**Auch in der Schweiz wachsen Artischocken, die Saison dauert noch bis Oktober: Vergangenes Jahr wurden 42 Tonnen geerntet.**

zvz

## 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 Inlandgeschäft Einbussen zu verzeichnen sind. Vor allem die Exportprodukte Caffè Latte und der Käse fanden grossen Anklang.

### Pro Specie Rara sucht alte Kräutersorten



zvz

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](mailto:info@prospecierara.ch)

### Magere Traubenernte in Frankreich



zvz

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 punktuell Qualität sei der Jahrgang vielversprechend, so die Winzer. smt



istock

**Hierzulande sehr beliebt: Artischockenherzen als Antipasto.**

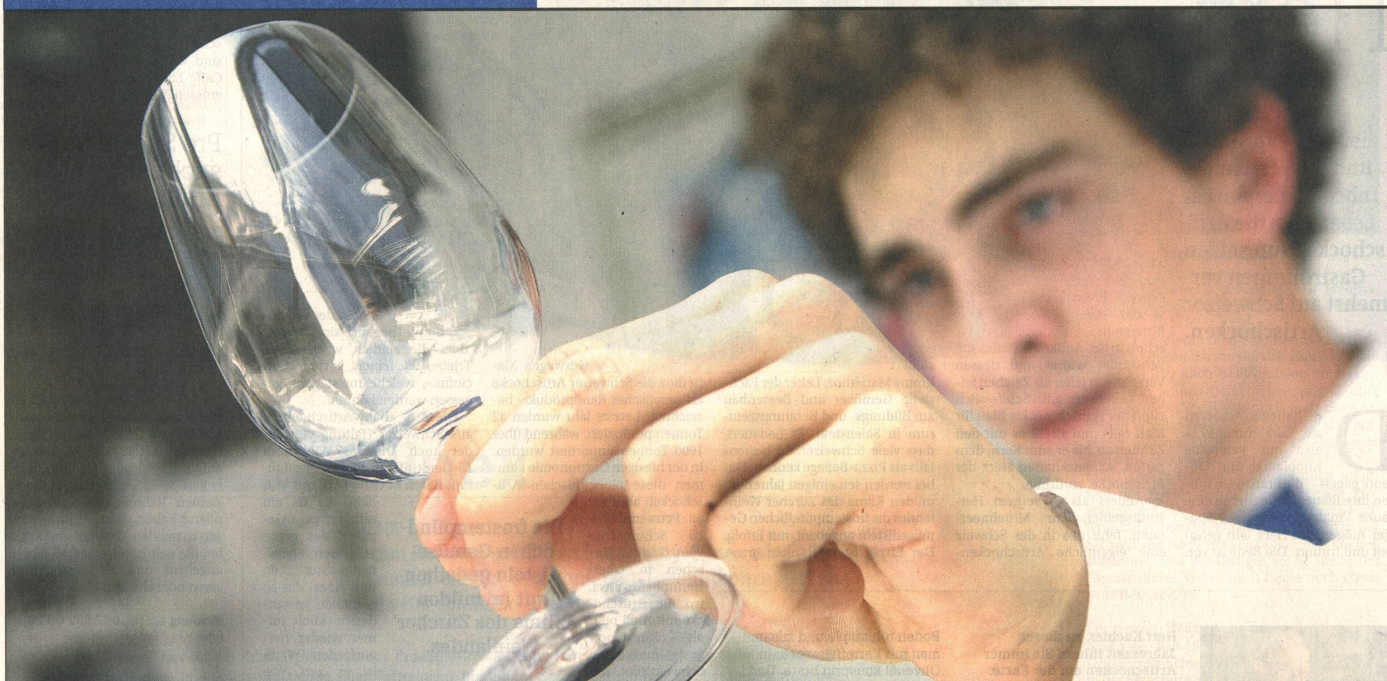
**Prêt-à-manger. Hero Portionen-Konfitüren. Jetzt im neuen Kleid.**  
*Le nouvel habit des confitures en portions Hero.*



**Hero**

[www.gastro.hero.ch](http://www.gastro.hero.ch)

# 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](http://www.hotelleriesuisse.ch/karriere)



hotelleriesuisse – Kompetent.  
Dynamisch. Herzlich.

  
Swiss Hotel Association

# cahier français

htr hotel revue N36 / 6 septembre 2012



## Genève

Les forfaits lancés par l'Office du tourisme ont trouvé un bon écho chez les hôteliers.  
page 21



## Vaud

A Morges, «La Maison d'Igor» propose huit chambres dédiées à Stravinsky.  
page 24

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 devaient 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 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 grogne 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.

Illustrations 3D

## 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 ce qui aurait demandé de trop grands frais de défilage. 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.

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 Dubaï 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, Bardiya 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.

## «L'individu au cœur du projet»

Directeur d'IntEHL, l'institut 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'assistés, ainsi que cela pourrait se passer en EMS. Bien plutôt de remplacer 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 domoti-

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'étage 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 m<sup>2</sup> 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 demandé 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-

Le changement commence ici!  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

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

htr hotel revue



## gastronomia

du 4 au 7 novembre 2012 | Lausanne | [www.gastronomia.ch](http://www.gastronomia.ch)  
Salon professionnel romand de l'hôtellerie et de la restauration

Votre salon professionnel au cœur de la Suisse romande

COFFEE HOUSE JOURNAL HÔTELS & RESTAURATION LE CÂPOTIER htr hotel revue igeo

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

<http://professional.brita.ch>

**KÄSTLISTORES**  
SUN TOP 3100®  
Résistant au vent et aux intempéries jusqu'à 75 km/h!

Kästli & Co. AG  
Tél. 031 340 22 22  
[www.kaestlistores.ch](http://www.kaestlistores.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%.

**Valais****Feu vert pour la liaison Grimentz-Zinal**

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



Pendant la journée du marketing hôtelier, un débat sur la distribution. Il réunissait Markus Luthe, Paul Roll, Katja Stauber, Johannes Fuhr, Claude Buchs.

# 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'hotellerie-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 «des 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 hotellerie-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'hotel 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'acquiescer 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 hotellerie-suisse et Suisse Tourisme, vient de paraître dans une édition complètement remaniée. Elle contient de précieux renseignements et conseils destinés aux prestataires touristiques. Elle peut être commandée gratuitement auprès de: kommunikation@hotellerie-suisse.ch. sag/fz

## 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 Angletterre & Résidence, Lausanne

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

Partenaires pour la formation professionnelle:  
Ecole Internationale de Tourisme  
International School of Tourism Management  
International School for Tourism

hotellerie-suisse  
Swiss Hotel Association

## 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 Préalpin, 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-

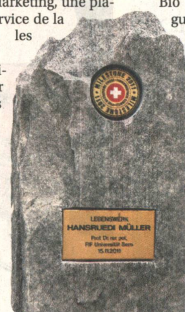
menades uniques de Nendaz, avec une mise en scène des points de vue, une nouvelle signalisation, une balade racontée et une navette. Fribourg Région, avec ses actions de Guerilla Marketing, dans le but de faire intervenir des rieurs professionnels dans les transports publics. Jura & Trois-Lacs Marketing,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

prolongation des escaliers, ponts et galeries. Le musée valaisain 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.**





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 «Démittarif», 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 attractifs», note Vincent Dubi.



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

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 Nisille 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'été 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 voulait 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.

## 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 Lamon, président de l'ACCM au «Nouvelles». 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

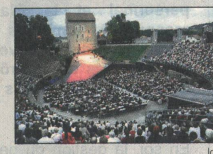


Le salon Capa'cité se tient depuis mardi et jusqu'au 8 septembre à La Chaux-de-Fonds. Il s'agit de la plus grande manifestation du canton en faveur de l'apprentissage dual et de la formation professionnelle. Les apprentis de l'hôtellerie et de la restauration animent le village gourmand autour de Le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

# 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 cachet particulier. «Nous sommes souvent partis d'un objet, puis nous avons habillé toute la chambre sur un thème». Une gondole a 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 essentiellement



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

**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 19 225 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. aca

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

**L**e 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'Innerberg. Elle a développé Esté dans le cadre de son travail de Master in Design & Management à la Haute école 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 minéral, 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 convoitées. 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 ou de lancer l'offre elle-même. Par exemple en louant à des communes 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 retirer chacun dans leur Esté personnel, les clients doivent se rencontrer devant un feu de camp et une bonne cuisine. Ensuite, chaque hôte peut rejoindre son campement 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

**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 cofret comprenant une graine qui se mue un jour en un arbuste.

Adaptation Françoise Zimmerli  
sur la base d'un texte en 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 CCNT 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 sérénité 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

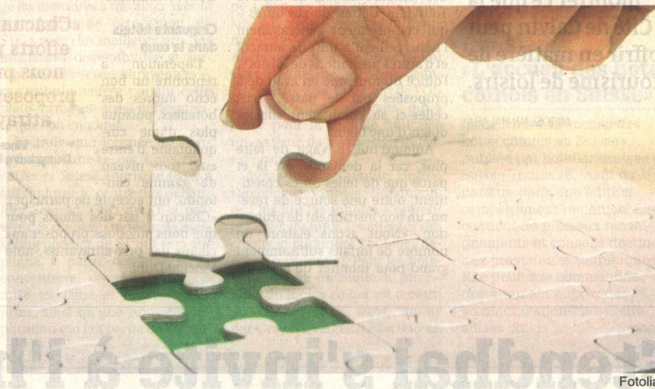
base des applications Mirus Gestion du personnel et Planification des ressources humaines au regard de sa conformité avec les exigences de la CCNT. Ils sont aboutis à la conclusion que les calculs de l'outil Mirus étaient fondamentalement justes. Par conséquent, les services de contrôle de la CCNT évaluent 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 signale 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.

**Excellentes 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



Fotolia

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

- 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 basées 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.

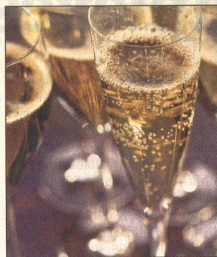
LAETITIA BONGARD

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 «tourment 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



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.

Champagne. Une réalité que Dominique Pierre connaît bien: car derrière la marque champenoise qu'il dirige se trouve le Centre viticole d'Epernay, la plus grande coopérative de Champagne. Il regroupe plus de 5000 viticulteurs répartis en 82 coopératives, au total plus de 180 villages ou crus. Le

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 Default, 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'élégance, 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'égaliser 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.

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 Default.

### 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 Henault. 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.

### Pêle-mêle

#### 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 de 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 Clavier 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). lb

#### Un goût nouveau de Mexique à Neuchâtel



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

Ainsi, en 35 ans, elle est passée de 1000 bouteilles à plus de 9,6 millions de bouteilles vendues en 2011, contre environ 8 millions en 2010. En attaquant la grande dis-

ANNONCE

**GO IN**

MÜNCHEN – BERLIN – LONDON – PARIS – WIEN

STÜHLE – TISCHE – BARHÖCKER – MODULARE SYSTEME

**Gestalten Sie Möbel, die Akzente setzen!**

Wir bieten Ihnen 2012 eine Auswahl von 270 Bezugstoffen. Kombinieren Sie einzigartige Produkte in passgenauen Formaten mit Sitz- und Lehnbezüge in unterschiedlichen Farben oder Materialien. Gern beraten wir Sie zu neuen Trends und kreativen Arrangements.

Besuchen Sie unsere **Ausstellung vom 09.09 bis 12.09.2012** auf der Messe **ZAGG** in Luzern, Halle 2a, Stand 105

**GO IN Hotel Special**

In der „hotelrevue“ Ausgabe 20. September 2012, finden Sie ein großes Sonderheft zu dem Thema „Die perfekte Hotelleinrichtung“.

**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@go.in.de  
web: [www.go.in.ch](http://www.go.in.ch)

**Kostenfreie Servicenummer CH**  
tel: 0800 881180



«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 écrit «L'Histoire du soldat». Un restaurant ouvrira bientôt.

ALEXANDRE CALDARA

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 séjourna 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, Héroïse Barbey et Catherine Dreyfus semblent ravies 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'Hérens pendant une année et un peu baigné dans ce monde-là,



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



La chambre «Berceuses du chat» et sa mélodie.

pour Catherine c'est nouveau», raconte Héroïse Barbey. Après deux mois d'exploitation où elle s'occupe de tout avec l'aide d'une femme de ménage, elles se disent contentes notamment par une importante fréquentation, pour l'instant les touristes sillonnant la Suisse et les hommes d'affaires se succèdent. Dans des chambres qui rendent hommage au compositeur, celle dédiée au chef Ernest Ansermet s'ouvre sur un parc de 4000 mètres carrés. Quant à la

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 façonner 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 Héroïse Barbey.

Autre particularité pour un si petit établissement, il s'oriente 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», poétise Héroïse 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 gorée de café fort ou d'armagnac». Les hôtelières 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

## 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



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

A quelques encablures 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 hôtels du groupement 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 Alamaniques, 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 part 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

à identifier leurs produits par «une croix suisse sur l'étiquette», un débat vieux de vingt ans. Et le nouveau président de Swiss Wine Promotion, le Valaisan Gilles Besse, a lancé l'idée d'une «Semaine du vin suisse», chaque mois de novembre, dans les hôtels et restaurants de tout le pays, sur le modèle de la «Semaine suisse du goût». Cette initiative a été plébiscitée par Swiss Wine Promotion, qui tenait séance le même jour, à Sierre.

## Jeux de rôles au Bristol

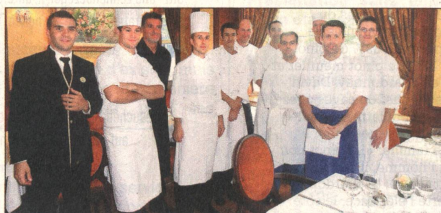
Le Bristol organisait lundi son annuel repas «échange cuisine-salle». Un événement didactique et sympathique pour ce quatre étoiles genevois.

ALEXANDRE NICOULIN

Les serveurs font sonner les casseroles 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.

«Mon prédécesseur, un jour quel que peu lassé par les petites frictions entre la salle et la cuisine, eut l'idée de renverser les rôles le temps d'un repas afin que chacun prenne conscience des exigences et des conditions de travail les uns des autres». Une idée simple et originale à vertu pédagogique pour une carte qui ce jour-là joue la carte de la simplicité.

Si le pas est moins assuré et le ballet en salle moins bien rôdé, un geste un peu gauche ne récolte pourtant que sourires entendus et remarques bienveillantes. Car ce midi, le client n'est pas seulement le roi, mais il est aussi l'invité. «Une occasion de remercier nos clients les plus fidèles», poursuit le directeur, ces derniers



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

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.

### Les gens

#### Un ingénieur en génie mécanique pour Télévonnaz

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



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

#### «Bon appétit» ultime chronique entêtante

Maxime Pietri régalaît les papilles des lecteurs du «Nouvel Quotidien» puis du «Temps» par une chronique comme écrite à l'encre de seiche, pendant 18 ans de gourmand service. Samedi, il livrait une dernière fournée, 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 dénichait une histoire: «Pour les repas de fête, cette aïeule relevait d'aïl et de persil haché son gâteau de foies de volaille.» On ne peut croire qu'il s'agissait d'un dernier repas.



**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.

## Kulinarik 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 SCHLENZCEK

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. Kämpfen 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). Frankenstärke und sinkende Logiernächtezahlen 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 m<sup>2</sup> mehr Fläche zur Verfügung**

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

den Zwischenjahren stattfindenden internationalen Gastgewerbemesse Igcho 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 m<sup>2</sup> mehr verkaufen können. Das kann die Messeleiterin in zwei Jahren: 2013 erhält das Luzerner Messengelände eine neue, grössere Halle, sodass der Zagg 2014 zusätzliche 1000 m<sup>2</sup> zur Verfügung stehen werden. Überraschen will man die

Gäste dieses Mal gastronomisch: Die Messe betreibt die Restaurants bis auf das Messerestaurant neu selbst. An der letzten Zagg sorgte die Tavolago AG, eine Tochter der Schifffahrtsgesellschaft 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 der Messe gehört zum Konzept. Die geben wir nicht aus der Hand.»**

Suzanne Galliker  
Messeleiterin Zagg

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 Dyhrberg (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 versteht 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-Koch-nati-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 die Allmend in Luzern: Swiss Skills Restauration und Küche, Sonderschau Fleisch, Jugendforum, Kochwettbewerb «La Cuisine des Jeunes», Culinary Challenge, Schweizer Cocktailmeisterschaften 2012, Bar Floor und die htr-Podiumsdiskussion.

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

## 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 Beherbergungsgewerbe: «Wie weiter im Schweizer Tourismus?» lautet die Headline, zu der Prominente aus Forschung, Politik, Medien und Tourismus unter der Leitung von Gery Nievergelt, Chefredaktor 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 Einstiegsreferat hält Christoph Juen, CEO hotelleriessuisse. Im Anschluss an die Diskussion lädt die hotel revue zusammen mit CC Angehört zu einem Apéro mit Leckerbissen von Thomas Bissegger und seinem Team.

Die Teilnahme inklusive Eintritt an der 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](mailto: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 sie nur vorhanden gewesen wäre.



GUDRUN SCHLENZCEK

Eine solche Entwicklung hätte man vor gut zehn Jahren nicht für möglich gehalten. Als das Internet die Geschäftswelt so richtig eroberte 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 serbelnde Tourismuswirtschaft können einer kleinen aber feinen Gastgewerbemesse à la Zagg etwas anhaben. Der Grund, warum trotz digitalem Wettstreit 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, degustieren können. Und so ein Messetag ist auch immer wie ein kleines Fest: Wo trifft man sonst in so ungezwungener Atmosphäre so viele Branchenkollegen?

Eine solch positive Trendwende, 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 in der Schweiz, insbesondere jetzt mit dem starken Franken.

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

## Zagg-News

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 Champagne, 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 beispielsweise bei Benoit Violier im Hôtel de Ville Crissier bereits anzutreffen ist. Das Messer besteht aus 32 Lagen korrosionsbeständigem Damaszenerstahl. gsg

Zagg Halle 4, Stand 434

## Lukrative Fachmessen

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

GUDRUN SCHLENCEK

In den letzten zehn Jahren gab es bei der Wigma häufige Übernahmen, von denen sich die Gruppe aber auch bald wieder trennte, wie von den sechs Ferienmessen. 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 Ferienmessen hatten wir aber die Mittel, um bei unserer Tochter Solviva das Pflegeheimgeschäft massgeblich zu verstärken.

Jetzt boomen Ferien im Ausland... Bereuen Sie den Schritt, die Ferienmessen 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 anscheinend 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 Beaulieu Lausanne inklusive Gastgewerbemesse. Das ist eine starke Konkurrenz: Im Gegensatz zur

MCH Group arbeiten wir ohne eigenes 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 Gastronomie 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 gastgewerblichen 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.



«Messebesucher erwarten heute mehr Rahmenprogramm als noch vor 20 Jahren.»

Christian Gyger  
CEO Wigma

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 Messtypus ist für Sie der lukrativste? Grundsätzlich verdient man am besten mit Messen, die eine finanzstarke Branche vertreten, wie die Uhren- oder Immobilienbranche. Und klar sind Fachmessen lukrativer als Publikumsmessen. Der Grund ist, dass man bei Fachmessen dem Besucher weniger Unterhaltung bieten muss und auch weniger Werbekosten hat.

Welche Messe würden Sie noch gern betreiben? Dass wir das Messegewerbe weiter ausbauen wollen, ist klar, aber in welchen Segmenten 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 meine 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 übers 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.

Wigma-Gruppe  
Messe als  
Kerngeschäft

Die Wigma-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 zur Wigma neben der Gastgewerbemesse Zagg in Luzern, die Suisse Emex Zürich und verschiedene Gastgewerbemessen. gsg



Die Ausstellungsfläche der Zentralschweizer Gastgewerbemesse Zagg in Luzern ist regelmässig ausverkauft.

ZVG

## 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 Schäumen 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 42 42, info@cafina.ch, www.cafina.ch  
Cafina SA, 28c, route de Denges, CH-1027 Lonay,  
tel. 021 804 92 20

**cafina**  
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 dahin gehen wollen. Beispielsweise, um die regionale Küche zu erproben. Natürlich stehen Walserspezialitäten auf den Menükarten: Maluns, Krautkapunen, Tatsch oder Chnöddli. Bei der jungen Pächterin des Gasthauses Rathaus in Safien stehen dazu noch einige spezielle Fleischgerichte auf der Karte: Eingemachtes Rindsvoressen – «Verdämpft» heisst das hier, Lammgigot mit Risotto und Gemüse, Schafsidewurst

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

Tamara Bühler  
Gasthaus Rathaus in Safien

mit Brot oder eingemachtes Siedfleisch mit Senf-Preiselbeer-Sauce. Daneben gibt es klassische Plättli mit Trockenfleisch, Bündnerfleisch, Rohessspeck, Salami und Bergkäse. Was es nicht gibt, ist «Schnickschnack». «Ich lege lieber etwas mehr Fleisch auf den Teller, als irgendein 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 erlernte sich an alte Rezepte ihrer Grossmutter. Zurück im Safiental

machte sie sich daran, die alten Rezepte auszuprobieren.

Sie wird dabei unterstützt von ihrem Freund Heiko Münchbach, einem gelernten Metzger, der im «Rathaus» kocht, der diplomierten Hôtelière und Restauratrice Silvia Lötscher und von ihrer Mutter Anne-Marie Bühler-Hunger. Von Mutter und Grossmutter hat Tamara Bühler gelernt, wie man Fleisch einmacht, eine Methode, die schon über 150 Jahre im Safiental praktiziert wird, das halt abgelegt 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.»

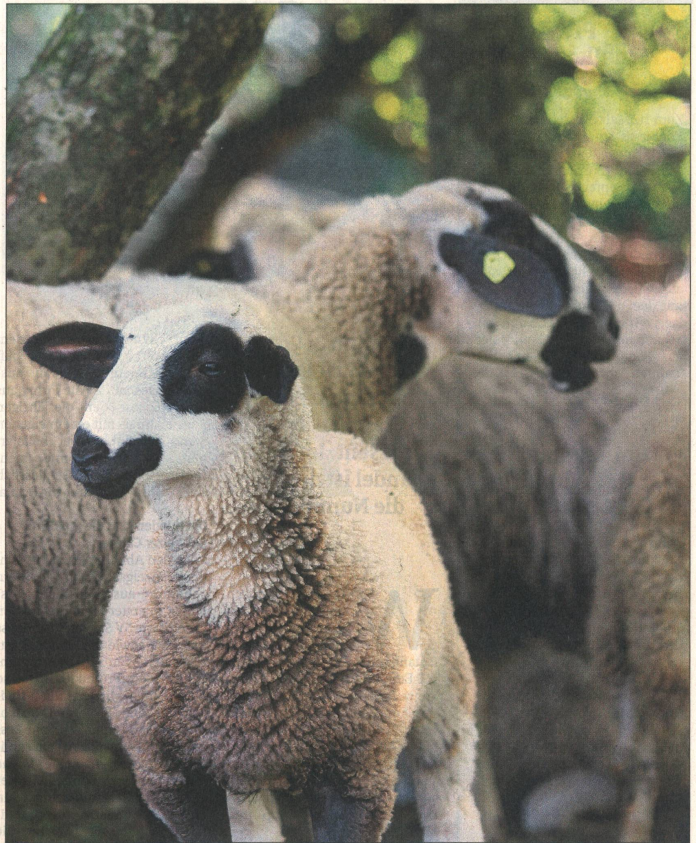
**Butterzartes Lamm auf dem Tisch – ohne Küchenstress**

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 Gast Lust auf ein Lammgigot hat, hat man ein Problem. Ganz anders, wenn man sein Fleisch eingemacht 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.

**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 Fleischanbietern entstand. Unter anderem ist der Schweizer Fleisch-Fachverband SFF mit einer «Wurst-Wand» vor Ort, und der Fleischverarbeitungsbetrieb Traitauna zeigt Schweizer Fleischtraditionen und Innovationen.



Pro Specie Rara/zvg

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» entwirrt 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



Guglielmo Brentel  
Präsident hotelleriesuisse



Dr. David Bosshart CEO des  
Gottlieb-Duttweiler-Instituts



Philipp Ries  
Industry Head Schweiz Google



Stephan Klapproth  
Journalist, Moderator und  
Infotainer

Presenting-Partner

**CRESOO**

Gold-Partner

swiss hospitality solutions

Silber-Partner

**HRS**  
Das Hotelportal

Konferenz-Partner

hospitalitycamp

Partner

ELYSCHINGER

Networking-Partner

GDI

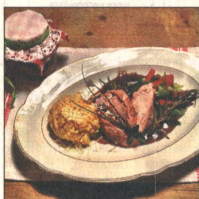
SWISS MARKETING

hmsai

Medien-Partner

hotelrevue

Hoteller



## Das Rezept

**Eingemachtes  
Lammgigot**

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

### Zutaten:

Ein Lammgigot ohne Knochen, portioniert in ca. 180 Gramm grosse Stücke.  
Kleinere 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 Zuckerwasser bestreichen (dichtet besser), Glas verschliessen. Umluftbackofen:

Gläser im Wasserbad bei 95 Grad ca. 60 Minuten einmachen. 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.

Zagg-News

**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 voraus: 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](http://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 aktiv einen Beitrag zu einer nachhaltigen 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. gsg

[www.heinekenswitzerland.com](http://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 SCHLENCZEK

**W**er gern exotisch isst, 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 beliefert 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 Einzelgastronom, 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 Küche 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

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

Kunden gern die ganze Vielfalt der japanischen Küche schmackhaft machen: zum Beispiel das Produkt Panko, ein grossflockiges 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 fünften Geschmackssinn. «Die japanische Küche ist sehr raffiniert und bietet weit mehr als nur Sushi.»

ANZEIGE



Swiss Hotel Association

Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

[www.hotelleriesuisse.ch/partner](http://www.hotelleriesuisse.ch/partner)

**Preferred Partner**

 <p>Ihr globaler Zugang zu kaufkräftigen Kunden</p>	 <p>Die massgeschneiderte Versicherung für die Hotellerie</p>	 <p>Ihr Spezialist für einen effizienten Energieeinsatz</p>	 <p>Ihr Partner im bargeldlosen Zahlungsverkehr</p>	 <p>Der Partner rund ums Bett</p>	 <p>Wir machen Hotels erfolgreicher. Und dies beweisen wir täglich</p>	 <p>Innovative Wünsche aus traditionellem Haus</p>	 <p>Backend-Lösung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus</p>	 <p>Ihr Partner für die globale Risikoverwaltung</p>	 <p>Ihr Partner für massgeschneiderte Kommunikationslösungen</p>
--	--	--	--	--	---	---	---	---	---

**Business Partner**

 <p>Millionen von Kunden nutzen Western Union mit mehr als 437.000 Vertriebsstandorten in über 200 Ländern wenn sie Geld an Freunde und Verwandte senden.</p>	 <p>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.</p>	 <p>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.</p>
--	--	---



Die Brüder Thomas und Martin Angehrn führen den Abholgrosshandel CCA.

## CCA bleibt erst mal Familiensache

Der Grosshandel der Familie Angehrn ging 1893 aus einem Restaurant mit einem Speisereisenden 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 integrierter 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 25000 Kunden kaufen aus einem Vollsortiment mit über 25000 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 hierhin 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 einging und sich mit 30 Prozent am Familienunternehmen beteiligte, 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 einstigen 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-

milie erschliesst CCA einen wichtigen Markt. «Diejenigen Migros-Industriebetriebe, die insbesondere Produkte für das Gastgewerbe herstellen, spielen eine wichtige Rolle», bestätigt Martin Angehrn. «Sie stellen Produkte mit Schweizer Herkunft, in Schweizer Qualität und mit Schweizer Dienstleistungen zur Verfügung.»

### Seit diesem Frühjahr: Fangfrische Fische

Der stark ausgebaut Frischbereich 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.

**«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 dank grösserem Beschaffungsvolumen Preisvorteile erwirken können.

### Produkte stammen heute auch aus der Migros-Industrie

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

## ENTFACHE DIE VIELFALT

## SPECTRA FOAM MASTER

Die Franke Spectra Foam Master mit Flavour Station ist der Schlüssel zu einem grenzenlosen Getränkeangebot: Mit kaltem und warmem Milchschaum in verschiedenen Konsistenzen, Kaffee und Trinkschokolade sowie bis zu drei verschiedenen Sirups können unzählige trendige Kaffee-kreationen einfach per Knopfdruck hergestellt werden.

– Eine professionelle Kaffeemaschine für höchste Ansprüche an Geschmack, Ästhetik und Leistung!

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

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

COFFEE SYSTEMS **FRANKE**

# Komplexer Service

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

GUDRUN SCHLENCEK

Michael Wehrli, die Kaffeemaschinentechnik 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.



**«Wartungsminderkosten werden durch Mehrkosten der Kapsel kompensiert.»**

Michael Wehrli  
CEO Egro Suisse AG

Inwieweit liessen 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 stör anfälliger: 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 Gastgewerbe tatsächlich erobern werden, wird sich weisen. Wir beobachten die aktuelle Entwicklung genau. Zweifellos haben aber die Marktleader im Kapselbereich dazu beigetragen, dass das Bewusstsein für die gute Kaffeequalität 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. Modulare Weiterbildung in vier Teilen mit den zentralen Themen aktueller Unternehmensführung inkl. BW 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 Storch, Zürich

### Führungsfachfrau/-mann FA

Lehrgang Leadership, 5 Module: Selbstkenntnis, Selbstmanagement, Teamführung, Kommunikation, Informationskonfliktmanagement.

Lehrgang MANAGEMENT, 6 Module: Betriebswirtschaft, Rechnungswesen, Personalwesen, Teamorganisation, Projektmanagement, Recht.

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

Alle Infos unter [www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung](http://www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung)

### Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus

**Stufe I**  
18./19. September 2012, Winterthur  
09./10. Oktober 2012, Basel  
Weitere Kursdaten finden Sie unter: [www.quality-our-passion.ch](http://www.quality-our-passion.ch)

**Stufe II**  
27./28. November 2012, Lenzheide

### KOPAS-Ausbildungen

20. November 2012, Hotel Walhalla, St. Gallen  
21. Februar 2013, Seminarhotel Sempachersee, Nottwil  
18. April 2013, Hotel Bildungszentrum 21, Basel

### reception@hotelleriesuisse, 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](http://www.hslu.ch/c231)

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

[www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung](http://www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung), [weiterbildung@hotelleriesuisse.ch](mailto:weiterbildung@hotelleriesuisse.ch), Telefon +41 (0)31 370 43 01

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

VIRGINIA NOLAN



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

folia

**H**ahnenburger ist nicht immer gut genug: Einigen kommt nur ins Glas, was durch die Tischfilterkanne ging. Darin hält ein spezielles Granulat nicht nur Kalk zurück, Konsumenten 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 Haushaltsgeräten, 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 Ersteren gehörten Bakterien und Viren, die

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 Rohre fließt, die Schwermetalle und Dreck abgeben. Ein Filter fängt das auf.» Zudem



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

René Schaubhut  
Kantonales Labor Zürich

manchmal auch Chlor, das in der Trinkwasseraufbereitung als Hilfstoff erlaubt sei, Geschmackspuren 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 wirke aber Vorspülen: «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 kleinstmengen verwendet, die absolut unbedenklich seien. Mitunter komme es aber vor, dass ein feiner Gaumen es herauschmecke.

**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 sogenannte Ionen-Austauscher, die

dem Wasser Minerale wie Kalzium und Magnesium entzogen 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 Arzneimittelrückständen befreien. «Es geht darum, den Trinkgenuss zu optimieren.» Von einer Wasserfiltration 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.»

ANZEIG

Jetzt auf [evolutionoffinen.de](http://evolutionoffinen.de) registrieren

**Evolin™**  
The evolution of linen



**NEU**  
Jetzt fühlen.  
Jetzt testen.  
Jetzt sparen.

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

## Evolin™ – Tischwäsche in neuer Dimension

Aufwendiges Wäschehandling 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.

Believe it, it's  
**Duni**

# Vier Teams im Finale zur Nati

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

GUÐRÚN SCHLENCZEK

**A**m Culinary Challenge der Zagg 2012 kochen die besten vier Regionalteams 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 Kochverbandes stellen wird. Folgende Teams kochen in viereinhalb 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 Equipen 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?



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 müsse 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 dem, was am Schluss auf dem Tisch steht, ob geliert 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 Sie erringen, eine Goldmedaille ge-

winnen, national wie international 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.). zvg

## «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.

**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 Nervenkitzel 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 Zeitraums von vier Wochen. Wenn die hinter uns liegen, und wir über das Erreichte reflektiert haben, sind wir in der Lage, diese Frage zu beantworten.



CCCL: Shaun Leonard, Roland Schwarzenbach, Karin Lustenberger, Stephan Stemming, Adrian Bürki, Martina Tempel (v. l.). zvg

**4.** Der psychische Druck ist nicht ein Problem sondern verursacht einen Adrenalinstoß. 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 neuesten 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 Wettbewerbsteilnehmern, sind sehr wertvoll. Jeder, der jemals am Wettbewerbsgeschehen teilgenommen hat, weiss, wieviel Können, Zeit und Hingabe es braucht, um ganz oben mitzumischen zu können.

ANZEIGE



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



**Aroma braucht Wasser. Wasser braucht BRITA®.**



PURITY Quell ST  
PURITY C Quell ST  
Optimale Wasserqualität und lange Lebensdauer für Kaffeemaschinen.  
Weitere Informationen finden Sie auf [www.brita.ch](http://www.brita.ch)



## «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.

**4.** Die Kochkunst ist eine Leidenschaft, der Druck findet eigentlich nur dann statt, wenn wir zu wenig Zeit zum Trainieren und zum Tüfeln 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 Probelauf eins zu eins zu kochen, wenn wir nicht ganz sicher sind,

dass die Kreation, die geplant ist, funktioniert.

**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



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

## «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 Plattenschau. 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-Weltmeistertitel in Luxemburg oder Gold an der Inter-gastra 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.

**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 fürs 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
- exzellenten 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](mailto:info@hafele.ch), [www.dialock.ch](http://www.dialock.ch), [www.hafele.com](http://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](http://www.functionality-world.ch)

**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 Weichwassergebiete mit hoher Partikeldichte.

**BRITA AG**  
Gassmatt 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

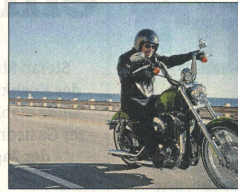
Cafina AG präsentiert den Kaffeevollautomaten Cafina bar-cube IS: Perfekte, konstante Kaffeequalität für alle erdenklichen Kaffeespezialitäten und dazu feinste Schokospezialitäten. Alles aus einem zuverlässigen Vollautomaten, mit langlebiger Technik, bei einfacher Bedienung und hoher Hygienesicherheit. 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 Getränke-spezialitäten sind über 5 Bedienebenen einfach zu speichern. Das Display informiert dabei über jeden Bedienschnitt des Vollautomaten. Die beleuchteten Produktanzeigen machen die Auswahl ganz einfach. Parallel verarbeiteten lassen sich je nach Wunsch nicht nur zwei verschiedene Bohnensorten sondern auch zwei verschiedene Schokovarianten, optional mit Verwendung von Milch oder Milchpulver.

**CAFINA AG**  
Kaffeemaschinen  
Römerstrasse 2, 5502 Hunzenschwil  
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. Berausende 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 Bogendach. 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**  
Mooswiesenstrasse 42  
9201 Gossau  
Tel. 071 388 13 13  
Fax 071 388 13 14  
marketing@cca-angehrn.ch  
www.cca-angehrn.ch

ZAGG: Halle 2a Stand 140

## DUNI AG

Evolin® von Duni  
Evolution of Linen

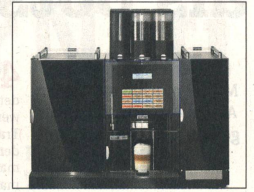
Aufwendiges Wäschehandling kann man sich ab sofort sparen: Mit Evolin®, der „Evolution of Linen“, verleiht Duni dem Thema Tischwäsche eine ganz neue Dimension.

Viele Gastronomiebetriebe beklagen das aufwendige Wäschehandling textiler Tischwäsche wie z.B. Zählen, Wiegen, Kontrollieren, Aussortieren und Zurückrechnen bei der Wäschelieferung. 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 Handling- oder Pflegeaufwand benötigt, beste Kostenübersicht gewährt und dazu noch farbliche Auswahl bietet. Das Ergebnis heisst Evolin® und kann sich wirklich sehen lassen – eine ganz neue Art der Tischwäsche, die den Aussagen zahlreicher Testkunden zufolge handfeste Vorteile bietet.

**DUNI AG**  
Lettenstrasse 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 Menükarte freut den Gast, macht neugierig, fördert die Gästebindung und bringt Zusatzumsätze. Die Vorzüge der Milchverarbeitung bei der Franke Spectra Foam Master liegen ganz klar in den verschiedenen Schaumkonsistenzen, die von flüssig-cremig 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**  
Franken-Strasse 9, Postfach 235  
4663 Aarburg  
Tel. 062 787 36 07  
Fax 062 787 92 81

info@franke.com  
www.franke.com

ZAGG Halle 2, Stand 241

## GO IN

FLAT®-Technologie  
Basis für jeden Tisch

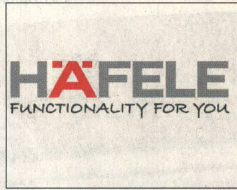
Das lästige Wackeln von Tischen hat ein Ende: Die patentierte FLAT®-Technologie gleicht alle Bodenebenen perfekt aus. In Altstädten stellt Kopfsteinpflaster Gastronomen, die ihren Gästen eine komfortable Außenbestuhlung bieten möchten, oftmals vor Herausforderungen. Doch auch bei stärkeren Gefälle und sehr unebenem Bodenbelag müssen Tische nicht mehr wackeln – die neuen GO IN Tische mit hydraulisch gelagerten Bodengleitern gleichen Bodenneigungen 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 Stabilisierungstechnologie die einzigartige Fähigkeit Tischplatten in einer gemeinsamen Höhe auszurichten. So wird eine Aneinanderreihung mehrerer Tische möglich. Weitere Infos finden Sie unter [www.go.in.ch](http://www.go.in.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@go.in.de  
www.go.in.de

ZAGG: Halle 2a, Stand 105

## HÄFELE SCHWEIZ AG

Die neue Trennwand  
Slido Wall von Häfele

Die neuen, multifunktional einsetzbaren Trennwände von Häfele gewährleisten unzählige Möglichkeiten der Raumaufgliederung 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 Naturholzurniere, 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 Dämmwerte bis R<sub>w</sub>P 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 Koba exklusiv Autogramme für ihre Fans. Besuchen Sie uns am Häfele-Stand!

**Häfele Schweiz AG**  
Dammstrasse 29  
8280 Kreuzlingen  
Tel. 071 695 43 75  
Fax 071 695 43 76

info@haefele.ch  
www.haefele.ch

ZAGG: Halle 2, Stand 283

## HUGENTOBLER

NEU! FrigoJet®  
«Touchscreen»

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

- Kein Qualitätsverlust bei Farbe, Duft, Saft 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**  
Gruenstrasse 107  
3322 Schönbühl  
Tel. 0848 400 900  
Fax 031 858 17 15

info@hugentobler.ch  
www.hugentobler.ch

ZAGG: Halle 2a, Stand 108

## HÜGLI

Prima Gusto  
Würzpasten

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 Würzpasten sind immer zur Hand, lassen sich einfach dosieren und behalten ihre natürliche Frische bis zum letzten Löffel. 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 Kräuterschwung.

**Hügli Nährmittel AG**  
Bleichstrasse 31  
9323 Steinach  
Tel. 071 447 22 11  
Fax 071 447 29 94

verkauf.ch@hugli.ch  
www.huglifoodservice.ch

ZAGG: Halle 2 Stand 231

## MASSIMO CERUTTI SA

Cerutti  
"Il Caffè"

Ein echter Kaffee, welcher in Erinnerung bleibt! Das ist das Leitmotiv von Cerutti "Il Caffè", 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 Caffè" seine erlesene und aromatische Mischung nach bester italienischer Rösttradition aufgebaut. Nach einer langsamen und delikaten Röstung entwickeln die Bohnen der sorgfältig ausgewählten Sorten die besten Aromen, so dass jeder Gast ein Produkt von bester Qualität geniessen kann. Sein Geschmack ist voll und mild, weder bitter, noch sauer. Cerutti "Il Caffè" wird in der ganzen Schweiz angeboten. Er eignet sich für die traditionellen Espresso-Maschinen wie auch für die vollautomatischen Kaffeemaschinen.

Cerutti "Il Caffè" 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-Buffer und kann sich kaum entscheiden. Wie schön wäre es, wenn von allen Törtchen und Cremes nur ein kleines Stück degustiert und verzehrt werden könnte? Romer's Hausbäckerei trifft mit ihren Dessertkreationen im Kleinformat genau den Zahn der Zeit. So geniessen Naschkatzen wie Linda Fähr unbekümmert die zahlreichen Variationen. Mit bescheidenen 15 Gramm ist der Mohrenkopf das Leichtgewicht. Das grüne Schwedentörtli mit Marzipan folgt ihm auf den Fersen mit 20 Gramm. Punschkegel (25 g) und Cremeschnitte (30 g) vervollständigen das Quartett. Sortengetrete zu 36 beziehungsweise 40 Stück bei den Mini-Cremeschnitten werden die Kompositionen auf Papierkapseln abgesetzt und in Tiefzugschalen verpackt geliefert.

**Romer's Hausbäckerei AG**  
Neubachstrasse 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](http://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 Zurich  
Tel. 058 399 91 11  
Fax 058 499 95 25

[www.six-payment-services.com](http://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 besonders 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 Diepkopsau  
Tel. 0848 809 809  
Fax 0848 806 806

[service@erwinmuller.ch](mailto:service@erwinmuller.ch)  
[www.erwinmuller.ch](http://www.erwinmuller.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. Darüber hinaus ist das raffinierte Strukturgewebe von Wäschekrone dank feinsten Teflonbeschichtung fleckabweisend. Ein weiteres Plus: Wäschekrone konfektioniert aus dem pflege- und bügelleichten Polyestergerewebe 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](mailto:info@waeschekrone.ch)  
[www.waeschekrone.ch](http://www.waeschekrone.ch)

ZAGG: Halle 2a, Stand 143

# Gesucht: Bademantel

# Gefunden: [www.hotelmakrtplatz.ch](http://www.hotelmakrtplatz.ch)



**hotel**  
**markt**platz.ch  
Eine Dienstleistung von hotellerieuisse

# 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 SCHLENCEK

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 Fachs: Sie mussten im Vorfeld bereits verschiedene Qualifikationsetappen 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 Berufsleuten 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 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 Prestigefrage.» 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 lernen die jungen Berufsleute 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 Austragungsort.

«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



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

Christine Davatz  
Schweizer Gewerbeverband



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

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 60000m<sup>2</sup> präsentieren, lautet das Ziel des OK-Präsidenten und Direktors Berner KMU

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: Grossevent zu 10 Jahre Berufsbildungsgesetz**

Anlass für den Grossevent 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 rühren. 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 Zahlterminal. 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 zufriedeneren Kunden und mehr Umsatz für Sie.

[www.six-payment-services.com/diners](http://www.six-payment-services.com/diners)



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**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

**HOTELLERIE“  
GASTRONOMIE ZEITUNG**

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

AUS- UND WEITERBILDUNG ..... DIREKTION/KADERSTELLEN ..... DEUTSCHE SCHWEIZ ..... SUISSE ROMANDE  
SVIZZERA ITALIANA ..... INTERNATIONAL ..... STELLENGESUCHE ..... IMMOBILIEN



## 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 Kulturkreisen. Später entschloss 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-

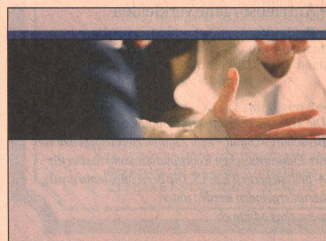
derung, im Bereich Werterhaltung im ganzen Haus verantwortlich zu sein, stets den Überblick zu bewahren und dabei die «gute Seele» des Hauses zu verkörpern, erfüllt mich immer wieder mit Stolz. Als Praktikantin mit einem fundierten Fachwissen war ich auch im Ausland gern gesehen. Während dieser Zeit 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 erworbenes 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 meine 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](http://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](http://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](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

## 1. Oktober

«reception@hotelleriesuisse» im Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

## 1. Oktober

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

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

## 22. Oktober

Fidelio Basicskurs  
Micros-Fidelio von, Berufsverband Hotelpfänger in Stallikon ZH

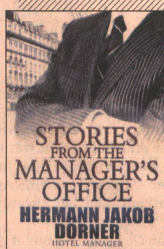
[www.hotelundgastrounion.ch](http://www.hotelundgastrounion.ch)

## 23. Oktober

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

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

## BUCHTIPP



## WAS EIN SCHWEIZER KOCH IM AUSLAND ALLES ERLEBT

Von Sri Lanka bis Uganda, von Jamaica bis nach China. In seiner 50-jährigen Karriere kam Hermann Jakob Dörner 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 Dörner

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 überlassen? 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 hoch arbeiten.

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 (bezahlte der Betrieb Bahn- oder Fahrtkosten? Parkplatz)
- Wie viel kostet die Verpflegung?
- gute Karrierechancen
- 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 auf richtig 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 Bedenkzeit 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

## AUS DER SCHULE

## 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. Jemandem dienen – das ist unter unserer Würde, niedere Arbeit und überhaupt nicht erstrebenswert. 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)

«Niemand ist so bedauerndswert 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. Daran können sich vermehrt Unfallgefahren ergeben.

Eine Gefahr bilden Elektroinstallationen im Nass- und Feuchtbereich. Die Steckdosen müssen gegen Fehlerstrom gesichert sein (FI-Schutzschalter).

Weitere Gefahren können bei folgenden Maschinen auftreten: Waschmaschinen, Zentrifugen, Tumbler, Mangeln, Bügelpressen, Bügelmaschinen 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](http://www.ekas.admin.ch)

### Von Anfang an dabei sein. Neueröffnung eines Hotels der Superlative!

Mit wahrer Eleganz, nobler Zurückhaltung, brillanten Rauminserierungen, unaufdringlichem Lifestyle und charmanter Charakter wird das sehenswerte Small Luxury Hotel der Extraklasse geschaffen, in einem Atemzug mit den besten europäischen 5-Sterne-Hotels genannt zu werden. Professionelles Management, weitsichtige Besitzer, einzigartiges Ambiente, Wohlfühl-, liebevoll gestaltete Details und die fantastische Panoramalage in einer der exklusivsten, weltweit bekannten Deutschschweizer Premium Resort-Destinationen sind weitere Highlights. Rhetorisch begabte Verkaufspersonalitäten mit sehr guten E- & F-Kenntnissen erwartet ein spannendes Umfeld: Exklusive Klientel, neue Massstäbe im Bereich Luxus & Design der internationalen Top-Hotellerie, ausgezeichnete Restaurants, Bar-Lounge, beeindruckender Spa mit Pools sowie auf höchstem Niveau ausgestattete Tagungs- und Convention Facilities. **Das Wichtigste:** Die einmalige Chance bereits vor der Eröffnung einzusteigen bzw. das zukünftige Produkt aktiv im Markt zu verkaufen und als Botschafter/in des Hauses zu repräsentieren!

### Sales Manager Luxury Resort Hotel w/m als persönlicher Assistent des Director of Marketing & Sales

Ihre Verkaufsaktivitäten 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 Aktivitätenpläne und Budgets. Als rechte Hand des DÖSM – ein Mitglied der Geschäftsleitung – verkaufen Sie ein echtes «Lifestyle Produkt», eine «Unique-Dienstleistung» und zwar sowohl lokal als auch im gesamten CH- und EU-Raum. Vertriebsfähige Hotelfach-Personalitäten mit Reisebereitschaft und Hotelfachschulabschluss oder Verkaufs- & Marketing-Weiterbildung können sofort loslegen! Das Hotel eröffnet Mitte Dez. 2012. Die Position ist ortsungebunden 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 +44 802 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

22421-9091

### Von der Challenge-League zur Super League

Nach bereits erfolgreich abgeschlossenen substanziellen Renovationen folgt zurzeit eine zweite Tranche: 30 Zimmer werden komplett umgebaut und im **Designhotel-Zürich** 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 Ambience, Business und Life-Style optimal ergänzen.

Ergreifen Sie die Chance sich neben Ihrer «Daily Operation» in der Begleitung eines ehrgeizigen Umbauprojekts einzubringen: Im Frühling wird der aktuelle Spa-Bereich komplett ersetzt und auf dem Dach des Hauses in eine 800 m² grosse Wellness-Oase mit 360 Grad Rundumsicht 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 – sehen Sie den besonderen Reiz der Aufgabe und setzen Akzente in der Branche!

### Resident Manager w/m als Gastgeber mit voller Verantwortung

Tätigkeitsschwerpunkte: **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 amtierende GM leitet noch weitere Betriebe in der Schweiz und überlässt Ihnen die Gastgeberrolle mit voller Verantwortung.

Flair 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

**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

22421-9091



hotel restaurant kongresszentrum muttenz

32 Zimmer, 2 Restaurants, Bar, Terrasse,  
mit 9 Bankett- und Kongressmöglichkeiten  
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  
Commis 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 Marles, Direktor.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen an:  
Enrique Marles, Hotel Milttenza  
Hauptstrasse 4, 4132 Muttenz  
Tel. 061 465 50 50 / Fax: 061 465 50 51  
www.milttenza.ch / E-Mail: info@milttenza.ch

20580-6500



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](http://www.ferienzentrum-aeschiried.ch)

Das beliebte Ausflugs- und Feriengastziel hoch über dem Thunersee. Gemütliche Zimmer, feine Gerichte, freundliche Bedienung sind Werte, die unsere Gäste schätzen.

22134-9068

«Ein Job mit  
Perspektiven.»

weitere Jobs unter [www.migros.ch](http://www.migros.ch)

Die Genossenschaft Migros Luzern arbeitet mit 5900 Mitarbeitenden in über 60 Verkaufsstellen und Restaurants einen Umsatz von rund 1.3 Mrd. Franken. Im Bereich der Systemgastronomie sind wir ein führendes Unternehmen.

Wir suchen per März 2013 eine unternehmerische, kommunikative und belastbare Persönlichkeit als

### Leiterin/Leiter Verkaufsregion Gastronomie

#### Ihr Aufgabengebiet

- Sie tragen die Umsatz- und Ertragsverantwortung für acht Restaurants und vier Take Aways und stellen die Umsetzung unserer übergeordneten strategischen und operativen Ziele und die Qualitäts- und Kundenorientierung sicher
- Sie verstehen es, die Ihnen direkt unterstellten Leitenden der Migros-Restaurants mit über 120 Mitarbeitenden leistungs- und teamorientiert zu führen.
- Sie arbeiten in nationalen und regionalen Projekten mit und engagieren sich in der Entwicklung des Kadernachwuchs inkl. der Betreuung unserer Lernenden
- Gerne unterstützen Sie uns auch aktiv in unserem Catering Services

#### Ihr Profil

- Sie bringen eine fundierte Ausbildung im Bereich der Gastronomie (höhere Fachprüfung) sowie eine betriebswirtschaftliche Weiterbildung mit
- Sie verfügen über erfolgreiche Berufs- und Führungserfahrung, verbunden mit einer direkten langjährigen Ergebnisverantwortung
- Sie sind eine innovative, teamfähige, kundenorientierte und unternehmerisch denkende und handelnde Persönlichkeit mit hohen Kommunikationsfähigkeiten und Qualitätsbewusstsein und verstehen es, Ihre überdurchschnittliche Führungs- und Sozialkompetenz optimal einzusetzen
- Ausserdem verfügen Sie über gut entwickelte konzeptionelle Fähigkeiten und eine effiziente Arbeitsweise. Eine ausgeprägte Integrationsfähigkeit runden Ihr Profil ab

Sie profitieren von einer selbstständigen, herausfordernden Tätigkeit, in der Sie sowohl Ihre Kreativität als auch Ihr Herzblut als Gastgeber und Unternehmer «ausleben» können.

Überzeugen Sie uns von Ihrer Kompetenz und senden uns bitte Ihre **vollständige Bewerbung** unter [www.migros.ch/jobs](http://www.migros.ch/jobs).

Genossenschaft Migros Luzern  
Geschäftssitz Dierikon  
Bettina Meyer  
Leiterin Personelles/Ausbildung  
Postfach, 6031 Ebikon



**MIGROS**

22432-9099

Die 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 Sorrell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäcker-Konditorei in Zürich.

Für die von uns im Auftrag geführte

### Mensa der Universität Zürich Zentrum

Künstlergasse 10 – 8001 Zürich

suchen wir nach Vereinbarung eine

### Stv. Betriebsleitung (w/m)

**Ihre Aufgabe:** Sie vertreten den Betriebsleiter in allen Belangen und führen die Mensa der Universität Zürich Zentrum sowie die 47 Mitarbeitenden bei dessen Abwesenheiten. Sie arbeiten aktiv an der Front mit, erstellen Offerten für Anlässe und verkaufen diese. Sie organisieren Caterings sowie Events und führen diese durch. Administrative Arbeiten gehören ebenso zu Ihrem Aufgabengebiet. Sie vertreten die Philosophie der ZfV-Unternehmungen und kommunizieren offen und direkt. In der Regel arbeiten Sie zwischen Montag und Samstag jeweils an 5 Tagen in verschiedenen Schichten zwischen 07.00 und 20.00 Uhr, sind jedoch auch bei Spezialanlässen flexibel im Einsatz.

**Ihr Profil:** Für diese Position bringen Sie eine Grundausbildung in der Gastronomie mit und verfügen über einen Abschluss einer Hotelfachschule oder eine höhere Ausbildung in der Gastronomie. Sie verfügen über Erfahrung im Event- und Cateringbereich, haben bereits Führungs- und Praxiserfahrung in einem Grossbetrieb. Unternehmerisches Denken und Handeln ist für Sie eine Selbstverständlichkeit und die administrativen Arbeiten bereiten Ihnen Freude. Wir wenden uns für diese Stelle an eine Initiative Frontperson, welche gerne Verantwortung übernimmt und neue Herausforderungen mit Elan anpackt. In besonderen Situationen sind Sie bereit, Aussergewöhnliches zu leisten, sind belastbar und bleiben auch bei kaum überschaubaren Aufgaben handlungsfähig. Sie erkennen rasch die wesentlichen Elemente und Zusammenhänge, lösen Probleme systematisch und sind an neuen Aufgaben interessiert. Vorgegebene Qualitätsstandards setzen Sie konsequent um und handeln stets im Interesse der Unternehmung. Sie vermitteln eine wohlwollende, unterstützende Atmosphäre, nehmen die Bedürfnisse des Gegenübers wahr und sind bestrebt, diese im Rahmen des Möglichen zu erfüllen. Als Führungsperson setzen Sie sich anspruchsvolle Ziele und gewinnen die Mitarbeitenden dafür und verstehen die Personalentwicklung als wesentliche Führungsaufgabe. Sie sorgen für eindeutige Zuteilung von Aufgaben, Befugnissen, Verantwortlichkeiten und notwendigen Ressourcen.

**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 Tauro, Leiterin Personalwesen, senden.

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

#### ZfV-Unternehmungen

Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36

22429-9096



### Aussichtsreiche Posten!

Für das \*\*\*\*Hotel Caprice in Wengen,  
Sommer- und Winterkurort im Berner Oberland,  
suchen wir eine

### Geschäftsführung (1 Person oder Paar)

Ihr Profil: Sie sind 28 bis 40 Jahre jung, führungs-sicher, frontorientiert, belastbar, eine ausgeprägte Gastgeber-Persönlichkeit, unternehmerisch denkend und handelnd und bringen Erfahrungen in der Geschäftsführung mit.

### Küchenchef

Sie sind innovativ, kreativ, belastbar und bringen Erfahrung und Begeisterung für exquisite Küche mit.

Der Betrieb: [www.caprice-wengen.ch](http://www.caprice-wengen.ch)  
Stilvoller, familiärer 2-Saison-Betrieb,  
klein, aber fein mit exquisiter Küche,  
20 Zimmer mit fantastischer Aussicht.  
Eintritt: 1. Dezember 2012 oder nach  
Vereinbarung

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Jürg Zumbach Unternehmensberatung  
Bernastrasse 25 / 3800 Interlaken  
033 822 63 84 / [jz@hotelforsale.ch](mailto:jz@hotelforsale.ch)

22560-9118

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 Gastgebersein und suchen ein längerfristiges und selbständiges Engagement, dann sind wir gespannt auf Ihre Bewerbung. Chiffre 22378-9073, htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

### Privates Restaurant in der Zürcher Altstadt

Im Auftrag einer Loge suchen wir per September 2013 ein erfahrenes Wirtpaar.

Zu Ihrem zukünftigen Aufgabengebiet gehören: Führung des Restaurantbetriebes und der Küche. (Restaurant ca. 50 Plätze, Saal ca. 100 Plätze)

Personalführung von Teilzeitarbeitenden. Führung der Gastro-Buchhaltung und Büroarbeiten. Unterhalt und Pflege der Liegenschaft.

Eine aussergewöhnliche Wirtwohnung 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

Die Gastronomiegruppe



Die ZFY-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 ZFY-Unternehmungen gehören die Sorell Hotels, öffentliche Restaurants, Personalrestaurants von Unternehmen, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäckerei-Konditorei in Zürich.

Für die von uns im Auftrag geführte

### 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 Kassabuchungen 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 Schullferien der Betrieb geschlossen bleibt und keine Einsätze geplant sind.

**Ihr Profil:** Wir wünschen uns eine gästerorientierte 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 angemessen 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 Führungsperson 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 Tauro, Leiterin Personalwesen, senden.

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

### ZFY-Unternehmungen

Flüelstrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36

### 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% Pensum)

### Ihre Hauptaufgaben

- Fach- und Führungsverantwortung für den Bereich Küche und Abwaschküche
- Sicherstellung eines qualitativ hochwertigen 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-Anwenderkenntnisse

### Wir bieten

- Überdurchschnittliche Anstellungsbedingungen mit sechs Wochen Ferien
- Vielseitiges und verantwortungsvolles Aufgabengebiet mit vielen Gestaltung- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- 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](mailto:bruno.zehren@reusspark.ch)



Reusspark, Zentrum für Pflege und Betreuung,  
Gnadenthal, 5524 Niederwil  
Telefon 056 619 61 11, [www.reusspark.ch](http://www.reusspark.ch)



SCHWEIZERHOF  
BERN

## WERDEN SIE TEIL EINES FÜHRENDEN EXKLUSIVEN HOTELS DER SCHWEIZ!

In unserem komplett umgebauten 5-Sterne-Superior-Hotel an Berns zentralster Lage verschmilzt eine grandiose Tradition mit kontemporärem Flair, edlem Design und Service von Welt.

Bei uns erwartet Sie eine verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Arbeit, ein offenes Arbeitsklima mit transparentem Informationsfluss sowie ein modernes Arbeitsumfeld mit einem jungen, dynamischen Team. Folgende Stellen (m/w) sind per sofort oder nach Vereinbarung zu besetzen:

### FRONT OFFICE

Chief Concierge

### HOUSEKEEPING

Etagenmitarbeiter (Aushilfen)  
Portier (Aushilfen)

### MARKETING

Sales Manager  
Banquet & Convention  
Coordinator

### F&B SERVICE

Demi Chef de Rang  
Barkeeper

Für alle Stellen setzen wir gute Deutschkenntnisse resp. Kenntnisse anderer Sprachen sowie Erfahrung in der gehobenen Gastronomie / Hotellerie voraus. Weitere Details zu den Stellenangeboten finden Sie unter: [www.schweizerhof-bern.ch/kontakt/karriere](http://www.schweizerhof-bern.ch/kontakt/karriere)

Für Fragen stehen Ihnen Frau Manuela Schär oder Frau Sabine Leist, Human Resources, unter der Telefonnummer 031-326 80 88 oder per Email auf [hr@schweizerhof-bern.ch](mailto:hr@schweizerhof-bern.ch) gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an untenstehende Adresse.

Hotel Schweizerhof Bern – Human Resources – Bahnhofplatz 11 – 3001 Bern  
Telefon 031 326 80 88 – [hr@schweizerhof-bern.ch](mailto:hr@schweizerhof-bern.ch) – [www.schweizerhof-bern.ch](http://www.schweizerhof-bern.ch)



## 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 Réceptionsalltag.

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](http://www.kreuz-post.ch)



## KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Im grossen Park direkt am Untersee (Bodensee) gelegen, mittelgrosse Rehabilitationsklinik mit 200 Mitarbeitenden

Mit der einzigartigen Kombination aus medizinischer Fachkompetenz und Herzenswärme 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 %-Pensum

#### 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:

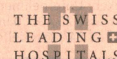
- Grundausbildung Koch / Köchin mit CH-Fähigkeitsausweis
- Einige Jahre Berufserfahrung
- Belastbarkeit und Stressresistenz
- Gute Umgangsformen

#### Wir bieten:

- Attraktiven Arbeitsplatz mit modernen technischen Hilfsmitteln
- Qualitätsmanagement nach ISO Norm 9001:2008
- Internes und externes Fortbildungsangebot
- Zeitgemässe 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, eidg. 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](http://www.klinik-schloss-mammern.ch)



## Hotel Hippel Krone

3210 Kerzers

Wir suchen für unser Hotel, Spezialitäten-Restaurant, Thai-Restaurant und Party-Service nach Übereinkunft

### 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 Kerzers  
(Telefon 079 222 58 77)

22429-9000

## Frisch-Fisch Zahner

Rechtswald Gommiswald  
www.fisch-zahner.ch

Für unseren Fischhandelsbetrieb in Gommiswald suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

### FISCHVERKÄUFER

für unseren mobilen Fischverkaufswagen.

Wir erwarten:

- abgeschlossene Berufselehre (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

Fühlen 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

22439-9103

## 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

### Stellvertr. 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](http://www.silserhof.ch)



22430-9101

Doris und Heinz Grossen-Dubach  
Tel. 034 496 59 00/So+Mo geschlossen

## Gasthof Bären Ranflüh

Für unseren familiären Landgasthof suchen wir einen motivierten und verantwortungsbewussten

### Alleinkoch

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.  
Gasthof Bären, Zollbrückstrasse 35, 3439 Ranflüh

22315-9113

## AMBASSADOR à l'Opéra

Fisch. Unsere Passion.  
opera  
Restaurant

### Vorhang auf für eine neue Inszenierung

Restaurant Opera, 60 Pl., beste Lage bei der Oper, Fölsch-küche 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 Leistungsanspruch 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

22444-9106



Grindelwald  
Wengen  
Mürren  
Lauterbrunnen

Die Jungfrau Region Marketing AG als Marketing- und Verkaufsorganisation der Top-Tourismuse-regionen 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
- Medienarbeit bei lokalen Events
- Auskunftsstelle für Medien

### Von unserem Teammitglied erwarten wir

- Weiterbildung im Tourismus und/oder PR
- Erfahrung in den Bereichen Medienarbeit, -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

Stellenantritt: 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@jungfrau-region.ch, www.jungfrau-region.ch

Jungfrau Region



22442-9100

## wissenspark

supporting hospitality.

Ich, das legendäre Restaurant Schiffplände, wurde 2011 abgebrochen und befinde 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 betriebsfreundlichen 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 und wickeln 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 Schiffplände

Ich bin ein Komplettneubau mit 132 Restaurantplätzen und 120 Plätzen auf der Terrasse. In meinem Seminarraum biete ich weitere 90 Plätze. Zudem habe ich 5 moderne und schöne Hotelzimmer. Ich befinde mich an traumhafter Lage direkt am Hallwilersee, Gemeinde Birwil. 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.schiffplaende-hallwilersee.ch](http://www.schiffplaende-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!

htr  
hotelrevue

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

HOTELLERIE\*  
GASTRONOMIE ZEITUNG

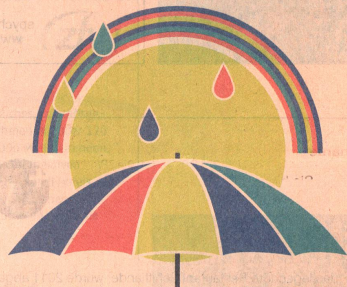
AUFLAGE  
40.000

AUS- UND WEITERBILDUNG ..... DIREKTION/KADERSTELLEN ..... DEUTSCHE SCHWEIZ ..... SUISSE ROMANDE  
SVIZZERA ITALIANA ..... INTERNATIONAL ..... STELLENGESUCHE ..... IMMOBILIEN

## PROFIL

LA BOURSE DE L'EMPLOI POUR LA RESTAURATION, L'HOTELLERIE ET LE TOURISME

GESAMT  
AUFLAGE  
40.000



### LEHRT GOOGLE DIE OTAS DAS FÜRCHTEN?

In der OTAs-Branche ist die Schreckensbotschaft zu hören: Google hat die OTAs das Fürchten gelehrt. Die Suchmaschine hat die OTAs in der Vergangenheit oft als Konkurrenz betrachtet. Doch jetzt hat Google die OTAs in die Suchergebnisse aufgenommen. Dies ist ein Zeichen dafür, dass Google die OTAs als wichtige Partner in der Tourismusbranche anerkennt. Die OTAs können sich freuen, dass sie nun auch in den Suchergebnissen von Google zu finden sind. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Sichtbarkeit der OTAs zu erhöhen und mehr Kunden zu gewinnen.

**BUCHEN  
SIE JETZT!**

Und erreichen Sie  
Woche für Woche  
200.000 Leserinnen  
und Leser aus dem  
Schweizer  
Gastgewerbe!

Gesucht: Salzstreuer  
Gefunden: [www.hotelmarktplatz.ch](http://www.hotelmarktplatz.ch)

### HUNDE IM HOTEL - EIN THEMA FÜR SICH

Der Hund ist ein beliebtes Haustier und wird auch im Hotel immer häufiger gesehen. Viele Hotels bieten mittlerweile spezielle Services für Hundebesitzer an, wie zum Beispiel Hundebetten, Hundelecken und Hundespielzeug. Dies ist ein Zeichen dafür, dass Hotels die Bedürfnisse von Hundebesitzern berücksichtigen und versuchen, ihnen einen angenehmen Aufenthalt zu bieten. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und mehr Gäste zu gewinnen.



de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel

de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel

de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel  
de chancel

Gestalten, berechnen und disponieren  
Sie Ihr Immobilieninserat selber unter  
[www.htr.ch/immobilien](http://www.htr.ch/immobilien)

hotelrevue

[www.stellenPROFIL.ch](http://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 Keller 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.

Geme erwarten wir Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen: Markus Wenger, Hotel Basel AG, Münstergasse 12, 4001 Basel Tel: +41 61 264 68 12, markus.wenger@hotel-basel.ch

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung einen

### Japanischen Spezialitätenkoch und/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 hotel-revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

22416-9090

### Hotelfinden!



www.swisshotels.com



hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association

Auch unterwegs.

## HOTEL ELITE

ART DECO HOTEL BIEL/BIENNE

Das HOTEL ELITE ist ein \*\*\*\* Businesshotel im Zentrum der Uhren- und Kommunikationsstadt Biel und gilt seit 75 Jahren als das führende Haus am Platz. Mit 67 Zimmer 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.

### Réceptionniste 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 Hugi  
Bahnhofstrasse 14, 2501 Biel/Bienne  
theres.hugi@hotelite.ch, http://www.hotelite.ch

22514-9112

Challenge für ambitionierten Gastgeber: Das Restaurant Hotel Rössli in Weinfelden sucht per 1. Oktober oder nach Vereinbarung eine/n qualifizierte/n

## GESCHÄFTSFÜHRER / IN

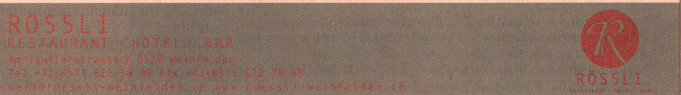
In dieser Position prägen Sie, in Zusammenarbeit mit der Eigentümerschaft, den Betrieb betreffend Angebot und Mitarbeiterführung, organisieren das Pre-Opening und positionieren den Betrieb erfolgreich am Markt. Sie führen den Restaurant- und Hotelbetrieb kundenorientiert und nach wirtschaftlichen Grundsätzen.

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 hineingebaute Bar mit 30 Innen- und 20 Ausenplätzen, welche als 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 unternehmerisch 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](http://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



22449-910

Gesucht per 1. Oktober oder nach Vereinbarung

## Commis de Cuisine m/w 100%

Jobcode [hoteljob.ch](http://hoteljob.ch): J50481

Restaurant Landhaus Liebfeld AG

[www.landhaus-liebfeld.ch](http://www.landhaus-liebfeld.ch)

Weitere Infos auf unserer Website unter Jobs

22412-908



Unser Haus liegt an einmaliger Lage im bekannten Schadaupark, direkt am Thunersee. Es verfügt über 91 Hotelzimmer, einschliesslich 2 Panorama Suiten, 4 Junior Suiten und 17 Konferenzräumen, sowie einen vielfältigen Restaurations- und Bankettbetrieb.

Für unseren anspruchsvollen Betrieb suchen wir per sofort, oder nach Vereinbarung einen kreativen, dynamischen

## 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 Durchsetzungsvermögen. 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 mit uns die Zukunft gestalten? Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Susanna Schwendemann, susanna.schwendemann@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](mailto:info@seepark.ch) · [www.seepark.ch](http://www.seepark.ch)

A subsidiary of UBS AG

22018-9116



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 aktuellsten 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 Kenntnis in Französisch und Englisch und ist geübt im Umgang mit dem Computer (Opera + PMS).

Das Fairmont Le Montreux Palace bietet hervorragende Sozialleistungen, Weiterbildung und Karrierechancen innerhalb der Fairmont Hotels & Resorts.

Bitte bewerben Sie sich auf unserem Website [www.fairmontcareers.fr](http://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!

22445-9105

Die 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, Mensen und Cafeterias von Universitäten und Schulen sowie die Kleiner Bäcker-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

**Ihre 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](http://www.zfv.ch).

ZFV-Unternehmungen

Flielastrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36

22448-9099

Wir suchen per 1. Dezember 2012

**Fachfrau Küche/Hauswirtschaft**

Silserhof GmbH  
Via da Baselgia 57  
7515 Sils-Baselgia

22431-9086



SORELL HOTEL  
SEIDENHOF

Als expandierende Hotelkette der ZFV-Unternehmungen beschäftigen die Sorell Hotels Switzerland in 14 Hotels in Zürich, Winterthur, Bern, Arosa, 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-station und das Vorbereiten des Frühstückswagens zuständig.

**Ihr Profil:** Wir wenden uns an eine aufgestellte, flexible und gepflegte Persönlichkeit, welche über eine abgeschlossene Service-ausbildung verfügt. Zudem sprechen Sie flüssend Deutsch und verfügen über gute Englischkenntnisse. Sie arbeiten gerne im Team und kommunizieren angemessen mit den verschiedenen Bezugspersonen. Veränderungswünschen und -notwendigkeiten begegnen 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 Leistungsbereitschaft 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 einzigartigem 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 Celestina Centore, Personalassistentin, senden.

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

Sorell Hotels Switzerland  
ZFV-Unternehmungen  
Flüelistrasse 51, Postfach, 8047 Zürich  
T +41 44 388 35 05, F +41 44 388 35 36  
[www.zfv.ch](http://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, Durchsetzungsvermögen
- Deutsch und Englisch in Wort und Schrift, evtl. Italienisch und/oder Französisch
- Sicheres, ruhiges Auftreten, gepaart mit tadellosen Umgangsformen und gepflegtem Aussehen
- 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)**

Nähere 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](http://www.bayerischerhof.de)



22584-9119

**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 aromatischen 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.

22516-9114

**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.

22409-9086

**STELLENVERMITTLUNGEN****Gastro Express**

Die führende  
Stellenbörse für  
das Schweizer  
Gastgewerbe

[www.gastro-express.ch](http://www.gastro-express.ch)

20955-8675

**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](http://www.hotelleriesuisse.ch)

**Hotel & Gastro Union**

Adligenswilerstrasse 22  
6002 Luzern  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

**VERLAGE**

htr hotel revue  
Monbijoustrasse 130  
3001 Bern  
[www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**Hotellerie™ Gastronomie Verlag**

Adligenswilerstrasse 27  
6006 Luzern  
[www.hotellerie-et-gastronomie.ch](http://www.hotellerie-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

redaktion@stellenprofil.ch  
redaktion@immoprofil.ch

**ADMINISTRATION**

Angela Di Renzo Costa  
Tel. 031 370 42 42  
[angela.direnzo@htr.ch](mailto:angela.direnzo@htr.ch)

Nicole Kälin

Tel. 041 418 24 48  
[nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch](mailto:nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch)

Die Verarbeitung inkl. Fakturierung der Stellen- und Immobilienanzeigen erfolgt (auch wenn die Auftragserteilung

via Hotellerie™ Gastronomie Verlag erfolgen sollte) über die htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

**VERKAUF**

Angela Di Renzo Costa  
Tel. 031 370 42 42  
Patricia Nobs Wyss  
Tel. 031 370 42 77

Fax 031 370 42 23  
[inserate@stellenprofil.ch](mailto:inserate@stellenprofil.ch)  
[inserate@immoprofil.ch](mailto:inserate@immoprofil.ch)

**PREISE****Stellenanzeigen**

Millimeter-Tarif  
s/w CHF 1.76  
4-farbig CHF 2.31  
Kaderrubrik 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](http://www.hoteljob.ch) / [www.gastrojob.ch](http://www.gastrojob.ch) publiziert. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt werden.

**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](http://www.htr.ch) / [www.immobiliensuche.ch](http://www.immobiliensuche.ch) publiziert. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt werden. Die genauen Konditionen sind unter [www.stellenprofil.ch](http://www.stellenprofil.ch) resp. [www.immoprofil.ch](http://www.immoprofil.ch) abrufbar

**ANZEIGENSCHLUSS**

Montag, 12.00 Uhr

**GESTALTUNG**

Michael Gollong (Creative-Direction)  
Luka Beluhan  
Ursula Erni-Leupi  
grafilu (Illustrationen)

**PRODUKTION**

Inserate: htr hotel revue,  
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:  
Hotellerie™ Gastronomie Verlag,  
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,  
8952 Schlieren

**KORREKTORAT REDAKTION**

Ringier Print Adligenswil AG, 6043  
Adligenswil/LU

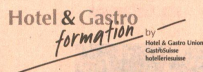
**LITHOGRAPHIE**

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.



Ausschreibung zu den Berufsprüfungen mit eidg. Fachausweis 2013:

- Chefkoch/-köchin
- Bereichsleiter/in Restauration
- Chef de Réception

<b>Prüfungsdaten</b>	<b>März/April / Juni/Juli 2013</b>
<b>Prüfungsorte</b>	Weggis und Sursee
<b>Zulassungsbedingung</b>	gemäss Prüfungsordnung
<b>Prüfungsgebühr</b>	Prüfungskosten CHF 2'900.– (ohne Mahlzeiten/Logement); LGAV Unterstützung gemäss Ausbildungsvereinbarung
<b>Anmeldeschluss</b>	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



GASTRO SUISSE

#### Der Weinberater

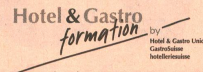
Kompaktes Weinwissen für GastroProfis

**Termine:** Betriebsbegleitend  
Start Frühling: Montag 12. März 2012  
Start Herbst: Montag 1. Oktober 2012

#### Weitere Informationen

GastroSuisse  
Blumenfeldstrasse 20 · 8046 Zürich  
Tel. 0848 377 111 · www.gastrouisse.ch

21032-9099



Ausschreibung zu den Berufsprüfungen mit eidg. Fachausweis 2013 (letzte Durchführung der Berufsprüfung nach altem Reglement):

- Gastronomiekoch/-köchin
- Restaurationleiter/-in

<b>Prüfungsdaten</b>	<b>März/April 2013</b>
<b>Prüfungsort</b>	Weggis
<b>Zulassungsbedingung</b>	gemäss Prüfungsordnung
<b>Prüfungsgebühr</b>	Prüfungskosten CHF 2'100.– (ohne Mahlzeiten/Logement)
<b>Anmeldeschluss</b>	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

22434-9100

#### Italienisch in Florenz

#### Spezialangebot:

2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag,  
in kleiner Gruppe und Unterbringung  
in Einzelzimmer, total 499 Euro.

Wein und Küche, Kurs 699 Euro

Scuola Toscana, Via dei Benci 23  
50122 Firenze/Italia  
Tel. und Fax 0039 055 244 583  
www.scuola-toscana.com

18687-7917

#### ANZEIGEN



GASTRO SUISSE

#### Der Rezeptionskurs

Professioneller Gästeempfang im Hotel

**Termine:** Betriebsbegleitend  
Start Frühling: Mittwoch 25. April 2012  
Start Herbst: Dienstag 10. Oktober 2012

#### Weitere Informationen

GastroSuisse  
Blumenfeldstrasse 20 · 8046 Zürich  
Tel. 0848 377 111 · www.gastrouisse.ch

21035-8702



GASTRO SUISSE

#### Der Barkurs

Spezialkurs für die Gastronomie

**Termine:** Blockkurs  
Start Frühling: 7.10.2012, Start Sommer:  
27.08.2012, Start Herbst: 12.11.2012

#### Weitere Informationen

GastroSuisse  
Blumenfeldstrasse 20 · 8046 Zürich  
Tel. 0848 377 111 · www.gastrouisse.ch

21030-9885

**Magnet-Namensschilder mit Stil und Qualität**  
Generalvertretung für die Schweiz

*Schilderhus*  
MAGNET-NAMENSCHILDER MIT STIL

Schilderhus, Carole Altermatt  
CH-8157 Dielsdorf  
Tel. +41 43 534 02 22  
www.schilderhus.ch

21033-8781

# Für Ihre erfolgreiche Karriere!

## Weiterbildungsangebote finden Sie auf [www.hoteljob.ch](http://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

## WÄRMEBILANZ DER GEBÄUDEHÜLLE

Mit der Wärmebilanz, die zahlreiche Vorteile bietet, lassen sich die verschiedenen Wärmefflüsse 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 Renovationsszenario 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 Renovationssmassnahmen 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 CO<sub>2</sub>-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](http://www.romande-energie.ch)



KEYSTONE

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 conduzione familiare.

Interessati rivolgersi a Elena Andreani

INTERFIDA SA, 6830 Chiasso

tel. 081 696 03 33

[immobili@interfida.ch](mailto:immobili@interfida.ch), [www.interfida.ch](http://www.interfida.ch)



22438-9102

Zu Verkaufen: Gelateria/Eisdiele in der Region Lugano.

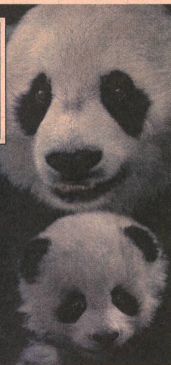
**Seit 17 Jahren erfolgreich im Gelateria-Gewerbe!**

Aufgrund Pensionierung der Inhaberin verkaufen wir unseren Betrieb inkl. Rezepten.

Unabhängige Einschätzung CHF 115'000.-, Preis verhandelbar, an Höchstbietenden. NUR SERIÖSE INTERESSENTEN. Ideale Gelegenheit um sich selbständig zu machen!

Gelatone, 079 689 11 81 oder [gelatone@gmx.ch](mailto:gelatone@gmx.ch)

22086-9040



**50 Jahre WWF**  
Gemeinsam für unseren Planeten

Spenden Sie per SMS mit Panda (Betrag) an 488 oder [www.wwf.ch/spenden](http://www.wwf.ch/spenden).

(Bsp. Spende 9 Fr.: Panda 9 an 488)



**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 Parkplätzen) 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](mailto:andre.gribi@kohl-int.ch), [www.kohl-int.ch](http://www.kohl-int.ch)

22081-9074

## DAS BLAUE VOM HIMMEL...

...können wir Ihnen nicht versprechen.

Aber die besten Ideen der Schweizer Tourismusbranche. Auf [www.htr-milestone.ch](http://www.htr-milestone.ch) unter der Rubrik «MILESTONES».

